

TUTTO WINE  
FIERA MILANO  
17-20 MAGGIO 2021



IL CORRIERE VINICOLO RIMANE  
ON LINE GRATUITO PER TUTTI  
WWW.CORRIEREVINICOLO.COM

Per informazioni:  
02 7222825/26/28  
tuttowine@uiv.it

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

# IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

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

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

IL MONDO DEL VINO ITALIANO SI RITROVA A WINE2WINE

## Tra crisi e promesse, qualche luce in un futuro incerto

wine2wine

Dibattiti e incontri sul futuro del vino all'evento di Veronafiere/Vinitaly, quest'anno tutto on line. Sostenibilità, promozione, digital, nuove tendenze e dinamiche distributive globali al centro degli oltre 50 incontri in programma. I seminari di Unione Italiana Vini sul nuovo Osservatorio del vino, progetti sostenibili, vini rosati e trend di consumo tra i giovani. Attese e speranze degli imprenditori tra difficoltà, ottimismo (cauto) e forte resilienza, con l'export 2020 che flette - 4,6% in valore.

Mentre Vinitaly 2021 si sposta da aprile al 20/23 giugno A PAGINA 2



MERCATI

### LA SOLIDITÀ TEDESCCA ALLA PROVA DEL COVID

IL MERCATO REGGE MA CAMBIANO I CONSUMI. DALLA CRISI, NUOVE OPPORTUNITÀ

A pagina 8

LEGNO IN ENOLOGIA

### SPETTROSCOPIA A INFRAROSSO E AFFINAMENTO DEI VINI: possibili prospettive di applicazione

A pagina 15

## VINO E SOSTENIBILITÀ: IL FUTURO IN UN BINOMIO

La sostenibilità è sempre più al centro dei progetti di sviluppo, anche e soprattutto del settore vitivinicolo. Lo rilevano gli osservatori poiché lo chiedono i mercati e lo pensano tutti gli attori della filiera. Proprio a wine2wine sono giunti segnali a favore dell'impegno congiunto di istituzioni



e stakeholders per una vitivinicoltura sostenibile, come emerso dal seminario organizzato da UIV. E in attesa del Sistema unitario di certificazione della sostenibilità, abbiamo fatto il punto sul valore oggi della certificazione in questo ambito, anche con Equalitas e alcune aziende del settore

Lo ha detto chiaramente la ministra **Teresa Bellanova**, in occasione del convegno di apertura di wine2wine, nell'auspicare la stesura di un progetto organico di sviluppo che metta insieme le energie di tutti gli attori del comparto agroalimentare trovando un fattore di condivisione. "Questo fattore comune di miglioramento della competitività - ha dichiarato Bellanova - lo abbiamo già trovato: è la sostenibilità. Il lavoro dell'Osservatorio Vinitaly-Nomisma (vedi Fig. 1 a pag. 4) ha evidenziato che su cinque dei sette mercati più importanti, vale a dire gli Usa, il Regno Unito, la Germania, il Giappone, e l'Australia, la sostenibilità rappresenta il fattore di scelta più gettonato da parte dei consumatori di vino di qualità. Per questo, come ho già

detto in altre occasioni, nel 2021 faremo partire il Sistema unitario di certificazione della sostenibilità, e in questa direzione orienteremo tutti gli strumenti di intervento a disposizione, che verranno non solo dalla nuova Pac ma anche dal 'NextGenerationEU' (strumento temporaneo per stimolare la ripresa, che costituirà il più ingente pacchetto di misure di stimolo mai finanziato dall'Ue, del valore complessivo di 1.800 miliardi di euro, ndr)". Che la sostenibilità debba essere posta al centro dei progetti di sviluppo, lo rilevano gli osservatori poiché lo chiedono i mercati e lo pensano tutti gli attori della filiera agroalimentare. Insomma, tutti sono concordi nel prefigurare un incremento della domanda di vino sostenibile. DA PAGINA 4

**SYNCRONCAP™  
SERIES**

Noi siamo già nel futuro... E tu?

**norton**  
Passione, tecnologia, innovazione...

www.norton.it

IL MONDO DEL  
VINO ITALIANO  
SI RITROVA  
A WINE2WINE

# Tra crisi e promesse, qualche luce in un futuro incerto

➔ Segue dalla prima pagina

Dibattiti e incontri sul futuro del vino all'evento di Veronafiere/Vinitaly, quest'anno tutto on line. Sostenibilità, promozione, digital, nuove tendenze e dinamiche distributive globali al centro degli oltre 50 incontri in programma. I seminari di Unione Italiana Vini sul nuovo Osservatorio del vino, progetti sostenibili, vini rosati e trend di consumo tra i giovani. Attese e speranze degli imprenditori tra difficoltà, ottimismo (cauto) e forte resilienza, con l'export 2020 che flette - 4,6% in valore. Mentre Vinitaly 2021 si sposta da aprile al 20/23 giugno di GIULIO SOMMA

LE PAROLE DI MAURIZIO DANESE  
E GIOVANNI MANTOVANI, PRESIDENTE  
E DG DI VERONAFIERE

## LA FIERA OLTRE IL DIGITAL

“Abbiamo voluto creare un insieme di iniziative per sostenere il mercato vitivinicolo e il sistema Italia in un momento molto difficile e delicato ma guardando al futuro e alla fase post Covid. Wine2wine digital si inserisce in uno spazio nel quale cerchiamo di proporre alcune strategie di settore per capire come muoversi nel nuovo mondo. Abbiamo trasferito



Maurizio Danese e Giovanni Mantovani

sulla piattaforma digitale l'intera programmazione di wine2wine, uno sforzo organizzativo notevole, dovuto alla crisi pandemica. Siamo il primo evento che parla di vino, con più di duecento aziende presenti, di cui la metà italiane. Tutte le iniziative in programma hanno avuto il sold out, indice di una forte aspettativa". Con queste parole, pronunciate dallo "schermo" del convegno inaugurale di wine2wine, il presidente di Veronafiere, **Maurizio Danese**, ha presentato l'edizione interamente digitale di wine2wine 2020 circoscrivendola all'interno di una strategia chiara della fiera.

"Abbiamo investito tanto nel digitale - ha proseguito - e continueremo ad usarlo anche dopo la pandemia, ma come integrazione. Siamo consapevoli che seppur il digitale può colmare la distanza tra operatori, la fiera in presenza resta insostituibile perché non solo le fiere, ma il business, è fatto di rapporti diretti e di contatti umani. Lo dice il successo registrato da Wine2Asia, in presenza fisica, svoltosi a Shenzhen, in Cina. E, su questa linea, stiamo lavorando per un grande Vinitaly 2021, a Verona, e per tutti gli altri eventi che stiamo organizzando. Tutti i prodotti, ma il vino in particolare, ha bisogno di condivisione dal vivo".

Parole chiare nel confermare nessun passo indietro della fiera di Verona sui grandi investimenti nella "digital transformation", che hanno dato vita a strumenti fondamentali nell'emergenza, e che saranno utilissimi in futuro, ma, altrettanto esplicite nel lanciare un messaggio che è anche un sottinteso auspicio al ritorno, prima possibile, alla normalità.

"Il vino - ha invece evidenziato il dg **Giovanni Mantovani** - è un settore che ha dimostrato spesso di saper uscire dalle difficoltà e sapersi muovere in prospettiva. Se giochiamo insieme e usiamo bene gli strumenti che abbiamo, ce la faremo. Le aziende più piccole, che sono anche quelle con più preoccupazioni e timori, hanno bisogno di contare su una promozione forte, e come Veronafiere stiamo mettendo in campo un calendario di eventi a supporto di tutta la filiera. Arriveremo a Vinitaly 2021 con tante novità per aiutare le aziende". Il ruolo del sistema fieristico, però, deve fare i conti con un cambiamento del contesto nel quale si muove il business "Il mercato - ha continuato - aspetta un'accelerazione, guidata proprio dagli strumenti tecnologici. Bill Gates dice che si viaggerà il 50% in meno e si lavorerà per il 30% in più da casa. E allora, sarà decisivo, nei diversi mercati, scegliere gli hub giusti per crescere. I grandi eventi saranno ancora più importanti che in passato. Ci si muoverà per andare ad essi in funzione della loro capacità di essere attrattivi. Se ci si muoverà meno, si farà per appuntamenti importanti".

**S**e il 2020 soffre (molto) il 2021 non riderà (almeno per ora): il quadro del comparto vitivinicolo italiano che emerge dalle analisi e dai dibattiti del primo wine2wine interamente digitale marca una diffusa sofferenza soprattutto nelle aziende medio-piccole, segna il passo nell'export (anche se con perdite contenute) e sul mercato interno sposta una parte dei consumi in Gdo (e qualcosa sul digitale) per la drammatica chiusura dell'Horeca. Mentre per il domani non si vedono ricette nuove o atteggiamenti diversi della filiera (che continua a dividersi su analisi e proponenti per il futuro) e delle istituzioni (con cui non si riesce a stabilire un dialogo costruttivo da parte delle imprese) che, invece, sarebbero necessari nell'affrontare una crisi dove, a detta di molti, avremmo dovuto assistere ad accelerazioni di alcuni percorsi di cambiamento. Che però ad oggi, se escludiamo la rincorsa al digitale e un nuovo, importante, passo verso la sostenibilità, non si sono visti dall'orizzonte di wine2wine.

Sui mercati, la fase della cosiddetta ripartenza si allontana di qualche settimana per la nuova ondata pandemica, ma si avvicina la fine della crisi con gli annunciati vaccini, continuando a mancare una strategia di sistema-Paese verso l'export dove, al di là dei roboanti finanziamenti pubblici messi in campo dal "Patto per l'export" (che dovrebbe muovere risorse totali per quasi 2 miliardi di euro) più un nuovo piano per il rilancio annunciato per il 2021, non si riesce a capire quando e quante risorse arriveranno al vino né, soprattutto, come verranno spese. Il "Tavolo vino", che avremmo voluto essere un luogo di confronto tecnico e operativo tra le imprese del settore e chi nelle istituzioni è incaricato di "mettere a terra" strategie e azioni, ripreso dalla ministra Bellanova che si è impegnata a convocarlo a breve coinvolgendo il ministro Di Maio, sembra evolvere (o involvere) in un altro "tavolo politico" molto simile alla "cabina di regia" annunciata dalla stessa ministra diversi mesi fa. Luoghi di confronto importanti, certamente, ma molto "politici" che non sono in grado di incidere sul presente né sull'immediato futuro, dove invece è urgente e indispensabile mettere in campo azioni e strategie che ci permettano di far tornare a correre il nostro export dopo un anno in cui, stando alle previsioni annunciate a wine2wine, dovrebbe chiudere a -4,6% in valore sul 2019 (per 6,1 miliardi di euro).

### Uno sguardo al futuro propositivo

Strategie che devono essere in grado di incidere in un sistema distributivo globale dove la pandemia ha accelerato certi processi ma spargliando le carte. Con una Gdo in crescita in tutto il mondo (vedi le anticipazioni sull'ultimo numero del giornale), l'Horeca, in sofferenza, e l'on-line (in forte sviluppo) che vedono assottigliarsi margini e confini "di canale", sotto la spinta della necessità imperante per le aziende di accelerare verso una nuova multicanalità, che potrà registrare trasmissioni di etichette nate per l'Horeca verso gli scaffali dei supermercati (diversi buyer internazionali hanno invitato a vedere in maniera diversa la Gdo), e un on-line sempre più integrato con l'off line, sia sul fronte promozionale che strettamente commercial-distributivo.

Un settore che, comunque, grazie alla tenacia degli imprenditori si mostra nel complesso resiliente, capace di reggere i colpi di una crisi

molto difficile e che guarda al futuro con un atteggiamento propositivo, seppur preoccupato, in attesa di ripartire quanto prima. "Siamo ottimisti, nonostante tutto - ha dichiarato **Lamberto Frescobaldi**, vicepresidente vicario di UIV nell'incontro sui mercati svoltosi sabato 21 novembre - è stato un anno difficile, ma non fissiamoci solo sul Covid, perché le problematiche erano già tante, dalle sanzioni Usa alla chiusura della Cina verso alcuni mercati quali l'Australia. Ci sono dinamiche che vanno al di là della pandemia. In estate il rimbalzo è stato straordinario, come ad aprile non ce lo saremmo mai aspettato. Dobbiamo alzare l'asticella della qualità e del rapporto qualità/prezzo, ma ci sono enormi possibilità, da costruire insieme all'Ice e attraverso una comunicazione nuova. Gli Usa, a livello di consumi, hanno reagito in maniera esemplare. Dobbiamo ricordarci però di andare avanti sulla semplificazione e gli investimenti strutturali. La pandemia ha lanciato un messaggio chiaro: bisogna strutturarsi meglio come aziende e come Paese". Tra le righe, il vero indice di fiducia, non dichiarato, è nell'atteso vaccino dal quale si attende la fine dello stallo pandemico e il ritorno graduale a quella normalità dove, memore anche di quanto successo nell'estate come ha ricordato Frescobaldi, è riposta l'attesa per il vero rimbalzo della situazione economica complessiva, vino compreso.

### Sostenibilità in primo piano

Anche il vino, ormai, è nella mainstream dei due trend che guideranno il futuro dell'economia globale (come emerge anche da analisi di società e istituti internazionali di ricerca): la sostenibilità (di cui parliamo ampiamente in questo giornale, vedi da pag. 4) e l'utilizzo crescente del digitale in tutte quelle funzioni aziendali che lo consentono.

Il reiterato annuncio della ministra delle Politiche agricole, **Teresa Bellanova** - "nel 2021 faremo partire il sistema unitario di certificazione della sostenibilità, e in questa direzione orienteremo tutti gli strumenti di intervento a disposizione che verranno non solo dalla nuova Pac, ma anche dal Next generation EU" - è stato salutato con favore dal presidente dell'Unione Italiana Vini, **Ernesto Abbona**. "Nell'intervento a wine2wine, la ministra Bellanova ha messo in campo i principali nodi da sciogliere e su cui lavorare con estrema attenzione già nel breve termine. Abbiamo apprezzato la concretezza della ministra: serve un cambio di marcia, un nuovo deal per garantire al settore una veloce transizione fuori dalla crisi - ha detto, proseguendo sul tema specifico della sostenibilità -. In particolare, per noi è urgente rendere operativa quanto prima la norma nazionale sulla sostenibilità che garantisce l'avvio del sistema di certificazione. Saranno necessari mesi per adeguare le imprese alla nuova norma nazionale, che prevede specifiche modalità produttive e gestionali per il miglioramento della sostenibilità economica, ambientale e sociale che saranno sottoposte a monitoraggio: per questo non si può perdere altro tempo. Noi siamo pronti e auspichiamo che si possa arrivare alla conclusione dell'iter entro la fine del 2020; anche le nostre aziende lo chiedono".

### Focus sulla promozione

Sulla promozione, invece, una delle parole più ricorrenti (e auspicate) negli interventi registrati alla manifestazione, le risposte della politica

## UIV a WINE2WINE

Nuovi trend di prodotto e dati di scenario, sostenibilità, consumi e analisi di mercato. Sono stati tanti i temi affrontati da Unione Italiana Vini a wine2wine 2020. In particolare, quattro gli appuntamenti live targati UIV a cui dedicheremo dei focus di approfondimento nei prossimi numeri del nostro giornale. Iniziamo con il seminario "Vino e sostenibilità in cantina. Esperienze internazionali a confronto", nell'articolo a pagina 4, e proseguiremo nelle prossime settimane con il convegno di Agivi, "Diamo i numeri: giovani, vino e mercato dal lockdown ad oggi", l'appuntamento con il seminario "L'Italia alla prova del Rosé, tra nuove bollicine e mercati" e quello dedicato a "L'Osservatorio del Vino UIV: verso un innovativo sistema di condivisione dei dati".



Da sinistra, la ministra Teresa Bellanova, Lamberto Frescobaldi, vicepresidente vicario UIV, ed Ernesto Abbona, presidente UIV

sono state più indefinite. "Abbiamo sostenuto la necessità di uno specifico Tavolo-vino con il settore nell'ambito delle azioni mirate ad export e internazionalizzazione, e conto nei prossimi giorni di poterlo fissare insieme al

ministro Di Maio", ha dichiarato ancora la ministra Bellanova, riscuotendo il plauso del presidente di UIV, che è tornato a chiedere "l'aumento a 150 milioni di euro del budget annuo sull'Ocm Promozione e maggiore flessibilità della misura, ad esempio sulla possibilità di riprogrammare le azioni da un Paese a un altro per cause di forza maggiore, al fine di potenziare lo strumento che in questi anni è stato decisivo nel dare impulso al nostro export".

Ocm Promozione che le imprese (dato emerso dalla survey sui produttori, presentata a wine2wine dall'Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor, svolta su un panel di 165 aziende) vorrebbero poter utilizzare anche sul mercato interno. "Come Unione Italiana Vini - ha evidenziato

Ernesto Abbona nel talk inaugurale dedicato alla filiera - fin dall'inizio della crisi pandemica abbiamo svolto tutte le verifiche possibili con gli uffici di Bruxelles per allargare anche ai Paesi europei gli strumenti Ocm, ma la risposta è stata negativa. Ma - ha aggiunto - una buona notizia in tal senso potrà venire dal Recovery fund che prevede un plafond supplementare di circa 8 miliardi di euro in dotazione ai Piani di sviluppo rurale europei - di cui 1,2 dovrebbe arrivare per finanziare i Psr del nostro Paese - che consentirà il potenziamento delle azioni di promozione del nostro prodotto anche nel mercato nazionale, oltre che per gli investimenti green e digitali in cantina e la possibilità di finanziare le attività enoturistiche. L'enoturismo - ha sottolineato ancora il presidente di UIV - rappresenta un elemento strategico di sviluppo e gli imprenditori ne sono pienamente consapevoli come dimostra ancora l'indagine di wine2wine e la disponibilità di risorse per la promozione dell'enoturismo è certamente una buona notizia. Anche se qui occorrerà che le Regioni predispongano efficacemente i piani nel più breve tempo possibile, perché la vera sfida sarà riuscire a spendere questi fondi entro la fine del 2022".

**Riflettori puntati sul digital**

Ma è stato il digital la vera star di wine2wine, e non solo perché tutto è passato attraverso gli schermi, confermando quanto il 2020 sia stato vissuto da tutto il comparto vitivinicolo italiano come uno spartiacque, in cui in pochi mesi sono state spazzate via decenni di certezze. Ma, soprattutto, perché una gran parte di futuro, per i nostri imprenditori si giocherà lì. Wine club fondati sull'economia delle relazioni, pensati per condividere enopassioni e inviare ai soci prodotti ad personam, piattaforme proprietarie di e-commerce, potenziamento dei servizi di delivery, vendite multicanale. E tanta condivisione delle wine experience, rigorosamente online e segmentate per target diventeranno - altro dato emerso dalla survey sui produttori presentata a wine2wine - strategia complementare (se non primaria) per molte imprese.

