



IL CORRIERE VINICOLO PRESENTA
ICV VIDEO NEWS

SEGUI LA TV DEL CORRIERE VINICOLO SU



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

BUONA LETTURA!



IL CORRIERE VINICOLO

In esclusiva su LinkedIn!



IL CORRIERE VINICOLO

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO	
EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26 Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta); Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevinicolo.com	Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.

CON IL REGOLAMENTO DELEGATO DELL'8 AGOSTO IL NUOVO SISTEMA È LEGGE.
MA ANCORA DIVERSI ASPETTI RILEVANTI SONO DA DEFINIRE

UE, NUOVA ETICHETTA

La riforma è compiuta (quasi)

*Come cambierà il sistema di presentazione dei vini tra etichetta cartacea ed e-label.
Una svolta epocale: perdita di specificità del vino o promozione a prodotto moderno? Le incognite di una rivoluzione che apre una strada nuova a tutto l'agroalimentare. I punti ancora da chiarire con la Ue, il tema degli health warning e i possibili contraccolpi sul mercato. Che però, da una indagine internazionale, sembra apprezzare il coraggio della trasparenza...*

SERVIZI DA PAGINA 2

U-label, una svolta storica per tutto l'agroalimentare

Il segretario generale del Ceev, Ignacio Sánchez Recarte, fa il punto sul percorso politico del vino europeo alla luce della nuova normativa



I temi ancora da chiarire con la Commissione



Come funziona la e-label



Ingredienti e nutrizionali: istruzioni per l'uso

- 8 LE CONSEGUENZE DELLA RIFORMA NELLE PAROLE DI LUIGI BERSANO, COORDINATORE TAVOLO POLITICO UIV
- FINE DELLA "SPECIFICITÀ" O NUOVA STAGIONE DI "MATURITÀ" DEL VINO?
- 9 I RISULTATI DI UN'ANALISI NEI PRINCIPALI MERCATI MONDIALI
- GLI ADDITIVI NEL VINO TRA PERCEZIONE DEL CONSUMATORE E RUOLO DELL'ETICHETTA
- 10 INTERVISTA A MARZIO DAL CIN, PRESIDENTE ANFORMAPE
- SARÀ UN'ETICHETTA A CAMBIARE CONSUMI E PRATICHE DI CANTINA?

IL CONSIGLIERE DI UIV E COO DI ANGELINI WINES & ESTATES È IL SECONDO MW ITALIANO

A pagina 3

Andrea Lonardi è Master of Wine

"Questa nomina, meritatissima, ci rende entusiasti", il commento di Lamberto Frescobaldi, presidente UIV, mentre per il segretario generale, Paolo Castelletti, "sono state premiate perseveranza e dedizione del nostro consigliere"



UCOVIP

a pag. 12

ARRIVA IL "SUPER-CONSORZIO". LA PUGLIA TENTA LA SVOLTA

Dal primo Cda le linee guide di azione del nuovo organismo che raggruppa cinque Consorzi della regione

DISCIPLINARI

a pag. 14

CANELLI DOCG, L'APOTEOSI DEL MOSCATO

Alla scoperta della nuova "garantita", operativa dalla vendemmia 2023



Anno 1350, Montepulciano e i suoi vini

AFFRESCO STORICO DA UN CONTRATTO DI MERCATURA...

A pagina 16





SYNCRONCAP™
SERIES



Passione, tecnologia, innovazione...

Noi siamo già nel futuro... E tu?

www.norton.it



**CON IL
REGOLAMENTO
DELEGATO DELL'8
AGOSTO IL NUOVO
SISTEMA È LEGGE.
MA ANCORA DIVERSI
ASPETTI RILEVANTI
SONO DA DEFINIRE**

Come cambierà il sistema di presentazione dei vini tra etichetta cartacea ed e-label. Una svolta epocale dopo un percorso politico-normativo durato oltre sei anni: perdita di specificità del vino o promozione a prodotto moderno? Le incognite di una rivoluzione che apre una strada nuova a tutto l'agroalimentare. I punti ancora da chiarire con la Ue, il tema degli health warning e i possibili contraccolpi sul mercato. Che però, da una indagine internazionale promossa da Oenoppia, sembra apprezzare il coraggio della trasparenza. L'analisi e i commenti del segretario generale del Ceev, Ignacio Sánchez Recarte, e di UIV, Paolo Castelletti. Le interviste a Luigi Bersano, coordinatore del Tavolo politico di UIV, e Marzio dal Cin, presidente di Anformape

Ue, nuova etichetta: la riforma è compiuta (quasi)

di GIULIO SOMMA

La rivoluzione sull'etichetta del vino ormai è compiuta, o quasi: con la pubblicazione lo scorso 8 agosto sulla Gazzetta Ufficiale Ue del Regolamento delegato (Ue) 2023/1606 della Commissione del 30 maggio 2023 si è concluso il lungo percorso normativo che prevede radicalmente riformato il sistema di presentazione del vino. La principale novità del nuovo sistema definito dal Regolamento delegato è l'introduzione degli ingredienti e nutrizionali in etichetta, potendo avvalersi del doppio strumento dell'etichetta cartacea e della e-label, un insieme di elementi che rappresentano per il settore una vera e propria rivoluzione e che aprono per tutto il mondo agroalimentare una prospettiva assolutamente nuova di dialogo con il consumatore (vedi intervista qui sotto al segretario del Ceev, Ignacio Sánchez Recarte). Sono stati necessari infatti sei anni di intenso lavoro (soprattutto grazie all'impegno della delegazione di UIV all'interno del Ceev) - per superare le resistenze, da un lato, interne al settore, in particolare del mondo agricolo, restio ad accogliere questi principi basilari di trasparenza informativa verso il consumatore, e, dall'altro delle istituzioni comunitarie a definire una normativa specifica per il comparto - per arrivare a restituire così anche al

LA RIFORMA, IL LAVORO POLITICO E LE SFIDE CHE ATTENDONO IL VINO DOPO LA RIVOLUZIONE IN ETICHETTA

U-label, una svolta storica per tutto l'agroalimentare

Il segretario generale del Ceev, Ignacio Sánchez Recarte, fa il punto sul percorso politico del vino europeo alla luce della nuova normativa. Con l'etichettatura elettronica il vino apre una nuova stagione di dialogo con il consumatore e diventa modello per tutto l'agroalimentare. I temi di trattativa con la Commissione europea ancora irrisolti, l'adesione delle imprese all'U-label e la sfida sugli health warning. "Chiederemo una legislazione comunitaria in tema di informazione sanitaria per bloccare la fuga in avanti dell'Irlanda e salvaguardare il mercato unico", annuncia Sánchez Recarte



premissa la riflessione di **Ignacio Sánchez Recarte**, segretario generale del Ceev (Comité Européen des Entreprises Vins), che conferma la lungimiranza della scelta del mondo vitivinicolo e, contemporaneamente, traccia i prossimi passi politici e organizzativi.

L'adesione delle aziende alla piattaforma del Ceev U-label sta crescendo, il settore ha ritrovato a livello

avanti autogestita dell'Irlanda, che rischia di minare il mercato unico europeo. Che, magari, si riesce a bloccare proprio con una legislazione comunitaria in tema di informazione sanitaria....

Partiamo dalla riforma europea dell'etichettatura del vino e delle bevande alcoliche: qual è il giudizio politico complessivo del Ceev?

È una riforma lungimirante perché rappresenta un enorme passo avanti nella modernizzazione dell'informazione dei consumatori. È un progetto ambizioso per tutte le parti interessate: dalla politica alle istituzioni, dalle aziende vinicole fino, ovviamente, ai consumatori. La riforma introduce l'etichettatura del XXI secolo e inizia a regolare questa realtà nel mondo digitale.

La riforma rappresenta anche un importante passo in avanti del settore verso una maggiore trasparenza di informazioni nei confronti

del consumatore?

Sì, certamente, ma la maggiore trasparenza è in fondo solo un risultato logico di un processo. Quando abbiamo capito il ruolo del digitale nell'esperienza dei consumatori, siamo stati costretti a riconoscere il loro desiderio di avere maggiori informazioni sui prodotti da acquistare. I consumatori vogliono avere la possibilità di conoscere meglio ciò che mangiano e bevono. Il digitale ci permette di inserire tutte le informazioni necessarie in un ambiente certificato e, in più, nella lingua del consumatore.

La parte centrale della riforma ormai è stabilita, ma mancano alcuni dettagli, non secondari, che vanno definiti quanto prima. Quali strategie metterete in atto e che tempi vi siete dati per la loro approvazione?

Mancano ancora alcuni importanti dettagli interpretativi, per questo continuiamo a lavorare con la Commissione europea e con gli Stati membri al fine di ottenere certezze giuridiche e

L'intero mondo dell'agroalimentare europeo è alle prese con una rivoluzione nell'etichettatura che, sebbene la normativa abbia quasi un decennio, è "culturalmente" solo agli inizi. Gli stimoli sono arrivati, negli anni, dalle richieste sempre più pressanti dei consumatori per avere informazioni accurate e complete su cibi e bevande. Non fa eccezione il vino, che pure è un prodotto unico, e tra quelli più a rischio in caso di

legislazioni che non tengano conto delle sue particolarità produttive. Per questo, al termine di un percorso piuttosto complesso, il settore è arrivato a una soluzione che farà fare un salto in avanti a tutto l'agroalimentare. Con l'inserimento di una etichetta digitale, che rimanda a un ambiente trasparente e affidabile, si tengono insieme in modo equanime le esigenze di chi compra, di chi fa le regole e di chi produce. Parte da questa necessaria

lo europeo una nuova compattezza di fronte a questa nuova sfida, ma rimangono ancora diversi punti normativi da chiarire con la Commissione che deve garantire, innanzitutto, il corretto allineamento interpretativo di tutti gli Stati europei alle nuove disposizioni di legge. La proroga, di fatto, dell'obbligo della nuova etichetta alla vendemmia 2024 lascia ancora tempo per definire i temi irrisolti. Primo tra tutti gli alert salutistici e la fuga in

I temi ancora da chiarire con la Commissione europea

Ecco nel dettaglio le questioni ancora sul tavolo delle trattative tra Ceev e Commissione europea.

DEROGA ALL'EXPORT

Offrire agli Stati membri la possibilità di concedere una deroga all'etichettatura degli ingredienti e delle informazioni nutrizionali per tutti i prodotti destinati all'esportazione, al fine di evitare che alle aziende venga impedito l'accesso al mercato del Paese terzo.

QR-CODE PARLANTE

Aprire alla possibilità per le aziende, in accordo con quanto indicato nella normativa europea, di facilitare l'identificazione da parte del consumatore del QR-code che dà accesso alla lista degli ingredienti e alla dichiarazione nutrizionale:

- da un lato, mediante l'uso esclusivo di un simbolo sopra o vicino al QR-code, non richiedendo quindi alcun obbligo di fornire un'indicazione tradotta nella lingua del Paese di commercializzazione;
- dall'altro, aggiungendo un link sulla pagina web che presenta queste informazioni che consenta al consumatore di accedere volontariamente al sito web dell'azienda o del marchio.

DOCUMENTO DI ACCOMPAGNAMENTO

Esentare dall'obbligo di menzionare nei documenti di accompagnamento l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale per lasciare a ciascun operatore la scelta delle modalità di trasmissione di tali elementi agli altri intermediari della filiera produttiva-distributiva e tenuto conto delle immense difficoltà operative, in particolare per i prodotti già confezionati e provvisti di apposita etichetta.

TABELLA VALORI MEDI GENERALMENTE ACCETTATI

Per quanto riguarda la tabella dei valori medi da utilizzare per la dichiarazione nutrizionale, UIV lavora a una proposta da approvare in sede nazionale o europea, sulla base dei valori medi proposti dal Ceev.

UTILIZZO DEL SITO AZIENDALE

Introdurre la possibilità per le aziende di fornire al consumatore, nel rispetto delle regole stabilite dal regolamento UE n. 2021/2117, l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale sul proprio sito web per non penalizzare gli operatori di piccole e medie dimensioni.

vino l'immagine di un prodotto moderno seppur di tradizione millenaria, che non ha timori di raccontarsi al mercato sia nella sua natura produttiva, perché alla fine rimane sempre principalmente frutto della naturale fermentazione del succo dell'uva, sia nella sua composizione nutrizionale.

Un passo in avanti fondamentale che contribuisce a superare la tradizionale reticenza del mondo produttivo (soprattutto in alcuni Paesi) che ha portato in primo piano, in particolare dopo la riforma dell'etichettatura dei prodotti alimentari entrata in vigore nel

Continua a pagina 4 ➡



una strategia costruttiva e proattiva.

legali, utili alle aziende vitivinicole, entro settembre. Tuttavia non sono così ottimista sulle tempistiche.

L'Europa del vino si era presentata divisa davanti alla richiesta di una richiesta normativa di autoregolamentazione nel 2017. Poi, gradualmente, il Ceev è riuscito a ricostruire un fronte comune. Oggi c'è ancora una differenza di atteggiamento da parte delle diverse associazioni nazionali verso la nuova etichetta?

Tutti quelli che sono in contatto con la realtà dell'Unione europea sanno bene che l'etichettatura digitale è il futuro e che per preservarla dobbiamo proporre una soluzione equa per le aziende, la politica, le istituzioni e i consumatori. Una volta presentato il quadro complessivo alle organizzazioni nazionali, il settore si è allineato in

E come stanno affrontando le imprese l'importante lavoro di riorganizzazione gestionale che porta con sé la riforma?

Si tratta di una grande sfida organizzativa, soprattutto considerando che molte aziende hanno centinaia o addirittura migliaia di etichette diverse. Molti hanno interpretato questa esigenza come un progetto importante e hanno iniziato da tempo la raccolta e la compilazione dei dati (che saranno utili all'etichettatura elettronica, ndr). Tuttavia diverse aziende sono ancora un po' "indietro" nella loro strategia digitale, per queste saranno necessari ulteriore supporto e un maggior sforzo comunicativo.

Parliamo di U-label: è forse una delle vittorie più importanti l'essere riusciti a ottenere la possibilità di veicolare gran parte delle informazioni nutrizionali e

sugli ingredienti attraverso il web. Ma è una vittoria fragile perché ancora diverse sono le voci, a iniziare dalla Dg Sante, che non credono nella potenzialità di questo strumento. Cosa pensi si debba fare e farà il Ceev per difendere questa conquista, che rappresenta un primato del vino rispetto a tutti gli altri ambiti dell'agroalimentare?

Assolutamente, l'etichettatura digitale è un risultato fondamentale per noi e un asset strategico per il mantenimento del mercato unico europeo dei vini. U-label ha giocato e continua a giocare un ruolo importante in questo successo, ma il rischio di perdere l'etichettatura digitale è molto concreto. La nostra migliore difesa è dimostrare che grazie allo strumento digitale le aziende vinicole riescono a essere ancora più responsabili e trasparenti, mettendo a disposizione tutte le informazioni necessarie, così da garantire ai consumatori la possibilità di essere informati meglio, e nella loro lingua. Questa è stata

la ragione principale che ci ha spinto a sviluppare la U-label e il motivo per cui continueremo sostenerla: fornire una piattaforma seria e sicura per le aziende e per i consumatori.

Come stanno andando le richieste di ingresso sulla piattaforma da parte delle aziende dei diversi Stati europei?

Abbiamo registrato un enorme aumento dei numeri delle sottoscrizioni negli ultimi mesi. Tuttavia la proroga concessa con il corrigendum, ha ovviamente rallentato il processo.

Ci puoi dare dei numeri di adesione o degli obiettivi che intendete raggiungere?

Ben prima della pausa estiva avevamo raggiunto le 10.000 e-label create. Ad oggi siamo vicini a raggiungere le 700 imprese abbonate.

Ci sono Stati più avanti rispetto ad altri e qual è la tipologia di imprese maggiormente presente, piccole medie o grandi?

tutto inglese nel 1953, dove in questi settant'anni sono state formate e selezionate 502 figure di "super esperti" che invece il vino lo hanno studiato, vissuto e proposto con gli occhi di una "tecnicità" rivolta sempre al mercato. Torneremo ad approfondire con Andrea Lonardi questo aspetto che rappresenta una vera e propria rivoluzione per lo stesso Istituto dei Master of Wine (dove però, ci testimonia lo stesso Lonardi, si stanno affacciando sempre più numerosi gli esponenti del mondo produttivo) ma anche un'opportunità straordinaria per il sistema vitivinicolo italiano che - certamente insieme a Gabriele Gorelli e speriamo anche all'annunciato Pietro Russo che dovrebbe chiudere la terna italiana nei prossimi mesi (anche se gli italiani in lizza non finiscono qui) - potrà finalmente proporre una prospettiva diversa da cui studiare, pensare e proporre il vino "e dare un messaggio importante nella wine industry internazionale", secondo le parole di Lonardi. Le dichiarazioni che il nuovo MW italiano ha rilasciato alla stampa in occasione della nomina sono assolutamente chiare sull'ambizione di un progetto di lavoro che oggi è solo agli inizi e del quale torneremo a parlarne sul nostro giornale nelle prossime settimane con un approfondimento esclusivo.

Le reazioni

L'annuncio della proclamazione di Andrea Lonardi a MW, diramato dall'Istituto londinese nelle prime ore di venerdì 25 agosto, ha suscitato un'ampia eco di stampa.

"Questa nomina, meritatissima - ha commentato il presidente di Unione Italiana Vini, **Lamberto Frescobaldi** - ci rende entusiasti ma allo stesso tempo ci fa riflettere di come il nostro settore abbia sempre più bisogno di figure di questo spessore.

Gabriele Gorelli e Andrea Lonardi - che non a caso provengono da due territori particolarmente vocati come Montalcino e la Valpolicella - avranno la responsabilità di portare con sé il vigneto Italia nel mondo e speriamo che nel prossimo futuro la community tricolore possa crescere ancora". Riferendosi, invece, ruolo che i Master of Wine hanno non solo nel diffondere la cultura del comparto ma anche nell'orientare e muovere i mercati globali del vino, il segretario generale di UIV, **Paolo Castelletti** ha detto: "La perseveranza e la dedizione del nostro consigliere è finalmente stata premiata, e questo ci fa particolarmente piacere. L'Italia del vino potrà contare su un nuovo alleato anche sul fronte commerciale: è noto infatti di come l'Istituto attraverso i suoi membri possa essere decisivo sui mercati internazionali, a partire da quelli emergenti".

Poi, fra le tante espressioni di apprezzamento che si sono susseguite in questi giorni, ricordiamo quella di **Christian Marchesini**, presidente del Consorzio tutela vini Valpolicella di cui Lonardi è vicepresidente (territorio dove è nato e lavora da tempo): "Quello di Andrea Lonardi è un successo individuale che porterà beneficio a tutta la Valpolicella e al suo Consorzio. Siamo infatti certi che, da Master of Wine, potrà testimoniare nel mondo la cultura e la qualità enologica di un territorio la cui tecnica di messa a riposo per le uve atte a divenire Amarone potrebbe divenire nei prossimi anni patrimonio immateriale Unesco".

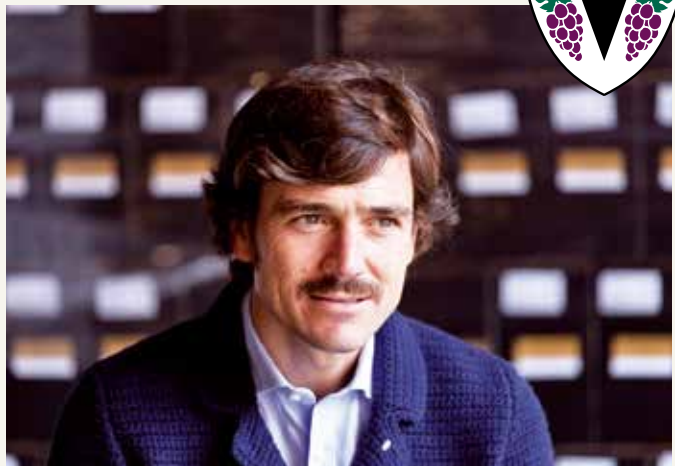
Infine, ultime e prime, le parole di plauso arrivate da **Ettore Nicoletto**, presidente e ceo di Angelini Wines & Estates: "Siamo felici di aver supportato Lonardi in questo cammino professionale e orgogliosi del risultato".

G.S.

IL CONSIGLIERE DI UIV E COO DI ANGELINI WINES & ESTATES È IL SECONDO MW ITALIANO

Andrea Lonardi è Master of Wine

"Questa nomina, meritatissima, ci rende entusiasti", il commento di Lamberto Frescobaldi, presidente UIV, mentre per il segretario generale, Paolo Castelletti, "sono state premiate perseveranza e dedizione del nostro consigliere"





2014 nella Ue, una immagine di opacità del settore vinicolo verso cui i mercati internazionali stavano mostrando crescente insofferenza. Ed è la stessa indagine di mercato commissionata da Oenoppia (l'associazione internazionale dei produttori di prodotti enologici) a Wine Intelligence, che raccontiamo nelle prossime pagine, a confermare l'opportunità, sarebbe da dire quasi la necessità, di questo salto in avanti informativo del mondo del vino verso i consumatori, la cui portata positiva per l'immagine del prodotto sarà notevolmente più forte rispetto a eventuali possibili contraccolpi negativi che rimarranno comunque, nel caso, limitati nel tempo (vedi intervista Marzio Dal Cin a pag 10).

Una difficoltà di "racconto" da parte del mondo produttivo non certo determinata dalla volontà di celare al consumatore i processi di cantina, quanto, invece, motivata dalla particolare e unica complessità del vino rispetto agli altri prodotti agroalimentari: da un lato, semplice nel processo produttivo perché risultato della fermentazione del succo d'uva, ma dall'altro estremamente complesso da descrivere nella sua composizione. Una particolarità che la legislazione europea ha dovuto accogliere e rispettare con una normativa dedicata, la cui complessità però rende molto innovativa, da cui un certo carattere di sperimentazione che avrà nei primi anni di applicazione, e ancora oggi non perfettamente compiuta.

"Si tratta indubbiamente di una delle più grandi rivoluzioni normative che il vino europeo ha vissuto negli ultimi vent'anni - ha commentato **Paolo Castelletti**, segretario generale di Unione Italiana Vini - una rivoluzione che, però, per essere efficace nei confronti del consumatore e rispettare la

particolarità del nostro sistema, necessita ancora la definizione di una serie di passaggi estremamente importanti che vorremmo definire quanto prima, così da mettere in condizione il settore di affrontare, con la necessaria chiarezza e serenità, la complessa riorganizzazione gestionale che questa riforma sta imponendo a tutte le aziende vitivinicole europee".

Un bilancio positivo

Il confronto che si è svolto in questi ultimi anni, sia all'interno del mondo vitivinicolo europeo che con le istituzioni comunitarie, è stato articolato e faticoso "ma, nel complesso, possiamo considerare i risultati molto soddisfacenti - ha continuato Castelletti -. Grazie al lavoro svolto da UIV nel nostro Paese e dal Ceev a livello europeo, siamo riusciti a ottenere tutta una serie di flessibilità e, ultima e prima, l'etichetta elettronica, che renderanno questo cambio epocale, per quanto impegnativo, gestibile da parte delle imprese. Condivido le parole di Ignacio Sánchez Recarte nella sua intervista quando parla di una riforma ambiziosa che rappresenta un enorme passo avanti nella modernizzazione delle informazioni ai consumatori, la cui portata va ben oltre i confini del nostro mondo".



PAOLO CASTELLETTI

Adesso, dopo aver ottenuto con il Corrigendum al Regolamento n.1308/2013 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale UE il 31 luglio scorso) l'applicazione della nuova normativa solo ai vini "prodotti" dopo la data di entrata in vigore della legge, cioè l'8 dicembre 23 - consentendo a tutti i prodotti ottenuti prima

di continuare a essere immessi sul mercato con l'etichetta precedente fino a esaurimento delle scorte e spostando di fatto l'obbligo generalizzato alla vendemmia 2024 - rimangono da definire alcune questioni tecniche e di interpretazione rilevanti, prima tra tutte se il termine "prodotto" del Corrigendum si deve intendere riferito al mosto, al vino o alla seconda fermentazione nel caso di spumanti e frizzanti: secondo Unione Italiana Vini, la deroga dall'indicazione di ingredienti e nutrizionali dovrebbe essere contemplata per tutti i prodotti vitivinicoli (vini frizzanti, vini spumanti, vini liquorosi ecc.) elaborati a partire da mosti/vini base ottenuti prima dell'8 dicembre 2023. "La deroga era inevitabile, visto l'impatto organizzativo che avrà la nuova norma nella gestione della presentazione dei vini da parte delle imprese del settore - sottolinea Castelletti -. Ma la nuova finestra temporale più ampia che abbiamo ottenuto non deve far apparire ai nostri imprenditori la scadenza come lontana, trattandosi di una rivoluzione che cambierà radicalmente non solo, banalmente, la redazione delle etichette, ma anche la più complessa gestione delle informazioni sul prodotto verso il consumatore. L'implementazione della piattaforma U-label implicherà un cambiamento rilevante nella organizzazione di alcune funzioni aziendali che richiederà impegno, risorse finanziarie e umane, oltre che il tempo necessario".

