



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

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

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

# IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

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

**ANNUNCIATO DAL MINISTRO PATUANELLI NEL CORSO DELL'ASSEMBLEA UIV.  
IMPULSO AD ACCELERARE LO SVILUPPO "GREEN" DEL SETTORE**

## SOSTENIBILITÀ: disciplinare pronto per la vendemmia



Da sinistra: Ernesto Abbona, Stefano Patuanelli e Paolo Castelletti

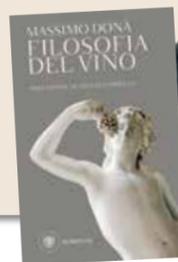
*Ritorno alla "nuova normalità" dei mercati, le novità della Pac e i prossimi passi verso lo standard unico di sostenibilità vitivinicola al centro dell'Assemblea generale dell'Unione Italiana Vini. Un'ampia riflessione che ha coinvolto produttori e rappresentanti della politica e delle istituzioni italiane ed europee. "La sostenibilità è un cambio di paradigma che vogliamo accompagnare per supportare le imprese nella fase di transizione verso un nuovo modello di sviluppo" ha detto il presidente UIV, Ernesto Abbona. In attesa delle regole ministeriali e del logo distintivo...*

DA PAGINA 2



Medium verso la "verità" e il mondo "oltre": il vino tra uomo, filosofia e religione

**INTERVISTA ESCLUSIVA AL FILOSOFO MASSIMO DONÀ**  
A pag. 8



**VINO E RISTORAZIONE: NUOVI DIALOGHI POST PANDEMIA**

Produttori e ristoratori a confronto nel webinar Vinitaly-Fipe con la partecipazione del Corriere Vinicolo



A pagina 16

**enovitis**  
IN CAMPO

**GRANDE SUCCESSO PER ENOVITIS IN CAMPO 2021**



### Oltre 6.000 visitatori da 13 Paesi per l'edizione della ripartenza

Appuntamento in Friuli-Venezia Giulia per l'edizione 2022

**"N**ei due giorni di Enovitis in campo abbiamo registrato oltre 6.000 presenze, un dato ottimo per la prima fiera del settore in presenza, che conferma non solo i numeri della manifestazione ma anche il grande desiderio del comparto di ripartire, iniziando proprio dall'innovazione e dalla sperimentazione in vigna". Lo ha detto il presidente di UIV, **Ernesto Abbona**, a chiusura della 15ª edizione di Enovitis in campo, l'evento itinerante dedicato alle tecnologie per la viticoltura che gli scorsi 1 e 2 luglio ha portato tra i filari dell'azienda Pico Maccario (Mombaruzzo, At) ben 164 espositori italiani ed esteri, con azien-

de da Germania, Portogallo, Lussemburgo, Francia, Spagna, Austria, Usa e Svizzera. Una vocazione internazionale che ha interessato anche i visitatori, con arrivi da 13 Paesi (Svizzera, Francia, Spagna, Austria, Grecia, Israele, Bulgaria, Germania, Ungheria, Olanda, Polonia, Macedonia, Slovenia) a cui hanno dato il benvenuto anche l'assessore all'Agricoltura della Regione Piemonte, Marco Protopapa, il sindaco di Mombaruzzo, Giovanni Spandonaro, e Vitaliano Maccario, proprietario dell'azienda che ha ospitato la manifestazione.

Continua a pagina 5

SUL PROSSIMO NUMERO DEL NOSTRO GIORNALE UN AMPIO REPORTAGE TECNICO SULLA MANIFESTAZIONE E LE NOVITÀ PRESENTI

**DENOMINAZIONI**

**GAVI**

Riflessioni su presente e futuro della Docg con il neo presidente del Consorzio, Maurizio Montobbio



a pag. 18

**CERASUOLO DI VITTORIA**

Bilancio 2020 e aspettative 2021 con Achille Alessi, riconfermato alla guida del Consorzio



a pag. 21

**SYNEROCAP™  
SERIES**

Noi siamo già nel futuro... E tu?

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

www.nortan.it





**ANNUNCIATO  
DAL MINISTRO  
PATUANELLI NEL CORSO  
DELL'ASSEMBLEA UIV.  
IMPULSO  
AD ACCELERARE  
LO SVILUPPO "GREEN"  
DEL SETTORE**

di GIULIO SOMMA e MAURIZIO TAGLIONI

# SOSTENIBILITÀ: DISCIPLINARE PRONTO PER LA VENDEMMIA

**“I**l decreto attuativo sul disciplinare della sostenibilità del settore vitivinicolo sarà firmato entro settembre”. Lo ha assicurato il 6 luglio scorso a Roma il ministro **Stefano Patuanelli** nel corso dell'annuale Assemblea generale di Unione Italiana Vini dedicata a “Sostenibilità, la transizione del Pnrr e obiettivi del vino”, svoltasi in presenza e in digitale presso la sede della Confcommercio nazionale. Ad appena una settimana dalla firma del decreto del Ministero delle Politiche agricole sulla costituzione del CoSvi - Comitato della sostenibilità vitivinicola, che renderà l'Italia il primo Paese in Europa a dotarsi di una norma pubblica per la certificazione dei vini “green”, che saranno contraddistinti da un logo in etichetta.

Formazione alle imprese, monitoraggio del mercato, riorientamento dei fondi Psr e Ocm per investimenti sulle performance ambientali, e promozione del logo pubblico “vini sostenibili”, sono i quattro capisaldi della roadmap sulla sostenibilità di UIV lanciata dal presidente **Ernesto Abbona**. “La sostenibilità - ha dichiarato il presidente UIV - è in primo luogo un cambio di paradigma, una transizione culturale che Unione Italiana Vini intende continuare ad accompagnare e guidare. Per questo abbiamo pensato a un percorso pluriennale, fulcro delle nostre attività istituzionali e di servizi, che ci consenta di lavorare sulle direttrici fondamentali per la riuscita del progetto. Un impegno che, auspichiamo, condivideremo con tutti i protagonisti della filiera, dalle istituzioni alle stesse imprese”.

Prima tappa della roadmap dell'Unione Italiana Vini saranno, infatti, i percorsi di formazione e informazione, che accompagneranno le imprese associate verso il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità. A questo lavoro di consapevolezza, si affiancheranno poi le attività dell'Osservatorio del vino UIV per misurare l'impatto e condividere i dati delle performance dei vini sostenibili prodotti in Italia sul mercato domestico e nelle piazze estere. Sul fronte della programmazione e degli investimenti, UIV ha anticipato al ministro la richiesta di linee guida che consentano di adattare gli attuali strumenti di sostegno alle imprese, in particolare i fondi dei Piani di sviluppo rurale regionali e alcune misure dell'Ocm, verso attività di investimento orientate al miglioramento delle prestazioni ambientali, economiche e sociali, e all'ottenimento della certificazione di sostenibilità. Infine, si punta alla promozione del logo pubblico “vino sostenibile” quale nota distintiva attraverso la quale i vini italiani potranno certificare e comunicare di essere realizzati seguendo specifiche regole di produzione che prestano attenzione agli impatti ambientali, alla qualità e alla sicurezza alimentare, alla tutela dei lavoratori e dei cittadini e a un adeguato reddito agricolo. La definizione dello standard pubblico nazionale e del logo sulla sostenibilità nel vino costituiranno il primo passo, a cui andranno affiancate campagne promozionali istituzionali efficaci che promuovano il modello del vino sostenibile all'estero, anche per facilitarne il suo riconoscimento da parte dei consumatori e degli enti internazionali.

#### Le risposte della politica

Sul riconoscimento delle richieste avanzate dal presidente UIV si è espresso positivamente **Gian Marco Centinaio**, sottosegretario



**Lo stato di salute del settore nel contesto della “nuova normalità” nei mercati dopo l'emergenza pandemica, le novità della Pac e i prossimi passi verso lo standard unico di sostenibilità vitivinicola al centro del dibattito dell'Assemblea generale dell'Unione Italiana Vini. Un'ampia riflessione che ha coinvolto produttori e rappresentanti della politica e delle istituzioni nazionali e comunitarie, introdotta da un'analisi di Wine Intelligence sui trend del mercato internazionale. “La sostenibilità è un cambio di paradigma che vogliamo accompagnare per supportare le imprese nella delicata fase di transizione verso un nuovo modello di sviluppo” ha dichiarato il presidente UIV, Ernesto Abbona. In attesa delle regole ministeriali e del logo distintivo...**



Filippo Gallinella



Gian Marco Centinaio

alle Politiche agricole, intervenuto dopo i saluti di **Luigi Taranto**, segretario generale della Confcommercio. “È il momento - ha dichiarato Centinaio - di dare risposte, soprattutto al settore del vino che, durante la pandemia, con il canale Horeca completamente chiuso, ha sofferto particolarmente. A livello ministeriale stiamo lavorando per dare tutte le risposte che ci vengono richieste, e quella sulla sostenibilità arrivava da tutte le associazioni di categoria. Siamo i primi in Europa ad aver fatto un decreto sulla sostenibilità nel settore del vino a dimostrazione che siamo all'avanguardia, e questo è un biglietto da visita di cui possiamo essere fieri quando andiamo in giro per il mondo. Si parla di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, e il nostro vino è un prodotto di qualità e sostenibile”.