Innovazione è la parola d'ordine, non tanto nella presenza sui social già attiva nella quasi totalità delle aziende, quanto nella necessità di attivare sempre più strumenti crossmediali, di intensificare il rapporto diretto, di prestare maggiori servizi all'utente e di profilare pubblici di consumer da affezionare negli anni. Nel campione

analizzato dall'indagine, le imprese che promuoveranno i wine club passeranno dall'11% al 57%, dal 16% all'84% quelle che organizzeranno degustazioni a distanza, professionali e non, dal 55% all'87% quelle che attiveranno un canale e-commerce per la vendita diretta. Una nuova, diffusa, consapevolezza verso strumenti rivelatisi efficaci per controbattere la crisi congiunturale, che si concretizzeranno nello sviluppo di vendite multicanale (74,1%), nella maggior diversificazione dell'export (74,1%), nella brand awareness, nella maggior condivisione con importatori e distributori, nell'accelerazione delle strategie di engagement sui social.

Strumenti che, tra l'altro, potranno essere decisivi nel migliorare le capacità competitive delle piccole medie imprese che hanno sofferto maggiormente in questa crisi. Tema, questo, su cui si è tornati a parlare in più di un incontro, evidenziando come la crisi pandemica abbia accentuato il problema italico della frammentazione aziendale quale elemento strutturale di debolezza del sistema, verso cui è necessario intervenire. Nell'incontro con la filiera è stato ancora il presidente Ernesto Abbona a richiamare la necessità "di strumenti politici e amministrativi che favoriscano le aggregazioni e le reti di imprese, ad iniziare dalla promozione, dove vanno privilegiati ancora di più progetti a carattere nazionale in grado di mettere in campo importanti masse critiche di prodotto attraverso il coinvolgimento di aziende dei diversi territori perché, si è visto, che le performance - anche in termini di risultati commerciali - di queste azioni sono molto più alte rispetto alle azioni di piccole e medie imprese che si muovono in maniera isolata sui mercati". Senza sovrapporre e confondere frammentazione imprenditoriale con la ricchezza e varietà produttiva, frutto della diversità dei territori e della biodiversità che rappresenta, invece, un patrimonio da difendere e valorizzare.



*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®**

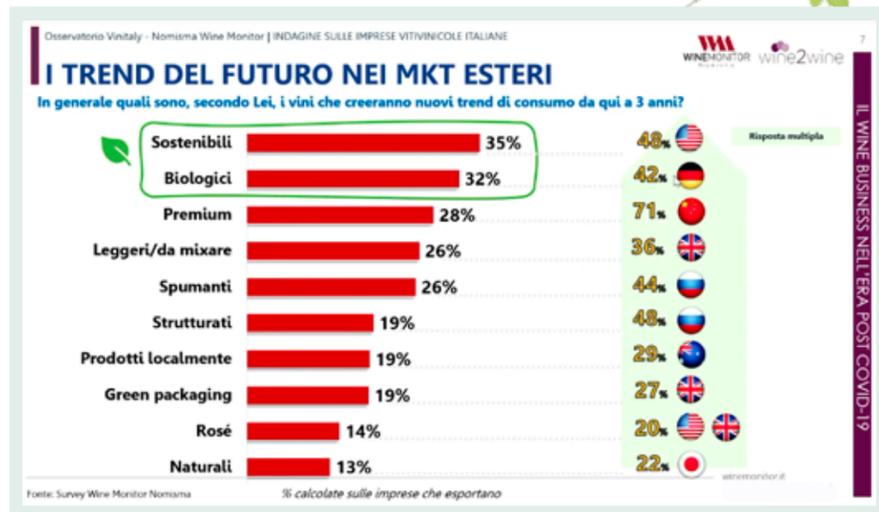
ENOLOGICAL WOOD EXPERIENCE

## ESPERIENZE A CONFRONTO NEL SEMINARIO ORGANIZZATO DA UNIONE ITALIANA VINI A WINE2WINE

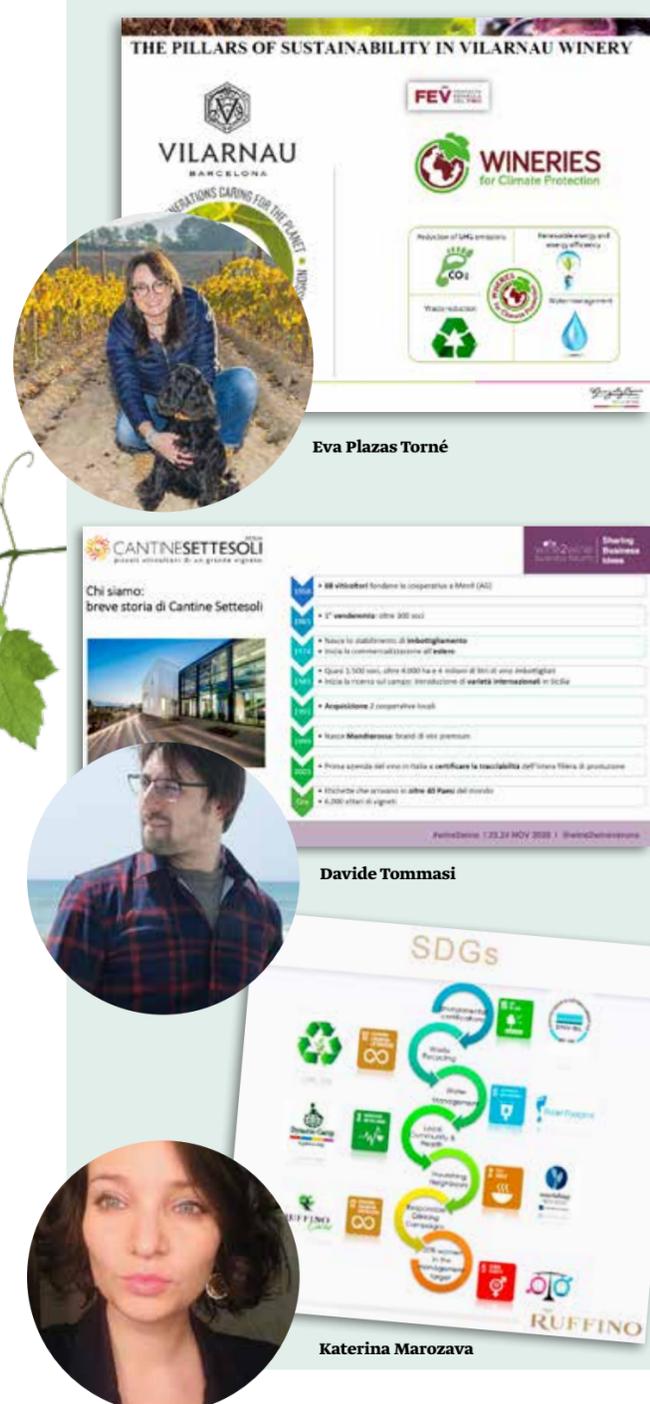
Che la sostenibilità debba essere posta al centro dei progetti di sviluppo, emerge ormai con forza sia dalle richieste dei mercati, che dai percorsi di un numero crescente di aziende. Insomma, tutti sono concordi nel prefigurare un incremento della domanda di vino sostenibile

# Vino e sostenibilità: il futuro in un binomio

di MAURIZIO TAGLIONI



**FIGURA 1** - Qui a fianco una delle infografiche presentate al convegno inaugurale di wine2wine, che mette in evidenza come sui mercati la sostenibilità rappresenterà sempre di più un fattore di scelta determinante



➔ Segue dalla prima pagina

La sostenibilità è stata menzionata in quasi tutti gli incontri in calendario alla recente wine2wine Exhibition organizzata da Veronafiere, e ha rappresentato l'argomento principale in diversi seminari organizzati per l'occasione, tra cui quello curato da Unione Italiana Vini dal titolo "Vino e sostenibilità in cantina. Esperienze internazionali a confronto". Durante il seminario, moderato da **Valentina Ellero**, coordinatrice dell'area Consulenza e Formazione di Unione Italiana Vini Servizi, è stato innanzitutto chiarito il significato del termine "sostenibilità" secondo la definizione ufficiale definita nel 1992 dalla prima Conferenza ONU sull'ambiente, ossia: "Un modello di sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri". "Tale modello - ha spiegato Valentina Ellero - associa ai tradizionali indicatori economici di misurazione delle performance di un Paese, ente o impresa, nuovi indicatori appartenenti ad altrettante dimensioni, dette 'pilastri', quali la solidarietà sociale (società), l'efficacia economica (economia) e la responsabilità ecologica (ambiente), che marcano uniti e hanno la stessa importanza". Riferimento strategico in tema di sostenibilità è l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, sottoscritta



Valentina Ellero

nel 2015 da 193 Paesi, che, come ha precisato Ellero "definisce la strategia globale di crescita industriale per lo sviluppo sostenibile, che prevede un approccio integrato per affrontare le sfide economiche, sociali, ambientali e istituzionali e per realizzare la transizione verso un modello sostenibile di sviluppo. Essa contiene 17 obiettivi (Sustainable Development Goals) articolati in 169 Target e 240 Indicatori da raggiungere entro il 2030".

"Anche in Italia - ha rilevato Valentina Ellero - negli ultimi anni il tema dello sviluppo sostenibile ha acquisito un ruolo fondamentale, tanto più nel settore vitivinicolo dove già da tempo esistono norme volontarie per la certificazione delle aziende e dei prodotti". Il 16 luglio 2020, infatti, 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, quindi, in modalità produttive e gestionali sottoposte a monitoraggio.

### Un patto tra generazioni...

Il primo contributo al seminario è stato portato da **Eva Plazas Torné**, enologa e quality manager Caves Vilarnau, di Sant Sadurn d'Anoia (Barcelona - Spagna) che ha illustrato gli obiettivi aziendali e

le esperienze sino ad ora maturate. L'approccio delle Caves Vilarnau alla sostenibilità si basa sul rispetto del vigneto, della natura che lo circonda e dell'ambiente come filosofia fondante, attraverso lo slogan "il miglior Cava possibile con il minimo impatto". Una responsabilità che vale per oggi e per il futuro come patto tra generazioni, e che trae spunto proprio dalla definizione di sostenibilità delle Nazioni Unite, tradotta in azienda con il motto "5 + 5", ossia: l'impegno profuso nel rispettare il vigneto e il pianeta dalle passate cinque generazioni della famiglia González (che hanno guidato l'azienda fino al XXI secolo), sarà rinnovato e onorato anche dalle cinque generazioni a venire. "Abbiamo ottenuto la certificazione Bio nel 2016 - ha esordito Plazas Torné - e continuato nella direzione del rispetto dell'ambiente. Il più importante traguardo in termini di sostenibilità lo abbiamo appena raggiunto ottenendo la certificazione Wineries for Climate Protection (WfCP): il sistema di certificazione sviluppato dalla Fev per dimostrare il duro lavoro che le aziende vinicole spagnole stanno svolgendo nella protezione dell'ambiente e nell'attuazione dello sviluppo sostenibile attraverso una verifica indipendente di terze parti. Tale certificazione mira al miglioramento continuo in quattro aree di azione: riduzione delle emissioni di CO2, efficientamento dell'energia, riduzione del consumo di acqua e degli scarti di produzione".

Eva Plazas Torné ha poi illustrato gli importanti risultati ottenuti, quali l'azzeramento dei consumi aziendali di gasolio

grazie all'adozione di una caldaia a biomassa, l'introduzione di un sistema di monitoraggio dell'energia che ha permesso di adottare le giuste misure per correggere gli eccessi di consumo, la riduzione dei consumi di acqua e di emissioni di CO2, il miglioramento del packaging in termini di peso e di composizione di capsule ed etichette e la riduzione dei rifiuti indifferenziati, soprattutto grazie alla continua formazione e sensibilizzazione del personale in questo senso.

### ...e per il territorio e la Terra

L'intervento successivo ha riguardato il legame storico, culturale e sociale delle realtà cooperative con le comunità locali, ed enfatizzato il loro impegno a salvaguardia del territorio. "Economicamente le Cantine Settesoli - ha spiegato **Davide Tommasi**, Group quality assurance & integrated management system manager Cantine Settesoli - contribuiscono, attraverso il lavoro, al sostenimento economico di circa il 70% delle 5.000 famiglie del territorio. Inoltre, il 100% delle uve e del vino acquistati sono di provenienza locale. Anche dal punto di vista sociale le Cantine sono impegnate nello sviluppo del territorio come destinazione turistica e in particolare nel sostegno di attività culturali attraverso il progetto 'Settesoli sostiene Selinunte' che contribuisce al miglioramento, alla manutenzione e allo sviluppo turistico dell'area archeologica più grande d'Europa".

Quindi Tommasi è passato a spiegare le azioni intraprese a livello collettivo sotto il profilo ambientale, quali la sottoscri-

zione e il rispetto degli impegni da parte di tutti i soci a favore del mantenimento delle zone naturali e della biodiversità del territorio. Quindi le pratiche adottate per l'efficientamento energetico, l'eco-compatibilità dei materiali utilizzati nei vigneti e il miglioramento della salubrità dei prodotti. "Le nostre sfide per il futuro - ha concluso Tommasi - riguardano l'adesione al marchio nazionale di sostenibilità e la redazione del Bilancio di sostenibilità".

### Da praticare, documentare e sottoscrivere attraverso il Bilancio di sostenibilità

Ed è stato proprio il Bilancio di sostenibilità l'argomento che ha caratterizzato l'ultimo intervento. Attraverso tale documento si richiede a un ente, un'impresa o un'associazione, di comunicare periodicamente gli esiti della sua attività, non limitandosi ai soli aspetti finanziari e contabili ma considerando tutte le implicazioni d'impatto sul territorio, sull'ambiente e sulla società. L'Ordinamento dell'Unione europea, nel capitolo relativo alla Responsabilità sociale delle imprese, definisce il Bilancio di sostenibilità come: "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". Ad oggi non vi è ancora un riferimento normativo che specifichi le procedure per redigere un Bilancio di sostenibilità e/o la documentazione obbligatoria da allegare. Tuttavia, numerose aziende medio-grandi hanno iniziato a redigere il proprio Bilancio. "Il metodo adottato da Ruffino - ha spiegato **Katerina Ma-**

**roza**, Ehs & sustainability Manager Ruffino - è consistito nell'integrazione dei Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite all'interno dei nostri programmi strategici. A questo è seguita la creazione di quello che noi chiamiamo 'Sustainability report', dove sono elencati i nostri obiettivi legati ciascuno ad uno dei Goals dell'Agenda 2030, le azioni intraprese per soddisfarli e il consuntivo dei risultati raggiunti".

Importanti traguardi raggiunti da Ruffino sono stati le certificazioni Bio e Biodiversity friend, la certificazione ambientale ISO 14001, e il miglioramento della Water footprint. "Un altro importante aspetto che abbiamo curato - ha continuato Marozava - riguarda i Goals 2 e 3 dell'Agenda, attraverso iniziative che noi chiamiamo di 'Giving back', quali il sostegno ad associazioni che si occupano di assistenza ai bambini malati, come Dynamo Camp e Miadi, e il supporto a iniziative internazionali contro fame e malnutrizione".

Nel ringraziare i relatori, la moderatrice Valentina Ellero ha espresso l'auspicio che le esperienze illustrate dalle aziende partecipanti al seminario possano costituire una traccia da seguire e fare da traino a tutte le aziende vitivinicole italiane, affinché contribuiscano al miglioramento degli indicatori dell'Agenda 2030. "Inoltre - ha concluso Ellero - speriamo che i decreti di attuazione del sistema di certificazione nazionale per la sostenibilità vitivinicola arrivino presto, per cominciare ad aiutare tutte le aziende. Noi come UIV siamo già pronti e a disposizione".

# Zenith EVO

Applicazione di capsuloni per spumanti con doppio centraggio:  
orientamento della bottiglia (marchio in rilievo su vetro, serigrafia, sleeve e giunzione stampo)  
e del capsulone, entrambi con telecamere gestite da sistema di visione SNIPER



## THE STATE OF THE ART

### Zenith EVO

- Basamento interamente in acciaio inox AISI 304 con pannelli di intervento in policarbonato trasparente e illuminazione interna comandata da apertura porte
- Sistema di visione e centraggio bottiglia e capsula su piattaforma SNIPER
- Periferiche di visione: telecamere e fibre ottiche
- Assi elettronici - motorizzazione brushless
- 2 pannelli di controllo HMI touch screen ad alte prestazioni su braccio mobile
- Cambi formato automatizzati e tool-free, settaggi memorizzati e richiamabili con le ricette degli abbinamenti capsula/bottiglia
- Protezioni in acciaio inox AISI 304 con finitura superficiale a specchio e porte in vetro temperato a tutta altezza



Basata sulla più avanzata componentistica elettronica e digitale, la piattaforma **SNIPER** sviluppata da **R&G** riunisce i sistemi di visione per le rilevazioni e letture necessarie a orientamenti e allineamenti. Il sistema è caratterizzato da grande facilità e flessibilità di gestione per la creazione e la manutenzione delle ricette di lavoro ed è predisposto all'impiego di tutte le periferiche di rilevazione e lettura necessarie alle funzioni richieste.



# sostenibilità

## DALLA TEORIA ALLA PRATICA



di CLEMENTINA PALESE

**L**a sostenibilità nella sua accezione più completa - ambientale, etico-sociale ed economica - sta oggi al vino come ieri la qualità: è un prerequisito su numerosi e importanti mercati. L'Italia, quanto a protocolli di sostenibilità, è stata feconda e addirittura avanti rispetto ad altri Paesi e finalmente questa estate nell'ambito del cosiddetto Decreto Rilancio (Legge n.77 del 17 luglio 2020) è stato istituito il "Sistema di certificazione della sostenibilità della filiera vitivinicola". Un sistema a cui stanno lavorando tecnici esperti - ad iniziare da Unione Italiana Vini - e gli attori di alcuni dei sistemi di certificazione esistenti (Viva, Equalitas e Sqnpi). Una situazione in divenire, in cui Equalitas sta riflettendo sulle tematiche della sostenibilità meno "frequentate", quali la comunicazione dell'essere sostenibili" e il raccordo con il mondo del lavoro.

"Il progetto Equalitas e il relativo Standard - spiega **Riccardo Ricci Curbastro**, presidente di Equalitas e di Federdoc - si rivolgono alla filiera del vino inserendosi nelle dinamiche produttive, prevedendo adozione dei requisiti e certificazione da parte di tutti i tipi di attori, siano essi agricoltori, trasformatori, imbottigliatori o che raccolgano tutte queste identità in una che rappresenta un territorio grazie ai Consorzi di tutela. La norma prevede infatti la certificazione di tre dimensioni produttive: l'impresa (standard di Organizzazione), il prodotto finito (standard di Prodotto), il territorio (standard di Territorio). A tre anni dalle prime certificazioni Equalitas comincia a diffondersi tra gli addetti ai lavori la percezione di cosa significhi in termini pratici fare sostenibilità. Il Bilancio di sostenibilità, sintesi periodica dell'impegno organizzativo delle imprese e parte integrante del sistema di certificazione Equalitas, rappresenta un importante strumento di comunicazione verso il mercato e i portatori di interesse in generale. Nel redigerlo occorre comprendere quale sia il giusto compromesso tra informazione tecnica e esigenza di comunicazione per dimostrare oggettivamente che 'sostenibilità' non è soltanto una parola di moda, ma un impegno concreto. La nuova sfida è quella di comunicare in maniera efficace tale impegno catturando le sensibilità ambientali,

etiche e sociali ed economiche dei consumatori".