Un nuovo onere che graverà sulle imprese, come ricorda nella sua intervista Luigi Bersano, coordinatore del tavolo politico del Consiglio Nazionale di UIV (vedi pag. 8), a fronte del quale è urgente arrivare a chiarire quanto prima anche le altre questioni rimaste da definire con le istituzioni europee (vedi box "I temi ancora da chiarire con la Commissione europea" a pag. 3), così da met-

tere in condizioni le aziende di affrontare il nuovo sistema con la dovuta chiarezza. "Tra i punti ancora da chiarire con la Commissione - spiega il segretario generale di UIV - i principali riguardano l'introduzione della possibilità per gli Stati membri di concedere deroghe alla nuova etichettatura per i vini destinati all'esportazione, l'utilizzo del QR-code 'parlante' che semplificherebbe la stampa delle etichette, l'esclusione della menzione obbligatoria di ingredienti e nutrizionali nei documenti di accompagnamento, l'utilizzo della tabella dei valori medi proposta dal Ceev e, infine, la possibilità per le aziende di utilizzare il proprio sito web per le info su ingredienti e nutrizionali, così da non penalizzare gli operatori di piccole e medie dimensioni".

E-label, una conquista da difendere

"Fuori lista", rimane poi la questione degli health warning in etichetta, di cui abbiamo parlato molto in questi mesi e della quale accenniamo anche con il segretario generale del Ceev nell'intervista a pagina 2. Un tema che ha un suo percorso normativo specifico, sebbene sia stretta-

NOMACORC OCEAN

LA PRIMA CHIUSURA PER VINI AL MONDO CHE CONTRIBUISCE A PROTEGGERE GLI OCEANI



Nomacorc Ocean di Vinventions è il primo tappo al mondo ad essere prodotto riciclando plastica raccolta nelle zone costiere, e destinata a finire negli oceani (Ocean Bound Plastic).

Utilizzando questa materia prima riciclata, Nomacorc Ocean promuove la raccolta di questi rifiuti e contribuisce a ridurre il loro volume e il rischio che presenta di inquinare gli oceani, pur mantenendo le prestazioni e le caratteristiche tecniche specifiche della gamma di tappi Nomacorc.

by  VINVENTIONS

WWW.VINVENTIONS.COM

Come funziona la “e-label”

I requisiti primari dell'etichetta elettronica sono due: non deve figurare insieme ad altre informazioni commerciali/marketing (come info aziendali o il codice Ean), richiedendo una piattaforma specifica dedicata, e non deve raccogliere o tracciare dati degli utenti (cookies). In linea di principio, la visualizzazione del collegamento alle informazioni elettroniche sull'etichetta fisica deve essere ben visibile, in modo da essere facilmente individuabile dal consumatore, chiaramente leggibile e, se del caso, indelebile; non essere in alcun modo nascosto, oscurato, sminuito o interrotto da qualsiasi altro materiale scritto o illustrativo o da qualsiasi altro materiale intermedio. Al pari, il mezzo/la piattaforma

elettronica su cui sono collocate le informazioni – come ad esempio la U-label promossa dal Ceev - dovrebbe fornire garanzie paragonabili all'etichetta fisica, in termini di leggibilità delle informazioni, stabilità, affidabilità, durata e integrità delle informazioni durante l'intera vita del prodotto. L'etichetta elettronica deve essere accessibile attraverso un codice leggibile che fornisce accesso diretto alle informazioni pertinenti. Lo smartphone, deve essere in grado di leggere/scansionare un codice e convertirlo immediatamente in un Url per un sito web. Pertanto, non è ammesso come metodo di accesso alle informazioni obbligatorie la stampa in etichetta dell'indirizzo

internet (Url) del sito, ma solo il QR-code. L'inclusione del link al sito web aziendale sull'etichetta elettronica è possibile ma ha per la Commissione mero scopo di marketing. Occorre garantire che le informazioni relative all'elenco degli ingredienti e alla dichiarazione nutrizionale, appaiono nello stesso campo visivo, leggibili contemporaneamente senza dover girare il contenitore, in caratteri indelebili e chiaramente distinguibili dal testo o dalla grafica circostante. Qualsiasi uso di codici QR aggiuntivi dovrebbe evitare ogni possibile interpretazione che possa essere fuorviante o creare confusione nei consumatori.

Il collegamento di ciascuna particolare etichetta dovrebbe portare in modo inequivocabile alle informazioni specifiche di un singolo vino, in modo chiaramente differenziato e fornendo un semplice accesso ai consumatori, evitando ogni possibilità di trarre in inganno, esattamente come fa un'etichetta cartacea individuale per identificare uno specifico prodotto alimentare.



presto rivelata una sfida impossibile, e dai costi proibitivi se si pensa alla necessità di stamparla e tradurla nella lingua di ogni Paese in cui la singola bottiglia verrà commercializzata.

La svolta è arrivata, due anni fa, in sede di discussione della Pac 2023-2027, che ha aperto le porte alla proposta italiana (con un ruolo fondamentale giocato da UIV) di inserire la maggior parte delle informazioni su un'etichetta elettronica, accessibile attraverso un QR-code riportato in etichetta. Una soluzione che ha fatto uscire il settore dall'impasse, arrivando all'emanazione del Regolamento UE 2117/2021, che entrerà in vigore, in seguito al via libera al Regolamento delegato dello scorso 8 agosto, per tutti i vini prodotti dall'8 dicembre 2023.

Tra etichetta ed “e-label”

Si tratta evidentemente di una novità di enorme rilevanza per il comparto italiano ed europeo, che riguarda il vino e i prodotti vitivinicoli aromatizzati, e che poggia su due capisaldi, che andremo ad approfondire: da un lato, l'etichetta fisica, che dovrà riportare obbligatoriamente il valore nutrizionale - in kilocalorie e kilojoule - e le sostanze che provocano allergie o intolleranze, compresi i coadiuvanti tecnologici (*vedi box “Dichiarazione nutrizionale” a pag. 6*); dall'altro la “e-label” (*vedi box “Come funziona la e-label”*), cui accedere attraverso un QR-code riportato in etichetta, dove trovare la dichiarazione nutrizionale completa e l'elenco degli ingredienti.

Il valore energetico, come detto, va comunicato sull'etichetta stampata: è il potere calorico, e sta ad indicare il valore nutritivo degli alimenti in kcal, ovvero l'energia che un alimento è in grado di fornire. L'altra informazione da stampare obbligatoriamente in etichetta è quella relativa alle sostanze allergeniche: tutte le sostan-

mente connesso a questa riforma, non solo da un punto di vista tecnico, ma anche politico. Le forze politiche e le istituzioni europee che si occupano di salute, protagoniste in questi anni nella battaglia contro il consumo dell'alcol, oggi guardano con diffidenza alla riforma dell'etichettatura soprattutto alla e-label, una conquista tanto importante della nuova normativa europea quanto ancora fragile politicamente. La Dg Sante, in particolare, continuando a operare alla riforma del 1169, potrebbe arrivare a proporre di uniformare la regola di comunicazione a tutte le bevande alcoliche, mettendo a rischio l'etichettatura elettronica. “Per difendere l'e-label, dobbiamo dimostrare nei fatti che questa rappresenta uno strumento molto più efficace per parlare al consumatore rispetto all'etichetta cartacea - conclu-

de Castelletti - e riusciremo a farlo solo implementando rapidamente la piattaforma U-label con la maggior parte delle imprese vitivinicole europee. Solo così potremo vincere le diffidenze di quella parte delle istituzioni comunitarie che ancora non l'hanno accettata e che potrebbero in futuro metterla in discussione”.

Dichiarazione nutrizionale, ingredienti e allergeni nell'etichetta del vino

Il professore Luigi Moio, presidente dell'Oiv, il massimo organismo internazionale del vino, ama ripetere che il vino “è l'unico prodotto dell'uomo mono-ingrediente”. In effetti, per fare una bottiglia di vino è sufficiente qualche grappolo d'uva. È anche per questa sua unicità che il vino, fino ad oggi, ha goduto di un tratta-

mento diverso, in Unione europea, rispetto agli altri prodotti agroalimentari in tema di presentazione in etichetta. Il vino, così come tutti gli altri prodotti alcolici, è stato sempre dispensato dall'indicare sulla confezione i valori nutrizionali e gli ingredienti.

Un privilegio cui la Commissione europea ha messo fine nel 2014 (*vedi box “Dal 1169/2011 al Regolamento delegato dell'8/8/2023 a pag. 6*), decidendo che anche i produttori di vino avrebbero dovuto indicare la lista degli ingredienti e degli allergeni in etichetta, e da questa decisione è arrivata la proposta di autoregolamentazione del settore del 2018. L'iter, in effetti, è stato più accidentato e complesso del previsto, per motivi essenzialmente pratici: inserire una mole tale di informazioni nello spazio limitato della retroetichetta si è

Ottieni grandi risultati con una concimazione di qualità

agribios
nature technologies

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

www.agribiositaliana.it

Breve riepilogo storico-normativo

Dal 1169/2011 al Regolamento delegato dell'8/8/2023

Ci sono voluti ben 12 anni dall'emanazione del primo regolamento europeo “madre” sulle informazioni obbligatorie sugli alimenti per arrivare al Regolamento delegato dell'8 agosto scorso che ha normato l'indicazione in etichetta di informazioni nutrizionali e ingredienti delle bevande alcoliche. Un percorso lungo, segnato da alcune tappe fondamentali che riepiloghiamo di seguito. Quando parliamo di etichettatura nutrizionale la prima norma fondamentale è il Regolamento dell'Unione europea 1169/2011, entrato in vigore nel 2014. Finora il settore vitivinicolo è stato esentato, ma la deroga si è conclusa con l'emanazione del Regolamento 2117/2021, che ha avuto un impatto diretto sul Regolamento 1308/2013 “Prodotti vitivinicoli” e sul Regolamento 251/2014 “Prodotti vitivinicoli aromatizzati”. Altra norma fondamentale, per restituire un quadro completo, è il Regolamento delegato, che a sua volta, impatta su altri due testi: il Regolamento 33/2019 e il Regolamento 273/2018.

Dal Regolamento 1169/2011, che riguarda appunto l'etichettatura dei prodotti alimentari preconfezionati, le Sezioni da tenere sempre ben presenti, in termini di tabella nutrizionale ed elenco degli ingredienti, sono la 1, la 2 e la 3. Nella Sezione 1 troviamo l'Articolo 9, che elenca tutte le indicazioni obbligatorie: la denominazione dell'alimento; l'elenco degli ingredienti; qualsiasi ingrediente o coadiuvante tecnologico elencato nell'allegato II o derivato da una sostanza o un prodotto elencato in detto allegato che provochi allergie o intolleranze; la quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti; la quantità netta dell'alimento; il termine minimo di conservazione o la data di scadenza; le condizioni particolari di conservazione e/o le condizioni d'impiego; il nome o la ragione sociale e l'indirizzo dell'operatore del settore alimentare; il Paese d'origine o il luogo di provenienza ove previsto all'articolo 26; le istruzioni per l'uso, per i casi in cui la loro omissione renderebbe difficile un uso adeguato dell'alimento; per le bevande che contengono più di 1,2 % di alcol in volume, il titolo alcolometrico volumico effettivo; una dichiarazione nutrizionale. La Sezione 2 restituisce invece disposizioni particolareggiate sulle indicazioni obbligatorie, mentre il quadro completo sulla dichiarazione nutrizionale è contenuto nella Sezione 3.

Il vino, esentato pro tempore

Finora queste indicazioni obbligatorie non hanno riguardato il vino: l'articolo 16 del Regolamento 1169/2011 prevedeva la non obbligatorietà per le bevande con un contenuto alcolico superiore all'1,2% in volume. Era però previsto che entro il 13 dicembre 2014 la Commissione avrebbe stilato una relazione intesa a chiarire se alcune categorie di bevande alcoliche dovessero in futuro essere esentate dall'obbligo di fornire le informazioni nutrizionali. Il report arrivò solo nel marzo del 2017, e sosteneva chiaramente come non ci fossero delle ragioni oggettive che giustificassero l'assenza di informazioni nutrizionali e ingredienti delle bevande alcoliche. La Commissione, quindi, chiese all'industria delle bevande alcoliche di presentare una proposta di autoregolamentazione entro i 12 mesi successivi. Furono 12 mesi molto delicati, in cui dal confronto tra i grandi produttori di vino europei emerse la leadership dell'Italia, capace di presentare una proposta in grado di trovare la quadra anche con la Francia, le cui posizioni sono sempre state molto più intransigenti, a difesa della specificità del vino. Il 12 marzo 2018, così, arriva a Bruxelles una proposta congiunta di autoregolamentazione dei settori europei delle bevande alcoliche sulla fornitura di elenchi nutrizionali e di ingredienti, con dei singoli allegati per i diversi settori: bevande spiritose, vini dettagliati e prodotti vitivinicoli aromatizzati, birra sidro e vino di frutta. Puntando forte sulla digitalizzazione, e sfruttando quindi un'etichettatura elettronica.

La tappa successiva è febbraio 2021, quando viene votato il Piano europeo per la lotta contro il cancro, in cui si sottolinea come solo nel 2016 il cancro sia stata la principale causa di morte legata all'alcol, e la Commissione fissa quindi l'obiettivo della riduzione di almeno il 10% di consumi nocivo di alcol entro il 2025, proponendo di modificare la sua politica di promozione delle bevande alcoliche individuando due date per due nuovi obblighi: l'inserimento della tabella nutrizionale e dell'elenco degli ingredienti entro il 2022 e le avvertenze sanitarie entro la fine del 2023. A dicembre 2021, intanto, viene adottato l'accordo sulla nuova Pac 2023-2027 con tre regolamenti: 2115/2021, 2116/2021 e 2117/2021, che rendono obbligatorio, per i prodotti vitivinicoli e i prodotti vitivinicoli aromatizzati, l'inserimento in etichetta materiale oppure off label, di tabella nutrizionale ed elenco degli ingredienti.

Elenco degli ingredienti: i punti salienti

Ecco le regole per indicare gli ingredienti del vino nella nuova etichetta

- Il termine “uve” può essere utilizzato per sostituire l'indicazione delle uve e/o dei mosti di uve utilizzati come materie prime per la produzione di prodotti vitivinicoli.
- Il termine “mosto di uve concentrato” può essere utilizzato per sostituire l'indicazione “mosto di uve concentrato” e/o “mosto di uve concentrato rettificato” utilizzati per la produzione di prodotti vitivinicoli.
- Gli additivi appartenenti alle categorie “regolatori dell'acidità” e “agenti stabilizzanti” che sono simili o reciprocamente sostituibili, possono essere indicati nell'elenco degli ingredienti utilizzando l'espressione “contiene... e/o” seguita da un massimo di tre additivi, se almeno uno di essi è presente nel prodotto finale.
- L'indicazione degli additivi che rientrano nella categoria “gas per il confezionamento” nell'elenco degli ingredienti può essere sostituita dall'indicazione specifica “Imbottigliato in atmosfera protettiva” o “Può essere imbottigliato in atmosfera protettiva”.
- L'aggiunta dello sciroppo zuccherino e dello sciroppo di dosaggio ai prodotti vitivinicoli può essere indicata dalle indicazioni specifiche “sciroppo zuccherino” e “sciroppo di dosaggio”, da sole o accompagnate tra parentesi da un elenco dei loro componenti di cui all'allegato II del Regolamento delegato (UE) 2019/934.
- I lieviti per la produzione di vino non devono essere elencati come ingredienti. Secondo il Regolamento delegato (UE) 2019/934, sono utilizzati come coadiuvanti tecnologici, e gli additivi utilizzati come coadiuvanti tecnologici non devono essere inclusi nell'elenco degli ingredienti. Anche altri componenti, o parti dei lieviti utilizzati con funzioni diverse nella produzione del vino, sono considerati coadiuvanti tecnologici e rientrano quindi nella stessa esenzione. L'unico composto del lievito che deve essere indicato nell'elenco degli ingredienti è la mannoproteina del lievito, poiché viene utilizzata come additivo.



ze presenti nel prodotto finale che causano allergie o intolleranze devono essere indicate, e possono essere presentate in etichetta in due modi. Quando l'elenco degli ingredienti è presentato in etichetta, tutte le sostanze che causano allergie o intolleranze devono essere indicate come ingredienti all'interno dell'elenco degli ingredienti, evidenziate attraverso un carattere tipografico (ad esempio font, stile o colore di sfondo) che le distingua chiaramente dal resto degli ingredienti in elenco, in conformità all'articolo 21 del Regolamento 1169/2011 (detto anche Regolamento FIC); nel caso in cui l'elenco degli ingredienti sia presentato per via elettronica (quindi non sull'etichetta fisica), tutte le sostanze che causano allergie o intolleranze e che sono ancora presenti nel prodotto finito (anche se in forma alterata) devono essere comunque indicate anche sull'etichetta fisica, e la loro presentazione deve essere preceduta dalla parola “contiene” seguita dal nome della/e sostanza/e o del/i prodotto/i corrispondente/i - “anidride solforosa” o “E220 (solfiti)”, “bisolfito di potassio”, “metabisolfito di potassio”, “lisozima (uovo)”, “albumina d'uovo”, “caseina (latte)” -, seguendo lo stesso metodo per indicare le sostanze allergeniche già utilizzato da anni nel settore vitivinicolo. Queste stesse regole devono essere, poi, seguite per presentare l'elenco completo degli ingredienti per via elettronica.

Questo elenco deve essere preceduto da un titolo contenente la parola “ingredienti”, e deve essere fornito in ordine decrescente di peso, come registrato al momento del loro utilizzo nella produzione dell'alimento. Gli ingredienti che costituiscono meno del 2% del prodotto finito possono essere elencati in un ordine diverso dopo gli altri ingredienti. Gli ingredienti devono essere presentati con la loro denominazione specifica (vedi tabella qui sotto), con le eccezioni previste dal Regolamento FIC e dal Regolamento delegato (UE) 2019/33. Importante sottolineare che il termine “uva” può essere utilizzato per in-

La tabella degli additivi utilizzati in enologia con la denominazione da indicare in etichetta

Tra i 99 composti descritti nel Codice internazionale delle pratiche enologiche dell'Oiv, 23 sono autorizzati nell'Unione europea come additivi per la vinificazione dal Regolamento (UE) 2019/934, fra cui:

- conservanti/antiossidanti
- regolatori di acidità
- stabilizzanti
- gas per il confezionamento

Dichiarazione nutrizionale

In etichetta il contenuto si limita al valore energetico, che può essere espresso con il simbolo “E” (che sta per “energia”) espresso in kJ e kcal per 100 ml. **+ QR code**

In modalità digitale il contenuto corrisponde alla dichiarazione nutrizionale completa che indica le quantità di grassi, grassi saturi, carboidrati, zuccheri, proteine e sale.

Il valore energetico deve essere calcolato utilizzando i fattori di conversione elencati nell'allegato XIV del Regolamento (UE) n. 1169/2011, o utilizzando valori medi generalmente stabiliti e accettati dal settore

Valore / 100 ml	
Energia	xxx kJ / xxx kcal
Grassi	g
di cui saturi	g
Carboidrati	g
di cui zuccheri	g
Proteine	g
Sale	g

Nutrition Facts

Serving Size: 1 fl oz (29g)

Amount Per Serving

Calories 25

% Daily Value

Total Fat 0g

Saturated Fat 0g

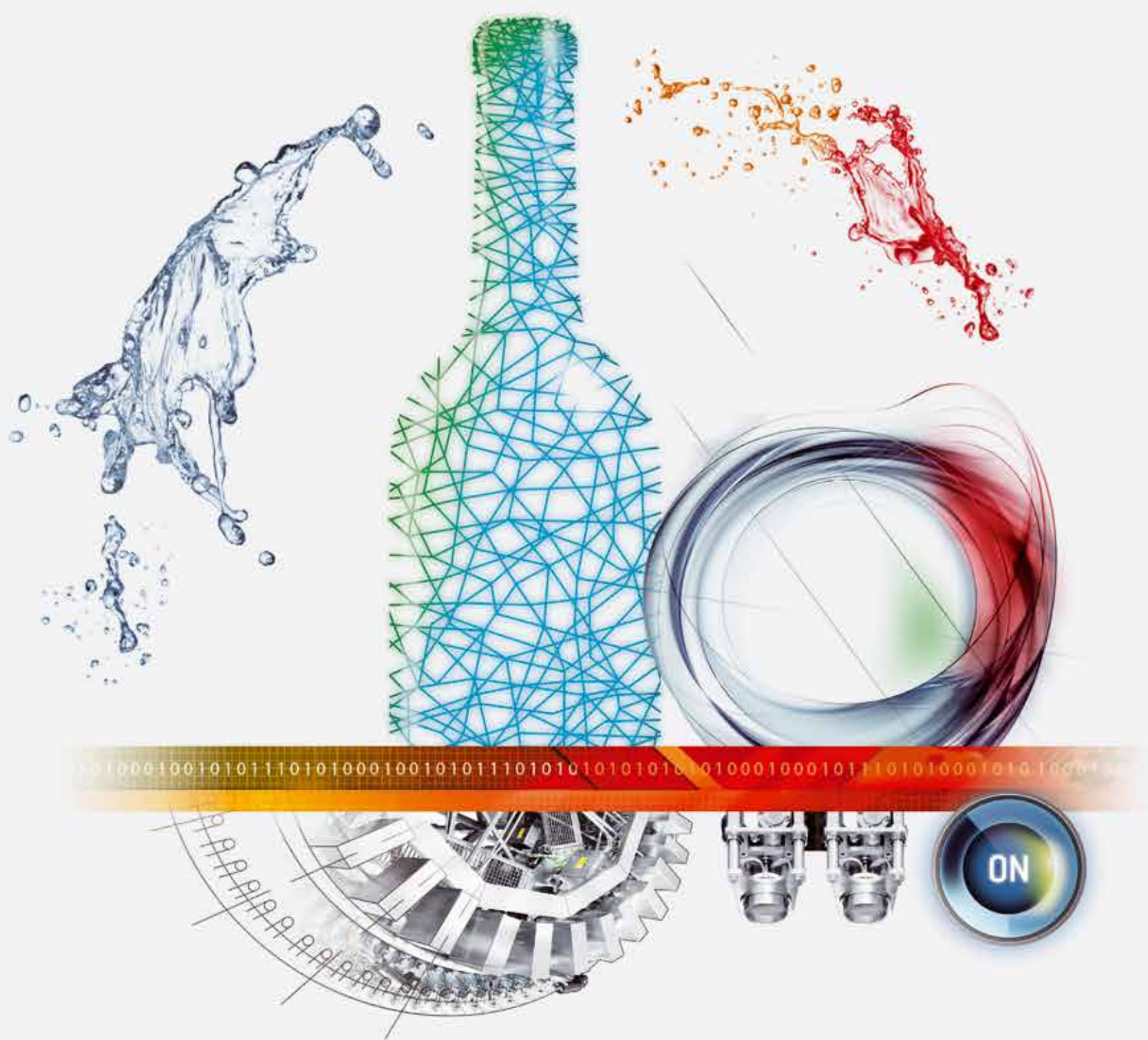
0g Fat 0g

dicare che le uve e/o mosti sono stati utilizzati come materia prima, e il termine “mosto di uva concentrato” può essere utilizzato per indicare anche il termine “mosto di uva concentrato rettificato” (per come indicare l'elenco degli ingredienti vedi box “Elenco degli ingredienti, i punti salienti”). Passando alle informazioni nutrizionali (vedi box “Dichiarazione nutrizionale”), si deve riportare, obbligatoriamente, in una tabella con il seguente ordine la quantità di: Valore Energetico, Grassi, Acidi Grassi Saturi, Carboidrati, Zuccheri, Proteine e Sale, in valori che dovranno essere riferiti a 100g/ml, e possono essere espresse per porzione o per unità di consumo. Tutti gli elementi obbligatori devono essere indicati in ordine, e se non sono presenti come nel caso del vino devono essere seguiti dal valore 0. La dichiarazione deve essere presentata, se lo spazio lo permette, sotto forma di tabella, con allineamento delle cifre; in mancanza di spazio sufficiente, le informazioni possono essere presentate sotto forma lineare. ■

Prodotti enologici	Ruolo
Acido L-ascorbico	Conservante
Anidride solforosa	Conservante
Bisolfato di potassio	Conservante
Bisolfito di potassio	Conservante
Sorbato di potassio	Conservante
Lisozima	Conservante
Dimetildicarbonato (DMDC)	Regolatore di acidità
Acido citrico	Regolatore di acidità
Acido malico (D,L-; L-)	Regolatore di acidità
Acido lattico	Regolatore di acidità
Acido tartarico (L(+)-)	Regolatore di acidità
Solfato di calcio (solo per i vini liquorosi)	Regolatore di acidità
Gomma arabica	Stabilizzante
Acido metatartarico	Stabilizzante
Mannoproteine di lievito	Stabilizzante
Carbossimetilcellulosa	Stabilizzante
Poliaspartato di potassio	Stabilizzante
Acido fumarico	Stabilizzante
Argon	Gas per il confezionamento
Azoto	Gas per il confezionamento
Anidride carbonica	Gas per il confezionamento
Resina di pino di Aleppo (solo per i vini retsina)	Altro
Caramello (solo per i vini speciali)	Altro

SALONE
INTERNAZIONALE
MACCHINE PER
ENOLOGIA E
IMBOTTIGLIAMENTO

SIMEI



LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY

ORGANIZED BY



30^a EDIZIONE

12-15 Novembre 2024
Fiera Milano (Rho)

info@simei.it / simei.it



ANALISI DELLE CONSEGUENZE DELLA RIFORMA NELLE PAROLE
DI LUIGI BERSANO, COORDINATORE DEL TAVOLO POLITICO DI UIV

Fine della “specificità” o nuova stagione di “maturità” del vino?