Il sottosegretario con delega al vino ha poi rilevato come l'Ue richieda sforzi sempre maggiori ai produttori ma che l'Italia del vino è pronta ad affrontare tali sfide, e che il Ministero è pronto a utilizzare i fondi europei che arriveranno al nostro Paese, dimostrando di essere in grado di utilizzarli efficacemente per rilanciare tutto l'agroalimentare italiano. “Sono molto fiero e contento del fatto che siamo stati i primi a dotarci di un decreto sulla sostenibilità. C'è da fare ancora tanto poiché il Covid ci ha messo in difficoltà, ma il settore del vino si sta rimettendo in piedi, soprattutto grazie alle capacità e alla tenacità dei presenti”, ha commentato **Filippo Gallinella**, presidente Commissione agricoltura della Camera dei deputati. “Stiamo lavorando sulle etichette - ha continuato - e speriamo di dare risposte efficaci al comparto. L'etichettatura ambientale rimane una tematica ancora aperta, ma non vogliamo complicare ulteriormente la vita ai produttori. Come Commissione siamo disponibili alla massima collaborazione, come dimostra questo importante decreto sulla sostenibilità nel settore del vino che il Ministero ha portato avanti”.

#### Il valore della sostenibilità anche sui mercati

Quindi **Luciano Ferraro**, caporedattore del Corriere della sera e moderatore del convegno, ha riepilogato il tema centrale dell'incontro: “Il

grande passo avanti verso la sostenibilità rappresentato dal recente decreto del Mipaaf. È come se fosse stata approvata una norma di semplificazione, una sorta di vademecum verde per il vino e anche per il made in Italy, visto il ruolo di traino che ha il mondo del vino italiano rispetto all'export Paese. A breve avremo un regolamento pubblico e anche un logo unico che definirà il vino “sostenibile”, quindi una cifra distintiva di facile riconoscibilità per i consumatori, e uno stimolo per attuare quella transizione ecologica prevista dal Pnrr”. Anche perché la sostenibilità sta diventando ormai un argomento sempre più apprezzato dai mercati internazionali. “Diversi wine advisor - ha aggiunto Ferraro - si mostrano sensibili ai temi dello sviluppo sostenibile: il portale di Robert Parker, ad esempio, ha annunciato la creazione di due filtri di ricerca basati sulla certificazione biologica e/o biodinamica dei vini, e l'istituzione del ‘Robert Parker Green Emblem’, un riconoscimento assegnato alle cantine che si sono prodigate per implementare pratiche sostenibili e hanno introdotto strategie di lungo periodo mirate alla protezione dell'ambiente e della biodiversità”.

Un trend che sta coinvolgendo fasce crescenti di consumatori in molti Paesi del mondo, ha sottolineato **Pierpaolo Penco**, country manager Italia per Wine Intelligence, nella presentazione dei dati di mercato che ha aperto il dibattito. “I consumatori internazionali hanno iniziato a considerare il concetto di ‘rispetto per l'ambiente’ come uno dei parametri principali per scegliere un vino, attribuendogli un'importanza simile al prezzo, alla varietà o all'origine - ha evidenziato il ricercatore -. Con la pandemia, l'importanza della sostenibilità si è rafforzata nella mente dei consumatori, tant'è che si sta consolidando in molti Paesi come driver di acquisto del vino soprattutto tra i giovani, privilegiando il package di vetro, ritenuto a minor impatto ambientale, così come i vini di produzione locale”. Una sostenibilità, però, che deve essere certificata: “l'indicazione in etichetta di una certificazione bio, sostenibile o biodinamica - ha sottolineato ancora Penco - è un elemento apprezzato dal consumatore e ha un impatto positivo sulle sue intenzioni di acquisto”.

#### Testimonianze e proposte delle imprese

Il convegno è proseguito, quindi, con una tavola rotonda che ha visto la partecipazione di alcuni rappresentanti di aziende vitivinicole, invitati a

Nelle immagini a sinistra alcuni momenti dell'Assemblea UIV. In primo piano da sinistra: Ernesto Abbona, Stefano Patuanelli e Paolo Castelletti

LE DICHIARAZIONI  
A TUTTO CAMPO DEL  
MINISTRO STEFANO  
PATUANELLI

## Difendere distintività produzioni, no a omologazione. Lavorare alla semplificazione e scegliere filiere su cui puntare

raccontare la loro esperienza in tema di sostenibilità, e dai quali sono giunte chiare richieste alla politica e alle istituzioni. Da parte di **Giuseppe Bursi**, presidente Settesoli, che ha parlato degli investimenti e del percorso intrapreso dalle Cantine Settesoli negli ultimi anni in tema di miglioramento delle performance ambientali, è giunta la richiesta di agevolare la transizione ecologica e le certificazioni di prodotto, migliorando alcune misure dei Psr indirizzandole verso standard di qualità legati alla sostenibilità. Ad esempio, prevedendo maggiori punteggi per quelle aziende che presentano progetti di investimento proprio in tema di sviluppo sostenibile. Così come **Federico Lombardo di Monte Iato**, titolare di Firriato prima cantina italiana ad annullare il proprio impatto sull'ambiente neutralizzando la propria impronta carbonica, ha proposto di creare Centri di competenza per supportare, in termini di consulenza e formazione, le aziende che decidono di intraprendere un percorso di sostenibilità. Da parte di **Daniele Ressa**, direttore tecnico di Schenk Italia Wineries, che ha riportato il conseguimento delle certificazioni ambientali e gli ambiziosi obiettivi in termini di riduzione dei consumi energetici e di risorse idriche prefissati dall'azienda, è giunta la richiesta di formazione dei lavoratori e informazione dell'ambiente di lavoro. "Le amministrazioni locali - ha detto Ressa - devono moltiplicare azioni e iniziative a livello territoriale, interventi che vadano nella stessa direzione degli investimenti condotti dalle imprese". **Lamberto Frescobaldi**, presidente dell'azienda omonima e vicepresidente vicario UIV, si è soffermato sull'esperienza aziendale in tema di tutela del patrimonio forestale e della certificazione ottenuta relativa alla gestione sostenibile del bosco. *Continua a pag. 5* ➔

**B**eviamo vino perché rappresenta un legame col territorio, con la cultura, con l'emozione e con la distintività, e produciamo vino dando risposte a queste esigenze". Così ha dichiarato il ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, **Stefano Patuanelli**, nel corso dell'Assemblea generale UIV, specificando poi che "la più grande sfida che abbiamo davanti adesso è quella di evitare l'omologazione delle produzioni agroalimentari che a livello globale sta invece diventando un tema in discussione. Un seme che può far germogliare la pianta della commodity, dell'omologazione, del prodotto agricolo uguale ovunque. Dobbiamo scongiurare questo pericolo mettendo in campo strumenti che difendano la distintività delle nostre produzioni. Abbiamo tentato di farlo con la Politica agricola comune, cercando di far comprendere che gli strumenti della nuova Pac dovevano contenere la flessibilità necessaria per raggiungere gli obiettivi. La nostra agricoltura è diversa da quella di altri Paesi e ha bisogno di regole appropriate. Sono soddisfatto dall'accordo politico raggiunto: l'unico rammarico resta sul fronte della sburocratizzazione e della semplificazione dove, credo, che ci fosse margine per fare meglio. L'accordo però ha note positive come la condizionalità sociale, la gestione dell'offerta per il settore vitivinicolo e la gestione del rischio". Rispondendo alle sollecitazioni del

segretario generale di UIV, Paolo Castelletti, sulla necessità di implementare le risorse della promozione e comunicazione, il ministro Patuanelli ha ricordato come "l'Ice sia passata sotto la gestione del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale con cui il Mipaaf ha un costante rapporto di dialogo e collaborazione: le risorse ormai ci sono - ha sottolineato il ministro - e quando avremo il logo unico sulla sostenibilità si renderanno disponibili anche più risorse per la promozione e la comunicazione di questo nuovo assetto produttivo. Quanto al tema della formazione e dei Competence center, richiamato dagli interventi dei produttori, all'interno di Industria 4.0 sono previste importanti risorse per la formazione, e dobbiamo avere la capacità di informare i produttori riguardo le opportunità che hanno a disposizione, formare il mondo produttivo, anche e soprattutto attraverso le associazioni di categoria". Un passaggio più propriamente "politico" Patuanelli lo ha fatto centrando proprio il tema delle risorse e delle scelte: "Non possiamo frazionare le risorse per accontentare tutti - ha dichiarato -. Non è possibile tenere sempre dentro tutto e tutti, dobbiamo invece fare scelte rapide e precise per gestire con efficacia le risorse. Se il mondo vitivinicolo dopo i drammi che ha vissuto ha saputo resistere è proprio perché ha fatto delle scelte su cosa e dove investire. Adesso serve, quindi una regia nazionale per coordinare e indirizzare

verso obiettivi comuni le politiche regionali e il piano strategico nazionale sarà fondamentale in questa direzione. Oggi possiamo disegnare una maglia comune sulla quale muoverci e scegliere su quali filiere puntare per rilanciare il sistema agroalimentare italiano. Il suffisso 'bio' è diventato patrimonio comune tant'è che lo troviamo di fronte a tutto ormai: ora, il mercato deve capire anche cosa sia sostenibile. Sia il prodotto, sia il processo produttivo devono essere sostenibili. La chiarezza deve essere un elemento centrale su cui puntare e i legislatori devono lavorare meglio su questo aspetto". Su un'ultima, annosa, questione, richiamata da diversi interventi, la burocrazia, Patuanelli è stato molto esplicito: "L'imprenditore vede tuttora lo Stato come un ostacolo, perché complica le situazioni e fornisce risposte in ritardo. Lo capisco e quando si continua a parlare di semplificazione io non sono ottimista. Abbiamo visto dalla nostra storia che ogni volta che si è tentata un'opera di semplificazione in realtà si sono solo aggiunte nuove norme non riuscendo a sburocratizzare. Vedo però una piccola luce in fondo al tunnel, dovuta al fatto che abbiamo risorse da investire (e non semplicemente da 'spendere') con tempi certi, e noi italiani sappiamo tirare fuori il meglio da noi stessi proprio nelle situazioni di emergenza. Quindi possiamo rispondere a questo momento di difficoltà solo con la crescita, e penso che ce la faremo". *Maurizio Tagliani*