### Percorsi di sostenibilità

La risposta dei produttori a Equalitas è stata piuttosto lenta e ora sembra accelerare con l'adesione di un numero crescente di aziende. Un'inerzia dovuta forse proprio al fatto che il bacino potenziale della certificazione Equalitas è quello delle realtà che da tempo hanno intrapreso un percorso di sostenibilità aderendo a protocolli differenti.

È il caso della Arnaldo Caprai, portabandiera del Sagrantino di Montefalco, che dal 2008 aderisce a "Montefalco 2015: the New Green Revolution", primo protocollo italiano di sostenibilità vitivinicola e certificato a livello territoriale, a cui hanno partecipato sette cantine della denominazione, tuttora in uso. "Ci siamo certificati Equalitas nel 2019 - racconta **Mattia dell'Orto**, responsabile ricerca e sviluppo di Caprai - standard che ricalca l'approccio che avevamo, tanto che abbiamo un accordo per mantenere in etichetta anche il marchio New Green Revolution. Per Caprai è sempre stato molto importante coinvolgere il Consorzio in un percorso di sostenibilità: come è stato per la New Green Revolution, vorremmo che Equalitas diventasse il protocollo diffuso tra le aziende della denominazione".

Anche per Barone Ricasoli, fondata nel 1141, la ricerca di sostenibilità non è nuova. "La nostra adesione al protocollo di sostenibilità - illustra il presidente **Francesco Ricasoli**, 32ª generazione della storica azienda - è il risultato finale di un percorso fatto in autonomia. Diciamo che l'essere sostenibili è per noi un modus vivendi incrementato nell'ultimo decennio. Un lungo percorso di maturazione nel quale la sostenibilità è la soluzione più logica per ottenere una certificazione vera e propria con un peso sui mercati esteri, anche se deve ancora crescere come importanza e conoscenza da parte degli operatori. Oggi la vera difficoltà è comunicare cosa vuol dire essere sostenibili e far comprendere che si va molto al di là delle consuete 'pratiche organiche' e che ciò significa avere un approccio dinamico di miglioramento costante e continuo. Questa è la parte più interessante che richiede impegno e lavoro e investimenti. Lo stesso Bilancio di sostenibilità è uno strumento importante, ma è difficile farlo

**In attesa che il Mipaaf emani l'atteso Standard unico di sostenibilità per la filiera vitivinicola, facciamo il punto sul valore oggi della certificazione in questo ambito con Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Equalitas, e alcune aziende che da tempo hanno intrapreso questo percorso. Il valore sui mercati esteri, la comunicazione e il Bilancio di sostenibilità, gli aspetti etico-sociali**



MATTIA DELL'ORTO



FRANCESCO RICASOLI



VITTORIO MOSCOGIURI



arrivare oltre i più vicini stakeholder fino al consumatore"

Stesso paradigma anche in una realtà cooperativa, come la Cantina Produttori di Manduria. "Sul nostro territorio siamo stati sempre precursori - sottolinea **Vittorio Mosconi**, direttore generale -. Abbiamo certificato l'azienda con diversi protocolli fin dagli anni 90. Nel 2018 siamo stati tra le prime otto aziende certificate e dal 2019 oltre all'azienda abbiamo iniziato a certificare i nostri due vini più importanti, che andranno in bottiglia probabilmente nel 2023, grazie alla disponibilità a cimentarsi di alcuni soci. Questo ci ha permesso non solo di fregiarci del bollino, che è solo uno degli aspetti positivi, ma anche di avere il controllo all'interno della filiera, operazione più semplice di quello che pensavamo, grazie al 'tracciamento' che facciamo per la sostenibilità. Quindi abbiamo intensificato l'attenzione sull'aspetto ambientale, che avevamo già con la ISO 14001, e considerato l'aspetto economico, eliminando gli sprechi di risorse".

### Il valore della certificazione sui mercati esteri

Non è di secondo piano, comunque, il riconoscimento della certificazione Equalitas, uno standard tutto italiano, ritenuta un "benchmark" dei principali progetti di sostenibilità internazionali, svolto per conto dei cinque monopoli nordici (Svezia, Finlandia, Norvegia, Islanda, Far Oer) e della catena elvetica Denner, che ha confermato che i requisiti inclusi nello standard e la gestione dei programmi di integrità valgono a Equalitas un posto di rilievo in una sorta di classifica degli standard a livello globale. "Per Equalitas è stato fondamentale ottenere 'riconoscimenti' da parte di acquirenti o potenziali tali - spiega Ricci Curbastro -. È molto raro che i retailer/ buyer riconoscano la validità di protocolli elaborati da 'terzi' e quindi ci siamo posti non come 'competitor' rispetto ai buyer che hanno a cuore la sostenibilità, ma come partner. Tra i vantaggi più concreti già ottenuti, specie presso i monopoli del Nord Europa, vi sono i tender riservati a vini provenienti da aziende certificate Equalitas, così come la maggiore visibilità, su scaffali dedicati, per i vini classificati come sostenibili. Ma un altro enorme vantaggio è quello di evitare le



RICCARDO RICCI CURBASTRO

duplicazioni, ossia la necessità di sostenere più audit a fronte di più standard. E proprio in quest'ottica Equalitas sta portando avanti progetti di mutuo riconoscimento con Amfori-BSCI e con BRC-GS".

"Siamo convinti - conferma Dell'Orto - che soprattutto prodotti di fascia alta non possano prescindere da una riconoscibilità conferita da una certificazione non solo ambientale, ma anche sociale. Abbiamo sempre perseguito la completa tracciabilità e trasparenza delle operazioni in campo, anche per chi fa una giornata all'anno o partecipa solo ad alcune attività. E oggi questa attenzione è richiesta soprattutto da alcuni monopoli del Nord Europa, del Canada, ma anche negli Usa sono molto attenti all'etica sociale del lavoro. Nonostante siano 15 anni che siamo impegnati su questa strada, facciamo fatica a capire quale sia il reale impatto della certificazione sul prezzo del vino, ma oggi un brand di riferimento non può non essere certificato. E comunque notiamo che la percezione del nostro marchio anche per l'attenzione alla sostenibilità è cresciuta molto. Ce lo ha confermato una ricerca su questo specifico tema svolta l'anno scorso in collaborazione con l'Università di Siena. D'altra parte l'impatto positivo di uno standard di sostenibilità passa anche dalla sua diffusione. Se, per esempio, il Consorzio Sagrantino di Montefalco, come stanno facendo altre realtà consortili, si certificasse sicuramente l'impatto sarebbe maggiore, l'interesse delle aziende crescerebbe come l'economia generata".

### Aspetti etico-sociali

Le tematiche sociali del lavoro, con particolare riferimento all'organizzazione, alla motivazione e alla partecipazione dei dipendenti, all'etica di impresa, alla produttività e al welfare rivestono un ruolo chiave nell'approccio alla sostenibilità che si sta affermando a livello internazionale, in

## L'impegno di Unione Italiana Vini per la sostenibilità

L'inerzia che per decenni ha caratterizzato il settore agricolo nei confronti delle innovazioni è ormai un ricordo del passato. Sempre più aziende del settore, infatti, intraprendono percorsi virtuosi di sostenibilità, e i risultati ottenuti evidenziano come questa sia la strada da seguire anche da parte della filiera vitivinicola per competere sui mercati. La norma Equalitas, come altre norme sotto riportate, risponde a una serie di esigenze non più prorogabili del settore vino. Innanzitutto, quella di dotarsi di uno schema condiviso, oggettivo e certificabile da un ente terzo; quindi operare secondo una norma volontaria che ha profondi benefici in termini interni, come il miglioramento delle performance in base all'autovalutazione dei propri sistemi produttivi, ed esterni, nel rapporto con i consumatori.

Unione Italiana Vini, attraverso la sua unità operativa Consulenza e Formazione, è a disposizione delle aziende del settore per strutturare sistemi organizzativi tali da soddisfare i principali standard inerenti alla sostenibilità. In tale senso sono da tempo attivi servizi di consulenza e formazione personalizzata, con l'obiettivo di realizzare sistemi coerenti con le principali norme volontarie quali: Equalitas-Vino Sostenibile, SA 8000 (Responsabilità sociale d'impresa), ISO 45001 (Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro), ISO 14067 (Carbon Footprint), ISO 14046 (Water Footprint), ed efficientamento energetico secondo la norma ISO 50001.

L'unità di Consulenza e Formazione svolge, inoltre, attività di consulenza operativa alle aziende su tutte le tematiche collegate alla sostenibilità in vigneto e in cantina, coerentemente con i requisiti previsti dalla definenda Norma nazionale per la sostenibilità del vino, e con gli indicatori dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Info: Unione Italiana Vini Servizi - Consulenza & Formazione; email: [e.cavagna@uiv.it](mailto:e.cavagna@uiv.it) - [v.ellero@uiv.it](mailto:v.ellero@uiv.it) - [e.marogna@uiv.it](mailto:e.marogna@uiv.it)



lavoro 'grigio', per esempio dei familiari, di cui non si conosce la consistenza. Anni fa abbiamo anche tentato di creare una rete di impresa che gestisse il personale per le operazioni più importanti, come potatura e vendemmia, una sorta di gruppo di lavoro ben formato che potesse 'girare' nelle aziende, senza successo per difficoltà ad avere una chiara gestione del lavoro. Riscontriamo problemi nel reperimento di personale qualificato da quando sono stati sospesi i corsi biennali ITS (Istituto Tecnico Superiore, scuola dopo le superiori, attivati dalle Regioni, per soddisfare la domanda di lavoro, ndr) per il nostro settore, che avevamo contribuito ad attivare. Speriamo di riuscire a far ripartire la formazione quest'anno, anche perché in Umbria in agricoltura solo le aziende vitivinicole hanno la potenzialità di assumere personale".

Per inciso, la formazione e le relazioni con il territorio e la comunità locale sono incluse tra le buone pratiche sociali previste dallo standard Equalitas.

La filiera si aspetta che il Mi-paaf mantenga le promesse ed emani al più presto lo Standard unico, che proporrà requisiti "di base" per promuovere la certificazione del maggior numero possibile di interpreti della filiera. "Nello Standard unico - conclude Ricci Curbastro - vi sarà tanto di Equalitas, ma non tutto. Ci aspettiamo un innalzamento dell'atteggiamento virtuoso degli agricoltori, ma anche un 'riconoscimento', peraltro promesso, del fatto che chi si certifica a fronte dello standard Equalitas vada oltre, recependo la 'linea guida' governativa, ma adeguando l'altezza dell'asticella a quanto già oggi richiesto dai più esigenti player internazionali".

particolare per prodotti al consumo quali il vino.

"La concezione che la sostenibilità sia da porre in relazione solo al prodotto o all'ambiente è superata - conferma Ricci Curbastro -. Per questo Equalitas sta cercando di contribuire a materializzare lungo la filiera del vino e fino al consumatore le migliori pratiche etiche ed economiche del lavoro, anche attraverso un confronto continuo con i più autorevoli player nazionali e internazionali in materia, a partire dal Ministero delle Politiche agricole e forestali e dal Ministero del Lavoro e delle politiche sociali. La volontà è quella di avviare un tavolo permanente sul tema Vino-Lavoro che funga da osservatorio attivo su temi fondamentali, quali ad esempio il welfare e il cosiddetto giving back (letteralmente 'restituzione'). Equalitas opera da anni per incoraggiare l'adozione di una cultura aziendale moderna e sostenibile da parte delle cantine italiane e dei mercati mondiali e, allo stesso tempo, promuovere la

diffusione di buone pratiche insieme allo sviluppo di idee e innovazioni, anche sul tema del lavoro. Alla base di tutto c'è la visione di un'impresa che non si accontenta di mostrarsi in regola con le leggi sul lavoro lungo tutta la propria filiera produttiva, ma vuole dimostrare a tutti, ed in primis al proprio consumatore, grazie allo strumento del marchio collettivo certificato, come si possa coniugare crescita delle produttività e al contempo della qualità del lavoro in senso lato. Per usare una metafora, grazie al consumo di questa bottiglia ideale di vino che vogliamo realizzare si potrà contribuire a una società sempre migliore".

### Dalla teoria alla pratica

Dalla teoria alla pratica, le aziende interpellate non sembrano aver incontrato difficoltà di sorta per mettersi in linea con i parametri richiesti dallo standard Equalitas per la sostenibilità etico-sociale. "Per Barone Ricasoli soddisfare i parametri della sostenibilità sociale

è stata forse la cosa più facile - afferma il presidente della storica azienda di Gaiole in Chianti -. Non siamo solo un'azienda storica, ma anche immersa in un contesto sociale molto piccolo, per cui ci sono dipendenti che non solo passano la vita lavorativa presso di noi, ma la cui famiglia di generazione in generazione ha lavorato qui. Nel territorio anche sui temi sociali abbiamo fatto tendenza essendo piuttosto innovativi per quanto riguarda il trattamento dei dipendenti. Se chi lavora è contento ne beneficia tutta l'azienda! Siamo stati, per esempio, i primi nel comparto agricolo di Siena a estendere il servizio di mensa aziendale anche ai lavoratori agricoli. Assumiamo i lavoratori stagionali necessari in agricoltura nei picchi di lavoro secondo i contratti in vigore".

"Per la certificazione di sostenibilità aziendale non abbiamo avuto problemi - conferma il dg della Cantina Produttori di Manduria -. Avevamo già un modus operandi allineato con

le normative, quindi l'azienda era pronta, ma ci siamo spinti oltre nel considerare i rapporti con i dipendenti, i clienti e i fornitori. Abbiamo rimodulato tutti i contratti per dare loro maggior gratificazione e aumentato la presenza di figure femminili nei punti nevralgici, visto che erano poche essendo in una Cantina sociale il lavoro abitualmente "al maschile". Abbiamo riscontrato difficoltà quando abbiamo intrapreso la certificazione di prodotto in cui il soggetto che agisce è il socio. Socio che fa fatica a pensare che anche il figlio o il padre, insomma i parenti, debbano essere inquadrati come noi abbiamo imposto. D'altra parte la superficie media a vigneto dei nostri soci è di circa 2,5 ettari: si tratta di piccoli artigiani che fanno tutto da sé. Nei picchi di lavoro viene impiegata manodopera locale, per questo nel nostro territorio, la provincia di Taranto, non abbiamo lavoratori extracomunitari. Se nelle microaziende dei nostri soci è tutta la famiglia a far fronte al lavoro,

nelle aziende medie e grandi la meccanizzazione è molto spinta. Aderendo a Equalitas pensavo avrei dovuto combattere con i colleghi e i collaboratori perché tutti i processi devono essere strettamente controllati. Temevo si creassero frizioni e invece ho scoperto con molto piacere che i collaboratori hanno intensificato i controlli e che si è creato un ambiente più collaborativo".

"Siamo da sempre attenti alla tracciabilità e trasparenza delle operazioni in campo anche per chi fa una giornata all'anno o partecipa solo ad alcune attività - sottolinea Mattia dell'Orto - e da alcuni anni collaboriamo con organizzazioni che sul territorio si occupano di guidare degli extracomunitari nell' inserimento al lavoro ed è un percorso di cui andiamo fieri. Il contratto per gli avventizi in agricoltura è molto elastico e permette di fare anche chiamate a giornata, tuttavia non mi sento di dire che il problema non esista in assoluto, perché in alcune piccole aziende c'è del

# VINPLAST®

**INTERFALDE IN PLASTICA PER LO STOCCAGGIO DEL VINO IMBOTTIGLIATO**

VINPLAST® è un'interfalda in materiale plastico con **specifiche sagome** adatte al **perfetto alloggiamento orizzontale delle bottiglie**.  
VINPLAST® è disponibile in **12 diverse tipologie di stampi** (dalla bottiglia bordolese alla champagnotta).

MASSIMA LEGGEREZZA

MASSIMO SFRUTTAMENTO DELLO SPAZIO SIA IN ALTEZZA CHE A TERRA

MASSIMA PROTEZIONE DALLA LUCE E DAI DANNI DA SFREGAMENTO

MASSIMA DURATA SENZA MANUTENZIONE

NESSUN TIPO DI CONTAMINAZIONE (TCA)

100% RICICLABILE

MASSIMO IMPATTO VISIVO

MASSIMO RISPARMIO RISPETTO AI METODI TRADIZIONALI DI STOCCAGGIO

**VINPLAST® è un prodotto:**

Via Revello, 38 - 12037 Saluzzo (CN) - Tel. 0175 217560 - [info@cmp-plast.it](mailto:info@cmp-plast.it)  
[www.cmp-plast.it](http://www.cmp-plast.it) - [www.vipall.it](http://www.vipall.it) - [www.vinplast.it](http://www.vinplast.it) - [www.vinplast.eu](http://www.vinplast.eu)

...IN VINPLAST® VERITAS.

INTERVISTA CON  
**VERONIKA CRECELIUS,**  
CORRISPONDENTE IN ITALIA  
PER LA WEINWIRTSCHAFT

# LA SOLIDITÀ TEDESCA ALLA PROVA DEL COVID



“**I**l mercato del vino in Germania è un mercato non solo molto competitivo ma anche molto stabile. Può sembrare statico e piuttosto piatto, ma di questi tempi lo definirei rassicurante. Dei primi quattro più importanti mercati per l'Italia per quanto riguarda l'esportazione di vino, la Germania è quello che ha resistito meglio nel primo, travagliato semestre 2020”. Così descrive la Germania del vino **Veronika Crecelius**, corrispondente in Italia per la “Weinwirtschaft, il più autorevole magazine per il mercato tedesco del vino.

**Veronika, prima di addentrarci nel contesto odierno, una panoramica del mercato tedesco.**

Il consumo medio pro capite in Germania da vent'anni circa oscilla tra i 20 e 21 litri di vino fermo, quantità alla quale vanno aggiunti 3-4 litri di spumante e frizzante, anche se il consumo di bollicine sta regredendo: secondo gli ultimi dati del Deutsches Weininstitut, nel 2019 il consumo medio è stato pari a 3,3 litri, mentre nella campagna 2014/15 erano ancora 3,7. Parliamo complessivamente di un mercato il cui fabbisogno si aggira attorno ai 20 milioni di ettolitri. La Germania ne produce 9 milioni circa da dieci

*Il mercato regge, anche se la pandemia sta cambiando gli stili e le modalità di consumo. Le cicatrici resteranno, specialmente sul fronte distributivo, ma potrebbero - se ben interpretate - trasformarsi in opportunità*

anni (per due terzi vini bianchi) e di questi ne esporta solo un milione, in particolare negli Usa, poi Nordeuropa ma anche Giappone e Cina che stanno diventando mercati importanti. Le importazioni negli ultimi 5 anni oscillano intorno ai 15 milioni di ettolitri, ma di questi 3 vengono riesportati.