La riforma dell'etichettatura del vino, che dovrà riportare ingredienti, allergeni e informazioni nutrizionali, scrive la parola “fine” alla specificità del settore, e porta con sé tante novità, di carattere burocratico, gestionale, economico e culturale. Ecco l'analisi di alcune conseguenze del nuovo sistema nelle parole di **Luigi Bersano**, coordinatore del Tavolo politico di UIV.

Con la riforma dell'etichettatura il vino finisce di essere una eccezione e si uniforma alle regole degli altri prodotti agroalimentari. La ritiene un passo avanti in fatto di trasparenza e dialogo con il consumatore, o è una sconfitta per la perdita di quella specificità che fino al 2017 aveva tenuto fuori il settore dalla normativa ingredienti e nutrizionali in etichetta?

Quando una categoria ha una condizione di privilegio finisce per non considerarla più come tale, ma come un dato di fatto acquisito. Razionalmente, però, nel 2023 il mondo dei consumatori chiede sempre maggiore trasparenza, e credo sia inutile fare battaglie di retroguardia: prendiamo quanto c'è di buono e proseguiamo su questa strada. Il

vino non è un prodotto prettamente industriale, segue cicli stagionali, e gli interventi dell'uomo, finalizzati a mettere sul mercato il miglior prodotto possibile nell'interesse del consumatore, devono adattarsi alle diverse annate e questo rende la presentazione del vino molto complessa: ma la nuova normativa è riuscita ad accogliere sostanzialmente questa complessità. Certo è una complicazione in più, che un po' temiamo perché si aggiunge a un carico burocratico già pesante. Ma dobbiamo entrare con coraggio nella nuova era di “maturità commerciale” del vino.

L'aver ottenuto la possibilità di veicolare tutta una serie di informazioni via web è indubbiamente un primato e una conquista importante che però viene vista con diffidenza da una parte della Ue in particolare dalle istituzioni sanitarie. Cosa dobbiamo fare per difendere questo unicum che ci consente di non trasformare l'etichetta del vino in un bugiardinio farmaceutico?

L'Europa dovrà farsene una ragione, perché ormai il mondo funziona così: con uno smartphone si ha accesso a qualsiasi tipo di servizio e informazione, anche di carattere esistenziale. La diffidenza di

una parte della Ue è una posizione di arretratezza culturale, e ci attendiamo semmai che l'Unione europea spinga su questo aspetto anche per gli altri comparti dell'agroalimentare, e non solo per il vino. Anche perché, è una soluzione che consente una manutenzione molto più puntuale, ed evita errori che sul cartaceo non sarebbero correggibili.

La preoccupa e teme ripercussioni sui consumi per il fatto che da oggi si potrà “pesare” l'impatto calorico del vino sulla salute, confrontandolo quindi con quello degli altri alimenti?

Il messaggio ormai è quello di consumare meno ma con qualità, è un percorso avviato, tutti i prodotti alimentari riportano le calorie in etichetta, ma certo l'informazione su cibo e bevande non può dipendere dalla mera misurazione delle calorie. Ci sarà chi andrà a ricercare questo tipo di informazioni, ma tutti sanno ormai che il consiglio è quello di bere un bicchiere o due, e tanto basta: non credo che avrà un impatto reale sui consumi.

Da un'indagine di mercato in diversi Stati europei, commissionata da Oenoppia (vedi articolo nella pagina a fianco), emerge che

il consumatore medio non è informato sui processi di vinificazione e sulla composizione dei vini, ha un atteggiamento incerto rispetto al tema degli additivi, sebbene la trasparenza fornita dall'etichetta - magari supportata dalla spiegazione del ruolo che hanno i vari ingredienti del prodotto - aiuterebbe a superare diffidenza e percezione negativa rispetto ad alcuni additivi. Ritiene che leggere la lista degli ingredienti possa minare la percezione di “naturalità” che il consumatore ha di questo prodotto, considerata la crescita di interesse che il mercato sta manifestando verso i vini cosiddetti “naturali”?

Le sostanze che dovremo indicare, a parte la SO₂ (solfiti), integrano quasi sempre quelle già presenti nell'uva, e che l'enologo, in determinate condizioni meteorologiche, è costretto ad utilizzare per riequilibrare ciò che la natura ci ha dato o ci ha tolto, senza peraltro alterare la naturalità del vino. Quindi non mi preoccupa questa nuova stagione di trasparenza: anzi sarebbe utile avere la possibilità di poter informare meglio il consumatore più curioso e interessato ai processi produttivi del vino perché, come ha testimoniato anche l'indagine di Oenoppia, se il consumatore è consapevole della funzione degli ingredienti si abbassa la diffidenza.

Infine, la riforma imporrà un cambiamento importante nella gestione delle informazioni sui prodotti verso il consumatore da parte delle imprese, che va ben oltre la stampa di una etichetta differente. Si tratta di un impegno oneroso sia in termini organizzativi che economici...

Una novità del genere ci imporrà un ulteriore rilevante sforzo organizzativo anche attraverso integrazione di personale qualificato per la gestione dei dati. È un percorso che il comparto vino ha dovuto sostenere sin da quando, nel 1960, è cambiata la normativa del settore. Prima è arrivato il registro cartaceo, poi quello informatico, tutti adempimenti che il settore ha “subito”. Difficile misurarne l'impatto, ma è comunque un nuovo onore di carattere economico su una gestione già molto gravata dalla burocrazia.

M2X 
CHIUSURE ITALIA

Diverse soluzioni.
Massima qualità.

Siamo un'azienda italiana specializzata nella distribuzione di Chiusure e Packaging per il settore enologico.

Oltre al sughero offriamo una gamma completa di chiusure ‘alternative’ che si integrano perfettamente a quelle tradizionali, per offrire ai nostri clienti diverse soluzioni garantite e di qualità.



Sagrera & C^{ie}



Via Rosina Storchio, 5 | 25020 DELLO (BS) T +39 030 8089860 | m2x@m2xchiusureitalia.it | www.m2xchiusureitalia.it

I RISULTATI DI UN'ANALISI
NEI 10 PRINCIPALI MERCATI MONDIALI

Gli additivi nel vino tra percezione del consumatore e ruolo dell'etichetta

Nel dibattito sulla nuova etichetta del vino, che come abbiamo visto dovrà obbligatoriamente riportare - in retroetichetta o sulla e-label - informazioni energetiche, ingredienti e allergeni, un aspetto forse poco approfondito e dibattuto, ma di straordinaria importanza per il futuro commerciale del settore, riguarda la percezione, e quindi le reazioni, del consumatore. Che, come vedremo, ha ancora le idee piuttosto confuse sul ruolo degli additivi alimentari e dei coadiuvanti tecnologici usati in vinificazione (es. i solfiti) e, non avendo sufficienti informazioni sulla vinificazione e sulla composizione stessa del vino, nutre una certa diffidenza verso questi prodotti. Superabile, però, fornendo le giuste informazioni sulla funzione che hanno gli ingredienti, meglio se indicati attraverso un elenco breve o comunque contenuto. È proprio ciò che emerge da un'approfondita ricerca di mercato in questo ambito, commissionata da Oenoppia, l'associazione internazionale dei produttori di prodotti enologici, a Wine Intelligence, che, sebbene sia stata svolta un paio di anni fa, continua a mantenere tutta la sua straordinaria efficacia nel fotografare una situazione che ci aiuta a capire se, effettivamente, l'etichettatura degli ingredienti possa far perdere al vino la sua immagine di prodotto naturale - come suggeriva, tra le altre, una tesi di dottorato condotta nel 2019 presso l'Università di Geisenheim - oppure no.



Vino, additivi e conoscenze del consumatore
Il focus del lavoro promosso da Oenoppia, che ha coinvolto 11.533 persone (rappresentative dei 262 milioni di consumatori di vino nei

10 mercati principali del vino target della ricerca - Germania, Francia, Spagna, Italia, Regno Unito, Svezia, Russia, Giappone, Australia, e Stati Uniti), è caduto prima di tutto sulla conoscenza da parte dei consumatori delle pratiche di vinificazione e la loro percezione sull'uso degli additivi. Ne è emerso che il 40% dei consumatori considera il vino un prodotto naturale (Fig. 1), privo di additivi, contro il 19% che non la pensa così, mentre il 41% non ha alcun tipo di opinione in merito. Allo stesso tempo, però, il 47% crede che la maggior parte dei vini contenga additivi, contro il 10% che non la pensa allo stesso modo e il 43% che non esprime alcuna opinione. Per quanto riguarda il ruolo degli additivi, l'uso di conservanti in vinificazione aiuta ad assicurare la qualità e l'integrità del vino per il 32% dei consumatori, affermazione contrastata dal 15% degli intervistati, con ben il 53% che si dice neutrale. Percentuali di risposta che ritroviamo identiche all'affermazione "L'uso di additivi, diversi dai conservanti, in vinificazione aiuta ad assicurare la qualità del vino": d'accordo il 32% degli intervistati, contrario il 15%, neutrale il 53%. Inoltre, il 49% dei consumatori ritiene che i produttori di vini di alta qualità non abbiano bisogno di usare additivi, punto di vista avversato dal 10% degli intervistati, con il 41% che si dice neutrale. In questo senso, il 26% degli intervistati crede che solo i vini di bassa qualità contengano additivi, affermazione che raccoglie un 27% di opinioni avverse e il 47% di voti neutrali. Infine, il 42% degli intervistati si dice d'accordo con l'affermazione "Un vino che contiene additivi non fa bene alla mia salute",



Figura 1.
PERCEZIONI E CONOSCENZE ENOLOGICHE

PRESENZA DI ADDITIVI

Il vino è un prodotto naturale, privo di additivi
La maggior parte dei vini contiene additivi

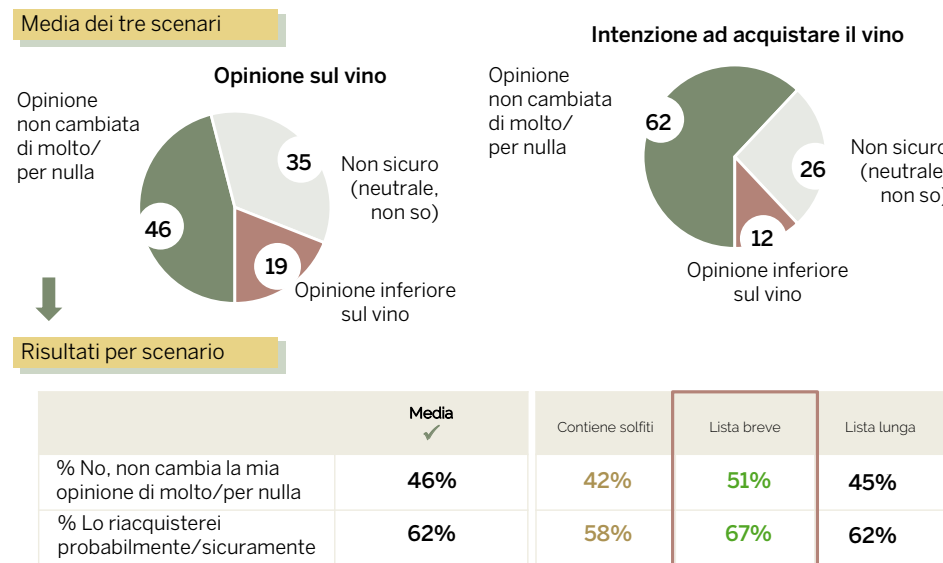
UTILITÀ DEGLI ADDITIVI

Quando si produce il vino, utilizzare additivi (inclusi i conservanti) aiuta a garantire la qualità e la preservazione/durata del vino nel tempo

Fonte figure: indagine
Wine Intelligence
per Oenoppia



Figura 2.
IMPATTO DEGLI INGREDIENTI NELL'ETICHETTA DEL VINO (SU UN VINO PROVATO E APPREZZATO)



Significativamente più alto / basso rispetto alla "Media delle 3 liste"
(intervallo di confidenza: 95%)

19 settembre
Appuntamento
con il corso
di formazione
UIV



ETICHETTATURA NUTRIZIONALE: PRONTI PER L'8 DICEMBRE?

A fronte dell'interesse riscontrato durante le precedenti edizioni, continuano i corsi di formazione, organizzati dal Servizio Giuridico di UIV e rivolti alle aziende vitivinicole italiane, in vista dell'entrata in vigore (l'8 dicembre 2023) dei nuovi obblighi di etichettatura nutrizionale. Il prossimo incontro (online su piattaforma Teams) è previsto per il 19 settembre e vedrà la partecipazione anche di UIV Confederazione. Durante il corso verranno esaminati i nuovi obblighi di cui al Regolamento UE n. 2021/2117 e lo status quo a fronte della rettifica del Regolamento UE n. 2021/2117 e della pubblicazione del nuovo Regolamento UE n. 2023/1606. Verranno, infine, fornite indicazioni in merito ai punti ancora di dubbia interpretazione per i quali è stato richiesto da Unione Italiana Vini un chiarimento ufficiale alla Commissione europea.

Per informazioni sull'evento e sulle modalità di iscrizione, scrivere a: serviziogiuridico@uiv.it

Commissionata a Wine Intelligence da Oenoppia, l'indagine dimostra che i vantaggi di un'informazione trasparente sugli ingredienti sono ben superiori rispetto ai rischi. Il consumatore, nella media, conosce poco come si produce un vino e mantiene un'idea di naturalità del prodotto: diffidenza e incertezza sono i sentiment più diffusi rispetto agli ingredienti. Ma se si spiega a cosa servono vengono accettati con più favore

con un 11% che non è d'accordo e un 47% che si professa neutrale. In sostanza, le idee dei consumatori sugli additivi presenti nel vino sono piuttosto confuse.

Le reazioni di fronte a tre diverse etichette

L'aspetto più interessante della ricerca di Oenoppia riguarda le reazioni dei consumatori di fronte a tre diversi scenari: nel primo, in etichetta compare la sola scritta "contiene solfiti"; nel secondo, il consumatore si trova di fronte a una breve lista di ingredienti; nel terzo, la lista degli ingredienti è più lunga e articolata. Nella media dei tre scenari, l'opinione su un vino noto e gradito non cambia molto o per niente nel 46% dei casi e peggiora nel 19%, con il 35% di voti neutrali. Guardando all'intenzione di acquisto, il 62% dei consumatori comprerebbe ancora lo stesso vino, il 12% no e il 26% si dice neutrale (Fig. 2).

Nello specifico, l'opinione sul vino non cambia per il 42% dei consumatori di fronte alla scritta "contiene solfiti", percentuale che sale al 51% tra chi si trova di fronte a un'etichetta breve, e al 45% tra chi ha davanti un'etichetta più lunga: possiamo quindi sostenere che una lista degli ingredienti breve è un'opzione assolutamente accettata dai consumatori rispetto a un vino conosciuto e gradito. E lo dimostra anche il fatto che se il 58% degli intervistati comprerebbe sicuramente o probabilmente lo stesso vino con la scritta "contiene solfiti" in etichetta, questa percentuale arriva addirittura al 67% se la stessa bottiglia avesse una breve lista degli ingredienti, e al 62% se in etichetta riportasse una lista di ingredienti più estesa.

Le stesse tendenze sono state osservate quando il consumatore si è confrontato con la scelta di un vino sconosciuto: la trasparenza legata alle informazioni mostrate con un elenco di ingredienti tenderebbe a rassicurare il consumatore, portando a una migliore accettabilità e a una maggiore propensione all'acquisto, specie in mercati come Francia e Australia, e in misura minore per Spagna e Regno Unito, mentre Italia e Giappone tenderebbero a rifiutare un vino con una lista di ingredienti, qualunque sia il suo contenuto.

L'accettazione degli additivi

Per quanto riguarda il livello di accettazione dei diversi additivi, ai consumatori è stata presentata una lista grezza con il nome ➡

INTERVISTA A MARZIO DAL CIN,
PRESIDENTE ANFORMAPE

SARÀ UN'ETICHETTA A CAMBIARE CONSUMI E PRATICHE DI CANTINA?



ASSOCIAZIONE
NATIONALE
FORNITORI
MACCHINE
ACCESSORI E
PRODOTTI
ENOLOGIA
ANFORMAPE

Tra le preoccupazioni maggiori, dal fronte dei produttori, c'è la reazione dei consumatori che, per la prima volta, si troveranno di fronte alla lista degli ingredienti del vino, considerato da sempre un prodotto naturale, ma pur sempre frutto del lavoro dell'uomo, e in quanto tale manipolato. L'attenzione è tutta sugli additivi, poco conosciuti e per questo visti con una certa diffidenza. In effetti, si tratta di molecole semplici, essenzialmente regolatori di acidità e stabilizzanti, come ci spiega **Marzio Dal Cin**, presidente dell'azienda di famiglia attiva proprio sul fronte "prodotti enologici" e dell'Associazione Nazionale Fornitori Macchine Accessori e Prodotti per Enologia (Anformape). Che, dopo un'iniziale curiosità da parte dei consumatori, nel medio termine prevede un rapido ritorno alla normalità, senza grandi scossoni per il mercato dei consumi di vino.

La riforma dell'etichettatura varata dalla Ue porta, per la prima volta nella storia del vino, sull'etichetta, sebbene soprattutto nel formato digitale, l'indicazione di una serie di ingredienti che vengono utilizzati per la produzione del vino. L'indagine promossa da Oenoppia (vedi pag. 9-10) rivela un atteggiamento di forte incertezza del consumatore, che da un lato apprezza la trasparenza informativa sugli additivi, ma dall'altra continua a manifestare diverse perplessità verso questi ingredienti. Ritiene che la nuova etichetta potrà influire sul mercato del vino nel dialogo tra azienda produttrice e consumatore anche alla luce del successo crescente che stanno avendo i cosiddetti vini "naturali"?

Partiamo dal presupposto che il vino naturale non esiste, perché il vino è un prodotto dell'uomo, che utilizza da secoli sostanze per mantenere il vino bevibile e stabile. Al di là dei solfiti, cui la gente è già abituata, gli additivi usati sono una dozzina, sostanzialmente regolatori di acidità e stabilizzanti, di cui la gente non sa molto. È un problema culturale, perché abbiamo sempre fatto passare il vino come un prodotto bucolico, ma in realtà viene regolato dalla tecnologia enologica.

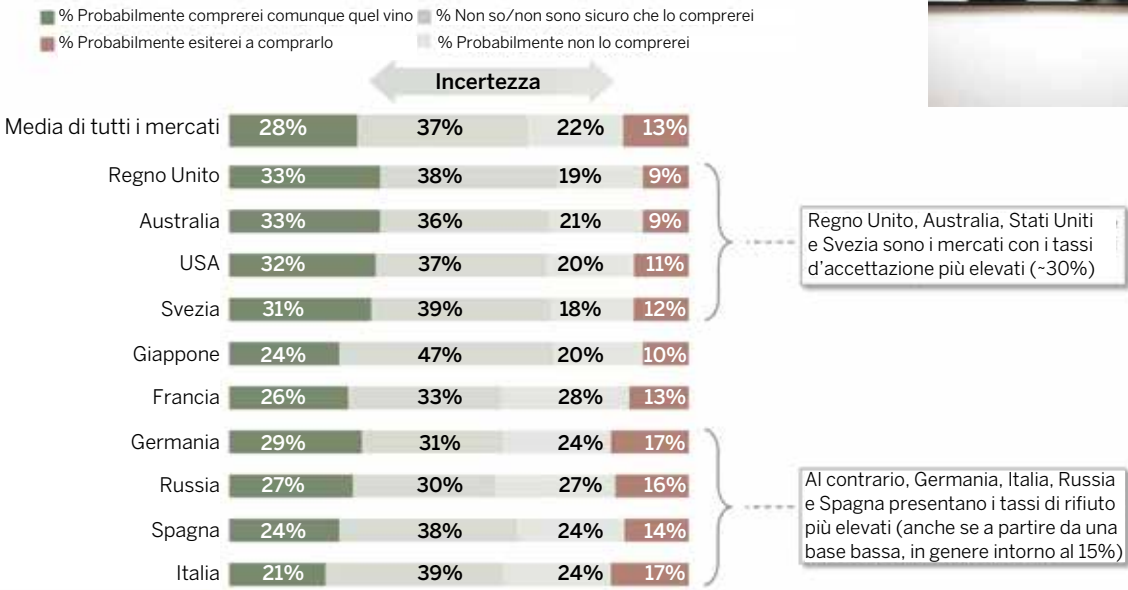
Come accaduto con i solfiti, la gente continuerà a bere il vino anche dopo l'8 dicembre. Per diversi mesi, secondo me, molta gente andrà a controllare con il QR-code il contenuto degli additivi, ma probabilmente tra due anni non ci farà più caso nessuno, perché passata la novità e la curiosità iniziale, ci si renderà conto che in ogni vino ci sono gli stessi additivi e ci sono oggi, che si leggono, come ci sono sempre stati in passato. Quello che potrebbe preoccupare il consumatore, invece, sono i nomi chimici: "potassio poliaspartato", "acido metatartarico", "dimetildicarbonato" in realtà sono molecole molto semplici ma dal nome altisonante e per alcuni anche sospetto... Se dico monossido di idrogeno la gente si spaventa, quanto in realtà è solamente il nome chimico dell'acqua, e questo perché negli ultimi decenni la chimica è stata in un certo senso colpevolizzata nella nostra cultura. Per rasserenare il consumatore, rispondendo correttamente ai nuovi dettami di legge, sarebbe utile, come emerso anche dall'indagine Oenoppia, aggiungere in etichetta il ruolo e la funzione che ha ogni additivo, per renderlo più accettabile agli occhi del consumatore. La cosa, nel medio e lungo periodo, non mi preoccupa: il vino è una scelta di gusto, e nessuno lo sceglierà in base agli "ingredienti", non avrebbe senso.

Ritiene altresì - come ci hanno ventilato alcune imprese del vostro settore sentite nelle scorse settimane - che questa nuova situazione potrà indurre le imprese a cambiare atteggiamento verso alcuni additivi e coadiuvanti e quindi influire sull'attività delle aziende fornitrici di prodotti per l'enologia?

Condivido l'opinione di alcuni miei colleghi secondo cui sicuramente nel primo periodo porterà a una tendenza da parte delle cantine a ridurre, se non a cancellare, l'uso di alcuni additivi che non ritengono necessari. Ci saranno prevedibilmente delle difficoltà oggettive dal punto di vista tecnico, e quindi emergerà il bisogno di soluzioni alternative non soggette alla elencazione in etichetta, che però non avranno la stessa efficacia. È un problema che si andrà a risolvere con il tempo, a mio avviso, perché passata la bufera iniziale sarà il consumatore stesso a dare l'indirizzo alle cantine, che hanno più timori dei consumatori stessi. Temo di più l'operazione mediatica sulla cancerogenicità dell'alcol che non la dichiarazione di pratiche produttive seguite da molti anni e che hanno portato il vino oggi ad essere quel prodotto di eccellenza che tutti conosciamo.

Figura 3. ACCETTAZIONE DEGLI INGREDIENTI DEL VINO (SENZA INFORMAZIONI)

Domanda: Davanti a vini con l'indicazione di ingredienti, quale sarebbe la sua reazione?



➡ della sostanza e poi suddividendola in due sotto-elencchi, associando il nome di ogni prodotto al suo ruolo nel vino: "conservare meglio il vino" o "mantenere meglio la qualità del vino". Il 28% degli intervistati acquisterebbe un vino con ingredienti presenti nella lista grezza, mentre il 13% non lo acquisterebbe, con un 59% che si troverebbe tra

l'incertezza e l'esitazione. Senza informazioni sul ruolo degli ingredienti, gli acidi e i tannini sarebbero i più accettati, e quelli con nomi più "chimici" sarebbero i meno accettati. Inoltre, l'accettabilità tenderebbe ad aumentare e il rifiuto a diminuire quando gli additivi sono associati a una breve spiegazione del loro ruolo. (Fig. 3).