### IL CORRIERE VINICOLO

**DIRETTORE EDITORIALE**  
ERNESTO ABBONA

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

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

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

**HANNO COLLABORATO**  
Maurizio Tagliani, Adriano Del Fabro, Ketty Magni,  
Omar Bison, Andrea Guolo, Giancarlo Montaldo,  
Antonella Genna

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



aderisce al progetto europeo  
WINE IN MODERATION  
CHOOSE | SHARE | CARE

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

## LA SOLUZIONE GIUSTA PER OGNI ESIGENZA

Per il trasferimento dei prodotti, Enoveneta propone diverse soluzioni adattabili a tutte le fasi della vinificazione: pompa a **rotore ellittico**, pompa **mohno**, a **girante flessibile** in gomma, a **lobi**, e infine la pompa **peristaltica**. Le pompe Enoveneta sono proposte in diverse varianti per ogni tipologia per soddisfare **diverse prestazioni e portate orarie**, possono inoltre essere dotate di accessori dedicati alle diverse situazioni di lavoro.

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



**ENOVENETA**

**ENOVENETA S.P.A.**  
Via Marconi, 56 - 35016 Piazzola sul Brenta (PD) ITALY  
Tel. +39 049 5590358 - Fax +39 049 9600002 - [info@enoveneta.it](mailto:info@enoveneta.it) - [www.enoveneta.it](http://www.enoveneta.it)

Follow us:



**extrafit**<sup>®</sup>

# dona un look perfetto al tuo spumante

con Extrafit<sup>®</sup> la capsula si attacca  
e non si muove più



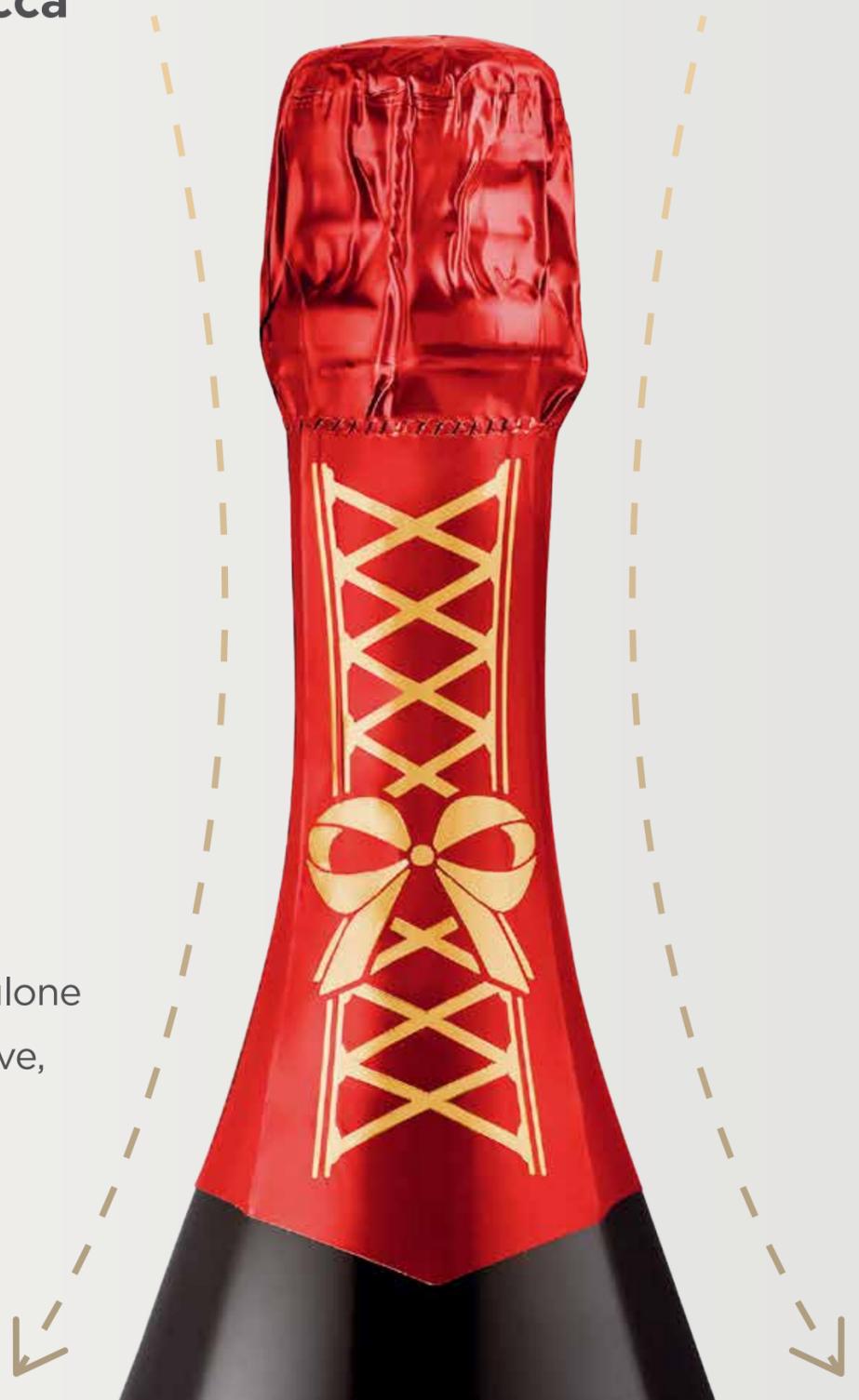
extrafit<sup>®</sup> è una tecnologia  
brevettata che permette  
di **bloccare la capsula** al vetro



**senza l'utilizzo di colle,**  
durante il processo  
di produzione o sul collo  
della bottiglia



anche dopo l'apertura, il capsulone  
non crea inestetismi né si muove,  
assicurando un **look perfetto**



GRANDE SUCCESSO PER ENOVITIS IN CAMPO 2021

## L'edizione della ripartenza

enovitis  
IN CAMPO

➔ Segue dalla prima pagina

“L'agricoltura, e in particolare la viticoltura, sono tra i comparti più radicati nel passato e allo stesso tempo proiettati nel futuro - ha proseguito **Ernesto Abbona** -. Dalla guida autonoma all'intelligenza artificiale, ma anche nel campo della sostenibilità, il lavoro in vigna anticipa le tendenze e si fa promotore di un savoir faire e di un know how all'avanguardia. Conclusa questa edizione con un successo superiore ad ogni nostra attesa, iniziamo già a rivolgere lo sguardo al prossimo anno con la 16ª edizione, che si svolgerà in Friuli-Venezia Giulia, nella convinzione di poter continuare a confrontarci e crescere in un dialogo

continuo con i protagonisti del comparto nel segno dell'innovazione e della tecnologia”.

Dall'impianto del vigneto alla gestione di suolo e chioma, passando per la vendemmia e la protezione fitosanitaria e la nutrizione, Enovitis in campo si è confermata la vetrina privilegiata per l'intera gamma di prodotti, attrezzature, macchine e tecnologie dedicate alla viticoltura, una finestra live sul dinamismo delle soluzioni per un lavoro in vigna sempre più innovativo. Ma non solo. L'edizione 2021 ha puntato i riflettori sulla sostenibilità, allestendo all'interno dei veri e propri "biotour": percorsi segnalati grazie alla collaborazione con FederBio Servizi che hanno messo in luce le 36 proposte (prodotti, tecnologie, macchine, dispositivi...) più "interessanti per il biologico".



➔ Segue da pagina 3

Dal punto di vista sociale Frescobaldi ha quindi raccontato l'esperienza ormai pluriennale dell'azienda con il carcere dell'isola di Gorgona, dove è condotto un vigneto nel quale lavorano, stipendiati, i detenuti, che in questo modo hanno la possibilità di imparare un mestiere, avere una piccola disponibilità economica e potersi proporre nel mercato del lavoro (viticolo) una volta terminato di scontare la pena detentiva. Da Frescobaldi è giunta la richiesta alle istituzioni di promulgare "poche norme ma chiare". Infine, **Francesca Argiolas**, contitolare dell'azienda di famiglia, ha parlato degli investimenti effettuati in ricerca e innovazione, e della riduzione degli sprechi di risorse ambientali ed energetiche ottenuta in vigneto e in cantina. Si è soffermata sul recupero dei vitigni autoctoni come mezzo per la salvaguardia della biodiversità e della cultura del territorio, e ha chiesto alle istituzioni velocità nelle scelte, dinamismo, e un disciplinare di sostenibilità "democratico", ossia facilmente adottabile dalle piccole imprese così come dalle grandi.