**La Germania è anche un grande Paese produttore.**

Sì, la superficie vitata nel 2019 ha raggiunto i 100.500 ettari e risulta coperta per il 25% circa da Riesling, seguito da Pinot Nero, Müller Thurgau, Pinot Grigio e Dornfelder. La quota di mercato

PURE-LEES™

## LONGEVITY

Pure anticipation

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

In collaborazione con



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



LIEVITI  
ENOLOGICI



BATTERI  
ENOLOGICI



NUTRIENTI  
E PROTETTORI



LIEVITI  
INATTIVI SPECIFICI



ENZIMI



CHITOSANO



SOLUZIONI  
PER IL VIGNETO

**LALLEMAND**

LALLEMAND OENOLOGY

Original by culture



**Ragioni di consumo di vino durante le restrizioni**

■ invariato o meno  
■ aumento dei consumi



Fonte: Indagine Geisenheim, maggio 2020



per i vini nazionali ha raggiunto recentemente il 45%, l'Italia al secondo posto rappresenta il 16%, la Francia il 12% e la Spagna il 9%. Per quanto riguarda i canali di acquisto 2019, secondo le statistiche del Deutsches Weininstitut, il 79% del vino è stato venduto nella Gdo (inclusi i Discount) dove il prezzo medio è stato di 3,12 euro/litro (3,31 per i vini tedeschi). I vini nazionali comprati direttamente in cantina o nelle enoteche hanno raggiunto il prezzo medio di 6,89 euro/litro. Va detto che le statistiche pubblicate sono state sempre molto dibattute nel settore e criticate soprattutto dai ricercatori dell'Università di Geisenheim, i cui studi indicano prezzi medi più alti. Esiste tra l'altro un gap in quasi tutte le statistiche che non considerano le vendite nel canale tradizionale in mancanza di sondaggi rappresentativi. In ogni caso, considerando tutti i canali di vendita, si stima che il prezzo medio complessivo sia di 5 euro per bottiglia.

**Veniamo all'attualità: quali provvedimenti di restrizione sociale dovuti alla pandemia hanno influito di più sul mercato del vino in Germania?**

La chiusura dei ristoranti, bar ecc. ha cambiato le modalità di consumo del vino, ma non ha diminuito la quantità, anzi. A casa si è bevuto di più e probabilmente anche meglio come confermano i dati Nielsen relativi al primo semestre 2020. Il fatturato riconducibile alla Gdo è cresciuto, più in valore che in volume. L'unico canale in perdita sono stati i discount che hanno avuto una contrazione del 6,2%. Purtroppo non abbiamo i dati rappresentativi per le enoteche.

**Quali canali hanno sofferto di più e quali hanno invece mantenuto o addirittura sono cresciuti?**

I grossisti specializzati fornitori del canale Horeca hanno sofferto e continuano a soffrire. Lo stesso dicasi per i produttori orientati principalmente alla gastronomia. Il consumo fuori casa si era ripreso leggermente nei mesi estivi, ma la situazione degli alberghi è rimasta pesante e tanti eventi sono stati annullati con un effetto disastroso per il settore del catering. Con il nuovo lockdown tedesco di novembre le cifre recuperate dalla ristorazione/bar crolleranno di nuovo. Speriamo che gli aiuti promessi del governo non arrivino troppo tardi.

Per la Gdo sono stati mesi di crescita costante, confermata anche a settembre sebbene meno accentuata che nei mesi da marzo a giugno. Secondo IRI nella Gdo, discount inclusi (con una superficie superiore ai 200 mq) sia il valore che il volume delle vendite del vino sono aumentati del 7,8% rispetto a settembre 2019. Il picco della crescita c'è stato tra marzo e giugno con un +14% in volume e +16% in valore. Complessivamente nei primi nove mesi 2020 rispetto allo stesso periodo 2019 parliamo di +9,2% in volume e +11,1% in valore.

Alla Meininger's International Wine Conference di metà ottobre a Düsseldorf, la professoressa Simone Loose dell'Università Geisenheim ha presentato un sondaggio sul consumo durante i mesi di lockdown. Nel panel di consumatori, considerati quelli che bevono vino almeno una volta al mese, il 21% ha dichiarato di aver bevuto

più vino bianco, 18% più birra e 13% più vino rosso rispetto al pre-pandemia. Tra quelli che bevono regolarmente vino (una volta la settimana o più) il 32% ha aumentato il consumo medio, con le seguenti motivazioni: per godere di più dei profumi e dei sapori del vino (70%), per abbinare meglio i pasti (70%), per coccolarsi (63%) e rilassarsi (57%) (vedi grafico).

**L'e-commerce era diffuso e quanto in Germania prima del Covid? È cresciuto? Quanto e come?**

Nel 2019 l'e-commerce copriva una quota del 4% del mercato, in rapida crescita. Durante i mesi bui le vendite sono letteralmente esplose. In tre mesi hanno fatto un balzo che avevano previsto di fare in tre anni. Ma si è creato anche un grande caos. Le enoteche hanno cercato di affiancare le vendite on line all'off line, e i produttori hanno accelerato la creazione di e-shop aziendali o sono sbarcati su piattaforme e-commerce che prima non consideravano partner affidabili sia per l'immagine che per la politica dei prezzi. Tra i canali e-commerce che si sono distinti abbiamo Superiore.de che esiste da 17 anni e si dedica

dell'assaggio rimarrà insostituibile ma ritengo che la crescita dell'e-commerce sia destinata a consolidarsi. Tante persone hanno comprato vino per la prima volta online e hanno capito che è facile e comodo. Il motivo essenziale e straziante rimane la pandemia e il suo orizzonte lungo considerato anche il recente aumento esponenziale dei contagi e le conseguenti nuove misure attivate. Se non saranno le restrizioni, sarà la paura che spingerà ulteriormente la gente all'acquisto senza contatto.

**Esiste una netta divaricazione di scelte tra consumatori giovani e adulti, in termini di modalità e luoghi di acquisto e consumo, e tipologie di vino? Se sì, puoi fare degli esempi?**

La divaricazione è nettissima. Alla Meininger's International Wine Conference di ottobre scorso sono stati presentati due sondaggi dedicati alle nuove generazioni. Il lavoro del prof. Gergely Szolnoki di Geisenheim ha evidenziato le differenze tra consumatori di vino con età compresa tra i 16 e i 35 anni e consumatori con più di 35 anni. Facciamo qualche esempio: il 57% dei

**CHI È VERONIKA CRECELIUS**

Veronika Crecelius si è laureata alla Freie Universität Berlin, ha lavorato in Radio e TV e per sette anni come redattrice presso la rivista Der Feinschmecker ad Amburgo. Si specializza nel vino dalla fine anni 90 con particolare attenzione ai vini italiani. Dal 2008 è corrispondente responsabile per l'Italia della rivista Weinwirtschaft di Meininger Verlag. Ha avuto diversi riconoscimenti tra cui il PrixLanson come migliore giornalista del vino in Germania.



soltanto ai vini premium italiani e vende quasi esclusivamente a privati. Una realtà che conta 100.000 clienti fissi (più di 1.500 nella gastronomia) e un prezzo medio a bottiglia pari a 16,45 euro. La dinamicità delle sue vendite è un punto di riferimento per spiegare la crescita dell'e-commerce durante il lockdown: gennaio +25%, febbraio +30%, marzo +50%, aprile +100%, maggio +90%, metà giugno ancora +70% rispetto allo stesso periodo 2019. E tutto questo considerato che in Germania il vero e proprio lockdown è stato più breve che in Italia ed è durato dal 21/22 marzo all'11/12 maggio, con qualche giorno di differenza da regione a regione (Länder).

**Ritieni sia una crescita stabile o, a tuo avviso, si tornerà a un acquisto fisico e pertanto il digitale perderà l'importanza che probabilmente anche in Germania ha acquisito in questi mesi?**

L'acquisto fisico con il piacere del confronto e

giovani preferisce vino bianco e solo il 25% vino rosso, 18% rosati. Tra i più maturi la scelta è più equilibrata: 44% sia vino rosso che bianco e solo 12% rosati. Il 38% dei ragazzi preferisce vini abboccati (31% secco) mentre solo il 20% degli adulti propende per vini con residui zuccherini alti. Cambia molto anche il luogo di consumo dei due gruppi. Gli over 35 bevono il 60% del vino a casa e il 16% durante pranzi o cene da amici o parenti. Gli under 35 consumano a casa propria il 40% e 30% a casa di altri. La ripartizione nel segmento on trade dimostra che il consumo dei giovani si svolge per il 15% durante eventi fuori casa e 15% in ristorazione/bar. L'altro gruppo preferisce la ristorazione (18%) e gli eventi coincidono solo per 6%. I luoghi di acquisto della fascia più adulta sono più variegati, verosimilmente perché capiscono più di vino e hanno più soldi a disposizione. I giovani comprano il 47% del vino al discount e il 40% nei supermercati. Una cosa simpatica emersa nella fascia di età 16-35 anni

è che più della metà ritiene il vino una bevanda che è parte integrante del retaggio culturale. Percentuale che per quanto riguarda la birra arriva solo a 38%. Buffo che per il 53% dei più giovani le bollicine appaiono bevanda più adatta alle donne e proprio nessuno applica allo spumante l'etichetta di bevanda per maschi.

**Quale scenario post-Covid si attende per il canale Horeca? Vi saranno chiusure, ridimensionamenti o anche concentrazioni verso catene di ristorazione stile Usa/UK?**

Sarà crisi nera per quelli che non sono riusciti a diversificare e ci saranno certamente chiusure e ridimensionamenti, ma non si arriverà a una concentrazione della ristorazione verso catene sullo stile Usa/UK. Non piacciono abbastanza ai tedeschi che mangiano qualche hamburger durante l'anno, ma amano la scena multiculturale e il loro cibo regionale. Comunque il pericolo di una forte crisi dei fornitori specializzati esiste nonostante stiano cercando, tra enormi difficoltà, di estendere la loro attività per arrivare al cliente finale o/e alle enoteche. Tutto dipenderà dall'andamento della pandemia e da come e quanto spesso saranno attivate le chiusure dei locali e dei territori. Nella peggiore delle ipotesi una ulteriore concentrazione nel settore dei distributori mi sembra più probabile di una concentrazione della ristorazione verso catene. Speriamo che non accada anche perché penalizzerebbe ulteriormente la diversità e la flessibilità dell'offerta. Trovo opportuno si sviluppino piani per diversi scenari post-Covid. E i saggi della categoria dei distributori/importatori dovrebbero riunirsi per individuare opportunità e creare sinergie e collaborazioni tra distributori specializzati. Potrebbe servire per affrontare lo scenario peggiore e non solo.



# TUTTO **WINE**

*#THE NEW WINE HUB*

TUTTO**FOOD**  
MILANO

Per informazioni: 02 72222825/26/28 - [tuttowine@uiv.it](mailto:tuttowine@uiv.it)

**FIERA MILANO**  
**17-20 MAGGIO 2021**

Organized by  
  
**FIERA MILANO**

In collaborazione con  
  
**UNIONE ITALIANA VINI**



Immagini di oggi e di ieri della Garbellotto, storica azienda che da 245 anni produce botti, barrique e tini



GARBELLOTO



# INTELLIGENZA ARTIGIANALE, QUANDO LA TRADIZIONE INCONTRA LA TECNOLOGIA

**B**en otto generazioni si sono avvicinate alla guida della Garbellotto Spa, che da 245 anni produce barrique, botti e tini. Fondata nel 1775 da Giuseppe Garbellotto a San Fior, vicino a Conegliano, l'azienda oggi è amministrata dai fratelli Piero, Piergregorio e Pieremilio Garbellotto, subentrati al padre Pietro una decina d'anni fa. Nel tempo è cresciuta notevolmente, superando le difficoltà di alcuni momenti storici come le due Guerre Mondiali e la pesante crisi che negli anni Ottanta colpì il settore. Attualmente la Garbellotto produce 3-4 mila unità all'anno di bottame di tutti i formati, da 50 litri a 2 mila ettolitri e più, si estende su un'area di 60.340 mq (dei quali oltre 14 mila coperti) e impiega circa 80 addetti. Da pochi mesi è avvenuto il trasferimento nel nuovo stabilimento di Sacile (in provincia di Pordenone), inaugurato ad agosto, ribattezzato "Intelligenza Artigianale" per sottolineare la presenza di tecnologie d'avanguardia a supporto del lavoro umano, con la finalità di alleggerire la fatica fisica e migliorare ulteriormente la qualità dei prodotti pur mantenendo come caposaldo il carattere di artigianalità tipico del mestiere del bottaio. "L'Italia per vincere le sfide del futuro - sottolinea l'amministratore delegato **Piero Garbellotto** - si deve basare su creatività e qualità, caratteristiche chiave del made in Italy."

**Un mix tra manualità e automazione**

"Se ben interpretato da chi lo fa, credo che il mestiere del bottaio sia uno dei più bei mestieri del mondo", dichiara il direttore generale **Graziano Cavalet**. Quasi settantenne, insignito nel 2005 dell'onorificenza di Stella al merito del lavoro, è il più anziano dell'azienda, dove entrò giovanissimo nel 1967 come garzone, per essere promosso a capofabbrica nel giro di una decina d'anni, fino a ricoprire l'attuale posizione entrando anche a far parte del Consiglio di amministrazione. "Qui abbiamo tanti ragazzi giovani, che si appassionano al lavoro - racconta -. È un'emozione ogni volta vedere nascere una barrique o una botte a partire dal legno". Cavalet ci spiega che la scelta del legname è fondamentale e richiede molti anni di esperienza. Si tratta principalmente di rovere proveniente dalle foreste di alcune zone di Francia e Croazia (qui si trova un'altra piccola segheria di proprietà), ma talvolta vengono richieste anche altre essenze quali ciliegio, frassino e castagno. Prima dell'utilizzo il legname viene sottoposto a stagionatura naturale all'aria aperta per un tempo di almeno 8-10 mesi per ciascun centimetro di spessore. Si tratta dunque di un processo molto lungo, a differenza dell'essiccazione, che avviene rapidamente poiché consta unicamente nell'eliminazione di acqua tramite applicazione di calore. È però solo con la stagionatura che si riesce a stabilizzare il legno ed evitarne il rigonfiamento quando viene posto a contatto con il vino. Oltre a questa stabilizzazione fisica, la stagionatura serve anche per la stabilizzazione chimica del legno finalizzata

Quello del bottaio è un mestiere antico, spesso tramandato di padre in figlio. Alla Garbellotto Spa, guidata attualmente dall'ottava generazione, il sapere fare, l'artigianalità e la manualità che la produzione di botti ancora oggi richiede sono affiancati dall'innovazione tecnologica. Così si alleggerisce la fatica fisica e si ottimizza il risultato, rispondendo alle aspettative degli enologi in cantina

Qui sotto, **Piero Garbellotto**, ad di Garbellotto Spa. A fianco, da sinistra, **Graziano Cavalet**, direttore generale, e **Moreno Piccin**, il più giovane bottaio dell'azienda



principalmente alla eliminazione di composti indesiderati, che altrimenti andrebbero ad alterare le caratteristiche aromatiche dei vini. Una volta completata la stagionatura si passa al taglio delle doghe, operazione che le macchine automatizzate installate nel nuovo stabilimento di Sacile hanno semplificato notevolmente rispetto a prima. A parlarne è il più giovane dell'azienda, **Moreno Piccin**, figlio e nipote di bottai, tre generazioni che per un periodo si sono ritrovate a lavorare insieme alla Garbellotto: "Ora ci sono tre linee automatizzate che rendono meno pesanti alcune operazioni. Oltre ad alleggerire fisicamente il lavoro umano - aggiunge - le nuove macchine permettono di ottenere risultati più omogenei tra loro. Il lavoro manuale resta una parte importante, ma è agevolato da queste macchine. Mio padre spesso mi racconta che il lavoro una volta era molto più duro perché veniva fatto tutto manualmente, invece con gli anni l'introduzione della tecnologia ha alleggerito le fasi più faticose permettendoci di fare grandi passi in avanti. Oggi il processo produttivo è un mix tra manualità e automazione".

**Innovazioni brevettate**

Anche il tradizionale processo di tostatura a fuoco diretto, successivo alla curvatura delle doghe, si è evoluto rispetto al passato. Da diversi anni la Garbellotto ha infatti adottato un sistema per il controllo digitale della temperatura dei bracieri

sviluppato in collaborazione con l'Università degli Studi di Udine. Denominato DTS (Digital Tasting System), permette di controllare con precisione la tostatura attraverso sonde laser che rilevano la temperatura del legno e la trasmettono a un processore integrato in un tablet, il quale gestisce l'aumento o la diminuzione della temperatura in modo da mantenerla costante in base ai valori impostati. La tostatura è importante per esaltare gli aromi del legno accentuando, a seconda della temperatura applicata, le note di vaniglia, liquirizia, cioccolato, fumo o tabacco. Se non è omogenea alcune doghe potrebbero ricevere meno calore e avere di conseguenza aromi "acerbi", mentre altre doghe potrebbero riceverne in maniera eccessiva e sviluppare aromi sgradevoli, di "grafite". Il legname utilizzato viene comunque selezionato a monte dal punto di vista degli aromi presenti per far sì che botti e barrique trasferiscano poi al vino le precise caratteristiche aromatiche che l'enologo si aspetta.

In che modo avviene tale selezione? Con un altro sistema brevettato dalla Garbellotto: Botti & Barriques NIR, sviluppato sempre con l'Ateneo di Udine, nello specifico con i professori Franco Battistutta e Roberto Zironi del Dipartimento di Enologia e tecnologia alimentare, che hanno messo a punto una metodica non distruttiva basata sulla spettroscopia nel vicino infrarosso (Near Infra Red, NIR appunto) applicata al le-

gnolo. Il sistema è stato tarato analizzando decine di campioni di rovere provenienti da tutta Europa, cosa che ha permesso di creare una banca dati e di identificare quattro categorie aromatiche: struttura (legni con alti contenuti di tannini e tannini ellagici, il vino acquisisce struttura e corpo, il colore si stabilizza), dolce (legni con alti contenuti di vanillina e furfurale, il vino acquisisce note dolci), speziato (legni con alti contenuti di lattoni ed eugenolo) ed equilibrio (legni con note intermedie tra le precedenti tre categorie, senza caratteri dominanti). In realtà c'è anche una quinta categoria, Verde, legata al difetto di "vegetale" o "segatura" dei vini; le doghe che presentano tale difetto vengono scartate. L'approfondito lavoro di ricerca, durato qualche anno, ha portato a scoprire che non è tanto l'origine geografica del legno a determinare le sue caratteristiche aromatiche, quanto la composizione del terreno dove cresce l'albero, l'esposizione, l'umidità ecc. "Con questo sistema NIR si è visto che doghe ottenute da alberi cresciuti a pochi metri di distanza l'uno dall'altro possono cedere al vino aromi completamente diversi - specifica Moreno Piccin -. Addirittura, le doghe provenienti da uno stesso tronco possono presentare differenze, in particolare la parte di tronco esposta a sud è spesso diversa da quella esposta a nord. È stata una scoperta grandissima".