CONCLUSIONI

L'opinione più comune nei confronti dell'etichettatura degli ingredienti che emerge dall'indagine, è l'incertezza, molto più che il rifiuto assoluto. Rassicurare i consumatori sulla qualità del vino e sull'impatto sulla salute sono due punti chiave da considerare. Poi, come abbiamo visto, un elenco breve di ingredienti è preferibile rispetto a uno lungo. Il primo ha spesso un impatto neutro sia sulla considerazione d'acquisto sia sull'immagine. Un elenco più lungo è più probabile che danneggi l'immagine, fino ad avere un forte impatto negativo. I risultati suggeriscono, ancora, che i consumatori sono più propensi ad accettare che a rifiutare la maggior parte degli ingredienti. Tuttavia, quelli con i nomi più complicati e dal suono "chimico" hanno meno probabilità di essere accettati e, soprattutto, una breve spiegazione del motivo per cui viene utilizzato un ingrediente spesso aumenta notevolmente l'accettazione.

pagine a cura di Giulio Somma

NEWS

VINI DEALCOLATI



8-9 SETTEMBRE AL SALONE
INTERNAZIONALE DEL BIOLOGICO
E DEL NATURALE (SANA),
BOLOGNAFIERE

Le nuove frontiere di un prodotto millenario

Unione Italiana Vini organizza l'8 e il 9 settembre prossimi nell'ambito della 35ª edizione del Salone internazionale del Biologico e del Naturale (SANA) a BolognaFiere un evento dedicato ai vini dealcolati, la cui produzione e commercializzazione sono state recentemente autorizzate dalla legislazione europea. Il programma dell'evento prevede una presentazione sullo stato dell'arte della normativa e sulla situazione attuale del mercato dei vini dealcolati, nonché sulle prospettive future. I partecipanti potranno anche prendere parte alle degustazioni di diverse varietà di questi vini: Steinbock Zero e Steinbock Alcohol Free Sparkling (Hofstätter), Rivani Sparkling White - Zero Alcohol e Rivani Sparkling Rosé Zero Alcohol (Schenk) Zonin Cuvée Zero (Casa Vinicola Zonin Spa).

Per informazioni contattare Elisabetta Romeo-Vareille, policy officer Unione Italiana Vini - e.romeo@uiv.it

ultim'ora

Ue: inizia l'iter per la produzione di vino biologico dealcolato

Dal momento che il vino dealcolato è stato legalmente riconosciuto come prodotto vitivinicolo nel 2021, sono state autorizzate alcune nuove pratiche enologiche per la produzione di vino dealcolato convenzionale (non biologico). In base all'attuale normativa europea, non è possibile produrre vino biologico dealcolato. Le pratiche enologiche autorizzate per la produzione di vino dealcolato non sono dunque tra quelle autorizzate per la produzione di vino biologico. Per aiutare l'Ue a raggiungere l'obiettivo del 25% di terreni agricoli destinati all'agricoltura biologica entro il 2030, alcune di queste pratiche devono ora essere autorizzate, a determinate condizioni, anche per la produzione di vino biologico dealcolato. La Commissione europea sta esaminando questa problematica, che si auspica venga risolta rapidamente.

I sistemi RFID

La sigla sta per Radio Frequency Identification, ossia identificazione a radiofrequenza. È una tecnologia che permette di ottenere in modo automatico dati digitali da un prodotto e di identificarlo con un codice univoco. Semplificando, i dati sono memorizzati in un circuito elettronico composto da un chip collegato a un'antenna. Esistono diverse tipologie di sistemi RFID, tra cui etichette autoadesive (tag) che integrano antenne e chip sottilissimi e flessibili. Nel sistema che Checkpoint Systems propone al settore enologico i tag sono di tipo passivo e ricevono l'energia di attivazione attraverso un device esterno che emette radiofrequenze. Quando il tag entra in un campo con le radiofrequenze, queste vengono intercettate dall'antenna e trasmesse al chip, il quale si attiva immediatamente e, sempre tramite l'antenna, trasmette i dati contenuti al suo interno al sistema di lettura per la decodifica dell'informazione.



Tunnel installato sopra un tratto esistente della linea di produzione



Checkpoint Tecnologia RFID: Tutti i vantaggi di digitalizzare una bottiglia di vino

Un ponte tra il mondo reale e il mondo digitale: questo rappresentano i sistemi Radio Frequency Identification. Le innovazioni tecnologiche introdotte da Checkpoint Systems hanno permesso di estenderne l'impiego ai prodotti liquidi come il vino. Per le cantine si aprono così nuove opportunità per migliorare i propri processi legati alla tracciabilità, dal controllo del mercato parallelo al richiamo rapido e puntuale dei prodotti in caso di problematiche

Da più di 50 anni Checkpoint Systems (multinazionale con sede nel New Jersey, facente parte del gruppo CCL Industries) produce tecnologie a radiofrequenza che vanno dai sistemi antitaccheggio per proteggere la merce dai furti alla digitalizzazione dei prodotti per migliorare il controllo della qualità e dell'efficienza dei processi. Grazie a recenti sviluppi della tecnologia, oggi le soluzioni di digitalizzazione sono applicabili anche ai contenitori di liquidi, e molte cantine le stanno già integrando allo scopo di associare informazioni a livello di ciascuna singola bottiglia, con vantaggi sul fronte della tracciabilità declinata nei suoi molteplici aspetti e finalizzata a coprire svariate necessità. Abbiamo intervistato **Flavio Musci** (nella foto qui a destra), sales director labels RF & RFID Europe dell'azienda, per capire meglio come funzionano tali soluzioni e quali sono gli ambiti applicativi nel mondo vinicolo.



Quali sono i vantaggi per il mondo del vino?

Finora la digitalizzazione della bottiglia si era basata solo sulla tecnologia NFC, Near Field Communication, che impiega sempre le radiofrequenze ma necessita di una cortissima distanza di lettura, solo pochi centimetri. Le applicazioni si limitano all'anticontraffazione e al consumer engagement: avvicinando il telefonino al tag sulla bottiglia il consumatore ottiene informazioni su quel vino attraverso una app. Checkpoint Systems produce anche etichette NFC, ma quello che stiamo proponendo ora è qualcosa di diverso, una soluzione che copre più ambiti applicativi grazie alla possibilità di abbinare a ciascuna bottiglia un numero seriale associato a informazioni riguardanti tutto il processo produttivo, dal filare da cui proviene l'uva fino ai dati di spedizione. Diverse aziende sono già proprietarie di tali informazioni nei loro database, però non sono associate alla singola bottiglia

ma al massimo al cartone. Dal momento in cui le bottiglie vengono prelevate dal cartone si perde il collegamento tra quelle informazioni e la bot-

tiglia. Ecco, il nostro tag RFID costituisce un vero e proprio ponte tra il mondo reale (la bottiglia) e il mondo digitale (le informazioni).

Come funziona il sistema in concreto e come si inserisce nella linea produttiva?

Fondamentalmente l'impiego del sistema nel processo produttivo prevede tre momenti: l'applicazione del tag RFID sulle bottiglie, l'inscatolamento e il passaggio del cartone all'interno del tunnel di lettura. Entrando più in dettaglio, il tag RFID non è altro che un'etichetta autoadesiva da applicare sulla bottiglia mediante un'etichettatrice. Può addirittura essere integrato dietro la retroetichetta in modo da applicare retroetichetta e tag in un unico passaggio. Nel chip del tag è memorizzato un codice identificativo che è associato a una serie di informazioni esistenti. Quando i cartoni passano nel tunnel avviene la lettura simultanea di tutti i tag presenti sulle bottiglie contenute in ciascun cartone. Si crea così un'identità digitale grazie alla quale, in un secondo momento, è possibile

richiamare tutte le informazioni riguardanti la singola bottiglia semplicemente leggendo il tag, anche se la bottiglia si trova già sullo scaffale del punto vendita. L'introduzione di questa tecnologia nelle aziende vinicole è di estrema facilità e a livello hardware non stravolge la linea poiché il tunnel viene semplicemente installato sopra un tratto del nastro trasportatore esistente. Tramite il nostro team accompagniamo il produttore nell'adozione della tecnologia e lo assistiamo nel post vendita. È da sottolineare l'assenza di problematiche sicurezza degli operatori legate all'impiego delle radiofrequenze, e abbiamo anche certificazioni in merito. Per quanto riguarda i costi, con la diffusione della tecnologia si sono notevolmente ridotti rispetto al passato e oggi il prezzo di un tag RFID è di qualche centesimo di euro.

Quali possono essere i casi pratici di impiego?

Un esempio riguarda il mercato parallelo. Alcuni nostri clienti che producono Champagne non vogliono assolutamente vendere ai discount per motivi di posizionamento. Prima di ricorrere ai nostri sistemi RFID, se capitava che qualche loro bottiglia venisse trovata in un discount, non avevano la possibilità di risalire a chi l'avevano venduta. Il codice a barre in casi come questo non è d'aiuto perché si tratta di un'informazione statica, uguale per tutte le bottiglie. Un altro use case ricade nell'ambito del controllo qualità, con la possibilità di richiamare dal mercato in modo rapido e mirato le bottiglie in caso di problemi (come odore di tappo, presenza di muffe...) attraverso gli identificativi. Una terza finalità di utilizzo riguarda le denominazioni di origine, dietro le quali normalmente c'è un'attività manuale piuttosto impegnativa da parte del produttore di vino per tenere conto di tutte le etichette con l'indicazione della Do usate, mentre la tecnologia RFID permette di accoppiare fisicamente il tag RFID all'etichetta della Do e di associare l'identificativo RFID al numero di serie della Do, in modo da avere anche la tracciabilità digitale di tutte le etichette della Do. È interessante, infine, anche la possibilità di associare i tag RFID ai QR code che riportano informazioni al consumatore (etichetta ambientale, nutrizionale, ecc.) per potere aggiungere anche informazioni legate in modo specifico alla singola bottiglia. C.R.



Quando e perché avete iniziato a fornire sistemi RFID alle cantine?

Da sempre Checkpoint Systems è in contatto diretto con i produttori, perché diamo la possibilità di portare alla grande distribuzione i prodotti già con l'etichetta RFID applicata. Circa una decina di anni fa un produttore di vino, fortemente dedito all'export attraverso vari distributori, ci manifestò l'esigenza di risolvere il problema del mercato parallelo, ossia la vendita di bottiglie in canali o aree non autorizzate. All'epoca la tecnologia RFID non dava ancora prestazioni adeguate nel settore vino a causa di limitazioni tecniche legate alla presenza di liquidi. Infatti, i liquidi tendono ad assorbire le radiofrequenze, di conseguenza i chip non ricevono energia a sufficienza per funzionare bene. Oggi il problema è stato risolto grazie agli sviluppi tecnologici che ci hanno permesso di realizzare un nuovo tag RFID e device di lettura più performanti. Da un paio d'anni forniamo questi sistemi ai produttori di vino, soprattutto francesi e spagnoli, rispondendo all'esigenza di "digitalizzazione della bottiglia" mantenendo la velocità produttiva, senza rallentamenti.



Gli uffici di Checkpoint Systems nell'headquarter europeo in Spagna

AL VIA LE ATTIVITÀ DELL'UCOVIP: DAL PRIMO CDA LE LINEE GUIDA DI AZIONE

Arriva il “Super-consorzio”. La Puglia tenta la svolta



di SERENA LEO



Foto di gruppo del Consiglio di amministrazione di Ucovip - Unione dei Consorzi Vini di Puglia

Ucovip (Unione dei Consorzi Vini di Puglia) ha acceso i motori. Lo scorso 3 luglio il Consorzio di secondo grado formato da cinque realtà consortili (i Consorzi per la tutela dei vini Doc Castel del Monte, Dop Salice Salentino, Primitivo di Manduria Dop, Gioia del Colle Doc e dei vini Dop Brindisi e Dop Squinzano) su otto riconosciute in Puglia, ha tenuto il suo primo Consiglio d'amministrazione. La quasi totalità delle forze rappresentative della filiera vitivinicola regionale mette sul tavolo temi fondamentali, quelli che daranno nuove prospettive alla viticoltura pugliese, su tutti il rafforzamento dei controlli e l'aggiornamento del catasto viticolo. Ad Agroqualità, ente certificatore di alcuni dei

Consorzi di tutela regionali intervenuto alla riunione del Cda, è stato chiesto di incrementare, fin dalla prossima vendemmia, i controlli sulla filiera, aumentando la percentuale a campione prevista da decreto ministeriale - ora ferma al 5% delle aziende regionali - con una verifica straordinaria che tracci in modo certo il vigneto Puglia. Dallo sviluppo della cooperazione tra enti di controllo e comparto tecnico dell'Assessorato all'Agricoltura regionale, invece, si attende la messa a regime del catasto viticolo con informazioni sempre aggiornate riguardo i vigneti e il loro stato produttivo. Tutte proposte da attuare il prima possibile per prevenire quei movimenti non sempre limpidi che potrebbero danneggiare il buon nome del vino pugliese e il lavoro dei viticoltori.

Ucovip, un'iniziativa da concretizzare “ieri”
“Finalmente è arrivato il grande giorno per la Puglia, quello in cui il vino certificato e di qualità si riprende il centro della scena”. Non usa mezzi termini **Novella Pastorelli**, già presidente del Consorzio di tutela del Primitivo di Manduria, per salutare la nascita dell'Ucovip del quale è stata eletta alla guida, un'iniziativa che ha visto diversi attori adoperarsi per trasformare in realtà esigenze di garanzia espresse da più parti nell'arco di questi anni. Con il risultato, oggi, di vedere rappresentato nel nuovo organismo consortile il 90% della produzione di vino pugliese rivendicato, solo per il momento al netto della Capitanata, prossima ad esprimersi anche con il Consorzio del Tavoliere delle Puglie, insieme al più

Chiusure Astro. Alta tecnologia e qualità eccezionale di stampa per costruire il successo dei tuoi prodotti.

Chiusure Astro.
Nate per valorizzare il tuo brand.

ASTRO
CLOSING TECHNOLOGIES

astrogroup.it

Il packaging è divenuto una leva fondamentale di marketing per costruire l'immagine di un marchio e renderlo riconoscibile tra tutti i concorrenti. In Astro, siamo attrezzati con un laboratorio grafico interno e macchine di ultimissima generazione per offrirti tutte le soluzioni di stampa possibili: hotfoil, dryoffset, inkjet, litografia, rilievo, tampografia. Ma la sola tecnologia senza l'elemento umano sarebbe inutile. Grazie all'esperienza dei nostri Mestri stampatori ti proporremo sempre la soluzione migliore per arrivare al risultato desiderato e aiutarti a vincere nel tuo mercato.



Dopo la presentazione ufficiale avvenuta lo scorso giugno, l'Unione Consorzi Vini Puglia – che raggruppa 5 degli 8 Consorzi attivi in regione - punta ad azioni pratiche per la valorizzazione della filiera vitivinicola regionale. Più controlli, potenziamento del catasto viticolo e guerra alle frodi. Questi i primi punti su cui il Cda vuole avviare un percorso fatto di dialogo con le istituzioni per tutelare e rafforzare il posizionamento del vino pugliese

piccolo Consorzio volontario di tutela e valorizzazione del vino Doc Nardò, mentre tempi più lunghi per l'ingresso si prospettano per il Consorzio della Doc San Severo in fase di riorganizzazione.

Una svolta storica arrivata un po' tardi, secondo qualcuno ("Il momento giusto resta sempre ieri" ha commentato **Sebastiano de Corato** chiamato alla vicepresidenza), che ha portato a un organismo unitario (dove nel Cda, accanto a de Corato, già vicepresidente del Consorzio Castel del Monte, siedono Angelo Maci, presidente del Consorzio Brindisi e Squinzano, Damiano Reale e Marco Pagano, rispettivamente presidente e consigliere del Consorzio Salice Salentino, Donato Giuliani, presidente del Consorzio Gioia del Colle, Francesco Delle Grottaglie e Roberto Erario, consiglieri del Consorzio Primitivo di Manduria) che costituisce un'opportunità da non sprecare. "Deve essere un'associazione che rappresenti tutti - sottolinea la Pastorelli - serve per accrescere le possibilità di ascolto da parte delle istituzioni regionali, nazionali ed europee. È necessario creare una connessione duratura in modo da preservare gli interessi della Puglia vitivinicola e del made in Italy stesso".

Obiettivi strategici

L'indirizzo politico, condiviso da tutti gli amministratori del Consorzio, punta anche a rafforzare la cooperazione tra le componenti della filiera per combattere gli sbalzi del mercato delle uve e dei vini pugliesi che hanno caratterizzato aumenti e diminuzioni di prezzo repentini, con il risultato di una crescita non costante e non proiettata nel lungo periodo. Obiettivo strategico che deve passare attraverso una rivisitazione complessiva del vigneto Puglia, con una forte azione conoscitiva in grado di restituire una fotografia vera e attuale dei numeri della filiera viticola regionale in grado di orientare le azioni ispettive, ma anche le iniziative tecnico-politiche della Regione, arrivando all'intensificazione degli interventi delle forze dell'ordine competenti, se necessario. Quindi tutta la filiera del vino pugliese, specialmente Igp e da tavola, deve passare al microscopio. "Bisogna intervenire sui punti deboli del sistema, a partire dal catasto viticolo - sottolinea Sebastiano de Corato - che non è perfettamente funzionante e non comunica con gli organi di controllo. Chiederemo subito un tavolo tecnico con l'Assessorato proprio per agire su questo punto, in modo che si digitalizzi tutto ciò che è stato raccolto passaggio dopo passaggio dal vigneto al mercato, in modo da costruire quella storicità documentabile delle attività in vigna e cantina che è un passaggio essenziale per prevenire eventuali operazioni di contraffazione. Un sistema che funziona - conclude il vicepresidente - è un sistema che non lascia spazio a frodi sugli anelli più deboli e meno tutelati della



NOVELLA PASTORELLI

catena, come sono oggi i vini Igp e da tavola". Sulla stessa scia **Francesco Liantonio**, presidente di Valoreitalia e del Consorzio Castel del Monte, che saluta con favore l'Ucovip puntando il dito sulla necessità di un piano vitivinicolo regionale proiettato al futuro, basato su un catasto viticolo dettagliato: "È essenziale che si identifichi ogni singolo terreno in ogni sua peculiarità, non lasciando spazio a nulla di poco chiaro. In Puglia - sottolinea - si può fare ancora molto ed è necessario porre in essere misure che gestiscano il contingente (tema delle giacenze, ndr) ma, soprattutto, attuino scelte in grado di equilibrare domanda e offerta. L'obiettivo è dare valore aggiunto alle produzioni pugliesi in relazione con le logiche di mercato, così da garantire un andamento che eviti i picchi di prezzo sia alti che bassi". E su giacenze e distillazione di crisi (le interviste sono state fatte ai primi di luglio, ndr) ritorna anche de Corato: "I fondi per l'eventuale distillazione di crisi non devono essere presi dalle risorse destinate a investimenti e promozione - sottolinea -. Si tratta di un provvedimento necessario ma non premiante per chi ha prodotto secondo una certa filosofia, è riuscito a far bene e ora vorrebbe investire facendo crescere la propria azienda. Con la distillazione si svuotano immediatamente le cantine a prezzi irrisori ma le perdite si pagano, poi, nel lungo periodo e, soprattutto, non si risolve il problema strutturale che, invece, va affrontato alla radice per evitare che si ripresenti ciclicamente".

Strategie di valorizzazione

L'Ucovip sembra aver dato voce a scorgere dei prodotti e dei singoli Consorzi di tutela, anche di quelli che, per difficoltà amministrative, seppur in via di risoluzione, non sono ancora entrati nel "Super-consorzio". Ne è un esempio **Antonio Gargano**, alla guida del Consorzio Nero di Troia e Tavoliere delle Puglie Doc, che sottolinea l'importanza dei controlli soprattutto in quelle realtà di vini Igp e da tavola che contano quantità produttive rilevanti ma sfuggono al monitoraggio perché non tutelate con un Consorzio ad hoc: "Avere un controllo del territorio capillare, cercare di aumentare i quantitativi dell'im-

tenere sotto controllo il mercato e i prezzi". Sul tema dei controlli e degli interventi per gestire le sovrapproduzioni torna anche **Ciro Caliendo**, presidente Antica Cantina di San Severo, player primario dell'omonima Doc (con 18.000 ettolitri di vino prodotti e rivendicati) il cui Consorzio è in fase di rifondazione e in attesa dell'"erga omnes", requisito necessario per aderire a Ucovip, così da poter entrare



ANTONIO GARGANO



CIRO CALIENDO

nel Super-consorzio "non prima della vendemmia 2024", che sul tema della gestione delle eccedenze afferma: "Dobbiamo riconoscere le diversità territoriali e rispettarle, bloccare nuovi impianti di varietà in sovrapproduzione che non diventeranno vino, tutelando il varietale ed evitando, ad esempio, che si piantino più Primitivo o altri autoctoni di quanto ne serve. Senza equilibrio produttivo e un piano vitivinicolo certo non si va da nessuna parte".

E a proposito di equilibrio - mentre è arrivata ad agosto la notizia dello stop alla rivendicazione di nuove superfici per il Primitivo di Manduria Doc e Docg all'interno di tutti i 18 comuni dell'areale fino al 2026 - inevitabile il riferimento



SEBASTIANO DE CORATO



FRANCESCO LIANTONIO

alle rese, tema controverso su cui si sta discutendo che si intreccia con quello dei controlli. "La Regione non ha ancora abbassato le rese - evidenzia la Pastorelli - ma ha avviato un iter di confronto con le associazioni di categoria per arrivare alla riduzione dove serve. Che si faccia presto". Anche se l'eventuale provvedimento non coinvolgerebbe la totalità degli attori del vino pugliese, perché rimarrebbero fuori quanti non sono iscritti ai Consorzi di tutela, rendendo, quindi, urgente la messa a punto di una strategia di "Sistema Puglia" che analizzi zona per zona le criticità e orienti gli interventi di riduzione della produzione. "Gli interventi di governo devono stare al passo con le esigenze di prodotti qualitativamente rappresentativi del know-how regionale - continua la presidente di Ucovip -, si deve partire dalla vigna lavorando con attenzione e incentivando l'imbottigliamento certificato che porta con sé standard di qualità elevati. Quindi, dobbiamo puntare, in futuro, alla fascetta su tutte le denominazioni, come fatto per il Primitivo di Manduria, una soluzione che rappresenta una garanzia in più per il mercato". Perché l'azione del neonato Consorzio è diretta alla valorizzazione della tipicità territoriale e della viticoltura: "Andremo verso una produzione enologica sempre più qualificata, puntando alla differenziazione del prezzo delle uve in modo da premiare chi lavora in prospettiva sulla qualità - aggiunge la Pastorelli -, noi dobbiamo proteggere il viticoltore perché è lui il perno del sistema vitivinicolo". Obiettivo da raggiungere presidiando i mercati e combattendo l'illegalità. "Dobbiamo capire l'evoluzione dei consumatori per cercare nuovi sbocchi commerciali - insiste la presidente -. Non si può essere approssimativi e la Puglia non può disperdere il proprio patrimonio vitivinicolo: si deve ripartire da ogni territorio vocato alla viticoltura, riconoscere la professionalità dei viticoltori, la forza delle cooperative, delle aziende grandi e piccole. Trovando il coraggio di denunciare l'illegalità laddove si verifichi".

Unire la Puglia del vino si può
Sull'unanimità di adesione al "Super-consorzio" c'è ancora un po' da lavorare, ma le premesse e promesse lasciano ben sperare.

Al momento un sì certo è quello del Consorzio del Tavoliere delle Puglie, che rappresentata gran parte della Capitanata dove si concentra il 10% della produzione viticola regionale. "Ci stiamo riorganizzando per aderire convintamente a questa iniziativa, quanto prima - afferma Gargano -. Porteremo le nostre istanze legate a tutta la regione e non solo al nostro territorio perché vogliamo contribuire ad esaltare il vino di qualità in Puglia proponendo l'estensione dei disciplinari di produzione che si adottano nelle Dop anche sull'Igp. Inoltre è necessario indirizzare il produttore e l'associato a fare squadra, cosa che in passato non è stato fatto ad ogni livello". In corsa per entrare c'è anche il Consorzio volontario di tutela e valorizzazione del vino Doc Nardò oltre al già citato Consorzio della Dop San Severo. Un consenso che incita la Pastorelli a rilanciare la sua call to

action: "Mi auguro che per fine 2023 e inizio 2024 tutti i Consorzi che non hanno ancora l'erga omnes riescano ad ottenerla, così da ritrovarsi tutti riuniti sotto l'unica bandiera dell'Ucovip che dovrà diventare il vessillo del vino pugliese di qualità". Intanto, comunque, il "Super-consorzio" pugliese ha già mosso i primi passi concreti chiedendo, e ottenendo, da parte del Masaf l'approvazione per l'incremento della percentuale dei controlli ispettivi in vigna da parte dell'ente di controllo Agroqualità. Il provvedimento è stato immediatamente recepito da tutti i consorzi associati, dando così un segnale forte all'intero sistema produttivo, chiamato a mantenere alta l'attenzione sulla qualità e sulle pratiche di coltivazione e vinificazione previste dai rispettivi disciplinari di produzione, cominciando da rese per ettaro e aggiornamento del fascicolo aziendale.