Riguardo ad alcuni temi sollevati dai delegati delle imprese vinicole intervenute si è espresso il professor **Angelo Riccaboni**, presidente Santa Chiara Lab - Università di Siena, e membro di ASVis - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile. "I riferimenti alla sostenibilità non solo ambientale - ha osservato Riccaboni - ma anche economica e sociale che ho appena ascoltato, rivelano una sensibilità da parte delle imprese vitivinicole che non è riscontrabile in altri settori. Ho particolarmente apprezzato, al riguardo, la proposta di Firriato in tema di Centri di competenza: c'è tutta una grammatica della sostenibilità che dobbiamo condividere, per fare in modo che ricerca, imprese, istituzioni lavorino insieme in logica di co-creazione. È bene rendersi conto che l'asticella si sta alzando. Bisogna essere in linea con le migliori indicazioni e, sottolineo, non basta dirlo: i mercati vogliono ormai avere 'prova' dell'impegno delle imprese in tema di sostenibilità. I consumatori chiedono segnali chiari. Per questo è molto importante che la certificazione di sostenibilità distingua il nostro vino. Una certificazione che va vista come punto di partenza per migliorare ancora la gestione, in un'ottica di miglioramento continuo".

## Il disciplinare della sostenibilità

Sulla scrittura del disciplinare e sulla richiesta di democraticità della normativa si è espresso anche **Paolo Castelletti**, segretario generale UIV. "Da tempo lavoriamo insieme con il Ministero sul tema della sostenibilità. Ora che abbiamo raggiunto l'importante risultato della istituzione del CoSVi, quello che manca è il decreto del Ministro relativo al disciplinare, che contemplerà una quarantina di regole di buone pratiche che, tra vigneto e cantina, dovranno essere osservate affinché un ente esterno abilitato possa certificare che un'azienda è sostenibile. Si tratterà di una norma democratica: il Ministero l'ha voluta tale per renderla accessibile anche alle micro e piccole imprese, e non solo alle aziende strutturate. Le imprese attualmente 'green', adottano standard privati e/o a norme Iso, oltre che economicamente impegnative anche di difficile comprensione da parte del consumatore. Quindi ben venga una norma pubblica, alla quale potranno accedere tutte le aziende vinicole, e un logo distintivo che renda facilmente individuabili i vini sostenibili sugli scaffali di enoteche e supermercati". A Castelletti ha fatto eco **Giuseppe Blasi**, capo dipartimento del Ministero delle politiche agricole, il quale ha illustrato il cammino sino ad ora percorso. "La cosa più importante - ha dichiarato Blasi - è avere unifi-

cato le regole tecniche per arrivare alla certificazione. Ci siamo dapprima interrogati su norme e standard esistenti e, verificata la possibilità di armonizzarli, abbiamo proceduto con il decreto di istituzione del CoSVi. All'interno del Comitato saranno designati i rappresentanti chiamati a esprimersi sul disciplinare, e prima della pausa estiva vorremmo approvare il disciplinare unitario della sostenibilità. Questo è un punto di partenza come si diceva: già diverse Regioni stanno inserendo regole di incentivazione, all'interno dei Piani di sviluppo rurale, che prevedono di favorire investimenti collegati al raggiungimento della certificazione di sostenibilità. Il grande salto di qualità lo faremo con il piano strategico nazionale, in questo contesto dovrà trovare spazio tutto il processo di armonizzazione su cui ci siamo impegnati in questi anni".

## Necessario un impegno che coinvolga tutto il settore

Le conclusioni sono state affidate al presidente UIV, **Ernesto Abbona**. "Con questo nostro incontro - ha dichiarato il presidente - chiudiamo, simbolicamente, l'anno vitivinicolo 2020/2021. Un anno particolarmente impegnativo per il settore, segnato dall'emergenza pandemica, ma anche dai primi segnali di ripartenza, benché ancora disomogenei all'interno del territorio nazionale e nei diversi canali di vendita. L'obiettivo della transizione ecologica è un impegno che i governi di tutto il mondo hanno assunto dal 2015, con l'agenda 2030 delle Nazioni Unite, per far fronte ai cambiamenti climatici. Un impegno che riguarda tutti e che è stato tradotto in atti normativi dall'Ue con il cosiddetto 'Green Deal'. UIV ha voluto mettere al centro di questo incontro la sostenibilità perché il vino è uno dei primi comparti economici a volerne inquadrare una definizione e un preciso iter applicativo. Una sostenibilità che, ricordiamolo, è sempre triale: economica, sociale e ambientale.

Per questo plaudiamo all'iniziativa del Mipaaf, e voglio qui ringraziare, oltre al ministro Patuanelli, anche il capo dipartimento Blasi, per l'impegno nell'arrivare a definire uno standard unico sulla sostenibilità che abbracci tutte e tre le dimensioni: in primis quella economica, come capacità di assicurare l'equilibrio tra capitale investito e utile e, in secondo luogo, quella sociale, come la necessità di legare lo sviluppo di un'economia a un territorio, a una comunità e a una filiera. La sostenibilità ambientale è il terzo elemento: essa può essere raggiunta soltanto se le prime due colonne sono solide. La sostenibilità ambientale è, in primo luogo, un cambio di paradigma, una transizione culturale: sbagliaremmo a credere che si tratti di una mera ristrutturazione dei modelli produttivi attraverso incentivi green. Le imprese del vino sono, per loro natura, vocate al cambiamento, in quanto il nostro è un settore orientato verso il mercato e attento alle esigenze del consumatore che per primo cerca trasparenza, chiarezza e responsabilità verso il pianeta e verso la dimensione sociale. Occorre un cambio di mentalità ed è necessario investire in formazione e capitale umano. Per raggiungere questi obiettivi ambiziosi, è fondamentale un impegno che coinvolga l'intero settore: dalle istituzioni alle imprese, dalle associazioni ai consorzi. La sfida che abbiamo davanti è troppo grande e ambiziosa per affrontarla senza il coinvolgimento di tutti".

Giulio Somma e Maurizio Taglioni



LE LINEE GUIDA DELLA NUOVA PAC, ILLUSTRATE E COMMENTATE DURANTE L'ASSEMBLEA UIV

## Anche la Politica agricola comune "sposa" la sostenibilità

L'assemblea di UIV è stata anche l'occasione per celebrare l'accordo politico raggiunto il 25 giugno scorso sulla riforma della Pac, che apre la strada a una Politica comune più equa, più verde e maggiormente basata sull'efficacia, che mira a offrire un futuro sostenibile agli agricoltori europei. È previsto il rafforzamento delle misure ambientali con disposizioni volte a garantire un sostegno più mirato alle aziende agricole di piccole dimensioni, e ad aiutare i giovani agricoltori ad accedere alla professione.

Su uno dei temi più attesi dal comparto italiano, la gestione dei diritti di impianto, è intervenuto **Roberto Berutti**, del gabinetto del commissario all'Agricoltura della Commissione europea, Jacob Wojciechowski, che ha confermato come "con la nuova Pac siamo riusciti a inserire la riassegnazione dei diritti d'impianto non utilizzati entro il 2022 per poterli riattribuire dal 2023. Parliamo di circa 5-6.000 ettari - ha evidenziato Berutti - che si aggiungono a quell'1% annuo a disposizione degli Stati membri. Inoltre, siamo a buon punto anche per il via libera dell'estensione di un anno delle autorizzazioni d'impianto già ottenute. Una proroga, sino alla fine del 2022, dovuta alla pandemia e alla conseguente crisi vissuta nell'ultimo periodo. Con la recente approvazione della Politica agricola comune il vino italiano percepirà per i prossimi 7 anni circa 348 milioni di euro l'anno, oltre ai fondi legati ai piani di sviluppo rurale che potranno essere assegnati al settore. Tra le misure adottate, il consolidamento dei mercati portato a 8 anni anziché 5, e la conferma della cosiddetta vendemmia verde".

La nuova Pac prevede altresì una serie di misure volte a incoraggiare gli agricoltori ad adottare pratiche agricole più rispettose dell'ambiente, in modo da coniugare agricoltura e sostenibilità. Al riguardo, l'eurodeputato **Herbert Dorfmann** si è così espresso: "La sostenibilità è un argomento di estrema importanza ma occorre evidenziare come per raggiungere questi obiettivi è necessario aiutare i produttori con strumenti adeguati. C'è bisogno di soluzioni innovative, agricoltura di precisione, sensori, tecnologie di avanguardia e supporto consulenziale: bisogna dunque lavorare di più su questi strumenti da mettere a disposizione degli imprenditori. L'agricoltura - ha continuato Dorfmann - deve prendere in mano la questione sostenibilità: nel recente passato si è voluta creare una frattura tra la sostenibilità ambientale e quella economica, si tratta invece di due pilastri da unire e conciliare insieme alla dimensione sociale. La Pac può aiutare i produttori sia attraverso gli investimenti, sia tramite il secondo pilastro con sostegni a progetti innovativi che abbiano come obiettivo lo sviluppo sostenibile. Gli obiettivi che ci siamo posti si possono raggiungere solo con il ricorso alla ricerca e allo sviluppo".