Nel processo produttivo alla Garbellotto ogni singola dogha viene fatta passare attraverso lo strumento NIR il quale, in tempo reale, "legge" le caratteristiche aromatiche della dogha e le riconduce a una delle quattro categorie di riferimento, oppure ne riconosce il difetto di vegetale. "In questo modo siamo sicuri che nessuna botte verrà eliminata perché non idonea - conclude Piccin -. Gli enologi hanno una grossa variabile in meno in cantina perché sanno in partenza quali aromi quella botte cederà al vino. E se a distanza di anni vogliono una botte con le stesse caratteristiche di una precedentemente acquistata, noi riusciamo a fornirgliela". C.R.

L'INFLAZIONE IN ITALIA DI ALIMENTI E BEVANDE (variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)

Mese	Generale (con tabacchi)	Alimentari e bevande analcoliche	Pane e cereali	Pasta	Carni	Pesci e prodotti ittici	Latte formaggi e uova	Oli e grassi	Frutta	Vegetali	Generale bevande analcoliche	Acque minerali	Generale bevande alcoliche	Alcolici	Vini	Birre
ott-19	0,2%	0,8%	0,4%	0,3%	1,2%	0,0%	0,9%	-2,1%	-0,9%	3,0%	0,4%	0,5%	-0,3%	0,3%	-1,1%	1,3%
nov-19	0,2%	0,8%	0,4%	-1,0%	1,3%	0,2%	1,0%	-1,9%	0,9%	1,4%	-0,3%	-0,6%	-0,4%	0,3%	-1,0%	0,9%
dic-19	0,5%	0,8%	0,6%	0,5%	1,4%	0,7%	0,8%	-2,0%	2,3%	0,5%	-0,1%	0,6%	0,0%	0,3%	-0,4%	0,6%
gen-20	0,5%	0,6%	0,3%	-0,6%	1,6%	1,4%	1,0%	-0,2%	2,7%	-1,6%	-0,6%	-0,3%	1,3%	2,4%	1,5%	0,6%
feb-20	0,3%	0,3%	0,4%	-0,3%	1,7%	1,0%	0,9%	-1,6%	3,9%	-4,2%	-0,1%	1,3%	0,4%	1,8%	0,4%	-0,1%
mar-20	0,1%	1,1%	1,1%	1,6%	2,0%	2,0%	1,6%	-0,8%	3,7%	-2,0%	0,2%	0,8%	0,9%	1,8%	0,9%	0,7%
apr-20	0,0%	2,8%	1,7%	4,3%	2,5%	2,3%	2,0%	0,6%	8,5%	4,7%	1,2%	2,5%	1,3%	2,4%	1,3%	0,6%
mag-20	-0,2%	2,6%	1,5%	3,3%	2,7%	2,1%	1,8%	0,2%	7,1%	3,8%	0,8%	2,0%	1,1%	2,3%	1,1%	0,4%
giu-20	-0,2%	2,4%	1,3%	2,6%	2,6%	1,9%	1,4%	-0,9%	10,1%	3,0%	0,5%	1,3%	0,0%	1,8%	0,3%	-1,4%
lug-20	-0,4%	1,4%	0,6%	2,2%	2,3%	1,7%	1,1%	-2,3%	7,1%	0,1%	-0,5%	0,1%	-0,4%	1,5%	-0,5%	-1,0%
ago-20	-0,5%	1,1%	0,3%	1,0%	2,3%	1,7%	0,7%	-3,2%	7,2%	-1,4%	-0,6%	0,2%	-0,3%	1,2%	-0,1%	-1,2%
set-20	-0,6%	1,2%	0,2%	1,5%	1,9%	1,9%	0,5%	-3,2%	9,0%	-0,2%	-0,8%	0,0%	-0,8%	0,8%	-1,1%	-0,6%
ott-20	-0,3%	1,4%	0,2%	0,2%	1,5%	1,9%	0,0%	-2,8%	8,7%	3,0%	-1,0%	0,0%	-0,9%	0,8%	-1,1%	-1,3%

# OTTOBRE: ANCORA -1,1% PER TUTTO IL REPARTO WINE

Il comparto continua a scontare la pesantezza della situazione attuale, che ha spinto l'indice dei prezzi al consumo di reparto ai minimi da inizio anno e al secondo valore più basso da gennaio del 2018

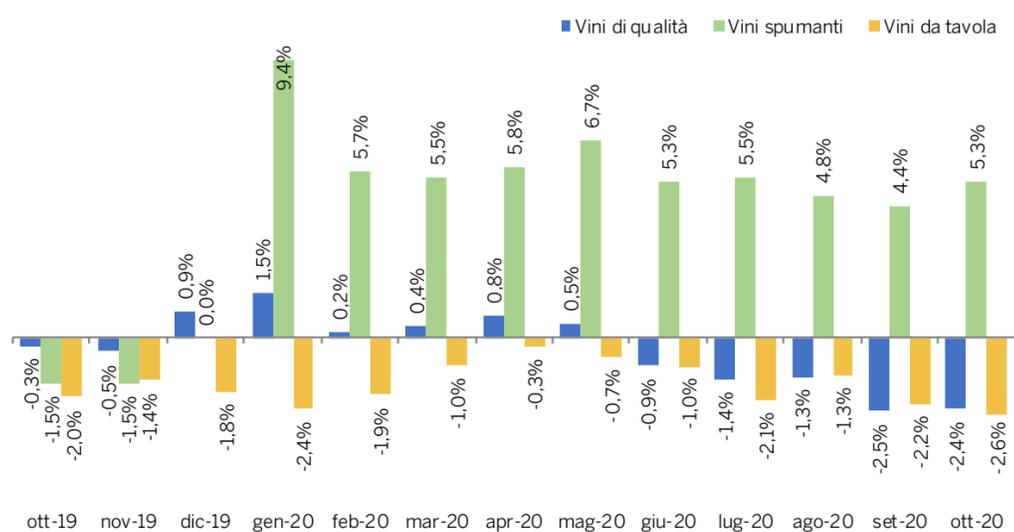
La persistenza della dinamica negativa dei prezzi, zavorrati soprattutto dal comparto energetico, ha mantenuto sotto la linea dello zero il tasso di inflazione generale anche nel mese di ottobre, che - in base ai dati comunicati nei giorni scorsi dall'Istat - ha chiuso al meno 0,3% su base annua. Si tratta del sesto mese consecutivo di deflazione che porta il caro-vita, nel dato acquisito a tutto il 2020, al meno 0,2%.

In questo contesto di crescita negativa dei prezzi, il cosiddetto carrello della spesa si conferma invece ancora vivace, trainato dall'accelerazione dei beni alimentari, la cui dinamica tendenziale dal +1,1% di settembre si è portata al più 1,4%. Resta escluso dall'andamento positivo del food l'intero aggregato del beverage alcolico, che archivia il quarto mese in deflazione e il peggior risultato dall'inizio dell'anno, con un meno 0,9% rispetto a ottobre del 2019. Tra i sottoindici di repar-

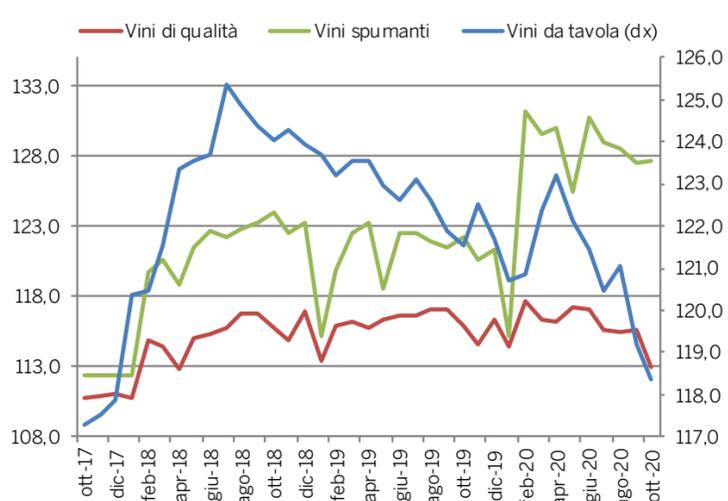
to emergono differenze tra gli spirits (liquori e superalcolici), che marcano ancora a un tasso positivo dello 0,8%, e l'abbinata vino-birre, che sta invece accusando maggiormente le ricadute del parziale stop delle vendite nel canale Horeca, in questa fase di grave recrudescenza dell'emergenza Covid-19. Per l'intero reparto del wine le rilevazioni dell'Istat confermano il meno 1,1% tendenziale di settembre, mentre le birre accelerano dallo 0,6% all'1,3% di ottobre, sempre in territorio

negativo. Nell'ambito delle singole referenze vinicole, le denominazioni d'origine, seppure in decelerazione nella dinamica deflattiva, arretrano in un anno del 2,4%, mentre chiudono in flessione del 2,6% i prezzi al consumo delle etichette da tavola. Solo gli spumanti segnano uno scarto positivo su ottobre del 2019, con un aumento del 5,3%, insufficiente però a compensare le perdite delle altre due referenze, che mantengono in rosso l'indice di reparto. La proiezione di fine anno, basa-

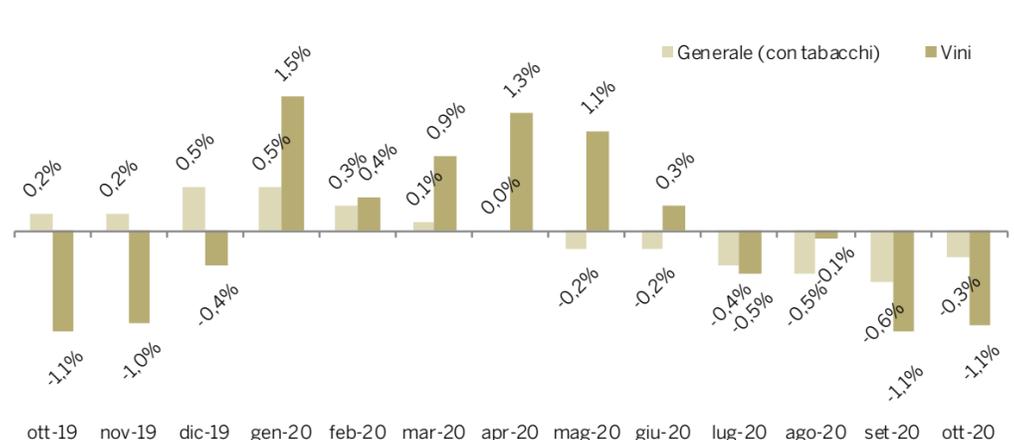
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA (Variazioni tendenziali)



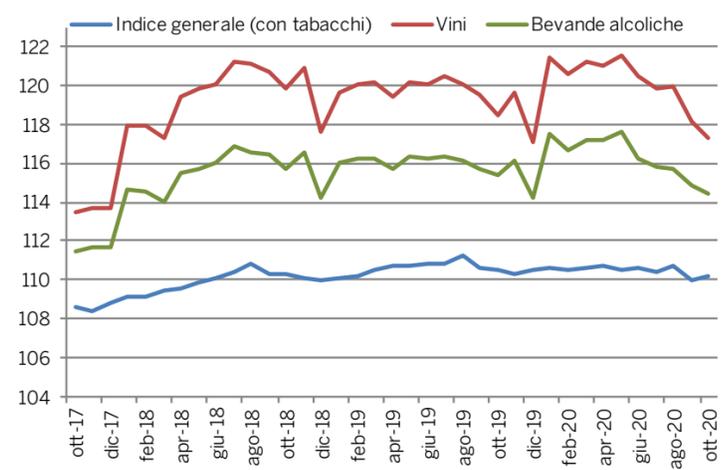
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA



DINAMICA TENDENZIALE DEI PREZZI AL CONSUMO (variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)



TRE ANNI DI INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO (Nic)



## L'INFLAZIONE IN ITALIA DEL NON FOOD (variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)

Mese	Abbigliamento e calzature	Abitazione acqua, elettricità e combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi	Altri beni e servizi
ott-19	0,4%	-1,8%	-0,1%	0,6%	0,0%	-7,0%	-0,3%	1,3%	1,4%	1,5%
nov-19	0,4%	-1,8%	0,2%	0,7%	-0,3%	-6,4%	0,3%	1,2%	1,3%	1,8%
dic-19	0,6%	-1,7%	0,2%	0,7%	1,2%	-6,6%	0,2%	1,2%	1,2%	1,6%
gen-20	0,7%	-2,7%	0,2%	0,7%	2,9%	-6,2%	-1,2%	1,2%	1,5%	1,6%
feb-20	0,8%	-2,8%	0,4%	0,6%	1,6%	-4,3%	-1,4%	1,2%	1,4%	1,7%
mar-20	0,6%	-2,9%	0,6%	0,7%	-0,3%	-5,8%	-0,2%	1,2%	0,8%	1,9%
apr-20	0,9%	-4,2%	0,8%	0,6%	-2,5%	-3,4%	-0,1%	1,2%	1,0%	1,4%
mag-20	0,8%	-4,4%	0,8%	0,5%	-4,1%	-3,8%	-0,2%	1,2%	0,9%	1,6%
giu-20	0,9%	-4,4%	0,7%	0,6%	-3,7%	-3,0%	0,5%	1,2%	-0,2%	1,7%
lug-20	1,0%	-4,0%	0,9%	0,6%	-3,3%	-4,4%	0,0%	1,2%	-0,2%	1,6%
ago-20	0,8%	-3,9%	0,8%	0,6%	-3,9%	-5,8%	-0,7%	1,2%	0,4%	1,8%
set-20	0,5%	-4,0%	0,6%	0,7%	-3,3%	-6,4%	-0,2%	1,1%	-0,7%	1,7%
ott-20	0,7%	-2,1%	0,8%	0,7%	-4,0%	-5,1%	0,3%	-3,5%	0,0%	2,0%

Fonte grafici e tabelle:  
elaborazioni Corriere Vinicolo  
su dati Istat

ta sul calcolo dell'inflazione acquisita, lascia a zero la dinamica dei vini se analizzata nel complesso, ma i sottostanti restano deflattivi dell'-1,8% e del meno 0,9% rispettivamente per i vini da tavola e le etichette di qualità. Gli sparkling, replicando gli indici di ottobre anche per il bimestre novembre-dicembre, registrano un'inflazione acquisita del 6,1%, compensativa delle variazioni negative delle denominazioni di origine e dei vini comuni.

Nel contesto di un lento deflusso dei magazzini, conseguente al calo degli ordinativi sul circuito della ristorazione e alla frenata dell'export, il comparto dei vini continua a scontare la pesantezza della situazione attuale, che ha spinto l'indice dei prezzi al consumo di reparto ai minimi da inizio anno e al secondo valore più basso da gennaio del 2018. Le pressioni deflattive trovano un riscontro anche nelle fasi a monte della catena di formazione dei prezzi, con perdite in questo caso più accentuate per i vini a denominazione d'origine che, più di altri, scontano le difficoltà dei rapporti con gli operatori dell'Horeca. p.f.



## VENDITE IN GDO 4 settimane al 25/10/2020

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	Litri	Var. % rispetto anno prec.	Euro	Var. % rispetto anno prec.	Euro/litro	Var. % rispetto anno prec.
<b>Totale vino confezionato</b>	<b>38.731.780</b>	<b>1,2</b>	<b>136.955.392</b>	<b>5,2</b>	<b>3,54</b>	<b>4,0</b>
Totale fino a 0,75	21.266.864	3,1	107.764.120	6,6	5,07	3,4
Vetro 0,375	64.112	-15,3	584.641	-13,4	9,12	2,2
Vetro 0,75	21.159.484	3,2	106.874.192	6,8	5,05	3,5
da 0,76 a 2	2.882.792	-8,6	7.089.237	-5,2	2,46	3,8
altri formati	1.331.186	-1,9	2.227.825	0,7	1,67	2,6
brik	10.470.066	-0,3	15.516.646	0,5	1,48	0,8
Bag In Box	1.633.763	15,7	2.742.418	20,0	1,68	3,7
plastica	1.147.112	-6,8	1.615.145	-2,2	1,41	4,9
Chianti 0,75	1.224.646	26,4	5.756.266	21,6	4,70	-3,8
Barbera 0,75	797.057	1,0	3.586.224	6,5	4,50	5,5
Vermentino 0,75	468.913	-0,4	3.180.966	5,4	6,78	5,8
Chardonnay 0,75	662.744	10,8	2.898.454	6,6	4,37	-3,8
Montepulciano d'Abruzzo 0,75	725.455	4,6	2.853.518	7,9	3,93	3,2
Nero d'Avola 0,75	509.499	1,8	2.363.728	3,7	4,64	1,8
Primitivo 0,75	368.742	22,1	2.172.590	24,9	5,89	2,3
Bonarda 0,75	568.883	-25,1	2.154.177	-15,6	3,79	12,6
Sangiovese 0,75	449.138	2,7	1.914.378	6,3	4,26	3,5
Altro 0,75	5.701.219	-1,2	27.881.842	5,7	4,89	7,0
<b>Totale frizzante</b>	<b>4.785.253</b>	<b>1,2</b>	<b>16.848.856</b>	<b>0,8</b>	<b>3,52</b>	<b>-0,3</b>
Prosecco	250.722	-15,5	1.620.907	-13,2	6,46	2,8
Lambrusco	1.699.193	8,8	5.288.010	7,4	3,11	-1,3
<b>Totale private label</b>	<b>5.741.984</b>	<b>3,0</b>	<b>14.056.470</b>	<b>6,6</b>	<b>2,45</b>	<b>3,6</b>
<b>Totale spumanti</b>	<b>4.067.351</b>	<b>6,7</b>	<b>27.467.208</b>	<b>7,2</b>	<b>6,75</b>	<b>0,4</b>
Prosecco	2.232.217	17,2	15.051.375	13,1	6,74	-3,5
Asti	91.198	-15,0	669.354	-14,2	7,34	1,0
Metodo Classico italiano	274.360	5,4	4.707.286	9,2	17,16	3,6
<b>Totale spumanti private label</b>	<b>275.089</b>	<b>11,1</b>	<b>1.873.531</b>	<b>8,8</b>	<b>6,81</b>	<b>-2,1</b>

## 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:  
Maurizio Taglioni, Clementina Palese, Adriano Del Fabro, Tiziana Nardi, Maurizio Petrozziello, Raffaele Giroto, Michele Fugaro, Raffaele Antonio Mazzei, Stefano Scuppa

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



aderisce al progetto europeo  
WINE MODERATION  
CHOOSE | SHARE | CARE

# VALOGA

Tonnellerie Valoga  
Bulgaria

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



#### I NOSTRI PRODOTTI:

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

#### CONTATTI

Valoga LTD  
73A Tzar Osvoboditel str.  
2160 Trudovec, Bulgaria

Telefono: +39 346 6214907  
Mail: info@valogabarrels.com  
www.valogabarrels.it  
www.valogabarrels.com

La qualità porta  
sempre al successo.

VALOGA  
Bulgaria



# TUTTI INSIEME, TUTTI I GIORNI, PER TUTTI VOI.

## Soprattutto in questo momento.

Siamo la più grande realtà di certificazione nel settore vitivinicolo in Italia. Con 212 dipendenti, 1150 collaboratori esterni e 35 sedi, mettiamo in campo l'esperienza, la passione e la professionalità per garantire ai consumatori la qualità e la provenienza dei vini a Denominazione di Origine.