Save the date
Gli appuntamenti da segnare in agenda

3-4 DICEMBRE A FIRENZE TORNA "SARANNO FAMOSI NEL VINO"

Due giorni per raccontare le nuove cantine, le giovani realtà emergenti dell'enologia, le etichette più recenti che diventeranno cult nei prossimi anni. "Saranno Famosi nel Vino" torna alla Stazione Leopolda di Firenze dal 3 al 4 dicembre.

La manifestazione, destinata a wine lovers, buyers, ristoratori e sommelier, è un vero e proprio talent show del vino italiano, un modo divertente per scoprire "chicche" del vino, realtà enologiche destinate ad un grande futuro. Al momento sono in corso le "audizioni" per l'edizione 2023. Potranno accedere alla selezione le cantine che abbiamo meno di 10 anni dalla nascita o etichette con meno di 5 anni di mercato. Il format è simile a quello della presentazione delle nuove collezioni dell'alta moda e mette sotto i riflettori tendenze e personaggi emergenti. Le cantine coinvolte presenteranno le proprie bottiglie in piccoli stand individuali dislocati lungo la Leopolda e potranno vendere direttamente i propri vini al pubblico partecipante. Per i veri appassionati verranno organizzati seminari con degustazioni a tema. Un'area forum accoglierà gli speech dei futuri cult del vino. Novità di questa seconda edizione della manifestazione è poi "Wine and Florence", evento che vede il coinvolgimento dei ristoranti della città con menù studiati per le bottiglie presenti all'evento.

**Info: www.sarannofamosinelvino.it
info@sarannofamosinelvino.it**





Gruppo di produttori aderenti all'Associazione Produttori del Moscato di Canelli



CANELLI DOCG, L'APOTEOSI DEL MOSCATO

di GIANCARLO MONTALDO

Il riconoscimento del Canelli o Canelli Moscato Docg è un po' come un ritorno alle origini. Il legame stretto è tra il vitigno (il Moscato bianco piemontese) e le colline della cittadina di Canelli e paesi limitrofi. Infatti, tra i sinonimi e le omonimie del suo nome c'è proprio quello di Moscato di Canelli a indicare questa varietà a frutto bianco, spiccatamente aromatica, presente in circa 10.000 ettari di vigneti nelle tre province meridionali del Piemonte (Cuneo, Asti e Alessandria).

In proposito è interessante citare il libro, edito dall'Utet nel 1895 a firma di Arnaldo Strucchi e Mario Zecchini, intitolato proprio "Il Moscato di Canelli". È con probabilità una delle prime opere a supporto di questo prezioso vitigno piemontese, fautore di mostri sacri dell'enologia regionale come Asti Spumante e Moscato d'Asti e anche tre vini passiti come Loazzolo, Strevi e Piemonte Moscato Passito. Parlando della zona di coltivazione del Moscato, il libro fa un riferimento specifico ai territori che compongono la zona di origine della nuova Docg. "La zona, ove la coltura del Moscato bianco ha tra noi la sua sede speciale, tocca due province, quelle di Alessandria (la provincia di Asti è stata riconosciuta solo negli anni Trenta del Novecento e allora faceva parte della grande provincia di Alessandria, ndr) e di Cuneo e quattro Circondari di cui tre nella prima: Asti, Acqui e Alessandria, e uno nella seconda: Alba". Scendendo più nel dettaglio, scrive: "...da un altro a Cassinasso ancora in circondario di Acqui, indi a Santo Stefano Belbo, Castiglione Tinella, Mango e Neviglie in circondario di Alba; e per un altro infine a Canelli, Calosso, Costigliole d'Asti e Castagnole Lanze che fanno parte del Circondario di Asti". Nomi di paesi che - come vedremo - compongono l'odierna zona di origine del Canelli Docg.

Un percorso iniziato trent'anni fa

È vero che il riconoscimento della nuova Docg "Canelli" è recente (30 giugno 2023), ma è altrettanto vero che il suo percorso ha preso le mosse tanti anni fa.

La "prima pietra" di questa nuova costruzione è stata posta più di vent'anni fa, nel 2000, quando Flavio Scagliola, attuale vicepresidente del Consorzio dell'Asti e produttore di Moscato d'Asti Canelli, ha proposto per la prima volta un percorso di qualificazione specifico per l'area successivamente individuata come culla di produzione del Canelli Docg insieme a un altro produttore della stessa cittadina, Ignazio Giovine dell'Azienda agricola L'Armangia.

Altro passo di valore è stato quello intrapreso nel 2001, quando è stata costituita l'associazione "Produttori Moscato di Canelli"

Alla scoperta di questa nuova "garantita", che sarà operativa con la vendemmia 2023. Perché è stata creata, le regole produttive in vigna e in cantina, i primi dati economici e il potenziale futuro



Le alte colline di Santo Stefano Belbo. Sotto, da sinistra, Flavio Scagliola e Giacomo Pondini, rispettivamente vicepresidente e direttore del Consorzio dell'Asti



con "l'intento di individuare uno standard superiore di qualità del vino prodotto con l'uva Moscato d'Asti".

Un successivo passo ufficiale è avvenuto dieci anni dopo: il 21 novembre 2011, infatti, in occasione di una delle modificazioni al disciplinare di produzione dei vini Asti e Moscato d'Asti, venivano introdotte in tale strumento normativo le Sottozone Canelli, Santa Vittoria d'Alba e Strevi. Tra queste, quella che ha riscosso il maggiore consenso è stata proprio "Canelli". Quello era già un primo passo che consentiva ai produttori di qualificare maggiormente e comunque diversificare la produzione di Moscato d'Asti ottenuta in ventidue paesi attorno a Canelli dalla più generale produzione di questo vino.

"Avevamo a due passi l'esempio virtuoso del Nizza - ci ricorda **Flavio Scagliola** - che stava volando verso la Docg partendo da Sottozona della Barbera d'Asti. Vedevamo che poco per volta i risultati venivano e che si valorizzavano i caratteri peculiari di quella produzione. Allora perché non pensare a intraprendere un percorso analogo anche per la Sottozona Canelli nel Moscato d'Asti? Ma il cammino è stato lungo e non privo di ostacoli e difficoltà. Nonostante l'impegno di tanti produttori che fin da subito hanno creduto in questa opportunità di segmentazione, i risultati tardavano a farsi evidenti". Seppure non esplicitamente espressa, restava da vincere la storica ritrosia della realtà produttiva legata all'Asti a condividere la fuga in avanti di una piccola schiera di vigneti, di produttori e di vini fino ad allora legati a quella denominazione.

Il decisivo "cambio di passo" è avvenuto il 15 aprile 2019, quando il Consorzio per la tutela dell'Asti e del Moscato d'Asti ha deciso di avviare il lavoro di trasformazione della Sottozona "Canelli" in una nuova Docg. La fase "italiana" di tale riconoscimento si è conclusa il 12 maggio 2021 quando il Comitato Nazionale Vini Dop e Igp ha approvato la proposta di disciplinare della Sottozona Canelli Docg. Un risultato importante, ma che andava confermato dal sigillo europeo, il cui iter burocratico è passato nel 2022 attraverso la richiesta di alcune integrazioni al disciplinare approvato a Roma. Dopo queste verifiche, l'iter burocratico è culminato nel riconoscimento Dop da parte dell'Unione europea (30 giugno 2023). La nuova Docg, quindi, diventa operativa con la vendemmia 2023, dal momento che non sono previsti periodi di retroattività a favore delle annate precedenti.

Canelli Docg, le regole produttive

Analizziamo le regole produttive insieme a **Giacomo Pondini**, direttore del Consorzio dell'Asti, realtà associativa che i produttori del Canelli Docg considerano la loro "casa comune".

"Prima di tutto - esordisce Pondini - due sono le tipologie (Art. 1): Canelli e Canelli Riserva, con o senza l'indicazione della



Qui sopra:
colori autunnali
a Neviglie (Cuneo);
a lato:
collina Sant'Antonio
(sullo sfondo Canelli)
e grappolo dorato
di Moscato bianco



Vigna. All'Art. 2, la base ampelografica è formata dal solo Moscato bianco. L'Art. 3 definisce i confini della zona di origine delle uve, che si estende su 17 paesi, Canelli incluso. Undici di questi paesi sono in provincia di Asti (Calamandrana, Calosso, Canelli, Cassinasco e Coazzolo per intero e Bubbio, Castagnole Lanze, Costigliole d'Asti, Loazzolo, Moasca e San Marzano Oliveto in parte) e sei in quella di Cuneo (Castiglione Tinella e S. Stefano Belbo per intero, Cossano Belbo, Neive, Neviglie e Mango solo in parte)". Ai tempi della "Sottozona" i comuni erano più numerosi. In tutto erano 23, ma nel passaggio alla Docg specifica il comune di Camo si è associato a Santo Stefano Belbo e sono stati esclusi i 5 paesi che in più di 10 anni di attivazione non avevano mai rivendicato tale Sottozona. Veniano alle più significative regole produttive in vigna e in cantina. "Tra le norme per la viticoltura (Art. 4) - precisa Pondini - spiccano il divieto della raccolta meccanica e le rese a ettaro, più restrittive rispetto alla Docg Asti: 9.500 chilogrammi per Canelli e Canelli Riserva e 8.500 chilogrammi per le tipologie con la menzione 'Vigna'. Quanto alle regole per la vinificazione (Art. 5), le operazioni di vinificazione, invecchiamento e imbottigliamento devono essere effettuate nella zona delimitata all'Art. 3. Nei comuni il cui territorio è parzialmente compreso nella zona le operazioni sono consentite nell'intero territorio. Inoltre, tali operazioni possono avvenire nell'intero territorio delle province di Alessandria, Asti e Cuneo e nella frazione di Pessione del comune di Chieri (To), a condizione che i titolari degli stabilimenti enologici vinifichino uve provenienti da vigneti in conduzione iscritti allo schedario viticolo relativo alla denominazione 'Canelli'. La resa massima uva-vino non deve superare il 75%". L'imbottigliamento deve aver luogo nella zona di vinificazione e invecchiamento al fine di preservare la reputazione dei vini della denominazione mediante un potenziamento del controllo delle loro caratteristiche particolari e della loro qualità che costituisca una misura di tutela della denominazione di cui beneficia la collettività degli operatori interessati.



Veniamo alla tipologia "Riserva", con o senza la specificazione di "Vigna". In disciplina si dice che deve osservare un periodo di maturazione minimo di 30 mesi, 20 dei quali in bottiglia, calcolati dal 1° ottobre dell'anno di vendemmia. Ma qual è il suo significato vero? "La tipologia Riserva - precisa Pondini - è la legittimazione di quei Moscato d'Asti affinati e di grande fascino che in quest'area alcuni pro-

duuttori di tradizione producono, a conferma della duttilità del vitigno Moscato coltivato in particolari condizioni ambientali. Forse a breve sarà una tipologia di piccole dimensioni nella totale produzione di Canelli Docg, ma proprio per i suoi caratteri è una quota di prodotto capace di conferire ulteriore identità alla denominazione".

Le caratteristiche al consumo prevedono un titolo alcolometrico volumico totale minimo di 12,00% (di cui svolto compreso tra 4,5% e 6,50 %) e un'acidità totale minima di 4,5 g/l. In etichetta, l'indicazione del vitigno Moscato è facoltativa e deve comparire con caratteri di altezza non superiore ai 2/3 di quelli utilizzati per la denominazione "Canelli". A questo proposito va registrata qualche preliminar titubanza delle aziende in relazione all'idea di procedere subito alla presentazione del vino con la sola "indicazione di origine" (Canelli), omettendo il riferimento al vitigno (Moscato), che nel contesto internazionale potrebbe essere un aiuto importante all'affermazione della nuova Docg. "La nostra azienda - ci ha confessato Stefano Chiarlo della Michele Chiarlo di Calamandrana - produce da tempo una tipologia di Moscato d'Asti con il riferimento alla Sottozona "Canelli", ma questo prodotto per noi è minoritario rispetto al Moscato d'Asti senza specificazione (a parte il marchio "Nivole" di nostra identificazione). Nelle prime fasi di uso della nuova Docg "Canelli" non rinunceremo al riferimento al vitigno, rispettando le indicazioni di dimensione del lettering previsto dal disciplinare, procedendo magari nel tempo al graduale ridimensionamento di tale indicazione, fino magari alla sua definitiva cancellazione quando il nuovo vino sarà stato ben recepito dai mercati. In ogni caso, noi abbiamo grande fiducia in questa nuova opportunità di qualificazione del mondo del Moscato d'Asti e daremo il nostro contributo affinché possa riscuotere il successo che merita". Infine, è obbligatoria l'indicazione dell'annata di produzione delle uve.

In ricordo

ADDIO A
FILIPPO
NERI



Lo scorso 25 luglio è mancato Filippo Neri, titolare e fondatore della Neri Filippo & C, storica azienda di Canelli, operativa nell'ideazione e realizzazione di macchine e attrezzature innovative per la filiera enologica. Unione Italiana Vini, la redazione del Corriere Vinicolo e tutto lo staff di Simeï partecipano al lutto della famiglia, della moglie Maria Grazia e dei figli Alessandro e Federico, che sicuramente continueranno, come avrebbe voluto lui, "il suo lavoro nel migliore dei modi".



DATI ECONOMICI MOSCATO D'ASTI
SOTTOZONA CANELLI

Annata	Superficie rivendicata (ettari)	Produzione effettiva (ettolitri)	Bottiglie preparate	Produttori di uva	Vinificatori	Imbottigiatori
2019	109,9	6.669,17	501.745	45	21	27
2020	94,1	6.071,43	436.685	41	24	26
2021	78,93	5.182,05	558.592	41	33	34
2022	79,9	4.591,89	490.781	45	37	35



STEFANO CHIARLO



GIANMARIO CERUTTI



GIULIO MORANDO

I primi dati economici

E veniamo ai primi dati economici, che fanno riferimento alla Sottozona Canelli del Moscato d'Asti. La tabella in questa pagina, fornita dal Consorzio dell'Asti, mette in luce per le ultime 4 annate una situazione sostanzialmente stabile. Come se il settore produttivo attendesse il riconoscimento della Docg. In effetti, la superficie rivendicata si è poco per volta stabilizzata sugli 80 ettari e la produzione in bottiglie è oscillata tra 430 e 560 mila bottiglie. I protagonisti delle vigne sono rimasti praticamente stabili tra 41 e 45 unità, mentre sono cresciute sia le aziende vinificatrici che quelle che imbottigliano tale vino. Come abbiamo detto nelle fasi introduttive, la Docg Canelli è stata accompagnata nella sua evoluzione dall'Associazione "Produttori Moscato di Canelli", fondata nel 2001 e oggi costituita da 22 produttori, molti dei quali con sede proprio a Canelli. Come ci ha confessato il suo presidente **Gianmario Cerutti**, "non c'è mai stata una corsa al produttore da parte dell'associazione e nemmeno una corsa al coinvolgimento di nuovi interpreti della Sottozona da parte del settore produttivo. Chi si è aggregato a uno dei due gruppi lo ha fatto perché convinto a realizzare una produzione di qualità". Il meccanismo di iscrizione dei vigneti a Canelli Docg nell'ambito dei fascicoli aziendali è rimasto attivo fino al 21 luglio 2023. Passata tale scadenza, le informazioni dell'Assessorato Agricoltura della Regione Piemonte sottolineano il grande interesse che la nuova Docg ha suscitato presso i produttori di Moscato d'Asti. Infatti, a tale scadenza la superficie iscritta all'ipotetico "Albo dei Vigneti" della nuova Docg Canelli è risultata di ben 382 ettari, un dato decisamente al di sopra di ogni più rosea aspettativa. Alla scadenza di questo periodo preliminare di iscrizione, il Consorzio dell'Asti ha già fatto sapere per bocca del suo vicepresidente Flavio Scagliola "che negli anni successivi si procederà con un attento sistema di gestione dei nuovi impianti per evitare una sovrabbondanza di offerta per una denominazione che sta muovendo i suoi primi passi".

Le ragioni per la nuova Docg

A chi chiedesse quale sia la ragione per ottenere una Docg come il Canelli nel grande patrimonio del Moscato d'Asti la risposta è quasi lapalissiana, come ci ha ricordato **Giulio Morando** dell'Azienda agricola La Morandina di Castiglione Tinella: "Ribadire il grande legame che c'è tra il Moscato bianco e la sua terra di coltivazione più eletta (Canelli e uno sparuto gruppo di paesi limitrofi). In fondo, questo territorio costituisce l'area classica di coltivazione del Moscato tra le province di Asti e Cuneo, là dove i suoli sono calcarei e compatti e le vigne si giovano di un clima freddo-temperato, con decise escursioni termiche tra il giorno e la notte e l'estate e l'inverno". Ma la risposta è ancora più articolata se la domanda è rivolta a Gianmario Cerutti: "Le motivazioni sono almeno quattro. Innanzitutto è un progetto 'storico', che trova forti connessioni con le migliori terre per la coltivazione del Moscato bianco e con le produzioni che sanno resistere al tempo e che presentano ricchezze olfattive ampie e complesse. La seconda sta nella possibilità di attribuire ulteriore valore aggiunto all'uva e al vino, attraverso l'uso esclusivo del nome di origine. La terza ragione sta nel fatto che in questo modo si dà un'opportunità in più al territorio e ai suoi interpreti di creare e distribuire vini particolarmente identitari per questa realtà collinare. Infine, è il modo di interpretazione del Moscato come uva di grande duttilità, capace di produrre vini di pronta disponibilità, ma anche vini in grado di reggere al tempo, mantenendo integri i caratteri dell'origine. Quale può essere il potenziale produttivo di questa nuova Docg? "Sappiamo che i dati di queste ultime annate sono buoni - ricorda Cerutti - ma non ancora ottimali. Possiamo crescere, dopo aver consolidato le posizioni. Anche perché stiamo riscontrando ottime risposte non solo dal mercato italiano, ma anche dall'esportazione. Ci sono mercati consolidati come Stati Uniti, Svizzera, Gran Bretagna che continuano a promettere bene, ma ci sono anche nuovi mercati nel Sud-est asiatico come la Corea del Sud che ci fanno intravedere grandi margini di crescita. Volendo parlare di numeri, credo che potremmo riappropriarci di quella quota di mercato oscillante tra 5 e 7 milioni di bottiglie che rappresentava il volume di vendite di noi piccoli produttori artigiani prima che il Moscato d'Asti diventasse di interesse anche per aziende industriali e commerciali che prima rivolgevano la loro attenzione in modo quasi esclusivo all'Asti Spumante". Se sono rose...



LA TERZA PAGINA DEL VINO

I risultati dell'analisi di un'antica pergamena avviati dalla Società Storica Poliziana

Economia viticola sviluppata, commerci anche “internazionali” del “vino squisito di Montepulciano” e, ancora, accorgimenti e consigli in vigna e cantina: la lettura del prezioso documento, conservato all'Archivio di Stato di Firenze, offre uno spaccato inedito del sistema produttivo vitivinicolo toscano del XIV secolo. E, poi, gli Statuti Comunali del 1337 che fissano una serie di regole inaspettatamente moderne: dalla data della vendemmia al protezionismo vinicolo, al “venditor vini ad minutum”

di KETTY MAGNI

Anno 1350, Montepulciano e i suoi vini

Affresco storico da un contratto di mercatura...

Da un'approfondita ricerca avviata dalla Società Storica Poliziana, in collaborazione con il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, riemerge un'antica pergamena di epoca trecentesca, conservata presso il fondo Madonna de' Ricci (Crociferi) dell'Archivio di Stato di Firenze. Il documento, datato 17 ottobre 1350, registra un prezioso contratto di mercatura del vino di Montepulciano (a oggi ritenuto il primo per datazione in questo territorio), legato alla vendita di qualità, che testimonia l'esistenza, già a quei tempi, di un distretto produttivo e di commercializzazione. Dunque, fornisce informazioni importantissime sulla dinamica di produzione dell'epoca, tracciando i vari passaggi: dalla scelta delle uve alla vinificazione, dalla distribuzione nei mercati fino ad arrivare al consumatore, garantendo l'originalità del prodotto. La pergamena, una vera e propria rarità documentale sia per la datazione che per il contenuto, fu scritta pochi anni dopo la redazione degli Statuti Comunali di Montepulciano del 1337, che normavano la produzione della vite, in una quotidianità territoriale dove il vino rappresentava la principale risorsa economica, insieme allo zafferano, usato in cucina e in farmacia, e al guado, una pian-

ta erbacea (*Isatis tinctoria*) dalle cui foglie e radici si estraeva una sostanza pastosa, di colore azzurro tendente all'indaco, impiegata per tingere le stoffe e il cui nome deriva dal longobardo “waid”: colorante. Tutte produzioni agricole citate da Emanuele Repetti, bibliofilo ed erudito, nel suo famoso dizionario (Firenze, 1839), che conosceva l'importanza storica del documento recuperato e sottolineava come già nel Medioevo il vino venisse esportato: “Rispetto al commercio del vino squisito di Montepulciano, che questo s'inviava all'estero da tempi assai remoti, può darne qualche indizio un istrumento del 17 ottobre 1350 scritto in Montepulciano nella casa di Bertoldo Novello figlio che fu di mess. Bertoldo di Guglielmo del Pecora; il quale mediante quell'atto pubblico stabili per 5 anni con Jacopo del fu Vanni da S. Fiora una società di mercatura di vino, che lo stesso Bertoldo del Pecora ritraeva dalle sue vigne poste nel distretto di M. nella contrada de' Calomelli”.

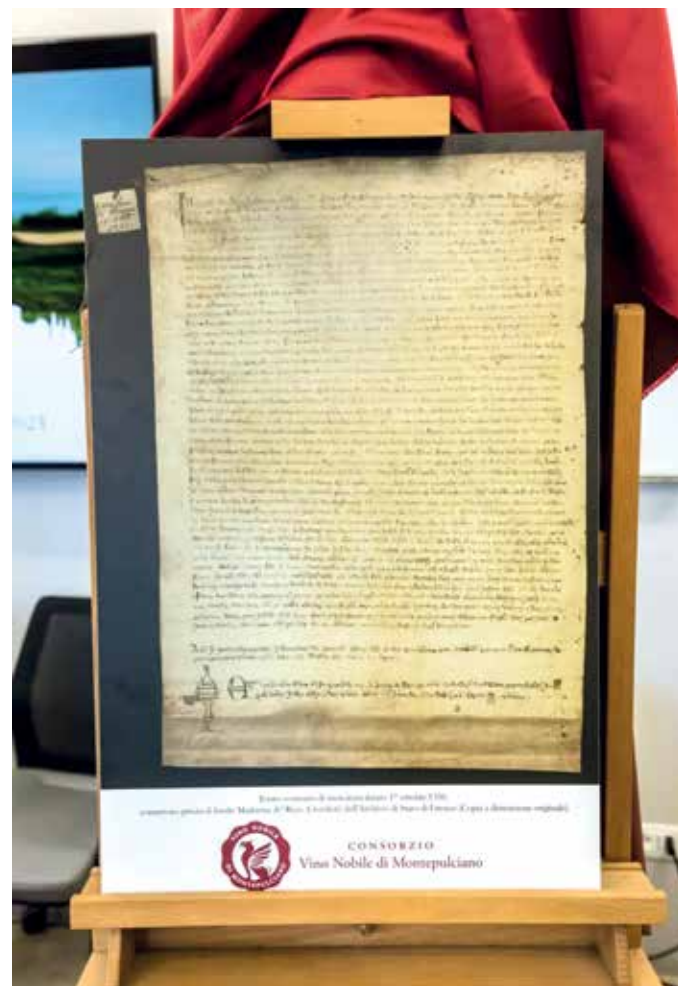
Le controparti del contratto
“Uno degli aspetti principali da considerare - ci spiega oggi l'architetto **Riccardo Pizzinelli**, studioso dell'Associazione Culturale Società Storica Poliziana - è proprio l'importanza dei personaggi coinvolti come controparti nel contratto. Il produttore è il nobile messer Bertoldo Novello del fu messer Bertoldo di Guglielmo Del Pecora da Montepulciano che esercitò in loco un potere di tipo signorile (tirannico). I



suoi fratelli, Niccolò e Jacopo, appoggiati dai fiorentini l'uno e dai senesi l'altro, furono in lotta per il potere sulla “terra” poliziana fino al tragico epilogo del 1369, anno nel quale gli abitanti, esasperati dal dispotismo dei Del Pecora e in particolare di Jacopo, lo portarono fuori dal carcere dove era stato imprigionato a seguito di eventi militari contrari e lo massacrarono brutalmente facendolo, secondo le cronache, letteralmente a pezzi. L'altro personaggio è il mercante Jacopo del fu Vanni detto Magarozzo da Santa Fiora, che aveva comprato per l'occasione una sede a Montepulciano: una cantina in contrada di Voltaia.”