La nuova Pac coniuga, quindi, gli strumenti economici per essere più competitivi sul mercato con gli investimenti per la lotta al cambiamento ambientale.

"Il negoziato sulla Pac non è stato semplice, una difficoltà che forse è sfuggita all'opinione pubblica - ha dichiarato l'eurodeputato **Pina Picierno** -. Abbiamo salvato un modello di successo e lo abbiamo rilanciato, e il nostro Paese è stato tra gli attori principali. L'Italia è stata infatti protagonista in questi mesi di negoziato per ottenere la migliore Politica agricola comune possibile. Una Pac che ora è più verde con gli eco-schemi (sostegni che gli Stati membri devono obbligatoriamente attivare a favore delle imprese agricole che attuano progetti volontari per il clima e per l'ambiente, ndr) e più giusta con l'attenzione alla condizionalità sociale, che è stata una battaglia tutta italiana. Il lavoro fatto è stato assolutamente soddisfacente e importante - ha proseguito -. Si mantengono strumenti per il settore vitivinicolo e le risorse, ma gli interventi saranno ora integrati con tutta la Pac. La posizione del Parlamento è sempre stata dalla parte dei produttori di vino europeo. Anche la pratica del vino dealcolato è stata pensata per aiutare i produttori a entrare nei nuovi mercati dove già ci sono produttori di altri continenti. Occorre trovare soluzioni per allargare le prospettive di mercato, per fissare la capacità competitiva dei nostri prodotti".

"Giornata buona questa, per celebrare l'accordo politico ottenuto sulla riforma della Pac - ha chiosato l'eurodeputato, già ministro delle Politiche agricole, **Paolo De Castro** -. Ci abbiamo lavorato tre anni ed è frutto di una mediazione, ma è certamente positivo. Quasi tutte le nostre richieste sono state soddisfatte, tra cui quella sulle etichettature nutrizionali, dove il vino ha anticipato la riforma con l'indicazione delle calorie, e altre indicazioni raggiungibili via web attraverso i codici Qr. Ci dovremo scontrare con i francesi sul Nutriscore (sistema di etichettatura dei prodotti alimentari, ideato per semplificare l'identificazione dei valori nutrizionali da parte dei consumatori, ndr), ma la partita va costruita, con passaggi delicati. Noi vogliamo sostenere la dieta mediterranea e non ci piace mettere una pagella al cibo".

I lavori, dunque, continueranno ora a livello interistituzionale sui dettagli tecnici restanti della proposta di riforma, dopo di che questa sarà formalmente approvata sia dal Parlamento europeo, sia dal Consiglio. La nuova Pac coprirà il periodo 2023-2027; fino ad allora continuerà ad applicarsi un regime transitorio concordato nel 2020. Gli Stati membri avranno tempo fino al 31 dicembre 2021 per sottoporre i loro progetti di piani strategici nazionali alla Commissione per approvazione.

Sempre da Bruxelles, è intervenuta in videoconferenza anche **Sandra Gallina**, direttore generale DG Sante, che ha voluto sottolineare l'importanza del "green deal" e delle politiche di sostenibilità anche in chiave di politiche sanitarie pubbliche e rapporto con il consumatore. **Maurizio Taglioni**

Herbert Dorfmann



Pina Picierno



Paolo De Castro





## INSIEME PER UN'OTTIMA ANNATA

Pensa in grande con la **suite di applicazioni complete e specifiche per il settore enologico** di Maxidata, la società del gruppo Zucchetti che dal 1987 condivide, anno dopo anno, la **passione per il vino** con tutti i suoi clienti.



**Il software per i Consorzi** che permette di **rilevare i dati globali degli associati** per l'elaborazione di scelte strategiche

### I NOSTRI PUNTI DI FORZA

#### INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

Strumenti all'avanguardia e intuizione si fondono con l'offerta completa delle soluzioni Zucchetti, la prima software house italiana.

#### ESPERIENZA ED AFFIDABILITÀ

Da anni specializzati nello sviluppo di software gestionali completi e specifici per l'enologia e autorevole punto di riferimento nel settore.

#### PASSIONE E CARATTERE

La perfetta armonia tra studio del passato, consapevolezza del presente e pianificazione del futuro.

SOFTWARE PER L'ENOLOGIA

[maxidata.it](http://maxidata.it)

  
**maxidata**  
ZUCCHETTI



# La Commissione Ue accoglie il Prošek, ma l'Italia non ci sta e difende il Prosecco

*Tutto il mondo politico, professionale e produttivo è scattato all'opposizione*

**D**ifficile non scorgere molte assonanze tra la vecchia questione del Tocai (Italia)/Tokaji (Ungheria) e l'attuale del Prosecco (Italia)/Prošek (Croazia). La seconda, ovviamente, più insidiosa e pericolosa, oltre che dai contorni oggettivamente più rilevanti. Dopo un tentativo effettuato in passato e andato a vuoto, ora la Croazia ci riprova a chiedere la protezione, a livello europeo, della denominazione del proprio vino Prošek. Registrando già un primo punto a proprio favore. Infatti, nonostante una nota contraria presentata dall'Italia il 25 giugno, la Commissione, attraverso i propri servizi, ha dato esito positivo alla richiesta della protezione della menzione Prošek da parte della Croazia. La pubblicazione della richiesta di protezione av-

verrà entro la fine dell'estate e conferirà diritto alla procedura di opposizione entro due mesi dalla pubblicazione stessa. Una delle cose incredibili di questa vicenda è che, ora, la Commissione respinge la dichiarazione italiana in quanto, secondo la stessa, "non si tratta di omonimia e non vi è alcun rischio di confusione da parte del consumatore. Il vino Prošek non ha nulla in comune con il Prosecco, appartenendo a due categorie di prodotto diverse, e venduti in bottiglie diverse tra loro". A parere della Commissione tutti gli elementi che potrebbero indurre in inganno il consumatore sono stati analizzati e valutati e, al momento, non sembrano esserci. Inoltre, secondo la Commissione, l'argomentazione dell'Italia si baserebbe su una omonimia parziale, che non può essere considerata motivo di rifiuto di

una domanda di protezione da parte della Commissione stessa. Certamente, il Prošek (traduzione croata del termine Prosecco) è un uvaggio dalla cui vinificazione si produce un vino dolce bianco tradizionale, diverso dalla bollicina friulano-giuliano-veneta derivata dalla sola uva Glera. Come lo era il Tocai (vino bianco monovitigno secco) rispetto al Tokaji ungherese (blend di vari vini bianchi dolci). Ma il Tocai era solo un nome, mentre il Tokaji ungherese era anche un luogo geografico, protetto dalle norme comunitarie. Memore della "lezione" ricevuta, il Prosecco Doc ha esteso il proprio raggio d'azione fino a ricomprendere il paesino di Prosecco, in Comune di Trieste, facendo così coincidere denominazione e luogo geografico. Sarà sufficiente? Ma, con allora, una differenza grossa c'è. Oltre a quella di un

precedente storico da cui trarre esperienza. Allora i friulani (e i veneti, interessati marginalmente) vennero lasciati soli nelle loro trincee e la battaglia fu persa (dal 2008, come si sa, il vitigno ha mantenuto il nome di Tocai friulano, ma il vino viene etichettato come Friulano, in Fvg e Tai in Veneto). Oggi, pochi secondi dopo l'autorizzazione alla pubblicazione della richiesta di protezione del Prošek, tutto il mondo politico (a tutti i livelli), professionale e produttivo del vino italiano è scattato all'opposizione come un sol uomo. A partire da Paolo De Castro, coordinatore del Gruppo S&D alla Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento europeo, e dal ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli che ha detto: "Il Prosecco è un valore delle



nostre produzioni e noi dobbiamo difendere la capacità dei territori, del Veneto e del Friuli Venezia Giulia, di produrre Prosecco. Le eccellenze vanno protette".

Ma si sono alzate anche le voci dell'UIV, di tutti gli organismi di settore, i sindacati agricoli, il Consorzio di della Doc Prosecco e di tanti altri attori della filiera vitivinicola, stavolta sì, italiana. Ci vorrà pazienza, determinazione, costanza, intelligenza burocratica, abilità diplomatica per continuare a proteggere la più importante bollicina italiana e quella più bevuta e conosciuta al mondo.

In gioco, stavolta, ci sono numeri e territori di un più ampio respiro e questo dice che la battaglia, appena iniziata, non è affatto persa.