**Valoritalia. Valore aggiunto. Per te.**



VALORITALIA.IT



# SPETTROSCOPIA A INFRAROSSO E AFFINAMENTO DEI VINI: possibili prospettive di applicazione

I risultati dello studio volto a valutare l'idoneità della spettroscopia nel vicino infrarosso (NIR), insieme all'analisi multivariata, come metodo rapido, semplice ed economico per la discriminazione tra vini invecchiati con modalità diverse

di TIZIANA NARDI<sup>A</sup>, MAURIZIO PETROZZIELLO<sup>B</sup>, RAFFAELE GIROTTI<sup>C</sup>, MICHELE FUGARO<sup>C</sup>, RAFFAELE ANTONIO MAZZEI<sup>C</sup>, STEFANO SCUPPA<sup>C</sup>

<sup>A</sup> CREA - Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria, Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia, Conegliano (Tv)

<sup>B</sup> CREA - Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria, Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia, Asti

<sup>C</sup> ICQRF - Dipartimento Ispettorato Centrale della Tutela della Qualità e della Repressione Frodi Prodotti Agroalimentari, Laboratorio d'Area di Conegliano (Tv)

L'etichetta di un vino è un prezioso strumento di comunicazione che permette di trasmettere importanti informazioni relative alle caratteristiche compositive del vino, all'uva di origine, alla regione di denominazione o di coltivazione dell'uva, nonché all'annata di produzione. Le aspettative e le scelte dei consumatori sono spesso determinate sulla base di questi dati che comprendono, tra l'altro, indicazioni circa il processo di invecchiamento che il vino ha subito, sia implicitamente, come i riferimenti ai disciplinari di denominazione, sia esplicitamente come la descrizione del processo di affinamento stesso.

Per questo motivo, i diversi casi di frodi registrati dalla cronaca nei quali è stato sostituito il vino dichiarato in etichetta con un altro di minore valore o nell'utilizzo di uvaggi non consentiti, con conseguente mancato rispetto delle norme sulle denominazioni del vino e dei disciplinari di produzione, costituiscono una minaccia per il mercato del vino in quanto vanno a minare la fiducia del consumatore sulle informazioni contenute in etichetta, danneggiando gravemente l'intero comparto produttivo.

Tra le norme indicate nei disciplinari di produzione, ne troviamo diverse che vincolano l'affinamento del vino a tempi specifici e precisi di affinamento del prodotto in botti, barriques o altri recipienti di legno, secondo un processo tradizionale che rappresenta per le imprese un costo elevato, dovuto al prezzo dei contenitori, al lungo tempo di affinamento e ai possibili rischi che il prodotto può subire nel corso di questo periodo. In questo contesto, sicuramente l'uso di prodotti alternativi offre al produttore l'opportunità di abbassare i costi, aggiungendo al vino una nota boisée simile a quella conferita da botti o barriques.

L'impiego dei legni alternativi in enologia rappresenta, pertanto, un utile trattamento per guidare in sicurezza l'evoluzione del vino assecondando le richieste di una parte del mercato, rimanendo però un processo molto diverso dall'affinamento in botte che deve, pertanto, essere presentato in modo distinto al consumatore con indicazioni chiare e trasparenti in etichetta.

Al di là della conformità alle normative da parte dei produttori di vino, una questione aperta è la disponibilità di metodi analitici opportuni per distinguere i vini affinati in botte da quelli affinati con l'impiego di trucioli di legno, metodi che potrebbero essere applicati in modo conveniente nel controllo di routine delle partite di vino anche in chiave di repressione delle frodi. Ad oggi, infatti non sono ancora disponibili metodiche di screening rapide economiche e sufficientemente affidabili per valutare la veridicità delle dichiarazioni riguardanti la durata o le modalità di affinamento dei vini. Sebbene numerose ricerche abbiano evidenziato come l'utilizzo della spettrometria di massa o della risonanza magnetica nucleare possano essere approcci importanti per la distinzione dei due prodotti, non si tratta di tecnologie facilmente adottabili da tutti i laboratori, soprattutto in termini di costi e semplicità. ➔

## Cosa dice la normativa

Nell'ambito della Comunità Europea, l'uso di frammenti di quercia per affinare i vini è un'alternativa alla botte di quercia regolamentata per la prima volta nel 2005 dopo un lungo dibattito. Questa pratica enologica è attualmente approvata dai regolamenti CE n. 2165/2005 e CE n. 1507/2006 che definiscono le condizioni di utilizzo dei frammenti di quercia nel vino. L'attuale regolamento del vino Reg. (UE) n. 2019/934 (Appendice VII) ammette quindi anche l'uso di chips di legno nella vinificazione. Tuttavia, le norme europee in materia di vino riservano Denominazioni specifiche (ad esempio, Origine Protetta o "riserva") per i vini che hanno subito un affinamento in botti. A quanto detto si aggiunge che

le risoluzioni Oiv in materia vietano esplicitamente che i vini con particolari indicazioni siano trattati con frammenti di legno, in quanto il Codex enologico distingue chiaramente tra i due metodi: "Invecchiamento in contenitori di legno di piccola capacità (OENO 8/01)" e "utilizzo di pezzi di legno di quercia nella vinificazione (OENO 9/01)" [1]. Tali autorizzazioni dell'Ue possono inoltre essere applicate in senso restrittivo da ogni Stato membro sul proprio territorio nazionale. Ad esempio, in Italia l'uso di prodotti alternativi alle barrique come i trucioli di quercia e le staves è attualmente consentito solo sui vini da tavola e Igt, ma non sui vini Dop con menzioni di denominazione ulteriori come Docg o Doc.



MUREDDU SUGHERI, contribuendo al miglioramento del pianeta, è azienda certificata PLASTIC FREE.



RISPETTA LA NATURA  
È BIODEGRADABILE  
CATTURA LA CO<sub>2</sub>  
SIGILLA I GRANDI VINI

IL SUGHERO È ETICA

Difendi, insieme a noi, il pianeta. Scegli il tappo in sughero.

Mureddu Sugheri, in linea con le direttive europee a tutela dell'ambiente, è contraria all'utilizzo della plastica monouso e sostiene l'associazione Plastic Free Odv Onlus (www.plasticfreeonlus.it) impegnata a liberare l'Italia da tonnellate di plastica disperse nell'ambiente. Schierati contro il greenwashing e scegli alternative autenticamente naturali alla plastica.

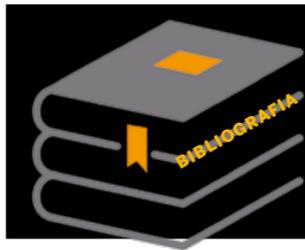
Scegliendo il tappo di sughero hai aiutato l'ambiente! Il pianeta ringrazia.  
Via Santa Maria 7/9 - 20014 Nerviano (MI) - Italia  
mureddusugheri.com - Tel. + 39 (0331) 585447

WhatsApp Customer Care  
+39 331 6818876



MUREDDU GREEN COMMITMENT  
ENVIRONMENT PROGRAMME 2021





[1] OIV, "Oenological practices: Wines," oiv.int, 2006. <http://www.oiv.int/en/technical-standards-and-documents/oenological-practices/oenological-practices-wines> (accessed Oct. 10, 2019).  
[2] T. Nardi, M. Petrozziello, R. Girotto, M. Fugaro, R. A. Mazzei, and S. Scuppa, "Wine aging authentication

through Near Infrared Spectroscopy: a feasibility study on chips and barrel aged wines," OENO One, vol. 54, no. 1, Art. no. 1, Mar. 2020, doi:10.20870/oeno-one.2020.54.1.2921.  
[3] S. Tao, J. Li, J. Li, J. Tang, J. Mi, and L. Zhao, "Discriminant Analysis of Red Wines from Different Aging Ways by Information Fusion of NIR and MIR Spectra," in Computer

and Computing Technologies in Agriculture V, 2012, pp. 478-483.  
[4] M. Basalekou, C. Pappas, P. Tarantilis, Y. Kotseridis, and S. Kallithraka, "Wine authentication with Fourier Transform Infrared Spectroscopy: a feasibility study on variety, type of barrel wood and ageing time classification," Int. J. Food Sci. Technol., vol. 52, no.

6, pp. 1307-1313, 2017, doi:10.1111/ijfs.13424.  
[5] R. Sanchez-Gomez, O. Anjos, I. Nevares, T. Delgado, and M. Del Alamo-Sanza, "Discrimination of aging wines with alternative oak products and micro-oxygenation by FTIR-ATR," VITIS, vol. 58, no. 5, pp. 77-82, 2019.  
[6] M. Ferreiro-González et al.,

"FT-IR, Vis spectroscopy, color and multivariate analysis for the control of ageing processes in distinctive Spanish wines," Food Chem., vol. 277, pp. 6-11, Mar. 2019, doi:10.1016/j.foodchem.2018.10.087.  
[7] J. Michel, M. Jourdes, A. Le Floch, T. Giordanengo, N. Mourey, and P.-L. Teissedre, "Influence of Wood Barrels Classified by NIRS on the Ellagitannin

## Lo studio

L'indagine qui presentata, oggetto di una recente pubblicazione sulla Rivista Scientifica Internazionale Oeno-One [2], è stata condotta con l'obiettivo di esplorare l'idoneità della spettroscopia nel vicino infrarosso (NIR), insieme all'analisi multivariata, come metodo rapido, semplice ed economico per la discriminazione tra vini invecchiati con modalità diverse. Alcune precedenti pubblicazioni scientifiche hanno evidenziato la possibilità di discriminare vini affinati per periodi variabili (3, 6, 9, 12 mesi) in legni ottenuti da essenze diverse (rovere, acacia, castagno) o vini invecchiati con modalità diverse (barriques, acciaio+chips, acciaio) attraverso l'analisi spettroscopica nell'infrarosso in trasformata di Fourier (FT-IR) o attraverso la fusione di spettri di vicino e medio infrarosso (NIR e MIR) [3]-[6]. È peraltro noto che il NIR viene abitualmente utilizzato per

la classificazione dei materiali grezzi impiegati per le doghe stesse delle barriques [7] o per la caratterizzazione dei tannini [8]. I lavori citati sottolineano la versatilità di questa tecnica e le sue capacità discriminanti nella valutazione dei prodotti enologici affinati in legno, sebbene un'applicazione specifica per evidenziare le differenze compositive tra vini affinati in botte o mediante l'impiego di chips debba ancora essere messa a punto. In questo contesto si colloca la collaborazione tra il Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia del CREA e l'Icqrf, Ispettorato Centrale per la Tutela della Qualità e la Repressione delle Frodi dei prodotti agroalimentari. Il lavoro svolto insieme è stato finalizzato a contestualizzare sulla scena vitivinicola italiana i risultati ottenuti da precedenti ricerche [4]-[6] valutando quindi l'applicabilità dell'analisi NIR come stru-

mento di screening per differenziare vini affinati con metodi diversi. Nella fattispecie, sono stati analizzati circa 90 vini appartenenti alla Doc Valpolicella [9], si è scelto infatti di operare con campioni di vini omogenei (appartenenti alla stessa area di produzione e aventi lo stesso uvaggio) che si differenzino per periodo e modalità di invecchiamento, oltre che per produttore e tipo di vinificazione. Gli spettri NIR acquisiti sono stati impiegati per lo sviluppo di un algoritmo in grado di distinguere al meglio il processo di affinamento subito dal vino. A questo proposito infatti, la costruzione di un database ragionevolmente esteso costituito dai risultati delle analisi di prodotti di origine nota è condizione [5] necessaria per sviluppare funzioni discriminanti e costituire un metodo da utilizzare poi regolarmente in laboratorio.

## Materiali e metodi

In dettaglio sono stati analizzati 73 vini Valpolicella classificati in base alle modalità di affinamento in legno (Tabella 1). Tra questi erano presenti sia vini di cui si conoscevano i dettagli sull'invecchiamento (capacità dei contenitori usati, grado di tostatura, numero di passaggi, tempo di contatto ecc.) in quanto raccolti in corso di affinamento direttamente presso cantine della zona di origine, sia vini commerciali le cui informazioni circa l'invecchiamento erano basate sulle dichiarazioni del produttore e/o dedotte dal

TABELLA 1. VINI ANALIZZATI ATTRAVERSO LA SPETTROSCOPIA NIR NELLO STUDIO

NOME	Vitigni	Invecchiamento#	Grado alcolico (%)	Annate	n. campioni di cantina	n. vini commerciali	Affinato con chips*	Totale
Amarone della Valpolicella Docg	Corvina, Corvinone,	>2 anni di legno	14-16	2008-2013	31	19		50
Ripasso Valpolicella Doc	Rondinella, Molinara, Oseleta	>1 anno di legno	13-14,5	2012-2014	4	4		8
Valpolicella Doc		No	10,5-12	2015	5	10	15*	30
<b>Totale</b>					<b>40</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>88</b>

# invecchiamento in contenitori di legno (barriques o botti più grandi), secondo il Disciplinare di produzione  
\*campioni affinati artificialmente con chips in cantina sperimentale, adattato da [2]

disciplinare di produzione richiamato. Inoltre, un vino base della medesima denominazione è stato inviato presso la cantina sperimentale del CREA VE

di Asti dove è stato affinato con 15 tipologie di chips diverse (la preparazione di vini modello si è resa necessaria poiché i chips non sono ammessi nei disciplinari Doc/Docg di produzione). Tutte le analisi NIR sono poi state effettuate presso il laboratorio dell'Ispettorato Centrale per la Tutela della Qualità e la Repressione delle Frodi di Conegliano (TV). Altri dettagli sperimentali (volumi, tempi di contatto) possono essere consultati nella pubblicazione internazionale da cui è tratto questo estratto [2].

## Risultati

I dati raccolti sono stati preliminarmente elaborati mediante la tecnica statistica nota come PCA (Principal Component Analysis). Il principale obiettivo di questa analisi è quella di ridurre un grande numero di variabili iniziali (nel nostro caso le assorbanze associate alle lunghezze d'onda NIR) a poche "componenti principali" (CP) che possano essere utili a rappresentare in maniera più generale possibile fenomeni complessi. Nella fattispecie, si voleva verificare se una o più delle componenti principali individuate fossero in grado di descrivere il tipo di affinamento che i vini hanno subito. L'analisi ha permesso di individuare 4 CP (componenti principali) che cumulativamente

sono in grado di spiegare il 99,7% della varianza associata al set di dati analizzato. In tal modo sono stati evidenziati gruppi di vini distinti e accomunati dalla medesima modalità di affinamento, come si può notare in Figura 1. Questo risultato ha permesso in prima istanza di dimostrare la capacità dell'analisi infrarosso di cogliere le differenze compositive che esistono tra vini della stessa tipologia affinati con chips e quelli che invece hanno sostato un periodo più o meno lungo in botte di legno. Vale la pena notare che i vini affinati con chips sono ben distinti dai vini affinati con tecniche tradizionali (Amarone e Ripasso), e ancor più dai vini Valpolicella che non hanno avuto

**FIG. 1 Analisi PCA sull'intero set di dati**  
Grafico degli score che mostra 4 sottogruppi di campioni colorati in base al tipo di vino e ai corrispondenti processi di invecchiamento: blu e verde (Amarone e Ripasso) invecchiati in barrique e botti; rosso (Valpolicella) senza invecchiamento in legno; Giallo: Valpolicella affinati con chips. Adattato da: [2]

contatto con il legno. Un'altra considerazione generale è che, sebbene i chips impiegati fossero piuttosto diversi per caratteristiche tecnologiche (granulometria, origine del legno, livello di tostatura) risultano posizionati vicini tra loro, quindi si mostrano simili dal punto di vista analitico. Inoltre, si può notare come campioni commerciali e di cantina della stessa tipologia di vino raggruppino correttamente insieme, indicando che le operazioni di rifinitura e preimbottigliamento non incidano sulla correttezza dell'analisi. Se la PCA ha finalità principalmente descrittive, per comprendere in maniera più chiara quali fossero le reali differenze tra i campioni e, soprattutto, per definire una regola per l'as-

segnazione di nuovi vini a una delle categorie predeterminate, è stato necessario eseguire un trattamento dei dati noto come OPLS-DA. Come primo passo, è stata effettuata un'indagine esclusivamente sui dati relativi ai vini Valpolicella (trattati e non trattati con chips) e, successivamente, su tutto il set di dati. Infatti, se è vero che tra i vini Valpolicella (con o senza chips) e i vini Amarone e Ripasso esistono anche altre differenze compositive che lo spettro NIR può aver captato (grado alcolico, tenore in polifenoli, età del vino, zuccheri residui e altro), le differenze tra i due gruppi di vini riportati in Figura 2 sono riconducibili quasi esclusivamente all'impiego di chips: quest'ultimo fattore viene dunque corret-

tamente identificato ed evidenziato dall'analisi OPLS-DA. Come ulteriore passo, l'analisi OPLS-DA è stata effettuata su tutto il set di dati, al fine di esplorare il potenziale di questo approccio chemiometrico per discriminare i vini affinati con chips, non solo dai vini non trattati, ma anche dai vini invecchiati in botte.  
**FIG. 2 Analisi OPLS-DA sui vini Valpolicella base**  
Grafico degli score che mostra 2 sottogruppi di campioni in base ai processi di affinamento:  
1) azzurro senza affinamento in legno;  
2) giallo: trattato con chips. Adattato da: [2]

FIG. 1 PCA tutti i vini

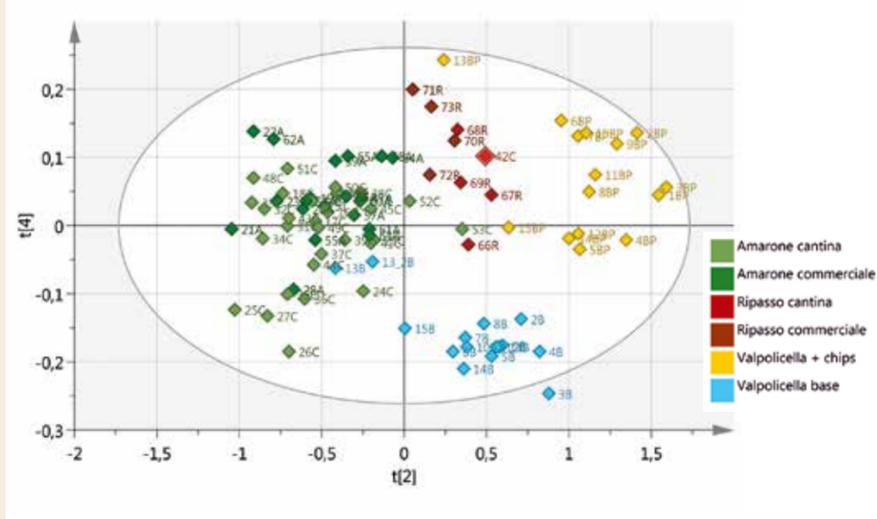
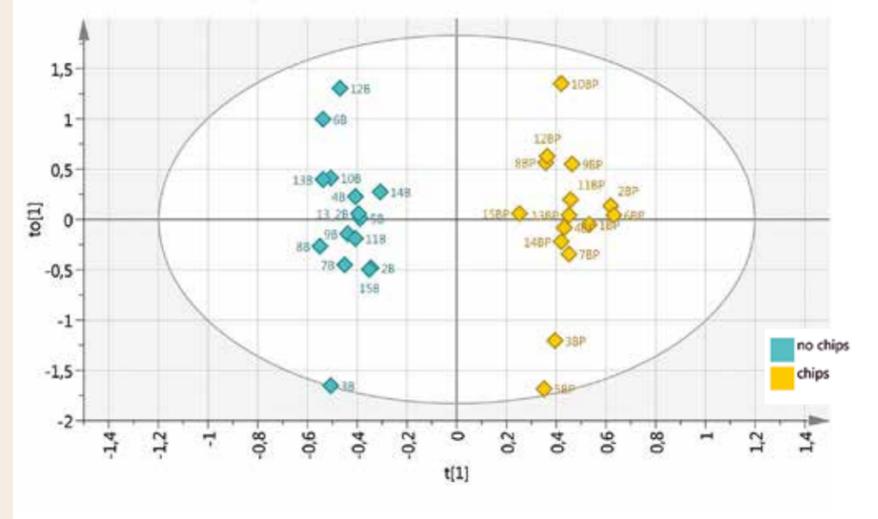


FIG. 2 OPLS-DA vini Valpolicella base



Content/Composition and on the Organoleptic Properties of Wine." J. Agric. Food Chem., vol. 61, no. 46, pp. 11109–11118, Nov. 2013, doi: 10.1021/jf403192y.