La tipologia del contratto in una società evoluta

Il contratto prevedeva non solo la vendita di un prodotto finito, ovvero di vino da commercializzare, ma anche la fornitura di uve e di mosto, da trasformare e da invecchiare in una precisa cantina, ubicata in una contrada interna alla città. Questo aspetto potrebbe sottintendere un lavoro teso al miglioramento della qualità del prodotto. È ragionevole pensare che la cantina che acquistava il mosto o le uve avesse personale di vinificazione qualificato (per evitare di nuocere al prodotto e quindi di avere un danno economico, e per vinificare in modo da garantire la trasportabilità del vino anche a grandi distanze). Già intorno ai secoli XI e XII sono noti contratti di mercatura di vino, a partire dai commerci di Amalfi a quelli genovesi, ma



Copia del contratto di mercatura del vino di Montepulciano

il contratto di Montepulciano è una vera e propria rarità documentale che riporta la storia vinicola a un'epoca remota anche da un punto di vista degli studi scientifici. La trascrizione completa della pergamena è ancora in corso, in quanto alcune frasi non risultano interamente leggibili. Ad Andrea Giorgi, docente di Paleografia dell'Università di Trento, è stato affidato l'incarico di studiare e tradurre il contratto, scritto prevalentemente in forma latina come si addice a un atto ufficiale redatto da un notaio, ma riporta occasionalmente alcuni termini derivanti dalla lingua volgare.

I toponimi dei luoghi di produzione

Ascianello e probabilmente Colombelle sono i luoghi di riferimento di produzione del vino di epoca trecentesca a Montepulciano, che si desumono dal contratto e che corri-

spondono a ottime posizioni in un territorio medio collinare con qualità sabbiosa dei terreni ed esposizione favorevole verso sud est (anche oggi non risultano zone di produzione molto qualitative). Tuttavia, considerata l'importanza della vite, una coltura fondamentale ed economicamente strategica per tutta la Toscana e in questo caso specifico per il territorio poliziano, dove troviamo frequenti richiami alle vigne negli stessi Statuti Comunali del 1337, si può pensare a un'estensione del terreno vitato molto ampia. Gli Statuti, nati dalla raccolta di norme preesistenti e dal bisogno di dare ordine e stabilità, subiranno nel corso degli anni alcune integrazioni senza alterare sostanzialmente i contenuti. Tradotti in volgare nel 1537 resteranno in vigore fino al 1774, cioè per ben 437 anni: una durata di tutto rispetto per un testo giuridico.



VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO, UNA STORIA LUNGA E APPASSIONANTE

Il Vino Nobile di Montepulciano, il primo vino italiano a fregiarsi della fascetta della Denominazione di origine controllata e garantita (Docg) nel 1980, ha una lunga e appassionante storia, che affonda le radici ai tempi degli Etruschi. Montepulciano, già Mons Politianus in epoca romana, secondo un'antica leggenda fu fondata da Porsenna, Lucumone (magistrato supremo) della città etrusca di Chiusi. Al tempo dei Longobardi diventò prestigiosa sede di un castrum e, nei documenti del VIII e IX secolo si menziona la coltivazione della vite e del vino. Dopo il periodo medioevale degli Statuti, nel Quattrocento, la città diede i natali al poeta umanista Agnolo Poliziano, e coevo risulta il Palazzo comunale e la sua torre. Nel Seicento, ai palazzi rinascimentali venne affiancato il duomo, e Francesco Redi, insigne medico, naturalista e poeta, elogio e definì in un suo componimento "Montepulciano d'ogni vino è Re", facendo risaltare l'omonimia tra il luogo fisico di produzione e il

suo prodotto enologico di grande qualità. Nel Settecento, apparve la prima menzione del binomio "Vino Nobile". Nel 1803, Thomas Jefferson, presidente degli Stati Uniti, fece partire un ordine di 123 bottiglie di vino a base Sangiovese proveniente da Montepulciano. Nel 1806, lo stesso presidente scrisse a un tale signor Appleton, residente in Italia, chiedendo 473 bottiglie di vino di Montepulciano come il precedente. All'Esposizione internazionale di vino di Vienna del 1873, l'enologo di Sua Maestà Britannica si lamentò di trovare un solo vino di Montepulciano in degustazione, annoverandolo tra i suoi preferiti. Lo stesso anno, alla prima mostra mercato dei vini tipici, svoltasi a Siena, venne presentato per la prima volta un vino chiamato "Vino Nobile di Montepulciano" ottenendo larghi consensi. Nel 1966, nacque il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano con l'obiettivo di dare vita alla prima Denominazione di origine controllata (Doc), riconosciuta nello stesso anno. Dagli anni Sessanta dello scorso secolo, grazie al "Vino Nobile" e al Consorzio che è nato per tutelarla, la produzione di Montepulciano ha vissuto un nuovo Rinascimento, che gli ha consentito di essere la realtà produttiva di eccellenza oggi universalmente riconosciuta.



L'epoca storica cruciale per la tutela delle vigne

Una costante premura da parte dei legislatori per promuovere lo sviluppo della vite si rileva nel V libro degli Statuti, quello cosiddetto del Campaio, che dedica all'argomento ben 9 delle 35 rubriche che lo compongono. Nella rubrica n° 5 (Pena per chi entra nelle vigne o nell'orto di un altro e lo danneggia), il divieto tassativo di mettere piede nell'altrui vigna è fissato per il periodo che va dal 1° aprile al 1° novembre e cioè dalla fioritura del frutto alla fine della vendemmia. Nella rubrica n° 6 si proibisce invece la raccolta dell'uva (e di conseguenza anche la vendemmia) prima del 15 settembre, per evitare di vinificare con frutti non completamente maturi.

La grave pestilenza degli anni 1348/1350 causò il diffondersi di un'epidemia che sembrava inarrestabile e falcidiò molte vite umane. Questo fatto traumatico portò inevitabilmente a un crollo demografico con conseguente aumento del costo della manodopera, e a una significativa diminuzione della produzione di vino. Superata la crisi sanitaria, vi fu la necessità di trovare nuovi sbocchi di mercato soprattutto locale, in un quadro economico generale mutato, dovuto alla scomparsa o comunque al ridimensionamento delle reti commerciali in cui emersero nuovi soggetti rispetto ai precedenti "esclusivisti".

Mercanti, mercati e...

In quali orizzonti agivano i mercanti? Un particolare che può essere indicativo sul ruolo svolto dal vino nell'economia cittadina è la figura del "venditor vini ad minutum". Compare nella rubrica 62 del II libro degli Statuti (Codice civile) che recita: "Chiunque venda vino al minuto per conto di altri ogni sera dovrà consegnare tutto il denaro incassato nella

giornata dalla vendita del vino al proprietario del vino. E sul vino venduto lo stesso venditore dovrà dare un rendiconto e saldare tutto l'incasso entro tre giorni da quando il vino è stato venduto...".

Il testo non è molto chiaro quanto al modo di pagare la consumazione, nel senso che oltre alla vendita per contanti lascia capire si facesse anche credito, con l'impegno comunque a saldare entro tre giorni. Evidente è che il vino in città era disponibile per un consumo diretto non solo nelle taverne ma anche attraverso particolari punti di vendita destinati esclusivamente alla somministrazione della bevanda e distinti dunque dalle osterie, in locali molto più ampi dove si poteva, oltre che bere vino, mangiare, giocare e intrattenersi ai tavoli. A Montepulciano come in altre città della Toscana non era infrequente, del resto, che i produttori provvedessero in proprio alla vendita del vino, molto spesso in locali che si aprivano sulla pubblica via, talvolta nel loro stesso palazzo di residenza.

Dunque, sicuramente i mercanti agivano in ambito locale, tuttavia esisteva un commercio al di fuori della Toscana, e sono documentate alcune esportazioni di vino verso la Provenza o addirittura verso la Scozia. Il vino di Montepulciano aveva delle caratteristiche particolari come "la dura viltà", ovvero la capacità di conservare le principali qualità, l'aroma e il sapore, perché non si guastava durante il trasporto, e di conseguenza si prestava al commercio. Al porto di Livorno, il più importante del Granducato di Toscana, venivano imbarcati i barili che navigavano per settimane e il vino non subiva gravi alterazioni.

... protezionismo viticolo

A difesa della produzione locale, la rubrica 203 degli Sta-



Piazza Grande, il cuore di Montepulciano

BIBLIOGRAFIA
Rivista "Il Vino Nobile di Montepulciano, storie di enologia storica poliziana", volume 1 e 2, a cura della Società Storica Poliziana, 2020-21;

Emanuele Repetti, Dizionario, Volume terzo, coi tipi Allegrini e Mazzoni, Firenze 1839.

tuti proibisce l'introduzione e il consumo a Montepulciano di ogni vino che non sia stato prodotto localmente: "Nessuno osi portare e introdurre nella città e nel distretto di Montepulciano, per suo o altrui consumo, del vino prodotto fuori del distretto di Montepulciano, sotto pena di 10 lire di multa a chi contravviene da comminare seduta stante dal signor Sindaco per ogni salma. Inoltre siano confiscati sia il vino che le bestie che lo trasportano, che diverranno proprietà del Comune. Sotto la stessa pena nessuno potrà acquistare tale vino e tenerlo in casa sua". Ovviamente, nel Medioevo le gabelle dei comuni toscani per il trasporto del vino erano molto elevate, e costituivano la voce più alta nelle entrate comunali, colpendo il prodotto in diversi tempi e modi, dal momento in cui usciva dalle botti nelle quali si era affinato per essere trasportato fuori della cantina fino alla vendita al minuto.

Un vino "Nobile"

In epoca trecentesca, i vini cosiddetti "nobili" erano i più costosi, che prevedevano una cernita delle uve e rappresentavano la massima qualità del prodotto, destinata unicamente ai padroni. Tali vini erano ricavati non dalle uve a bacca rossa, ritenute più grossolane e plebee, bensì dai grappoli bianchi. Bisognerà attendere altri 400 anni circa per leggere in un documento ufficiale la prima menzione del nome "Vino Nobile" in relazione al vino di Montepulciano, dove la lettera N risulta scritta maiuscola, diventando quindi nome proprio del vino. Un registro di "Entrata e Uscita" (1766), che proviene dall'archivio dei Gesuiti e oggi è conservato all'Archivio di Stato di Firenze, riporta i movimenti in dare e avere nella lira toscana, la moneta allora corrente nel granducato di Toscana, e all'interno di esso, in una "partita d'entrata" troviamo esattamente il testo: "Cantina da some 8: di vino Nobile".

L'ordine religioso dei Gesuiti ha svolto un ruolo fondamentale per la coltivazione della vite nel territorio poliziano, per quanto riguarda la procedura di lavorazione delle uve con peculiari tecniche di vinificazione e di conservazione. Il termine "Nobile" fu associato a una tipologia di prodotto ricercato, destinato a un mercato di fascia alta, con qualità specifiche di durata, di generosità e di sapore deciso. Altra caratteristica che sembra emergere soprattutto dalla trattatistica dell'epoca è che il "Vino Nobile" era quello realizzato in maniera naturale, senza bollitura, tecnica che caratterizzava la produzione almeno seicentesca, ma anche dei primi decenni del Settecento.

Purtroppo, la soppressione dell'ordine dei Gesuiti nel 1773, e successivamente anche quella di altre famiglie religiose vinificatrici, contribuì ad accelerare il progressivo declino di questo vino, che si protrasse fino ai primi decenni del Novecento, quando tornò a essere molto apprezzato anche sui mercati internazionali. A livello documentativo, sono interessanti gli esiti di una ricerca sull'uso terapeutico di questo vino "Nobile" che fu prescritto a un facoltoso paziente dell'antico Spedale di Montepulciano, nel 1790, in sostituzione del normale vino rosso che faceva parte della consueta dieta dei degenti.

Un tassello storico importantissimo

Il ritrovamento della pergamena trecentesca, avvenuto nei mesi scorsi, rappresenta un tassello importantissimo per ricostruire la storia del vino a Montepulciano. "Oggi - spiega il presidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, **Andrea Rossi** - con l'analisi di questo rarissimo documento abbiamo aggiunto una testimonianza rilevante e approfondita per dimostrare quanto la tradizione vinicola nel nostro territorio sia importante, fin da tempo remoto". La collaborazione tra il Consorzio e la Società Storica Poliziana ha portato inoltre alla pubblicazione dell'interessante rivista "Il Vino Nobile di Montepulciano, storie di enologia storica poliziana" per raccontare gli aspetti storici e gli aneddoti enologici, promuovendo nuovi spunti di indagine, e per sottolineare la notorietà di questo vino, l'eccezionale importanza che ha avuto e che ha reso Montepulciano uno dei luoghi più importanti della realtà vitivinicola europea e mondiale.

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

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

HANNO COLLABORATO
Fabio Ciarla, Serena Leo, Giancarlo Montaldo, Ketty Magni, Andrea Casson, Roberto Beghi, Abhishek

Dattu Narote, Alessia Pampuri, Sara Vignati, Alessio Tugnolo, Valentina Giovenzana, Riccardo Guidetti

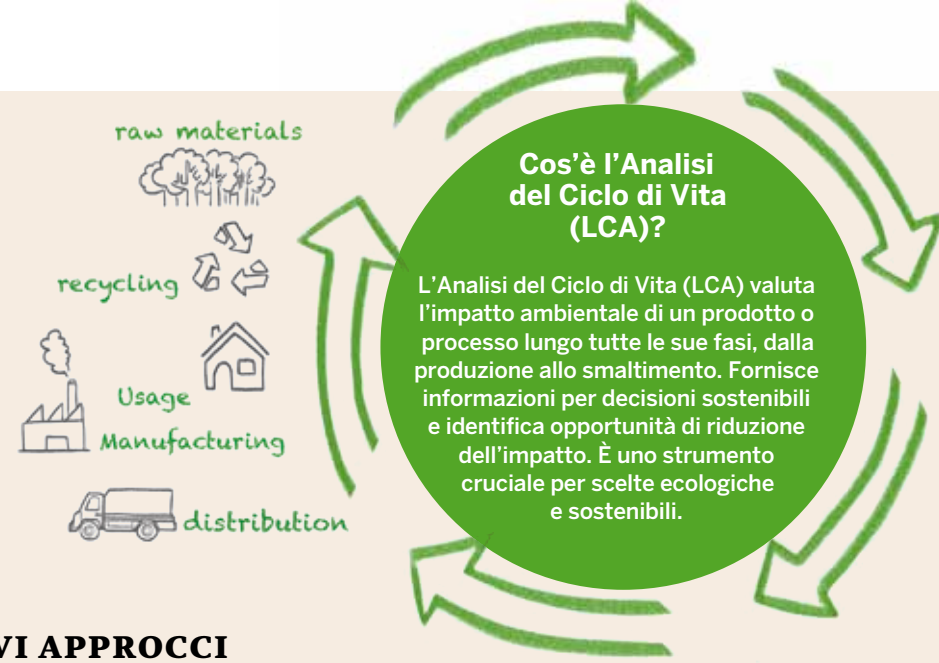
GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

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





ANALISI UVA ALLA VENDEMMIA: NUOVI APPROCCI

Soluzioni ottiche intelligenti: valutazione dei benefici ambientali

La composizione qualitativa dell'uva alla vendemmia è uno dei fattori più importanti che determinano la futura qualità del vino. E i metodi ottici possono essere valide alternative alle analisi chimiche per monitorare la maturazione tecnologica delle uve. In questo articolo si riportano i risultati dei diversi impatti ambientali - misurati attraverso il Life Cycle Assessment - delle diverse metodologie di analisi

A cura di **ANDREA CASSON, ROBERTO BEGHI, ABHISHEK DATTU NAROTE, ALESSIA PAMPURI, SARA VIGNATI, ALESSIO TUGNOLO, VALENTINA GIOVENZANA, RICCARDO GUIDETTI**

Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali - Produzione, Territorio, Agroenergia (DiSAA), Università degli Studi di Milano

La composizione dell'uva alla vendemmia è un fattore determinante per la qualità del vino. Misurando parametri come il contenuto di zucchero, l'acidità, e il pH è possibile valutare la qualità delle uve e determinare il momento ideale per la vendemmia, garantendo così la produzione di vini di alta qualità. Tuttavia,

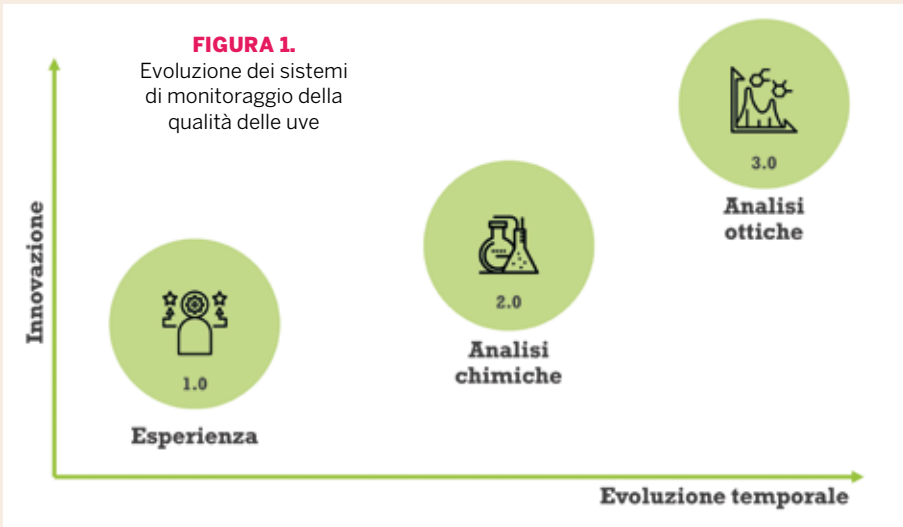
le analisi chimiche tradizionali richiedono l'invio di campioni a laboratori, tempi lunghi di esecuzione e personale qualificato, risultando quindi costose e distruttive per il prodotto analizzato. Nell'ambito della produzione vinicola, la figura dell'enologo è da sempre responsabile della gestione e del controllo di tutti i processi produttivi, dalla scelta delle varietà di uve da coltivare fino

alla vinificazione e all'imbottigliamento. L'enologo svolge un ruolo essenziale nella valutazione della composizione dell'uva attraverso le analisi chimiche menzionate in precedenza, fornendo informazioni preziose per il processo decisionale al fine di ottimizzare la produttività. Tuttavia, l'industria vinicola moderna necessita di analisi più rapide per soddisfare le esigenze del settore.

Tecnologie ottiche portatili

Le tecnologie innovative stanno evolvendo per rispondere a queste esigenze (Figura 1). Gli spettrofotometri, ampiamente utilizzati nell'industria agroalimentare, consentono di eseguire analisi rapide dei parametri chiave della composizione dell'uva senza l'uso di reagenti chimici, fornendo valutazioni precise. Questi dispositivi possono fornire risultati in meno di 3 minuti, anche se richiedono la preparazione del campione. La spettroscopia VIS/NIR, basata su sensori efficaci, modelli matematici sofisticati e algoritmi personalizzati, consente di ottenere la composizione chimica di un prodotto biologico in modo rapido e non distruttivo. La tecnologia VIS/NIR può offrire numerosi vantaggi all'industria del vino a diversi livelli. Per esempio, monitorando la composizione dell'uva durante la sua maturazione, è possibile gestire in modo più efficace le pratiche agricole e identificare il momento ottimale per la vendemmia. Inoltre, questa tecnologia può essere utilizzata per separare uve con diverse composizioni durante il periodo di raccolta, migliorando così il valore del prodotto finito. I risultati ottenuti con la spettroscopia VIS/NIR sono comparabili a quelli ottenuti con metodi analitici tradizionali, ma senza la necessità di preparazione dei campioni e l'utilizzo di reagenti chimici.

Con l'avanzamento dell'agricoltura di precisione, sono state proposte diverse soluzioni per sostituire i metodi di laboratorio tradizionali. Tra queste soluzioni, ci sono sistemi ottici portatili come quello presentato in Figura 2 che utilizzano moduli commerciali che integrano sorgenti di luce, fotodiodi, filtri e microspettrofotometri. Questo tipo di tecnologia è in fase di miniaturizzazione grazie ai progressi dell'industria dell'elettronica, consentendo l'integrazione di circuiti digitali, trasmettitori wireless e sistemi microelettronici-meccanici (MEMS) in dispositivi a basso costo di dimensioni millimetriche. Questi dispositivi permettono l'acquisizione e la gestione dei dati utilizzando reti di sensori wireless (WSN) a basso costo. I sensori possono essere usati da parte degli operatori per monitorare i parametri relativi alla composizione delle uve durante il periodo di maturazione fino alla vendemmia.



Valutazione del ciclo di vita per la sostenibilità delle tecnologie di analisi

Confronto tra analisi chimiche tradizionali e tecnologie ottiche per la valutazione dei parametri di qualità delle uve

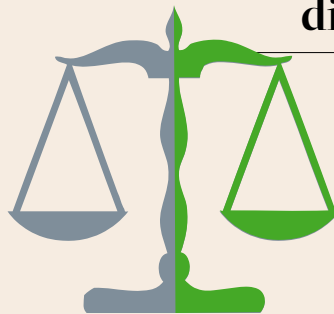


FIGURA 2
Sistema ottico semplificato - Brevetto Università degli Studi di Milano

Un aspetto che risulta importante valutare è l'impatto ambientale di queste soluzioni innovative. Per fare ciò, il gruppo di ricerca del Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali ha utilizzato la metodologia di valutazione del ciclo di vita (LCA) per valutare e confrontare l'impatto ambientale di tre scenari: l'utilizzo di metodi chimici tradizionali, l'utilizzo di spettroscopia VIS/NIR con strumentazione da banco e l'utilizzo di un prototipo ottico miniaturizzato da campo. L'obiettivo dello studio LCA è stato quello di identificare la soluzione più sostenibile e proporre azioni per ridurre gli sprechi e l'impatto lungo la filiera viticola.

Al fine di confrontare le tre diverse tecnologie di analisi, sono stati presi in considerazione tre parametri di qualità: gli zuccheri, l'acidità e il pH. Per ottenere i dati di input sia per le analisi chimiche tradizionali che per la tecnologia VIS/NIR sono stati utilizzati diversi strumenti. Per quanto riguarda i dati relativi all'analisi chimica, sono state svolte interviste presso il laboratorio dell'Università degli Studi di Milano, al fine di raccogliere informazioni sugli input e gli output necessari. Durante il processo di analisi, sono stati presi in considerazione anche i materiali utilizzati, i reagenti, l'energia e l'approvvigionamento idrico necessari, nonché i rifiuti generati durante le procedure analitiche di laboratorio. La raccolta dei dati relativi agli input e agli output di ciascuna procedura è stata eseguita separatamente per ogni tipo di analisi. Alcuni strumenti analitici e materiali di laboratorio hanno richiesto calcoli aggiuntivi per valutare il loro impatto ambientale specifico per ciascuna analisi presa in considerazione.