Adriano Del Fabro

## INDUSTRIA 4.0: Noi ci siamo!

I vantaggi del monitoraggio da remoto e della gestione automatizzata di macchinari e impianti, nuovi o esistenti:

- Raccolta dei principali **dati** di produzione
- **Statistiche** su Produzione e Consumi
- **Andamento temporale** grandezze analogiche (portata, pressione, temperatura, etc...)
- Allarmi **real-time**, diagnostica e manutenzione predittiva
- Accesso a documentazione e informazioni tecniche **on line**

**Una soluzione smart  
che migliora le prestazioni  
delle macchine e il lavoro  
di chi le utilizza.**



**TMCi  
PADOVAN**

**TMCi PADOVAN S.p.A**  
Via Caduti del Lavoro, 7/ZI  
31029 Vittorio Veneto  
(TV) Italy  
T +39 0438 4147  
[www.tmcigroup.com](http://www.tmcigroup.com)



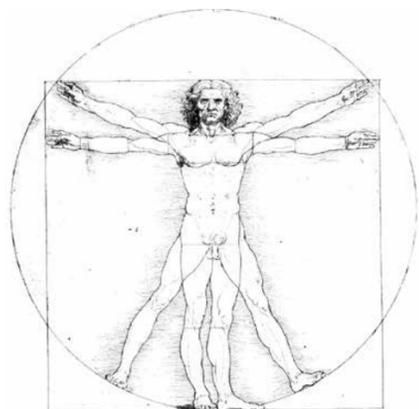
LA TERZA PAGINA DEL VINO

Cosa rimane oggi dell'umanesimo del vino stretto tra innovazione tecnologica e ricerca di nuova naturalità? La natura magica del vino e la metafora come "specchio dell'anima" da Dioniso, attraverso Socrate, fino al Rinascimento. Ebbrezza, limite, infinito, rapporto tra *techne* e sacro, lavoro e *pharmakon*: gli snodi di pensiero che tracciano l'exkursus filosofico del vino nella cultura occidentale rivelano una straordinaria modernità. "Il vino serve all'essere umano per dare un senso alla propria vita", dichiara Donà. Quel "senso" che a volte sembra smarrito ma che, invece, attraverso il vino...

Intervista esclusiva a Massimo Donà, appassionato filosofo, musicista e cultore del vino

# MEDIUM VERSO LA "VERITÀ" E IL MONDO "OLTRE": il vino tra uomo, filosofia e religione

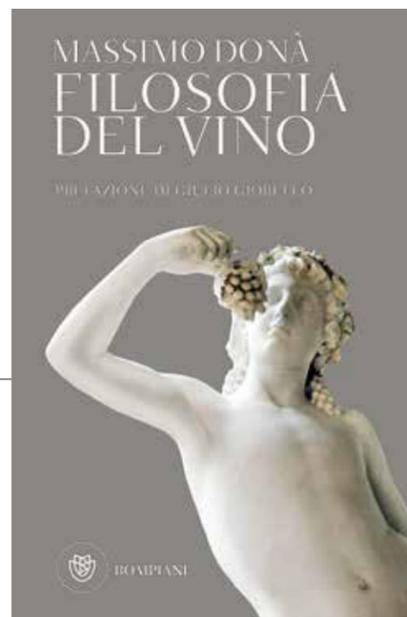
di GIULIO SOMMA e KETTY MAGNI



**H**a senso oggi parlare e riflettere su un moderno umanesimo del vino? La domanda acquista una propria legittimità se riflettiamo su quanto la tecnologia e la ricerca scientifica siano ormai determinanti nello sviluppo qualitativo del prodotto proteso verso la riconquista di una sempre maggior "naturalità" in tutte le sue dimensioni produttive e di consumo. Stretto fra natura e tecnica cosa rimane di "umano" nella creazione del vino? Laddove anche nel momento del consumo e del piacere del bere l'antica dimensione dell'ebbrezza che, come vedremo, ha avuto un ruolo fondamentale nella costruzione dell'immaginario metafisico del vino, viene annullata nel suo valore simbolico, banalizzata a ubriachezza e devianza sociale per esalare l'ultimo respiro davanti ai colpi della dilagante (e superficialmente ottusa) moda salutistica.

Parte da questa considerazione il nostro confronto con il filosofo **Massimo Donà**, professore ordinario di Filosofia Teoretica presso la facoltà di Filosofia dell'Università Vita - Salute San Raffaele di Milano e prolifico autore di saggi tra i quali il libro "Filosofia del vino" (Bompiani, 2003) che si presenta in copertina con un luminoso Dioniso quasi a chiarire subito il luogo dove andare a cercare le radici del vino nella filosofia. Un libro che è solo uno tra i numerosi testi di Donà dedicati a riflessioni filosofiche sul vino, a testimonianza di una grande valenza spirituale della bevanda tratta dalla vite. Un percorso singolare, che propone un'inedita prospettiva sulla filosofia occidentale, uno sguardo, per così dire, bagnato dal vino. Già cara a Dioniso, e insignita assai presto di un alto valore simbolico anche dalla ragione filosofica, tale bevanda consente una profonda riconsiderazione del rapporto tra vita e pensiero, vizio e virtù, ragione e passione, misura e dismisura. Accurati excursus storici dall'epopea dei Babilonesi, che conoscevano "la bevanda che dà l'ebbrezza", ci guidano attraverso l'antico Egitto alla civiltà greca e romana, fino alla religione cristiana, dove il vino è eletto a simbolo del sangue di Cristo. Ma ripartiamo dall'oggi per affrontare con il poliedrico ingegno di Massimo Donà l'argomento del binomio tra religione/filosofia e vino.

**"In vino veritas" recita un antico proverbio. Nel suo lavoro dedicato alla filosofia del vino lei fonda la relazione tra vino e filosofia sul concetto di misura o, meglio, sull'ebbrezza, ben diversa dall'ubriachezza, come luogo dove si oltrepassa la misura, si prova l'autentica esperienza filosofica della "verità" e in qualche modo si accede all'"altro" inteso sia come divino (Dioniso) ma anche come uomo (il simposio di Platone come icona del vino medium sociale). Il vino, dunque, tra l'uomo e la religione e tra l'uomo e la filosofia. Ma da dove nasce secondo lei questa capacità del vino di essere eletto strumento e viatico dell'uomo verso il soprannaturale inteso da un lato come divino e dall'altro come verità filosofica? È tutto riducibile alla mera dimensione alcolica che produce l'ebbrezza o è nella natura del vino, nel suo essere prodotto dell'uomo, questa capacità di assumere simbolismi che non sono mai stati attribuiti a nessun altro alimento umano?** Il vino è metafora straordinaria; e lo è anzitutto in quanto fedelissimo specchio dell'anima umana. O meglio, del suo costituirsi - come sapevano bene gli antichi - al modo di un cerchio a raggio infinito. D'altro canto, ancora nel Rinascimento si sarebbe sottolineato il fatto che la caratteristica più peculiare dell'essere umano è appunto quella di non avere una natura specifica. Lo sapeva bene Pico della Mirandola, ma anche Giordano Bruno, che l'essere umano può essere tutto. Che l'essere umano è tutto in questa sua possibilità illimitata; gli umani possono infatti essere spietati assassini, ma anche santi; possono essere generali delle SS o generosissimi medici senza frontiere. Ecco, in ogni calice di buon vino questa caratteristica paradossale si trova riflessa come in uno specchio incanta-



## CHI È MASSIMO DONÀ Una vita tra filosofia e jazz

Massimo Donà, classe 1957, filosofo e musicista, nato e cresciuto a Venezia, dove si laurea nel 1981 presso la facoltà di Lettere e Filosofia con Emanuele Severino, e inizia a pubblicare saggi per riviste e volumi collettanei, partecipando a diversi convegni e seminari in varie città italiane. Dalla fine degli anni Ottanta, collabora con Massimo Cacciari presso la cattedra di Estetica dello Iuav (Venezia) e coordina per alcuni anni i seminari dell'Istituto Italiano per gli Studi Filosofici di Venezia. Sempre in quel periodo, collabora con la rivista di architettura "Anfione-Zeto", della quale dirige ancora oggi la rubrica "Theorein", e fonda con Massimo Cacciari e Romano Gasparotti, la rivista "Paradosso". Negli anni Novanta, insegna Estetica all'Accademia di Belle Arti di Venezia, e attualmente è docente ordinario di Filosofia Teoretica presso l'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano. Dirige per la casa editrice AlboVersorio le collane "Libri da ascoltare" e "Anime in dettaglio" ed è membro del comitato scientifico del festival "La Festa della Filosofia". Collabora con il settimanale "L'Espresso". In qualità di musicista, dopo aver esordito, ancor giovane, con Giorgio Gaslini ed Enrico Rava, forma un suo gruppo: i Jazz Forms (di cui è leader insieme a Maurizio Caldura). In seguito, si esibisce con diversi gruppi musicali. Suona in jam session con alcuni padri storici del jazz, come Dizzy Gillespie, Marion Brown, Dexter Gordon e Kenny Drew. Dal 2001, riprende a suonare professionalmente e forma un nuovo gruppo: il "Massimo Donà Quintet", con il quale si esibisce in Italia e all'estero. Il quintetto diventa quindi un quartetto: che è la formazione con cui Donà suona da almeno tre anni. A tutt'oggi, ha all'attivo ben sette Cd incisi con suoi gruppi. L'etichetta di riferimento è sempre la "Caligola Records", il cui responsabile artistico è Claudio Donà, fratello di Massimo e importante critico musicale jazz.