[8] A. Ricci, M.-C. Lagel, G. P. Parpinello, A. Pizzi, P. A. Kilmartin, and A. Versari, "Spectroscopy analysis of phenolic and sugar patterns in a food grade chestnut tannin,"

Food Chem., vol. 203, pp. 425–429, 2016, doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2016.02.105>.

[9] "Regione Veneto "Disciplinari vini D.O.C.G. DOC e I.G.T." 2013. <https://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/disciplinari-docg-doc-igt> (accessed Mar. 29, 2018).

[10] M. del Alamo-Sanza, I. Nevares,

A. Martínez-Gil, P. Rubio-Bretón, and T. Garde-Cerdán, "Impact of long bottle aging (10 years) on volatile composition of red wines micro-oxygenated with oak alternatives," LWT, vol. 101, pp. 395–403, 2019.

[11] P. Rubio-Bretón, T. Garde-Cerdán, and J. Martínez, "Use of Oak Fragments during the Aging of Red Wines. Effect on the Phenolic,

Aromatic, and Sensory Composition of Wines as a Function of the Contact Time with the Wood," Beverages, vol. 4, no. 4, p. 102, 2018.

[12] M.-P. Sáenz-Navajas, C. Henschel, A. Cantu, A. A. Watrelot, and A. L. Waterhouse, "Understanding microoxygenation: Effect of viable yeasts and sulfur dioxide levels on the sensory

properties of a Merlot red wine," Food Res. Int., vol. 108, pp. 505–515, 2018.

[13] T. Garde-Cerdán, C. Lorenzo, G. L. Alonso, and M. R. Salinas, "Employment of near infrared spectroscopy to determine oak volatile compounds and ethylphenols in aged red wines," Food Chem., vol. 119, no. 2, pp. 823–828, 2010.

[14] T. Garde-Cerdán, C. Lorenzo, A. Zalacain, G. L. Alonso, and M. R. Salinas, "Using near infrared spectroscopy to determine haloanisoles and halophenols in barrel aged red wines," LWT-Food Sci. Technol., vol. 46, no. 2, pp. 401–405, 2012.

FIG. 3 OPLS-DA tutti i vini

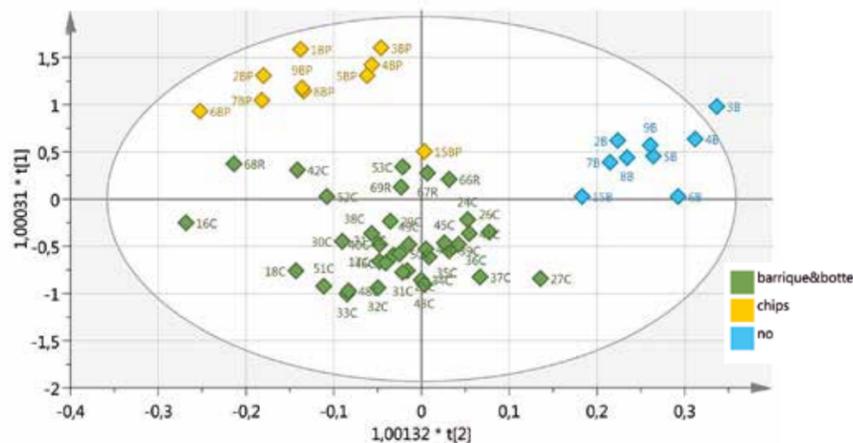


FIG. 3 Analisi OPLS-DA su tutti i vini

Grafico degli score dei vini del set totale che mostra 3 sottogruppi di campioni in base ai processi di invecchiamento: 1) azzurro: nessun invecchiamento in legno; 2) giallo: trattato con chips; 3) verde: invecchiato in barriques o botti. Adattato da: [2]

La Figura 3 mostra come la rappresentazione grafica di diversi tipi di trattamento consenta di distinguere tra vini affinati tradizionalmente (barriques/botti) da quelli trattati con trucioli o non invecchiati.

L'analisi discriminante OPLS è

stata infine testata su un set di dati indipendente di campioni: l'algoritmo ottenuto con i vini di caratteristiche note (campioni di cantina) è stato usato per assegnare a una categoria prevista (vini affinati o non affinati) i campioni commerciali reperiti sul mercato (19 vini Amaro- ne, 4 Ripasso e 10 Valpolicella). Gli esiti di questa assegnazione sono stati confrontati con le informazioni dichiarate dal produttore e garantite dal Consorzio Vini Valpolicella. Questa analisi ha dato i seguenti risultati: il 90,1% dei campioni di vino Doc e Docg sono stati assegnati ai gruppi dichiarati: 22/23

vini Amaro- ne e Ripasso sono stati assegnati alla categoria barrique/botte (come previsto dal disciplinare) mentre 8 sui 10 vini Valpolicella che non hanno subito trattamenti (come previsto dal disciplinare) sono stati correttamente classificati nella categoria non affinati. Vale la pena notare che questo è il primo studio in cui la tecnica NIR è stata applicata per analizzare diversi vini reali, provenienti da svariate cantine e raccolti in differenti fasi di affinamento (da campioni di cantina a bottiglie già in commercio): lavori precedenti infatti hanno preso in considerazione

solo vini, variamente affinati, ma ottenuti dalla stessa partita di vino base [4], [5] o vini di una sola cantina [6]. Certamente, sarebbero necessari ulteriori studi per confermare l'efficacia di questa tecnica al fine di rendere disponibile uno strumento d'indagine per l'autenticazione del vino, allargando sia la gamma di tipologie di vino (diverse denominazioni e diverse varietà di uva), sia la gamma di legni alternativi presi in considerazione (compresi staves, cubetti, blocchi e altri formati) da testare, possibilmente in presenza di micro-ossigenazione [10]-[12].

### CONCLUSIONI

Il presente studio è stato condotto nell'ambito di un progetto volto a sviluppare un metodo NIR adatto, facile da usare e agevolmente applicabile, per correlare l'"impronta digitale" a infrarossi con il processo di invecchiamento nei vini. Questo studio è un primo passo, teso a implementare una tecnica in grado di discriminare i vini invecchiati con diversi tipi di legno, per rendere disponibile uno strumento utile in laboratorio per l'ispezione ordinaria delle partite di vino. Questo approccio può essere ulteriormente migliorato: lo studio è ancora preliminare a causa del set di dati limitato e della zona spettrale IR che è ancora sub-ottimale (alcune lunghezze d'onda IR vicine al medio infrarosso, precedentemente correlate a composti volatili del legno [13], [14] non sono state indagate a causa di limitazioni strumentali). Tuttavia, i risultati già promettenti mostrano il potenziale della spettroscopia IR e dell'analisi chemiometrica per la discriminazione di vini ottenuti da diversi processi di invecchiamento.

### Ringraziamenti

La ricerca è stata condotta nell'ambito di un progetto finanziato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali nell'ambito del programma "Strumenti di supporto per la valutazione del rischio di frodi nel sistema agroalimentare".

Gli Autori ringraziano sentitamente tutte le cantine che hanno collaborato allo studio fornendo campioni di vino e informazioni dettagliate sul relativo processo di invecchiamento: Benedetti Corte Antica Soc. Agr. / Bertani Domains / Guerrieri-Rizzardi Az. Agr. / Tommasi Family Estates / Tedeschi Wines / Zanoni Pietro Az. Agr.



## Innovativo sistema per la gestione automatica della nutrizione del lievito durante la fermentazione alcolica

AVAFERM™ è un sistema automatico, trasportabile e facilmente installabile, dotato di un apparato comprendente delle unità di memoria, ove sono caricate delle curve di cinetica fermentativa sia predefinite che personalizzabili in funzione delle esigenze dell'enologo e del vino da ottenere, della cinetica fermentativa del lievito scelto, delle caratteristiche chimico analitiche del mosto e della temperatura di fermentazione.

L'estrema configurabilità del sistema, l'immediatezza e semplicità d'uso, la facilità di pulizia, l'interfaccia user-friendly ed il controllo remoto, sono soltanto alcune delle peculiarità che rendono AVAFERM™ la prima e unica strumentazione "place&start" per questo tipo di applicazione nel settore enologico.



### Elementi innovativi di AVAFERM™

- ✓ Azzeramento degli errori possibili dovuti a calcoli errati e/o approssimativi da parte degli operatori che gestiscono la nutrizione con metodi manuali.
- ✓ Superamento del concetto e del metodo di gestione della nutrizione per il lievito con semplici ed approssimativi dosatori temporizzati.
- ✓ Minore incidenza economica dell'investimento e significativa riduzione dei costi di implementazione e gestione della nutrizione automatica del lievito durante tutto il processo della fermentazione alcolica.
- ✓ Nessuna modifica e/o nuove installazioni fisse su serbatoi di vinificazione.
- ✓ Modularità e possibilità di facile e veloce collegamento su qualsiasi vinificatore singolo o in batteria.
- ✓ Supervisione in real time dei parametri fermentativi.



info@hts-enologia.com - www.hts-enologia.com



# EFFETTO COVID E MERCATO

## Produzione e consumo: cambio di paradigma



La pandemia ha accentuato modalità di consumo per così dire "più evolute", rafforzando quelle scelte che garantiscono maggiore salubrità. In quest'ottica le filiere produttive saranno chiamate ad aumentare gli sforzi per garantire la sicurezza di tutti i consumatori e la sostenibilità. Nel futuro non sarà più sufficiente produrre vini buoni a prezzi competitivi, ma diventerà decisivo il come si produce, comprendendo in questa chiave tanto il rispetto degli equilibri ambientali, quanto i valori etici e culturali



Testo a cura di

FRANCESCO LIANTONIO, presidente Valoritalia

**D**a sempre gli italiani si contraddistinguono per una forte inventiva, una spiccata imprenditorialità e una forza d'animo che si esprime anche durante le crisi più profonde. La pandemia globale ha colpito tutta la viticoltura italiana, una delle certezze del nostro Paese e una delle forze trainanti del nostro export. Il 2019 è stato un anno record per cibi e vini italiani: le esportazioni sono cresciute del 7% sull'anno precedente toccando i 44,6 miliardi di euro (analisi della Coldiretti sulla base di dati Istat). Risultati eccezionali, che hanno permesso alla vitivinicoltura italiana di consolidare le posizioni sul mercato internazionale, oltre che rafforzare la sua funzione di traino per l'intero made in Italy. Inoltre, nel 2019 la quota di fatturato export è stata superiore a quella realizzata sul mercato interno, con vendite per circa 6,4 miliardi di euro, delle quali il 63% realizzate nei Paesi dell'Unione Europea. Nel 2020 tutto il settore ha subito una brusca frenata e notevoli danni a causa del Covid-19, anche se questi ultimi non si distribuiscono allo stesso modo sugli operatori della filiera. Imprenditori ed esperti della materia sono concordi nell'affermare che, fino a oggi, la misura e la direzione dell'impatto sono dipesi da una pluralità di fattori, alcuni dei quali continueranno ad agire anche al termine della fase di emergenza. La risposta è stata condizionata innanzitutto dal posizionamento di mercato dell'azienda e della denominazione di riferimento, e di conseguenza dai canali di vendita utilizzati in prevalenza.

### Gdo, Horeca e on line

Da un lato vi sono denominazioni e imprese storicamente posizionate nella Grande distribuzione che hanno registrato incrementi di fatturato e aumentato quote di mercato; dall'altro lato, e con segno diametralmente opposto, vi sono quelle denominazioni e quelle imprese più radicate nei canali Horeca, che sono state fortemente colpite dalle misure restrittive adottate in tutto il mondo, registrando una contrazione delle vendite che inevitabilmente si rifletterà sui bilanci. Un cambio epocale, per il quale è prevedibile che si verifichi un'ulteriore selezione tra le imprese. D'altra parte, sin dalle prime settimane di crisi si è determinato un incredibile boom delle vendite online. Molte aziende si sono tempestivamente organizzate, attivando canali diretti di vendita sul proprio sito o aderendo a piattaforme già esistenti. Molte altre però, soprattutto le più piccole e meno attrezzate sul piano organizzativo e tecnologico, non sono riuscite a cogliere l'opportunità e sono rimaste indietro, subendo gli effetti di una crisi che si è dimostrata tanto più grave quanto più l'azienda era orientata verso le vendite nei canali dell'Horeca. È probabile che ci vorrà diverso tempo prima che la ristorazione di tutti i Paesi occidentali possa tornare ai livelli pre-Covid, ed è per questo sostanziale motivo che la crisi non potrà essere assorbita in breve tempo. Gli ultimi dati emersi dall'approfondimento realizzato da Nomisma sul settore agroalimentare italiano e presentati da Denis Pantini, responsabile Agricoltura e Industria Alimentare di Nomisma nell'ambito del Forum delle Economie

sulla filiera Agrifood, mostrano un quadro mutato della filiera agroalimentare. Il food and wine italiano non è stato risparmiato dalla pandemia anche se si è dimostrato molto più resiliente rispetto ad altri comparti. Hanno pesato la chiusura del canale Horeca e il crollo del turismo estero. A farne le spese, in particolare, un settore strategico del made in Italy come quello del vino, sul quale i consumi fuori casa incidono per il 45% delle vendite (secondo dati del 2018). Nei primi sette mesi del 2020 l'export di vino è calato del 3,7%.

### Modalità di consumo più "evolute"

È importante, tuttavia, sottolineare che la pandemia ha accentuato modalità di consumo per così dire "più evolute", rafforzando quelle scelte alimentari che garantiscono maggiore salubrità. Un dato significativo, relativamente ai consumi nel primo semestre del 2020, riguarda la preferenza riservata ai prodotti biologici o provenienti da agricoltura sostenibile. Secondo il rapporto annuale del Sinab nel primo semestre 2020 il consumo di prodotti agroalimentari bio sarebbe cresciuto, rispetto all'anno precedente, del 4,4 %, con una percentuale che nel vino tocca il +15,5%.

### Cibo e vino: una selezione sempre più accurata

I cibi, il vino, sono e saranno sempre più oggetto di una selezione più accurata, così come in nome degli stessi valori di sostenibilità e qualità sarà privilegiato tutto ciò che proviene dal territorio. La richiesta di sicurezza alimentare - forse anche in virtù dell'origine animale del Covid-19 - è peraltro ancora più marcata in alcuni Paesi oc-

La sostenibilità diventerà sempre più l'elemento distintivo della domanda e modificherà nel profondo la struttura produttiva ed economica delle nostre società. Prepararsi a questo passaggio è una condizione essenziale per continuare a fare impresa e garantire livelli soddisfacenti di reddito e occupazione

cidentalmente e persino in Cina, dove il Ministero dell'Agricoltura ha apportato una profonda revisione agli standard di macellazione degli animali destinati all'alimentazione umana. In realtà questa era una tendenza che da anni era già ampiamente presente tra gli strati più evoluti del mercato e che il lock down ha ulteriormente rafforzato. Le prospettive sono quindi chiare: le filiere produttive, agroindustriali e zootecniche, saranno chiamate ad aumentare gli sforzi per garantire la sicurezza di tutti i consumatori, ed allo stesso tempo saranno chiamate a garantire sostenibilità ambientale e sociale. Senza ombra di dubbio, la sostenibilità diventerà sempre più l'elemento distintivo della domanda e modificherà nel profondo la struttura produttiva ed economica delle nostre società. Prepararsi a questo passaggio è una condizione essenziale per continuare a fare impresa e garantire livelli soddisfacenti di reddito e occupazione. Affinché questa "riconversione" si realizzi in tempi rapidi sono necessarie due condizioni: in primo luogo che lo Stato faccia la sua parte, orientando in questa prospettiva tutte le risorse disponibili (e non solo finanziarie), e in secondo luogo che le imprese realizzino un indispensabile salto di qualità, soprattutto sul piano dell'innovazione organizzativa e dell'approccio al mercato. Nel futuro non sarà più sufficiente produrre vini buoni a prezzi competitivi, ma diventerà decisivo il come si produce, comprendendo in questa chiave tanto il rispetto degli equilibri ambientali, quanto i valori etici e culturali che sono impliciti in ogni rapporto di lavoro. Un cambio di paradigma positivo quanto ineluttabile.



VALORITALIA

54<sup>th</sup> EDITION

FERICOM

# vinitaly

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



PASSION IN BUSINESS

**18 - 21**  
**APRIL 2021**  
--> VERONA <--

WWW.VINITALY.COM  
TRADE ONLY

TOGETHER WITH

 **SOL & AGRIFOOD**  
TASTE OF BUSINESS  
**ENOLITECH**  
TECHNOLOGY & INNOVATION

**OperaWine**  
GRAND TASTING  
FINEST ITALIAN WINES



**5StarWines**  
**THE BOOK**  
5starwines.it



INTERNATIONAL  
PACKAGING  
COMPETITION  
vinitaly.it

VERONAFIERE.IT

Organized by  
**veronafiere**  
Trade shows & events since 1898



**Brindisi  
NATALE SPUMEGGIANTE CON BOSCA**

Il brindisi è da sempre uno dei momenti più importanti dei festeggiamenti con gli amici e i propri cari. Un'occasione per esprimere la gioia del ritrovarsi insieme e l'attimo durante il quale ci si dedica un augurio speciale. Le bollicine Bosca, da quasi due secoli, sono tra le protagoniste di questi momenti familiari e intimi grazie all'ampia proposta che spazia dal Metodo Classico con la Riserva del Nonno, allo spumante secco con il Five Stars Asti Docg Secco sino alle bollicine senza alcol di Toselli. Tutti i prodotti Bosca sono acquistabili direttamente sul sito [www.bosca.it](http://www.bosca.it).