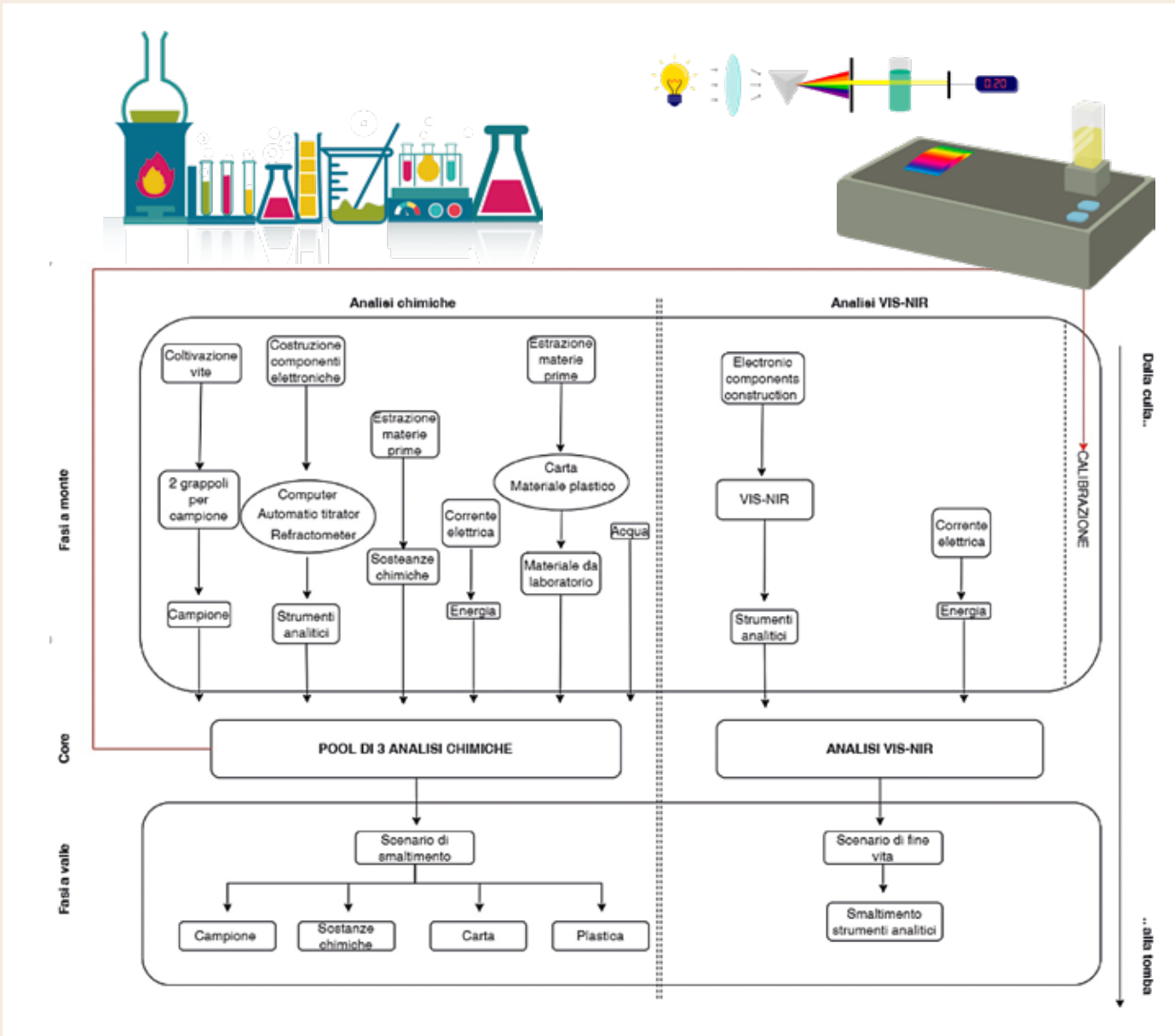
FIGURA 3
Sistema analizzato
e fattori considerati

Come riportato in *Figura 3*, per quanto riguarda le analisi chimiche, sono state analizzate le procedure per la preparazione del campione, l'utilizzo di titolatori volumetrici automatici per misurare l'acidità totale (TA) e il pH, nonché l'uso di un rifrattometro digitale per misurare il TSS. Invece, per l'analisi ottica basata sulla tecnologia VIS/NIR, è stata analizzata la modalità di funzionamento dello spettrofotometro e del computer, i quali permettono l'analisi dei campioni di uva senza ulteriori preparazioni e senza l'utilizzo di reagenti.

I sistemi ottici VIS/NIR si basano sull'acquisizione dello spettro del campione e l'utilizzo di modelli predittivi matematico-statistici per la stima dei parametri di interesse. Da questo punto di vista, la calibrazione dei modelli è pertanto un passaggio fondamentale per ottenere risultati affidabili utilizzando la tecnologia ottica VIS/NIR. Per questo studio sono state considerate analisi di calibrazione su un gran numero di campioni, per ottenere modelli affidabili per stimare i parametri di composizione delle uve.

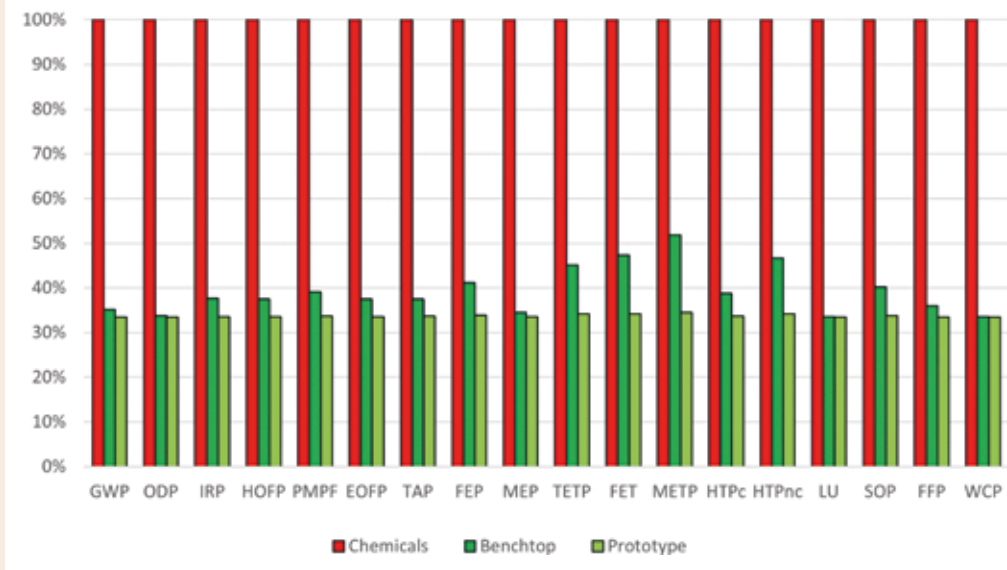
Entrambi i dispositivi ottici considerati permettono di misurare lo spettro di riflettanza delle uve. I dati ottici vengono raccolti direttamente sui grappoli o sugli acini, senza alcuna preparazione del campione. In questa analisi, non sono stati necessari input aggiuntivi, poiché non sono stati utilizzati prodotti chimici e i campioni sono stati analizzati direttamente sul campo, senza produrre rifiuti.

Infine, sono stati valutati i valori prestazionali dei due strumenti ottici impiegati. A seconda dello scopo dello studio, l'analisi chimica e l'analisi ottica tramite spettroscopia strumentale da banco e con il prototipo portatile sono state prima analizzate separatamente e successivamente confrontate tra di loro (analisi chimica, analisi ottica con spettrometro da banco e analisi ottica con dispositivo portatile).



Impatto ambientale delle analisi chimiche e ottiche per l'analisi delle uve: confronto e risultati

FIGURA 4 - Confronto dell'impatto ambientale delle diverse soluzioni di analisi. Chemicals: metodi chimici tradizionali; Benchtop: strumentazione VIS/NIR da banco; Prototype: prototipo ottico miniaturizzato



Dai risultati dell'analisi di impatto ambientale è possibile evidenziare i maggiori contributi risultanti dagli input e dagli output di queste analisi. In Tabella 1 è interessante notare che la determinazione del pH e dell'acidità totale (TA) sembra avere il più alto impatto ambientale, compreso tra il 40 e il 50% in molte categorie di impatto. Ciò è dovuto all'uso di una soluzione tampone per calibrare il titolatore automatico utilizzato per l'analisi di pH e TA.

Le categorie di impatto utilizzo del suolo, consumo di acqua e eutrofizzazione marina sono maggiormente responsabili dell'impatto ambientale della determinazione del pH, con valori che vanno dal 76,5% all'82,2%. Per il TSS l'impatto ambientale è minimo (1%) in tutte le categorie di impatto, grazie all'utilizzo di un sistema che non necessita reagenti come il rifrattometro per la sua determinazione.

Si è deciso di analizzare il pool di tre analisi chimiche considerandolo come unica analisi chimica e raggruppando in sette fattori tutti gli input e gli output tra cui: strumenti analitici, sostanze chimiche, energia, rifiuti, materiali di laboratorio, campione da analizzare e calibrazione. L'uso di prodotti chimici emerge come il fattore di maggiore impatto, con valori che vanno dal 45% al 70% in molte categorie di impatto. Questo fattore include tutte le soluzioni e i reagenti uti-

lizzati nei processi chimici.

Solo per le categorie di impatto utilizzo del suolo, consumo di acqua ed eutrofizzazione marina, la preparazione del campione risulta essere il principale fattore responsabile dell'impatto ambientale, dovuto principalmente alla coltivazione della vite per l'ottenimento dell'uva. Il consumo di acqua ha un impatto significativo (75%) a causa dell'irrigazione del vigneto.

Se si analizzano invece gli approcci ottici VIS/NIR, che richiedono meno input e output rispetto al metodo convenzionale, vengono identificati solo tre fattori: strumentazione analitica, energia e calibrazione. La calibrazione emerge come hotspot principale in tutte le categorie di impatto, in quanto richiede un gran numero di analisi chimiche contestuale per definire i parametri di riferimento per l'elaborazione dei modelli predittivi, mentre l'energia ha un impatto relativamente basso.

Il confronto dell'impatto ambientale del metodo convenzionale e dei due metodi ottici (strumento da banco e prototipo) mostra che le analisi chimiche hanno il più alto impatto ambientale in tutte le categorie di impatto.

I due metodi ottici hanno impatti ambientali simili, tuttavia lo strumento prototipo, che non necessita di PC per il funzionamento, ha un minore impatto ambientale.

Dai risultati del confronto, è stata effettuata

TAB. 1 - Responsabilità ambientale (%) di ogni analisi chimica per l'esecuzione di un set di tre analisi

Categoria di impatto	Acronimo	Responsabilità percentuale (%)		
		Acidità totale	pH	Zuccheri
Riscaldamento globale	GWP	50.7	49.0	0.3
Demineralizzazione dell'ozono stratosferico	ODP	45.1	54.8	0.1
Radiazione ionizzante	IRP	58.8	40.4	0.9
Formazione di ozono - salute umana	HOFP	47.0	52.5	0.5
Formazione di particolato fine	PMPF	47.5	51.9	0.6
Formazione di ozono - ecosistemi terrestri	EOFP	47.0	52.5	0.5
Acidificazione terrestre	TAP	45.9	53.5	0.6
Eutrofizzazione delle acque dolci	FEP	49.1	50.4	0.5
Eutrofizzazione marina	MEP	20.4	79.1	0.5
Ecotossicità terrestre	TETP	49.0	50.6	0.4
Ecotossicità delle acque dolci	FET	39.9	59.7	0.4
Ecotossicità marina	METP	48.5	51.1	0.4
Tossicità carcinogena umana	HTPc	47.4	52.2	0.4
Tossicità non carcinogena umana	HTPnc	42.4	57.0	0.5
Utilizzo del suolo	LU	16.6	82.2	1.2
Scarsità di risorse minerali	SOP	48.3	51.6	0.2
Scarsità di risorse fossili	FFP	50.6	49.0	0.5
Consumo di acqua	WCP	23.0	76.6	0.4

un'ulteriore osservazione per normalizzare i risultati ottenuti rispetto a un fattore di prestazione, in quanto un VIS/NIR da banco offre misure sicuramente più accurate rispetto a un prototipo semplice e di basso costo. Al netto della normalizzazione, si è dimostrato che l'analisi ottica con lo strumento portatile è ancora una volta la soluzione migliore dal punto di vista dell'impatto ambientale rispetto allo strumento da banco.

Conclusioni

L'innovazione in agricoltura avanza veloce e lo sviluppo di soluzioni "smart" sempre più performanti e allo stesso tempo meno impattanti potrebbe apportare benefici sempre maggiori nella gestione e nel monitoraggio della qualità delle produzioni e promuovere ulteriori azioni per ridurre gli sprechi e l'impatto delle filiere agroalimentari nella prospettiva dell'Agricoltura 4.0.





In queste foto alcuni momenti del corso “I Love Italian Wines” che in questi anni ha formato oltre 1.800 promotori cinesi di settore

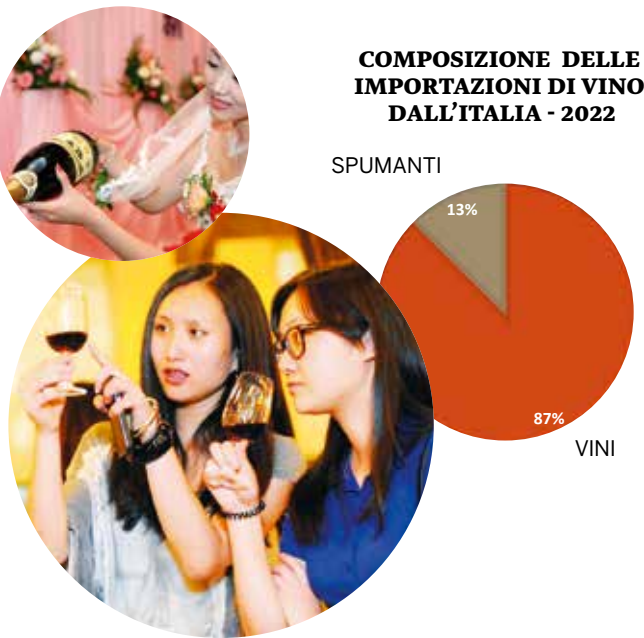


CINA: LE OPPORTUNITÀ PER IL VINO ITALIANO



I consumatori cinesi stanno acquistando una maggiore consapevolezza della cultura del vino rispetto al passato, e di pari passo cresce l'interesse per il vino importato. Nei primi 4 mesi del 2023, l'Italia si è riconfermata al terzo posto tra i principali fornitori con un valore di oltre 30 milioni di euro e con l'abbandono delle policy restrittive in Cina, si prospetta una ripresa delle vendite e dei consumi interni mirando a incrementare i margini delle quote di vino italiano

A cura dell'Ufficio ICE di Canton

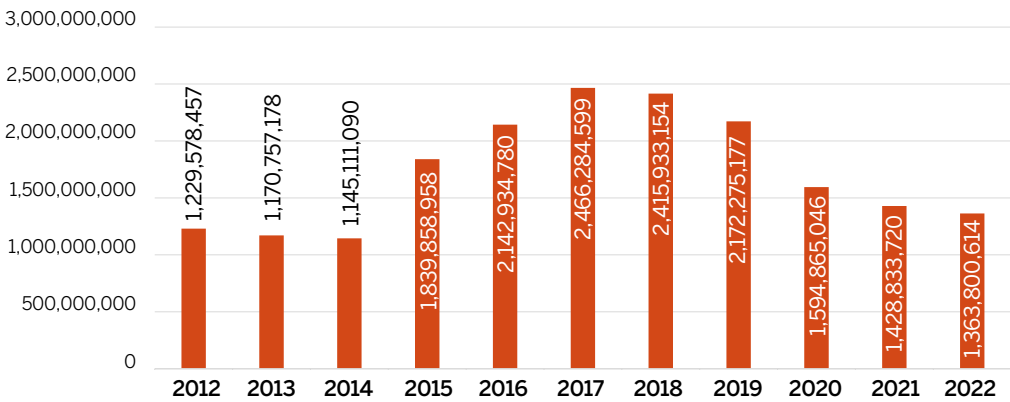


COMPOSIZIONE DELLE IMPORTAZIONI DI VINO DALL'ITALIA - 2022

L'Italia nel 2022 si è posizionata al terzo posto tra i principali Paesi fornitori di vino in Cina, subito dopo Francia e Cile, con un valore totale di oltre 128 milioni di euro e una quota di mercato del 9,4%. Il mercato del vino in generale ha tuttavia segnato una contrazione negli ultimi anni sul volume delle importazioni, che continua a registrare un trend negativo anche nei primi 4 mesi del 2023 con l'Italia che - pur con un calo del 23% in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente

Fonte grafici e tabella: China Customs Statistics

IL MERCATO DEL VINO IN CINA: IMPORTAZIONI TOTALI NEGLI ULTIMI 10 ANNI



IMPORTAZIONE DI VINO IN CINA PER PAESE (valore in euro)

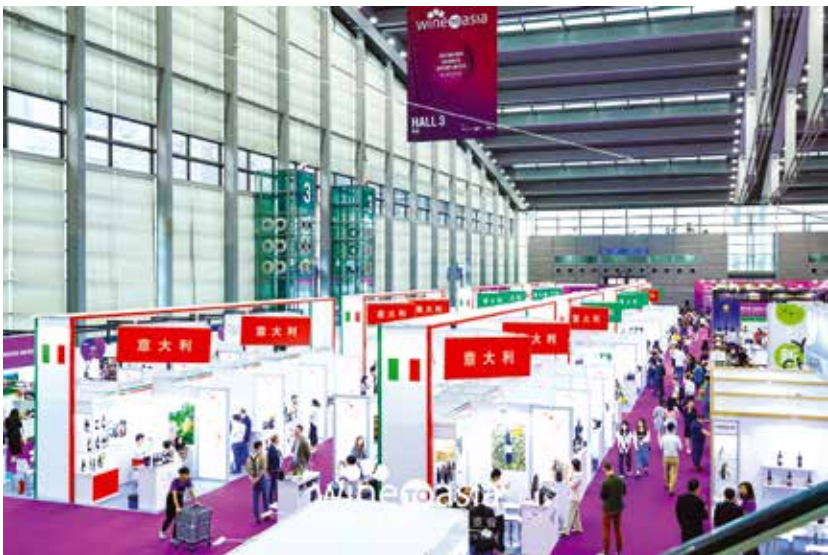
	Gennaio - Aprile			Quota di mercato (%)			Var.23/22
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	%
Mondo	465,091,900	403,493,285	328,679,537	100	100	100	-18.54
Francia	192,039,708	169,407,131	154,547,356	41.29	41.99	47.02	-8.77
Cile	92,453,825	103,294,604	65,285,583	19.88	25.6	19.86	-36.80
Italia	45,543,266	40,334,860	30,913,264	9.79	10	9.41	-23.36
Stati Uniti	11,748,633	14,769,400	19,408,492	2.53	3.66	5.91	31.41
Spagna	36,606,189	31,714,278	18,883,918	7.87	7.86	5.73	-40.61
Germania	5,912,312	6,471,810	7,170,306	1.27	1.6	2.18	10.79
Nuova Z.	6,071,391	6,214,840	6,991,461	1.31	1.54	2.13	12.50
Sudafrica	6,578,495	4,947,675	6,067,100	1.41	1.23	1.85	22.63
Argentina	9,757,867	6,541,920	4,712,980	2.1	1.62	1.43	-27.96
Portogallo	4,861,407	3,626,818	3,298,855	1.05	0.9	1	-9.04

- si è comunque confermata al terzo posto tra i principali fornitori con un valore di oltre 30 milioni di euro. In termini di composizione prevale il consumo dei vini rossi, mentre solo 13% delle importazioni italiane sono di vini spumanti. Da marzo 2023 con l'abbandono delle policy restrittive in Cina, si prospetta però una ripresa delle vendite e dei consumi interni, mirando a incrementare i margini delle quote di vino italiano sul mercato, facendo conoscere la grande qualità e varietà dei nostri vini: la conoscenza del consumatore cinese della produzione tricolore, sebbene in crescita, è infatti ancora ridotta, frammentaria e il più delle volte limitata solo ad alcune tipologie e territori riconosciuti e citati da tutti gli operatori (esempio Barolo, Chianti, Prosecco).

Il consumo di vino in Cina è concentrato nelle grandi aree metropolitane come Pechino, Shanghai e Canton, seguite da Hangzhou, Qingdao, Chengdu, corrispondenti alle province più forti economicamente; si prospetta tuttavia un progressivo aumento dei consumi nelle città di 2ª e 3ª fascia grazie alla crescita del reddito disponibile e all'ottima percezione dei vini italiani in termini di gusto e qualità.

Il supporto di ICE

Le potenzialità nel settore sono dunque elevate e per questo l'intera rete ICE in Cina, in collaborazione con le associazioni di categoria UIV, Federvini e Federdoc, da anni è impegnata in attività di formazione e marketing per promuovere il vino con azioni mirate ad operatori professionali di settore attraverso il corso “I Love Italian Wines”. Lanciato nel 2016, in questi anni ha formato oltre 1.800 promotori cinesi di settore tra importatori, distributori, Gdo, etc, in oltre 20 città in tutta la Cina per un totale di 43 edizioni. Il corso strutturato



L'ultima edizione di “Wine To Asia” a Shenzhen

in 2-3 giornate comprende un excursus sulla storia, territori, regolamentazione del vino italiano accompagnato dalla degustazione di etichette rappresentative delle regioni di produzione, con l'ausilio di esperti sommelier certificati. Le tappe realizzate nel 2023 sono state: Lanzhou (24-26 febbraio), Beijing (17-19 marzo), Jinan (26-28 maggio), Dalian (9-11 giugno) e si proseguirà in altre città classificate di terza e quarta fascia, ad alta potenzialità di mercato nella seconda metà dell'anno.

Inoltre, lo scorso 11-13 maggio, nella città di Shenzhen, ICE/ITA ha organizzato il padiglione italiano più grande di sempre alla fiera “Wine To Asia”, la manifestazione fieristica dedicata ai professionisti del settore vinicolo organizzata da Veronafiere, con la partecipazione di oltre 70 cantine italiane rappresentanti di tutto il territorio nazionale. La presenza di un numero così elevato di aziende italiane alla manifestazione a Shenzhen, che in 3 giorni ha registrato 15.000 visitatori, testimonia chiaramente le positive aspettative riposte in questo mercato dai produttori italiani.

Su cosa puntare

Tra i valori che gli operatori associano maggiormente al vino italiano vi sono: la varietà e la biodiversità, l'autenticità, la tradizione e la passione, il buon rapporto qualità/prezzo, il lifestyle italiano. Indispensabile puntare sullo story telling per informare e comunicare, puntare sulle caratteristiche peculiari del proprio vino, quali ad esempio territorio, qualità, biodiversità, unicità, autenticità, versatilità, struttura e profondità, oltre che essere presenti sui canali digitali e contare sul giusto importatore come primo partner commerciale; anche i grandi clienti (hotel, Gdo, etc) non importano quasi mai direttamente, rendendo il passaggio attraverso l'importatore l'unico canale di accesso possibile. I consumatori cinesi stanno acquistando una maggiore consapevolezza della cultura del vino rispetto al passato, cresce l'interesse per il vino importato ed italiano, anche grazie all'impegno in comunicazione e promozione che l'Agenzia ICE ha largamente svolto negli ultimi anni, con l'obiettivo di sensibilizzare distributori e consumatori cinesi sull'estrema varietà e diversificazione dei vini italiani.

CHIUSURE & SINTETICHE ALTERNATIVE

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

AMORIM CORK ITALIA

**Vinolok:
la chiusura
che valorizza
il profilo
aromatico
dei vini**

Tenuta ottimale e impatto iconico: è Vinolok, di Amorim Cork Italia, sigillo in puro vetro di Boemia dalle caratteristiche meccaniche e sensoriali uniche. Un'esperienza funzionale ed esclusiva per i propri clienti, forti di un nuovo concetto di chiusura: 1. Zero impatto su aroma e sapore; 2. Nessuna cessione; 3. Condizioni stabili dopo l'imbottigliamento; 4. Facile apertura e ri-chiusura della bottiglia; 5. 100% riciclabile all'infinito; 6. Incredibili opzioni di personalizzazione e design; 7. Packaging interamente riutilizzabile. Una destinazione d'uso perfetta per i vini con una shelf-life sotto i 36 mesi, sigillo cristallino alla loro freschezza aromatica. Cristallino perché trasparente, ma soprattutto per il valore aggiunto che ogni produttore può ottenere da un packaging interamente in vetro: un impatto sensoriale pari a zero, 100% neutro, tecnicamente perfetto, con forma e proprietà fisse. Queste virtù consentono una forte persistenza di aromi a livello olfattivo e gustativo, anche una volta aperta la bottiglia. Il packaging vende: il 64% dei consumatori è propenso ad acquistare un nuovo prodotto solo perché il design ha attirato la loro attenzione. Vinolok aumenta in maniera consistente il valore percepito del prodotto, rendendo il prodotto indimenticabile, grazie alle incredibili possibilità di personalizzazione. Una risposta concreta all'attuale tendenza alla premiumizzazione delle bottiglie. Vinolok conferisce a ogni marchio uno stile di alta qualità, unito al design, quello di un packaging d'eccezione che trasforma ogni bottiglia in un articolo di lusso, che sarà un piacere riutilizzare.