I contadini raccolgono l'uva da una pergola (tomba di Nakht, pittura)



Qui sopra, "Morte di Penteo" (Louvre, Parigi).  
Sotto, "L'anima del vino" di Charles Baudelaire da "I fiori del Male"



Nella bottiglia l'anima del vino - era di sera - cantava: "Caro povero uomo, dalla prigione del vetro e sotto questa rossa laccata cera, ti giunga luminosa, fraterna, una canzone.

So bene quanta pena, quanto sudore occorra sulla collina in fiamme, sotto il sole cocente, perché io abbia un'anima, e la vita in me scorra. Ma non sarò ingrato, non sarò impudente.

Provo una grande gioia quando soave piombo nella gola d'un uomo sfiabato dal lavoro: perché il suo caldo petto è per me dolce tomba, meglio che in una fredda cantina là dimoro.

Non senti le domeniche punte da stornellate, la speranza che mi alita nel seno palpitante? I gomiti sul tavolo, maniche rimboccate, tesserai le mie lodi, con il cuore contento.

Lo sguardo alla tua donna, nell'amore rapita, accenderò, a tuo figlio darò forza e colori, e sarò per quel fragile atleta della vita l'olio che ben rassoda le membra al lottatore.

In te farò cadere la vegetale mia ambrosia, raro seme che il gran Seminatore sparge perché dal nostro amore poesia nasca e verso Dio salga come un prezioso fiore.

del vino - fenomeno comune a moltissimi altri alimenti - è profondamente debitrice alla ricerca scientifica e alla tecnica. Cosa rimane della dimensione

sacrale e filosofica di cui abbiamo parlato prima?

Certo, dove è in gioco il fare degli umani, è in gioco una capacità tecnica, ossia una potenza trasformatrice che non può mai illudersi di aver raggiunto il proprio limite ultimo. Non a caso, ci si può sempre proporre di raffinare ulteriormente le capacità produttive di volta in volta guadagnate; la *technè* è per definizione sempre migliorabile; anzi essa indica proprio la possibilità di potenziare infinitamente le proprie capacità trasformatrici. La tecnica è sempre impegnata a superarsi; proprio in essa, cioè, l'essere umano vede incarnata la natura consegnatagli dal Creatore; che proprio rendendolo un essere tecnico lo avrebbe reso somigliante a sé. Fatto ad immagine e somiglianza del suo creatore. Una somiglianza che è sempre un obiettivo, comunque, e mai un risultato; un obiettivo che possiamo proporci proprio in quanto esseri tecnici. Il fatto è che siamo come Dio solo in quanto sappiamo perfezionare e potenziare all'infinito le nostre capacità trasformatrici e produttive. Insomma, anche se può forse sembrare strano (almeno, ad uno sguardo distratto), è proprio nel progressivo raffinarsi delle nostre capacità tecniche che i nostri prodotti mostrano il nostro originario legame con il divino. Il sacro è inscritto nella potenza incondizionata incarnata dalla *technè*. Insomma, non v'è alcuna astratta contrapposizione tra sacralità e tecnica. Spesso si crede che le cose stiano così; ma si sbaglia clamorosamente. Perciò anche nelle cantine dotate delle apparecchiature tecnologicamente più avanzate rimane vivissimo il legame con il sacro; con la natura divina che il vino comunque custodisce al proprio interno; all'interno dell'estetico che indica l'orizzonte in virtù del quale facciamo esperienza del vino. Degustandolo, ascoltandone il suono, e ammirandone il colore. V'è insomma qualcosa di incontestabilmente sacro nel vino; e ogni tavola imbandita ci invita a celebrare un evento di transustanziazione analogo a quello sperimentato da Gesù e dai discepoli nell'ultima cena. Ma la cosa più interessante è che l'esperienza che facciamo del sacro quando beviamo del buon vino in buona compagnia passa attraverso i sensi (indicanti appunto l'orizzonte dell'estetico); che essa non si produce cioè per un salto oltre la dimensione peccami-

nosa della sensibilità. Lo mostra bene uno straordinario film come "Il pranzo di Babette".

La profonda dimensione umana e umanistica che il vino ha avuto nella sua lunga storia sia per i valori simbolici che ha assunto nel contesto della cultura occidentale ma anche per il suo radicale essere prodotto dell'uomo, oggi sembra smarrita. Seppur riemerge, quasi a esprimere una sua essenzialità indipendente anche dalla trasmissione culturale tra generazioni, nell'essere il vino ancora un medium privilegiato di socialità da un lato e, dall'altro, di ritorno alla "natura" (con il mito del "piccolo è bello" evocativo di un'ingenua dimensione della buona naturalità). È possibile, e come, secondo lei, recuperare o magari solo ri-svelare questa dimensione umanistica del vino? In che modo il "frutto della vite", intriso di tecnica moderna, può tornare a riflettere (o riflettersi) nella figura mitologica del "nettare degli dei"?

Il vino è l'emblema più eloquente dell'umanesimo di cui siamo figli; categoria, quest'ultima, che non può certo essere risolta in semplice categoria storiografica. L'umanesimo indica infatti sempre e anzitutto il "nostro" modo di abitare la terra; nel vino, insomma, il fare dell'umano produce il conforto alle fatiche che questo stesso fare sempre comporta (si legga a questo proposito la bellissima poesia di Baudelaire intitolata "L'anima del vino"). Il vino serve all'essere umano per dare un senso alla propria vita; e non sto affatto esagerando! Se il lavoro che l'uomo è condannato a svolgere per poter sopravvivere implica sempre fatica, talvolta questo stesso lavoro produce anche il *pharmakon* capace di guarirci dalle ferite che il lavoro in ogni caso produce. Ecco, per questo, il vino è espressione dell'umano proprio in quanto esprime la sua capacità di trasformare la natura rendendo ancora percepibile, nel prodotto, la stessa natura che l'ha reso possibile. D'altro canto, l'essere umano è sempre anche natura; espressione, cioè, di quella stessa natura che lo fa essere capace di artifici; e dunque di negare la propria naturalità. L'uomo è davvero paradossale, e il vino, proprio in quanto alimento massimamente paradossale, rappresenta al meglio la caratteristica principale dell'umano. Per questo la degustazione di questo nettare sublime ci consente di capire tanto ciò che siamo quanto ciò che non siamo; di riconoscerci nella natura che rifugge in ogni grappolo d'uva, ma anche nell'artificio ben rappresentato dalle botti di legno e dalle bottiglie in cui lo conserviamo. Nel vino e rapportandoci al vino capiamo dunque chi siamo veramente; capendo anzitutto che, come sapeva benissimo Leopardi, l'uomo è il luogo in cui è proprio la natura a mostrarsi capace di produrre il massimo di innaturalità. Non è un caso che, proprio bevendo del buon vino insieme ai nostri simili, riusciamo a trovare e sperimentare una *philia* rara... difficilmente sperimentabile in altre situazioni. E a sentirci vicini ai nostri simili, riuscendo ad apprezzare le differenze che ci distinguono. Tanto da perdere il vizio di voler in ogni caso costringere gli altri a pensare come noi. Grazie al vino, infatti, ascoltiamo più volentieri gli altri; è grazie al vino che scopriamo una socialità che rende l'essere umano un animale originariamente politico. Solo grazie al vino, insomma, riusciamo a capire in modo abbastanza efficace cosa ci renda propriamente umani.

to. Consentendoci di capire finalmente chi siamo; e di rispondere all'antichissima domanda da cui forse nasce anche la filosofia: chi siamo? Sul frontone del tempio di Delfi stava scritto: "conosci te stesso". Socrate si ispirava a questo monito, e ha sempre cercato di corrispondervi. Ma il vino riflette l'essenza dell'umano anche in quanto, nel renderci consapevoli del fatto che infinite sono le nostre possibili declinazioni, ci mostra anzitutto una cosa: che siamo resi naturalmente capaci di attraversare la distanza infinita che separa gli assolutamente opposti, il bene e il male, il giusto e l'ingiusto, l'essere e il nulla, il finito e l'infinito... E che tale distanza infinita, in ogni caso, non ci impaurisce; per questo ci muoviamo sempre e solamente nel tentativo di attraversarla. Perché quegli opposti, per quanto abissalmente diversi l'uno dall'altro, li abbracciamo entrambi. Perciò non possiamo non essere spinti a cercare di capire dove finisca il bene e dove cominci il male; dove inizi la sobrietà e quando ci si trovi catapultati in uno stato di ebbrezza. Il problema, per gli umani, è sempre stato quello del limite, del confine; sì, perché sappiamo, da sempre, di essere limitati, ma nello stesso tempo nessun limite viene da noi considerato realmente insuperabile. Anzi, ogni limite dice che possiamo proporci di superarlo. Ecco, il vino è la prova provata che la verità dell'umano non sta né nella sobrietà e neppure nell'ebbrezza, ma nell'impossibilità a riposare in eterno o nell'essere o nel nulla, o nel finito o nell'infinito. O nella sobrietà o nell'ebbrezza.

Perché il vino, inteso come bevanda sacrale e splendido dono, e non altri alimenti, veniva offerto agli dei, in particolare a Dioniso?