Una selezione, a cura delle aziende, di macchine, attrezzature, servizi e prodotti disponibili sul mercato

# LEGGNO IN ENOLOGIA

## BOTTI, BARRIQUES, TINI & PRODOTTI ALTERNATIVI

### GARBELLOTO VINIFICATORE IN LEGNO 4.0



Il "Vinificatore in Legno 4.0" della Garbellotto (che gode dell'iperammortamento e del superammortamento in crediti d'imposta fino al 150%) permette di acquisire e memorizzare in tempo reale, senza la necessità di essere in azienda, la temperatura del liquido contenuto all'interno del tino in legno. Dotato di Wi-Fi, Bluetooth ed Ethernet, i dati compariranno in una semplice e intuitiva app visionabile attraverso la rete aziendale e in caso di necessità il microprocessore, di cui è fornito il tino, permetterà di pilotare l'apertura o la chiusura delle piastre di raffreddamento al suo interno che, collegate a un sistema esterno, manterranno la temperatura pre-impostata dall'enologo o dall'enotecnico. Il controllo automatizzato della temperatura, unitamente alle qualità del legname utilizzato per la costruzione permetteranno

di controllare tutti i processi di vinificazione, dalle fermentazioni (alcolica e/o malolattica) alla cessione dei polifenoli del legno durante la fase di maturazione del vino. Nello specifico il controller del "Vinificatore in Legno 4.0" consente di acquisire, memorizzare e condividere i dati di temperatura rilevati tramite una sonda (tipo PT100 o similare) con involucro in acciaio innestata all'interno dei tini e a contatto con il liquido in esse contenuto. Automazione, controllo e gestione del dispositivo avvengono tramite un display grafico munito di pulsantiera o come abbiamo spiegato tramite interfaccia Web dedicata. Attraverso i relè il sistema è in grado di comandare una valvola motorizzata da 24V e rilevare la relativa posizione aperta/chiusa attraverso i micro-switch presenti sulla stessa. È presente inoltre un relè programmabile aggiuntivo che permette di comandare eventuali dispositivi esterni.

### I-OAK PRODOTTI AD HOC PER I DIVERSI OBIETTIVI ENOLOGICI: I-OAK INNOVATION E I-OAK TREND



Ci occupiamo da sempre di legno enologico, della sua applicazione e di tecnologie e servizi che permettono di ottimizzarne e renderne migliore l'utilizzo in cantina. Ci preoccupiamo di selezionare per il mercato

prodotti sicuri, qualitativi e tecnicamente efficaci, selezionando direttamente i legni in catasta per avere una "tracciabilità" di filiera controllata per garantire al cliente ripetibilità e omogeneità delle forniture e la totale garanzia di qualità e sicurezza. La filosofia nella selezione di ogni prodotto è la volontà di rispondere alle esigenze del mercato e degli enologi: tecnologie di tostatura particolari, ricerca e sviluppo di prodotti ad hoc per fornire soluzioni funzionali al raggiungimento dei diversi obiettivi enologici come ad esempio la linea I-Oak Innovation, nuovi prodotti al passo con le attuali esigenze di mercato per l'applicazione dei legni in finissaggio nel rispetto della tipicità e delle note varietali. Per essere sempre coerenti con le necessità del mercato ampliamo la nostra collaborazione al dialogo con gli opinion leader, per sviluppare assieme ai nostri partner internazionali risposte adeguate alle esigenze. Questo si concretizza nella nostra selezione vendemmiale con I-Oak Trend un legno enologico orientato al gusto di mercato dell'annata, per la vinificazione funzionale alla produzione di vini che rispondano alle richieste del mercato moderno, studiata con la collaborazione di opinion leader tra cui winemaker di grandi aziende vinicole, consulenti e operatori commerciali del vino.

### LALLEMAND GESTIRE LA MALOLATTICA E LE CONTAMINAZIONI DA BRETTANOMYCES IN BARRIQUE: SOLUZIONI IN COMPRESSE DAL SEMPLICE UTILIZZO

La gestione della malolattica in barrique rappresenta spesso un momento di criticità poiché il ridotto volume dei contenitori rende difficoltoso un preciso dosaggio dei batteri lattici. Grazie all'esperienza Lallemand, è ora disponibile Malotabs, una innovativa formulazione di batteri selezionati in compresse pensate per semplificare l'inoculo della FML in barrique. Queste compresse contengono uno specifico ceppo di *Oenococcus oeni* che combina un'efficace cinetica di fermentazione malolattica con un interessante apporto di aromi fruttati ed un'equilibrata morbidezza gustativa. È sufficiente aggiungere una compressa per ogni barrique a

fermentazione alcolica conclusa e successivamente monitorare lo svolgimento della FML. La semplicità d'applicazione e l'affidabilità del risultato di Malotabs sono state premiate con il "New Technology Simec 2017", riconoscimento assegnato all'Innovation Challenge Lucio Mastroberardino a progetti che prevedono innovazioni di processo e di prodotto per il settore vitivinicolo. Negli ultimi anni, numerosi lavori di ricerca hanno dimostrato l'azione antimicrobica di specifici polimeri di chitosano nei confronti del *Brettanomyces*. NoBrett Inside è il primo chitosano Lallemand specifico per un'applicazione mirata alla cura e prevenzione delle contaminazioni da *Brettanomyces*. Questo prodotto, formulato in polvere, è ora disponibile anche nel formato in pastiglie NoBrett In'Tabs: il dosaggio è di due pastiglie per ogni barrique, con la medesima efficacia e affidabilità del prodotto originale.



### SEGUIN MOREAU NOVITÀ: LA BARRIQUE QTT E LA BARRIQUE ICÔNE EPSILON

Leader nelle botti di alta gamma, la Seguin Moreau, azienda di Cognac nata nel 1838, è particolarmente riconosciuta per la qualità dei suoi prodotti (botti, tini e barriques e prodotti in rovere per enologia) e per il suo contributo attivo alla comprensione delle interazioni tra rovere, ossigeno e vino grazie alla sua vasta ricerca condotta in collaborazione con rinomati istituti e università in Francia e all'estero. L'anno

2020 illustra perfettamente questo posizionamento come testimoniano le innovazioni lanciate dalla tonnellerie, risposte pertinenti alle esigenze del mercato sia in termini organolettici che tecnici ed economici. La barrique QTT è il risultato di oltre 10 anni di ricerca e sviluppo condotti congiuntamente dall'Institut de la Vigne et du Vin e Seguin Moreau. Frutto di un metodo di selezione del legno co-brevettato, avviato dal dottor Axel Marchal, che

ha identificato una nuova molecola QTT, questa nuova barrique esalta l'espressione di grandi vini preservando l'espressione del frutto e l'identità del vino da cui proviene. È disponibile in quantità limitate. Seguin Moreau amplia poi la sua gamma Icône con il lancio di Icône Epsilon. Una vera e propria rivoluzione nel mondo delle barriques, la selezione Icône, un approccio unico basato sulle potenzialità enologiche del rovere e non

sulla finezza della grana, si estende ora alle essenze di rovere dell'Est Europa, permettendo quindi a un maggior numero di aziende vinicole di beneficiare di questo approccio qualitativo. L'attività fusti Seguin Moreau si amplia ed acquisisce anche strumenti collegati come E-bung, tappo elettronico nato dalla collaborazione con la start-up Winegrid, che facilita il lavoro quotidiano in cantina, grazie alle informazioni ricevute dagli operatori in tempo reale.



## Imbottigliamenti

## I NUMERI 2019 DEL PRIMITIVO DI MANDURIA

Circa 17 milioni di litri che equivalgono a 22,7 milioni di bottiglie con un fatturato di oltre 147,5 milioni di euro (+ 21% rispetto al 2018): sono i numeri 2019 del Primitivo di Manduria. In particolare il Dop rappresenta il 98,6% dell'intero imbottigliato e il dolce naturale Docg lo 1,4%. "È un vino - afferma Mauro di Maggio presidente del Consorzio - che non conosce crisi soprattutto all'estero con un exploit importante su tutti i mercati. Il Consorzio attualmente vanta 57 aziende socie e oltre 1-500 viticoltori".

TEBALDI BARRIQUES E TONNEAUX BEL AIR:  
SELEZIONE LEGNO E CERTIFICAZIONE PEFC

L'azienda Tebaldi dal 2007 è il distributore esclusivo per l'Italia di Tonnellerie Bel Air (Cenac vicino a Bordeaux - Francia). Bel Air è un produttore di fusti da affinamento che ha deciso di puntare sull'accurata selezione della materia prima, non soltanto a livello geografico, ma introducendo per primo la selezione organolettica dei legni, verificandone il diverso impatto sensoriale. Il gusto del legno e le sue caratteristiche sensoriali variano da un "terroir" forestale a un altro. Bel Air seleziona il legno, parcella per parcella, nelle foreste più rinomate, riuscendo così a dominare perfettamente la qualità e il gusto dei legni, dalla foresta alla barrique. Questa procedura di degustazione e selezione permette di caratterizzare la materia prima a livello sensoriale, dando la possibilità di creare fusti realmente personalizzati in funzione della richiesta del cliente, garantendo anche l'omogeneità costruttiva da fusto a fusto. Dal giugno 2009, la Tonnellerie Bel Air è certificata Pefc (numero certificato FCBA/09-01034). Questo Programma delle Foreste Europee Certificate assicura la qualità e la gestione forestale sostenibile, in termini di biodiversità, di gestione e rinnovo delle specie. In concreto, la certificazione garantisce che Bel Air acquista il legno da organizzazioni che rispettano questi criteri e che promuovono una gestione sostenibile in collaborazione con l'NFB - l'Ufficio Nazionale delle Foreste francese. Ancora un impegno ed un passo in più verso la qualità.

TONNELLERIE  
VALOGA  
VINI ITALIANI  
IN BOTTI  
VALOGA

Sembra incredibile, ma la strada della Tonnellerie Valoga (www.valogabarrels.it) da piccola azienda familiare della Bulgaria a grande compagnia internazionale con clienti e amici in tutta Italia non è la trama di un film, ma una storia vera. La nostra azienda rimane sempre a conduzione familiare, infatti in un'epoca di acquisti on line è molto importante instaurare un rapporto di collaborazione e amicizia tra fornitori e utilizzatori. Voi parlerete sempre con chi si occupa della produzione e che risponde in prima persona per tutto. Appena si risolverà l'emergenza dovuta al Coronavirus riprenderemo le nostre visite ai nostri clienti finali per degustare i vini e conoscere le loro opinioni: il contatto diretto tra produttore e cliente è e sarà sempre la scelta vincente. Siamo sempre alla ricerca di nuovi prodotti da offrire per ampliare le vostre opportunità. Oggi, noi siamo la prima e unica azienda tonnellerie al mondo che produca alternative di pero selvatico. Noi siamo leader nella produzione di botti e alternative da ciliegio. Siamo tra i migliori produttori di botti e fermentatori in rovere. Creiamo le nostre botti solo con il desiderio di soddisfare le vostre esigenze per produrre i vini migliori. Molti vini affinati con i nostri prodotti hanno ottenuto riconoscimenti e premi sia in Italia che all'estero. Conosciamo bene il mercato italiano avendo amici consolidati da tempo in ogni regione, per cui possiamo consigliarvi con competenza la scelta migliore per soddisfare i vostri desideri e le vostre aspettative.

WINE BY NUMBERS  
A PROJECT BY IL CORRIERE VINICOLO

UN PRODOTTO UNICO  
TUTTI I NUMERI DEL COMMERCIO  
VINICOLO MONDIALE AGGIORNATI  
TRIMESTRALMENTE

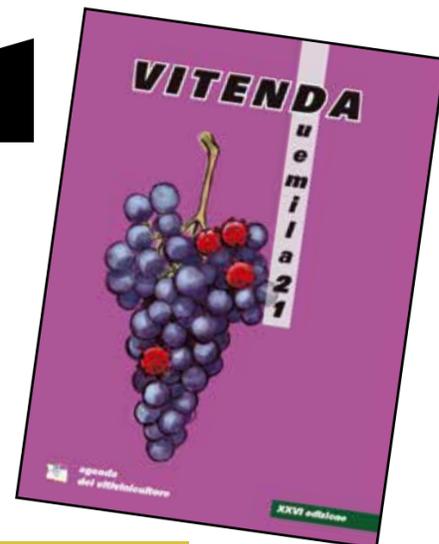


GRATUITO  
E CONSULTABILE OVUNQUE  
UNA RIVISTA DIGITALE SCARICABILE  
GRATUITAMENTE SU TABLET,

SMARTPHONE E PC  
UNA PLATEA DI LETTORI MONDIALE  
INTERAMENTE IN INGLESE  
PER RAGGIUNGERE  
UN DATABASE QUALIFICATO  
DI OPERATORI SEMPRE PIÙ AMPIO  
IN TUTTO IL MONDO

È IN ARRIVO  
LA NUOVA EDIZIONE

per informazioni: [corrierevinicolo@uiv.it](mailto:corrierevinicolo@uiv.it)  
[www.winebynumbers.it](http://www.winebynumbers.it)

VITENDA  
2021

## Altre pubblicazioni disponibili:

- VIGNA IN TASCA (IIIa edizione)
- VITIBOOK
- *Biovitenologia... ..o no?*
- *Bacco Didattico I Vendemmia*
- *Bacco Didattico II Peronospora della vite*
- *Bacco Didattico III Contorni del vino*
- *Bacco Didattico IV Vigna Nuova*

I corsi di formazione in presenza previsti per i prossimi mesi, purtroppo, non verranno realizzati.

Per questo motivo abbiamo deciso di creare alcuni brevi video tecnici sul nostro canale youtube

VITEN VITICOLTURA ED ENOLOGIA



VIT.EN. CENTRO DI SAGGIO E CASA EDITRICE  
SPECIALIZZATI IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA  
Via Bionzo 13bis - 14052 Calosso (AT)  
[info@viten.net](mailto:info@viten.net)

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



**Denominazioni**

**DOC FRIULI OTTIENE IL RICONOSCIMENTO EUROPEO DEFINITIVO**

La Doc/Dop Friuli (Friuli/Friuli Venezia Giulia/Furlanija/Furlanija Julijska krajina Dop), dopo la prima approvazione del luglio 2016, entra ufficialmente nel registro europeo delle denominazioni del vino tutelate, con la pubblicazione sulla GU Europea (GUUE L 379) del 13 novembre 2020. La zona di produzione del Friuli o Friuli Venezia Giulia Dop comprende il territorio di 160 Comuni appartenenti alle ex province di Pordenone, Gorizia, Trieste e Udine, per complessivi (potenziali) circa 8.800 ettari e una produzione media di vino rivendicato di oltre 550mila hl l'anno. Nel 2019, la Doc è stata rivendicata per 3.440 ettari di vigneto e 240.406 ettolitri di vino. *Adriano Del Fabro*

# Mercati vinicoli

QUOTAZIONI E ANDAMENTI  
DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 19 NOVEMBRE 2020



**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 x 0,6  
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 - 4,70 } 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 - 5,10 } Prezzi q.le partenza

**ROMAGNA** ◆

**Vino comune:**

Bianco 2020 9,5-11° 3,00 - 3,20 } Prezzi gr. q.le partenza.  
Bianco TC base spumante 2020 9-10° 3,30 - 3,60 } Mosto muto 2020 2,90 - 3,10 (pr. Fehling peso x 0,6)  
Bianco TC 2020 10,5-12° 3,30 - 3,60 } MCR 2020 3,20 - 3,30  
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 2,65 - 2,80 } Rosso 11-12° 2019 3,50 - 4,00  
Bianco TC 2020 3,00 (+5,26) - 3,50 (+16,67) } 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° 2,20 - 2,50  
Bianco termovinif. 2020 10-11,5° 2,90 - 3,10 } Mosto muto rosso da uve Lambrusco 2020 12-13° 5,80 - 6,20  
Rosso 2020 10,5-12° 3,00 - 3,50 } Mosto concentrato bianco 2020 33-35° 3,10 - 3,30  
Rosso da uve Montepulciano 2020 11-12° 3,60 - 4,00 } Mosto concentrato rosso 2020 33-35° 3,30 - 3,50  
Rosso da uve Lambrusco 2020 12,5-13,5° 5,50 - 6,00 } Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM 2020 33-35° 3,10 - 3,30  
Prezzi gr. q.le partenza. } Prezzi gr. Bé x q.le partenza.

**Vino Igp:**

Pinot Bianco 2020 11-12,5° 50,00 - 60,00 } Chardonnay Puglia 2020 11-12° 50,00 - 60,00  
Prezzi hl partenza.



**CENTRO**



**SUD**

**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.

**In vigore le modifiche al disciplinare  
NOVITÀ PER ASTI SPUMANTE E MOSCATO D'ASTI DOCG**

Annunciata l'entrata in vigore di storiche modifiche del disciplinare, che ampliaranno la gamma delle tipologie dell'Asti Spumante legate al residuo zuccherino, anche con Brut, extra Brut, Brut Nature o Pas Dosé. Altre modifiche, poi, permetteranno all'Asti Spumante (sia Metodo Martinotti sia Metodo Classico) una specificazione aggiuntiva delle sottozone "Santa Vittoria d'Alba" e "Strevi". C'è inoltre l'estensione a tutte le tipologie di Asti Spumante, Moscato d'Asti e Moscato d'Asti vendemmia tardiva dell'uso del termine "vigna" seguito da toponimo o nome tradizionale.

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

**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 1,15 - 1,40 } Merlot 2019 0,80 - 1,00  
Müller Thurgau 2020 1,00 - 1,20 } Teroldego novello 2020 1,85 - 2,00  
Pinot grigio 2020 1,40 (-3,45) - 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 1,40 (-6,67) - 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.

**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 - 1,35 } Chianti Classico 2017 2,60 - 3,10  
Chianti 2018 1,05 - 1,40 } Chianti Classico 2018 2,40 - 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.

**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 - 0,70 (+16,67) } 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.

**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° 3,20 - 3,50 } 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° 130,00 - 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 - 210,00 } Salice 2020 13-14° 8,00 - 8,20  
Primitivi strutturati 2020 17-20° 200,00 - 210,00 } Prezzi gr. q.le partenza.

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

Bianco 2020 10,5-12° 2,70 - 2,90 } Mosto muto bianco 2020 15-17 Babo 1,50 - 1,70  
Bianco TC 2020 12-12,5° 3,30 - 3,70 } 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 2020 12-13° 140,00 - 160,00 } Monica di Sardegna 2020 13-14,5° 100,00 - 130,00  
Cannonau di Sardegna 2020 13-14° 180,00 - 200,00 } Nuragus di Cagliari 2020 12-13° 90,00 - 110,00  
Prezzi hl partenza.

# ESPERIENZA, PASSIONE, PROFESSIONALITÀ.

**Sono le tre parole che dal 2009,  
mettiamo a disposizione  
dei vini italiani.**

Dal 2009, giorno dopo giorno, certifichiamo i vini a Denominazione di Origine italiani. Le nostre metodologie costituiscono un punto di riferimento per gli operatori nazionali e internazionali, perché assicurano la tracciabilità dei prodotti e il rispetto degli standard previsti dai Disciplinari di Produzione.

**Valoritalia. Valore aggiunto. Per il tuo prodotto.**



VALORITALIA

VALORITALIA.IT