M2X CHIUSURE ITALIA

**Chiusure complementari:
oltre il sughero**

Il mercato evolve, così come i modi per stoccare e conservare il vino. Abbiamo sempre lo sguardo puntato alle innovazioni nel mondo del vino e ci riteniamo dei precursori attenti alle esigenze dei nostri clienti. Siamo stati tra i primi, oltre 18 anni fa, ad organizzare una rete di consulenza presente in tutta Italia e capace di parlare di tappi a vite a 360° BVS. Oggi la metà del vino fermo in Italia viene chiuso con tappi a vite e circa 1 miliardo di tappi BVS vengono venduti a cantine italiane. Gli investimenti che stiamo portando avanti con uno dei nostri storici partner di tappi a vite, Federfin Tech, sono enormi e volti sia ad uno sviluppo tecnico che produttivo. Soddisfare un mercato così grande ed in crescita ci responsabilizza. La frammentazione della produzione è una richiesta del mercato e, quindi, una necessità che un leader deve saper soddisfare. Per questo motivo ci risulta difficile parlare di chiusure "alternative". Meglio definirle "complementari". Anche i produttori di tappi in sughero stanno facendo enormi passi in avanti. Visitare un sugherificio dà oggi la sensazione di una qualità estrema e di continui investimenti in ricerca e sviluppo, in grado di dare vita ad un tappo in sughero totalmente diverso rispetto a quello di 10 anni fa. Parlando di packaging alternativi, il Bag in Box rappresenta una soluzione pratica e particolarmente apprezzata nei Paesi nordici. L'accurata selezione dei partner, in questo caso dell'azienda portoghese Vertical Bag, ci permette di offrire prodotti e servizi di qualità. Oltre al sughero possiamo quindi dirci orgogliosi di poter offrire ai clienti una gamma completa di chiusure complementari, che si integrano perfettamente alle chiusure tradizionali.
Info: www.m2xchiusureitalia.it - m2x@m2xchiusureitalia.it

ASTRO

**Tecnologie e qualità di stampa:
un'area di eccellenza**

Il packaging è uno strumento di marketing fondamentale per costruire correttamente l'immagine di una marca e trasmetterne efficacemente i valori. Per massimizzarne l'impatto, le grafiche sono diventate sempre più raffinate e complesse, ponendo significative problematiche di fattibilità in sede di riproduzione su scala industriale. Per venire incontro a questa domanda, Astro ha effettuato negli anni notevoli investimenti dotandosi sia di macchinari di stampa altamente evoluti che di un suo studio grafico. *Combinazione perfetta tra alta tecnologia e cura artigianale.* Astro offre ai suoi clienti tutte le più importanti tecnologie e lavorazioni per soddisfare ogni esigenza in termini grafici: hot-foil, litografia, off-set, rilievo (anche con hot-foil e tampografia) con qualsiasi tipologia di finitura: lucida, opaca e semiopaca, metallizzata e perlata. A questo si aggiunge la grande esperienza dei responsabili delle varie tipologie di stampa, veri Mastri Stampatori che sanno capire immediatamente gli accorgimenti e i settaggi degli impianti per garantire il raggiungimento al 100% dell'idea originale. *Studio grafico interno. Un'esclusiva di Astro.* Lo studio verifica la fattibilità tecnica di un packaging, identificando le soluzioni migliori a livello di grafica (predeformazione, litografia ed offset), materiali utilizzati (vernici fotosensibili, metallizzate, glitter) o lavorazioni per arrivare al risultato prefissato, oltre a realizzare direttamente tutti gli impianti di stampa in modo da ottimizzare tempi e precisione.



VINVENTIONS

**Nomacorc Ocean, il nuovo tappo che
contribuisce a proteggere gli oceani**

Un tappo che ha la capacità di proteggere il vino contribuendo allo stesso tempo a ridurre l'inquinamento marino, stiamo parlando della nuova chiusura di Vinventions: Nomacorc Ocean, il primo tappo ad essere prodotto con rifiuti di plastica riciclata destinata a finire negli oceani. Questi rifiuti sono chiamati Ocean Bound Plastic, ossia OBP: scarti di plastica raccolti da un'azienda certificata dall'organizzazione non governativa Zero Plastic Oceans. recuperati nelle regioni costiere dove rappresentano il più alto rischio di inquinamento. Per il lancio mondiale Vinventions ha scelto l'Italia e ha voluto condividere il progetto con una realtà d'eccellenza come Donnaufugata: l'azienda siciliana, che può vantare un impegno trentennale nella sostenibilità ambientale e sociale, è stata la prima ad usare Nomacorc Ocean per il suo Damarino, Bianco Sicilia Doc. Utilizzando OBP, Nomacorc Ocean promuove la raccolta di questi rifiuti e contribuisce a ridurre il loro volume e il rischio che presenta di inquinare gli oceani, pur mantenendo le prestazioni specifiche dei tappi Nomacorc. Quali sono? Un tappo garantito senza Tca, in grado di gestire l'ingresso di ossigeno in maniera controllata e definita assicurando una perfetta omogeneità ed evitando le variazioni legate all'otturatore bottiglia dopo bottiglia.
Info: <https://www.vinventions.com/it/nomacorcoccean>



CORIMPEX SERVICE

**Korked™: chiusure alternative
al sughero, organoletticamente neutrali**

Korked™, distribuita da Corimpex Service, è un'azienda specializzata nella produzione di chiusure innovative e ad alto contenuto tecnologico, esclusivamente per il mondo del vino. Brevetta nel 2002 il primo tappo sintetico e nel 2007 il primo tappo a vite al mondo con membrana a permeabilità controllata. I tappi sono uno strumento fondamentale per gestire l'ultima importante fase della vita del vino: il mantenimento e l'affinamento. I tappi Korked™ preservano le caratteristiche del vino e ne garantiscono la corretta evoluzione in bottiglia, rimanendo neutrali dal punto di vista organolettico. Korked™ offre sia una linea di tappi a vite, Classic, Spark e Spin, sia una linea di tappi sintetici. Korked™ Spin- (minus), Korked™ Spin e Korked™ Spin+ (plus) sono le innovative chiusure a vite brevettate che uniscono tutti i vantaggi dei tappi a vite alla naturale permeabilità dei tappi in sughero. La membrana a permeabilità controllata posizionata all'interno della capsula metallica consente il micro-scambio di ossigeno. I tappi sintetici Pro e Blue, a permeabilità controllata Korked™, sono prodotti per iniezione su stampo mono-cavità utilizzando polimeri ad alta densità. Il risultato è un tappo di 8 grammi (la densità più alta del mercato) che assicura la perfetta aderenza al collo della bottiglia ed un elevato ritorno elastico. Tutti i tappi Korked™ sono graficamente personalizzabili e si possono adattare al packaging della bottiglia. Inoltre sono sostenibili e riciclabili secondo la valutazione Lca - Life Cycle Assessment. Info: www.corimpex.it

KORKED™
solution stoppers





PER TUTTA LA VENDEMMIA
I PREZZI DELLE UVE

Sul sito dell'Osservatorio del Vino – www.osservatoriodelvino.it – per tutto il periodo vendemmiale vengono quotate ogni giorno le principali uve italiane, dalle piazze di Treviso-Verona alla Romagna, per arrivare ad Abruzzo, Puglia Nord e Sud. Un servizio esclusivo, unico in Italia, reso possibile dalla collaborazione con gli agenti di Med.&A., che forniscono anche le quotazioni dei vini e mosti, sempre consultabili sull'Osservatorio con lo storico dei prezzi dal 2010 e la possibilità di costruire ricerche personalizzate, elaborare tabelle e grafici.

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

MERCATI
VINICOLI

QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO
SITUAZIONE AL 24 AGOSTO 2023

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

Dopo la pausa estiva le variazioni si basano sull'ultima rilevazione del 20 luglio

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



rilevazioni a cura di MED.&A.

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

PIEMONTE

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

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

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

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

LOMBARDIA

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

FRIULI - VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Carbernet Sauvignon	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Chardonnay	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Friulano	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Merlot	12-12,5	0,80		0,90	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Refosco	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Ribolla	12-12,5	0,90		1,10	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,20		1,50	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,80		0,90	
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,00		1,10	

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Venezia Giulia Ribolla	12-12,5	0,80		0,90	
Venezia Giulia/Trevenezie Cabernet Sauvignon	12-12,5	0,70		0,85	
Venezia Giulia/Trevenezie Chardonnay	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Trevenezie Merlot	12-12,5	0,55		0,65	
Venezia G./Treven. Pinot bianco	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Trevenezie Pinot nero	12-12,5	0,85		0,95	
Venezia G./Trevenezie Refosco	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Trevenezie Sauvignon	12-12,5	0,90		1,00	
Venezia G./Trevenezie Verduzzo	12-12,5	0,60		0,70	

Vino Igp annata 2022 (litro)

Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,90		1,10	
Provincia di Pavia Croatina	12	1,00		1,30	
Provincia di Pavia Moscato		1,00		1,25	
Provincia di Pavia Pinot grigio		1,10		1,20	

EMILIA

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

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

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Emilia Malvasia	11-13	0,75		0,85	

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto Lancellotta	11-12	4,20		4,60	

ROMAGNA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco	9,5-11	4,00	5,3%	4,20	5,0%
Bianco termocondiz.	10,5-12	4,50	4,7%	4,70	4,4%
Bianco term. base spum	9-10	4,60	4,5%	4,80	4,3%
Rosso	11-12	3,50		4,00	

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

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto	9-11	nq		nq	

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	65-67	4,40	15,8%	4,60	17,9%

MARCHE

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	13-13,5	3,80		3,80
Rosato	2022	11-12,5	nq		nq
Rosso	2022	13,5-14	4,07		5,00

Vino comune (litro)					
Montepulciano	2022	14-15	0,60		0,75

Vino Dop (litro)					
Falerio Pecorino	2022	13-14	nq		nq
Lacrima di Morro d'Alba	2022	12,5-13	1,55		1,60
Rosso Conero	2021	13-14	nq		nq
Rosso Piceno	2021	13-14	0,80		1,00
Verdicchio Castelli Jesi C.	2022	13	1,10		1,20
Verdicchio Castelli J.C. sup	2022	13	1,20		1,30
Verdicchio di Matelica	2022	12,5-13	nq		nq

Vino Igp (litro)					
Marche bianco	2022	12-13,5	nq		nq
Marche Passerina	2022	12-13	0,80		0,90
Marche Sangiovese	2022	13	0,60		0,70

PUGLIA - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco	10,5-12	3,50	16,7%	3,80	18,8%
Bianco termovinificato	10,5-12	4,00	14,3%	4,50	18,4%
Rosso	10,5-12	3,70	19,4%	4,00	11,1%
Rosso da Lambrusco	12,5-13,5	4,50	9,8%	5,00	8,7%
Rosso da Montepulciano	11-12	3,70	19,4%	4,00	11,1%

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Daunia Sangiovese	11-11,5	3,90	30,0%	4,20	23,5%
Puglia Lambrusco	10-11,5	3,70		3,90	
Puglia Lamb. frizzant.	10-11	nq		nq	
Puglia Malvasia bianca	12-12,5	4,20	16,7%	4,60	15,0%
Puglia rosato	11-12,5	4,10	13,9%	4,60	15,0%
Puglia Sangiovese	11-11,5	3,90	18,2%	4,20	13,5%
Puglia Trebbiano	11-12	4,20	27,3%	4,70	17,5%

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Puglia Chardonnay	11-12	nq		nq	
Puglia Pinot bianco	11-12,5	nq		nq	
Puglia Pinot grigio	11,5-12,5	nq		nq	
Puglia Primitivo	13-15	0,75		1,15	
Puglia Primitivo rosato	11,5-13	0,85		0,95	

Mosto (gr. Bé q.le)					
Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	2022	33-35	nq		nq
Mosto conc.bianco	2022	33-35	nq		nq
Mosto conc. rosso	2022	33-35	nq		nq
Mosto muto bianco	2022	10-11	nq		nq
Mosto muto rosso	2023	11-12	3,80		4,00
Mosto muto rosso Lambrusco	2022	12-13	nq		nq

PUGLIA - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Rosso	12-13	3,70	12,1%	4,40	10,0%

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

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

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

(segue) Vino Igp annata 2022 (litro)

Salento Primitivo	14-15	0,85		1,25	
Salento rosato	13-14	0,65		0,75	
Tarantino Merlot	13-14	0,80		0,90	

V E N E T O						
V E R O N A						
Vino comune (ettogrado)						
Bianco	2022	9,5-12	4,50		5,00	
Vino Dop (ettogrado)						
Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50	
Vino Dop (litro)						
Bardolino	2022		1,00		1,05	
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15	
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20	
Custoza	2022		0,85		0,90	
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80	
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00	
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20	
Lugana	2022		3,70		3,90	
Pinot grigio d.Venezie	2022	12-12,5	1,00		1,15	
Soave Classico	2022	11,5-12,5	1,00		1,15	
Valdadige Pinot grigio	2022	12-12,5	nq		nq	
Vino atto Amar. e Recioto	2020		11,00		12,00	
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00	
Vino atto Amar. Cl.e Recioto	2020		11,50		12,50	
Vinoatto Amar. Cl.e Recioto	2021		11,00		11,50	
Valpolicella	2022		2,20		2,40	
Valpolicella Classico	2022		2,30		2,80	
Valpolicella Ripasso	2020	13-13,5	3,40		3,60	
Valpolicella Ripasso	2021	13-13,5	3,20		3,40	
Valpolicella atto Super.	2022		2,30		2,60	
Valpol. Classico Ripasso	2020	13-13,5	3,60		3,90	
Valpolicella Classico Ripasso	2021	13-13,5	3,60		3,90	
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10	
Vino Igp (ettogrado)						
Merlot	2022	11-12,5	nq		nq	
Provincia di VR bianco	2022	10-13	nq		nq	
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00	
Provincia di VR rosso	2022	10-12	nq		nq	
Vino Igp (litro)						
Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90	
Durello	2022		nq		nq	
T R E V I S O						
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Delle Venezie bianco		12	0,65		0,75	
Piave Cabernet		12-12,5	0,90		1,00	
Piave Merlot		11,5-12	0,80		0,90	
Pinot grigio delle Venezie		10-12	1,00		1,10	
Pinot nero atto taglio			1,00		1,10	
Prosecco rosé						
Prosecco Valdobb. Cartizze Docg	9-10	7,50	-6,3%	8,50	-5,6%	
Prosecco Conegliano	9,5-10	2,85		3,05		
Valdobbiadene Rive Docg						
Prosecco Coneg. Valdobb. Docg	9-10	2,80		3,00		
Prosecco Asolo Docg	9,5-10	2,15	4,9%	2,30	2,2%	
Prosecco Doc	9-10	1,95		2,10	-2,3%	
Venezia Pinot grigio	11-12	1,05		1,15		
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Cabernet Franc	10-12	6,00		7,00		
Cabernet Sauvignon	10-12	6,00		7,00		
Chardonnay	10-12	6,00		6,30		
Glera	9,5-10	5,80		6,00		
Marca Trevigiana Tai	10,5-12	5,80		6,00		
Marca Trevigiana/Veneto/	10-11	nq		nq		
Trevenuezie rosso						
Merlot	10-12	4,30		5,00		
Pinot bianco	10-12	6,00		6,50		
Raboso rosato	9,5-10,5	6,00		6,50		
Raboso rosso	9,5-10,5	6,00		6,50		
Refosco	10-12	6,00		6,50		
Sauvignon	10-12	8,00		10,00		
Veneto/Trevenuezie bianco	10-11	5,00		5,30		
Verduzzo	10-11	5,30		5,80		
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Pinot nero	10,5-12	0,85		0,90		
M o s t o a n n a t a 2 0 2 2 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)						
Mosto concentrato rettificato	65-68	4,20	10,5%	4,50	9,8%	
Bx 65/68° (origine Italia)						

V I N I B I O I T A L I A						
Vino Dop (litro)						
Rosso Piceno	2021	13-14	0,90		1,10	
Rosso Piceno Sup.	2021	13,5-14	1,00		1,20	
Montepulciano d'Ab.	2022	13-14,5	1,10		1,20	
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11,5-12,5	0,65		0,75	
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75	
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	0,95		1,15	
Pinot gr. delle Venezie TV	2022		1,10		1,30	
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60	
Prosecco Doc	2022		2,10		2,25	
Soave	2022	11,5-12,5	1,00		1,20	
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60	
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,30	
Valpolicella	2022		3,00		3,50	
Valpolicella Classico	2022		3,00		3,40	
Vino Igp (litro)						
Marche Sangiovese	2022	13,5-14,5	0,80		0,88	-12%
Terre di Chieti Passerina	2022	11-12,5	nq		nq	
Terre di Chieti Pecorino	2022	12-13	nq		nq	
Terre di Chieti Pinot gr	2022	11,5-13	nq		nq	
Puglia Chardonnay	2022	11-12,5	0,85	6,3%	0,95	5,6%
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	nq		nq	
Puglia Primitivo	2022	13-15	0,95		1,35	
Puglia Sangiovese	2022	11-12,5	0,55	10,0%	0,65	8,3%
Salento Primitivo	2022	13-15	1,05		1,35	
Chardonnay (Sicilia)	2022	12-13	1,00		1,10	
Terre Siciliane Pinot g	2022	12-13	0,95		1,10	

T O S C A N A						
Vino Dop (litro)						
Chianti	2020		1,55		1,95	
	2021		1,55		1,90	
	2022		1,10		1,50	
Chianti Classico	2019		3,10		3,45	
	2020		3,10		3,50	
	2021		3,10		3,50	
	2022		3,10		3,50	
Vino Igp (litro)						
Toscana bianco	2022	12-12,5	0,90		1,00	
Toscana rosso	2021	12-13	1,00		1,45	
Toscana rosso	2022	12-13	0,85		1,30	
Toscana Sangiovese	2021	12-13	1,10		1,55	
Toscana Sangiovese	2022	12-13	0,90		1,35	

U M B R I A						
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Orvieto	12	0,70		0,80		
Orvieto Classico	12	0,75		0,85		
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Umbria bianco	11-12	4,20	5,0%	4,50	7,1%	
Umbria rosso	12-12,5	4,50	12,5%	5,00	11,1%	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Umbria Chardonnay	12-12,5	0,80	6,7%	0,85	6,3%	
Umbria Grechetto	12	0,70	7,7%	0,80	6,7%	
Umbria Pinot grigio	12	0,75		0,85		

L A Z I O						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco	11-12	4,00	17,6%	4,20	5,0%	
Rosso	11-12	4,00	14,3%	4,50	12,5%	
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Castelli Romani bianco	11	0,50		0,60		
Castelli Romani rosso	12	0,60		0,65		
Frascati	12	0,70		0,75		
Roma bianco	12	0,80		1,00		
Roma rosso	13	1,20		1,40		
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Lazio bianco	12	4,00		4,50		
Lazio rosso	12	4,20	13,5%	4,50	7,1%	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Lazio Chardonnay	12	0,65		0,75		
Lazio Pinot grigio	12	0,85		0,90		

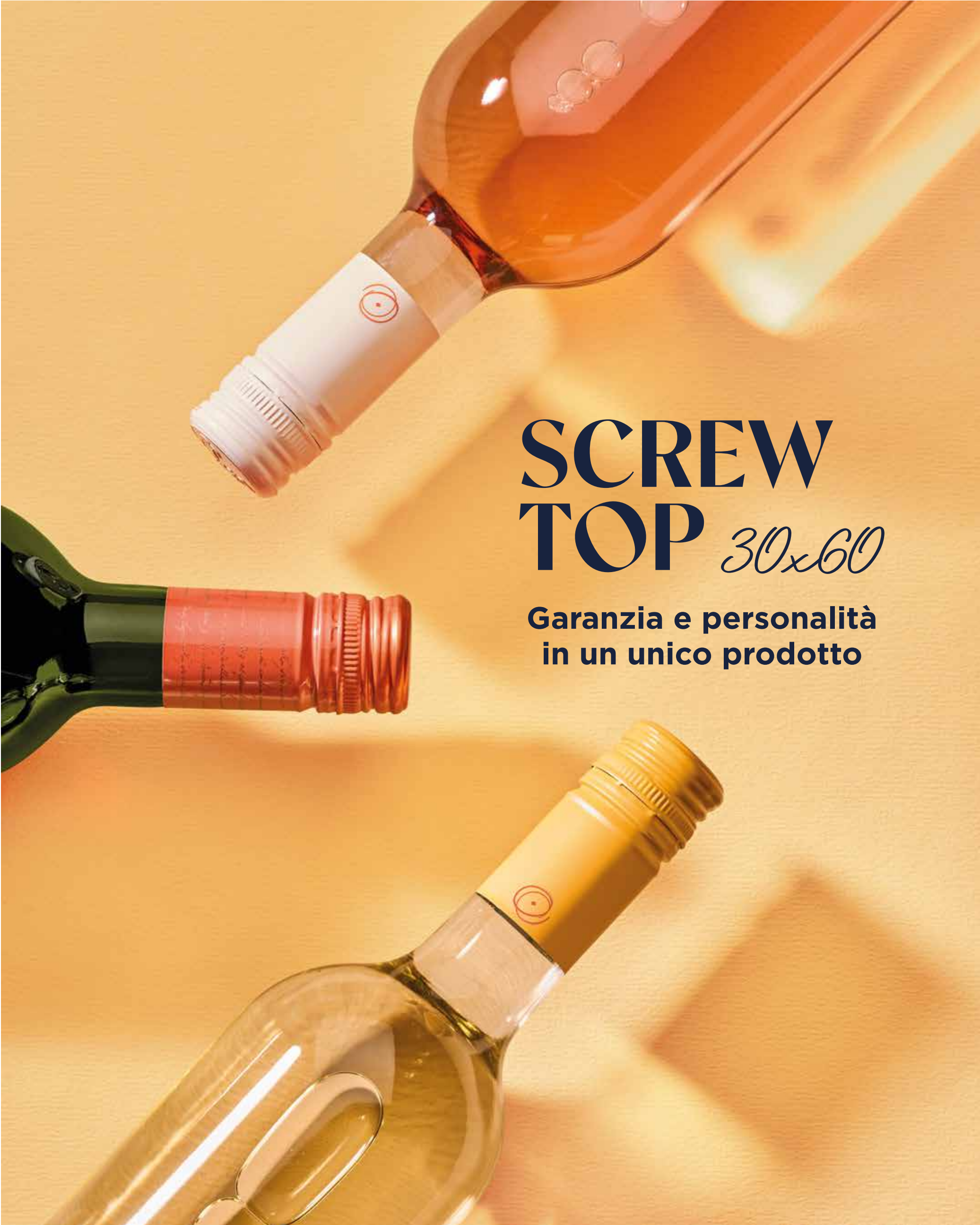
A B R U Z Z O - M O L I S E						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco	10-11,5	nq		nq		
Bianco termocondiz.	9,5-13,5	3,50		4,00		
Rosso	11-12	4,00	14,3%	4,50	18,4%	
Rosso	12,5-13,5	5,00	25,0%	6,00	9,1%	
Vino Dop annata 2022 (ettogrado)						
Trebbiano d'Abruzzo	11-12,5	3,80		4,00		
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Montepulciano d'Abruzzo	12-13,5	0,65	12,1%	0,70	7,7%	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Chardonnay	10,5-13	4,80		5,00		
Sangiovese	11-12,5	nq		nq		
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Terre di Chieti Passerina	11-12,5	0,72		0,75		
Terre di Chieti Pecorino	12-13	0,72		0,75		
Terre di Chieti Pinot gr	11,5-13	nq		nq		

S I C I L I A						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco	10,5-12	nq		nq		
Bianco termocondizionato	12-12,5	3,80	15,2%	4,20	5,0%	
Rosso	12,5-14,5	5,00	11,1%	7,00	7,7%	
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Sicilia Cabernet	13-14,5	1,00		1,20		
Sicilia Grillo	12,5-13,5	0,60		0,70		
Sicilia Merlot	13-14,5	0,90		1,10		
Sicilia Nero d'Avola	13-14,5	0,80		1,10		
Sicilia Syrah	13-14,5	0,70		1,00		
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Catarratto	11-12,5	3,70		4,00		
Grecanico	11-12,5	3,70		4,20		
Inzolia	11,5-12,5	3,70		4,20		
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Cabernet	2022	13-14,5	1,00		1,20	
Chardonnay	2022	12,5-13,5	0,90		1,00	
Merlot	2022	13-14,5	0,85		1,05	
Pinot grigio	2023	12-13	0,85		0,90	
Syrah	2022	13-14,5	0,68		0,95	
Zibibbo	2022	11,5-13,5	0,90		1,00	
M o s t o a n n a t a 2 0 2 2 (gr. Babo x q.le)						
Mosto muto bianco 16-17°	15-17	nq		nq		
M o s t o a n n a t a 2 0 2 2 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)						
MCR	65-67	4,40	15,8%	4,60	17,9%	

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

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)
LOMBARDIA
Federico Repetto (



SCREW TOP *30x60*

**Garanzia e personalità
in un unico prodotto**

Studiati per chiudere e decorare vini in bottiglia con imboccatura BVS, i tappi a vite 30x60mm sono completamente personalizzabili esaltando l'immagine e l'identità del brand.

Le varie guarnizioni disponibili sono appositamente pensate per preservare ed esaltare le caratteristiche del prodotto.

www.crealisgroup.com | www.enoplastic.com

enoplastic
PART OF  **Crealis**

Close to you Open to the future