Perché, attraverso il vino, l'uomo ambiva a un contatto con la divinità? Il vino è sempre stato visto come sostanza in qualche modo magica; capace di alimentare, negli umani, propositi normalmente ritenuti impossibili. Il vino è sempre stato riconosciuto come prodotto della natura, ma nello stesso tempo come prodotto delle capacità dell'umano. Nel vino ci siamo noi, c'è la cultura di un territorio, di una società, di una forma mentale, di una tradizione, ma c'è anche la potenza incondizionata della natura; di fronte al cui abisso, non di rado ci sembra di non poter far altro che naufragare. Nel vino c'è anche qualcosa che, nella natura, parla di una potenza sovrumana; che ne mette in evidenza l'origine inevitabilmente divina. Guardando al vino, insomma, l'essere umano capisce di aver originariamente a che fare con quell'infinito di cui avverte nello stesso tempo la mancanza. D'altro canto, se non lo riguardasse, non potrebbe neppure sentirne la mancanza. Dioniso, nel mondo greco, rappresentava proprio questa

doppiezza; questo nostro non sentirci mai a casa né nelle leggi della polis e neppure nelle ritualità irrazionali cui ci sentiamo sempre anche vocati. Lo mostra bene Euripide, ne "Le baccanti", che Penteo non sarebbe possibile senza Dioniso e viceversa. Che l'umano non potrebbe neppure disegnare il proprio regno se non riconoscesse il pulsare di una potenza destinata a metterne sempre in questione l'ordine costituito. E Dioniso è il dio del vino; che poi nel mondo latino sarebbe diventato Bacco. Insomma, il vino rende sopportabile il giogo della quotidianità, ossia l'orizzonte che ci impone determinate regole di comportamento, ma ci consente anche di sperimentarne l'oltrepassamento; insegnandoci altresì a vivere tale oltrepassamento come esperienza in grado di intensificare la nostra vita. A non considerarlo solo come delirio destinato a farci perdere di vista l'ordine di cui la convivenza civile ha sempre e comunque bisogno. Anche Platone capisce che l'umano ha bisogno di mascherarsi; e che il vino è la potenza che ci consente di mascherarci senza farci necessariamente dimenticare che, paradossalmente, proprio mascherandoci, riusciamo ad essere più veri e sinceri di quanto si riesca ad essere rifiutando di indossare la maschera dell'ebbrezza.

La vite affonda nella terra le radici da trecentomila anni, ma nell'ultimo secolo, e in particolare negli ultimi vent'anni, l'accelerazione scientifica e tecnologica ne hanno radicalmente mutato la natura migliorandone notevolmente il gusto e anche la salubrità. Quindi, oggi, l'eccellenza



Immagini dal film "Il pranzo di Babette"





---

INNOVAZIONE È

---

**LUNGIMIRANZA**

---

**La vera innovazione va oltre la tecnologia.**

In Bertolaso crediamo nel nostro ruolo di guida, di riferimento, nell'orientare i nostri clienti in un mercato sempre più esigente.

Per questo investiamo tanto nella ricerca. Per noi non può esserci sviluppo senza capacità di leggere e anticipare il futuro.

**Per noi innovazione significa visione.**

**NEL 2021 SI CONSOLIDANO  
ALCUNI TREND EMERSI  
LO SCORSO ANNO.  
L'ANALISI DI IRI**



## MULTICANALITÀ POST COVID

# IL SUPER-PREMIUM SFONDA IN GDO

di **OMAR BISON**

Al webinar su “Il vino nella Grande distribuzione tra riaperture e ripartenza dell'economia” promosso da Veronafiere, i dati del primo quadrimestre di quest'anno nel confronto tra gruppi della Gdo e produttori. Crescono le etichette regionali, l'e-commerce e i superpremium consolidano la propria presenza sugli scaffali. L'effetto lungo del lockdown si fa sentire nelle strategie di canale anche se i numeri della moderna distribuzione tenderanno a normalizzarsi

**N**ei primi quattro mesi del 2021 crescono di 180 milioni di euro (+22%) le vendite di vino nella Gdo rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Un aumento in volume di 22 milioni di litri pari a +8,1%. Raccolti e analizzati da Iri, i dati (Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount + On Line Panel Iri) della ricerca commissionata da Veronafiere sono stati recentemente divulgati e analizzati - nel corso della tavola rotonda, moderata dal giornalista specializzato **Luigi Rubinelli**,

dal titolo “Il vino nella Grande distribuzione tra riaperture e ripartenza dell'economia” - da un gruppo di relatori rappresentativo del mondo produttivo e della distribuzione organizzata: **Alessandro Masetti**, responsabile Grocery di Coop Italia; **Gianmaria Polti**, responsabile Beverage Carrefour Italia; **Pietro Rocchelli**, dello Studio di consulenza Maurizio Rocchelli Srl, **Enrico Gobino**, direttore marketing del gruppo Mondodelvino (interventato a nome di Unione Italiana Vini), e **Mirko Baggio**, responsabile Vendite Gdo Italia di Villa Sandi Spa (interventato a nome di Federvini).

Continua a pagina 13 ➔

**Chiusure Bacchus e Titan.**  
Quando protezione e bellezza  
si uniscono per esaltare il tuo vino.

**Sistemi di chiusura Astro:**  
la qualità del tuo vino a prova del tempo.

**ASTRO**  
CLOSING TECHNOLOGIES

astrogroup.it

Astro Bacchus significa una gamma completa di chiusure e liner per il settore enologico, divenuti lo standard di riferimento assoluto in termini di protezione e mantenimento delle qualità organolettiche dei vini, sia fermi che frizzanti. Per le bollicine, gli speciali liner Saturn offrono un incastro ottimale nella capsula e una tenuta perfetta senza cessione di odori o sapori al prodotto. E, in caso di piccoli formati di spumanti e champagne, Astro Titan è la sovracapsula in plastica che simula perfettamente il classico effetto fungo del tappo in sughero. Risultato: massima valorizzazione dell'immagine di marca e del prodotto.



«Se è Diam, dico Sì!»

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

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

Romain Jouannais, Titolare dell'enoteca, La Cave Spirituelle.



DIAM

Il garante degli aromi

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



### Alla Wine Business City il 3 e 4 ottobre DEBUTTO PER IL PREMIO CARTE DEI VINI ITALIA E IL WINE RETAIL AWARD

Durante la Wine Business City (3-4 ottobre), che aprirà la Milano Wine Week 2021, si terrà la prima edizione del premio Carte Vini Italia (premiare le migliori 100 carte vini italiane suddivise in 10 categorie di ristoranti ed esercizi di somministrazione) e del Wine Retail Award (premio alle migliori selezioni vinicole degli esercizi di dettaglio qualificato e della grande distribuzione). A occuparsi della scelta dei vincitori, un comitato, composto da alcuni dei più autorevoli giornalisti del settore enogastronomico italiano, wine educator e communicator, presieduti da Andrea Grignaffini, docente di enogastronomia, critico e gastronomo. I vincitori saranno decretati seguendo un criterio molto ampio e trasversale, dalla ricchezza di proposte, alla varietà, dalla profondità territoriale all'impostazione e fruibilità.

#### Alcuni numeri relativi ai primi 4 mesi del 2021 del mondo Vini+Bollicine



Crescita molto importante che segue quella altrettanto importante del 2020:

+8,7% a valore  
+6,6% a volume



Fonte: IRI Infocansensus® (Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount + On Line\*) (panel IRI)  
Gennaio - Aprile 2021  
Vini + Spumanti + Champagne\* Vini Liquorosi

© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 2

#### Nei primi 4 mesi del 2021, registriamo un progressivo calo del contributo alla crescita dei singoli mesi; il confronto infatti inizia ad essere a parità di scenario



Fonte: IRI Infocansensus® (Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount + On Line\*) (panel IRI)  
Gennaio - Aprile 2021  
Vini + Spumanti + Champagne\* Vini Liquorosi

© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 4

➔ Segue da pagina 11

Dietro i numeri di un appuntamento ormai fisso - che, come ha dichiarato il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**, nel suo saluto "vuole ribadire la storica centralità della Grande distribuzione all'interno del palinsesto Vinitaly, grazie alla presentazione dei dati del settore di Iri e alle attività del Gdo Buyers' Club, area dedicata agli incontri b2b tra espositori e operatori della grande distribuzione" - i trend principali che si evidenziano sono: una forte crescita degli spumanti e, più moderata, del vino. Buona la performance dei vini a denominazione d'origine, dei vini regionali, mentre nel campo delle bollicine il campione è sempre il Prosecco. Da sottolineare che nel primo quadrimestre del 2020 i mesi di lockdown erano stati due, rispetto ai quattro del 2021, e che le bollicine allora avevano subito un forte calo, dovuto probabilmente al clima di preoccupazione per l'avvento della pandemia.

Per quanto riguarda i vini regionali, il trend di crescita evidente nel corso dell'ultimo anno e mezzo è confermato e sembrerebbe spingere le insegne distributive a seguire sempre più, su questo, i gusti e le preferenze dei consumatori. Si prevede uno scaffale del vino sempre più composto da uno zoccolo duro di vini che non possono mancare e da una quota di novità. Da sottolineare il balzo a tre cifre che l'e-commerce ha realizzato nel periodo della pandemia, passando da una forma di acquisto considerata elitaria e con un parco di utenti circoscritto, a una valutata da molti come necessaria e comoda. "Il fenomeno delle vendite on line inizia a pesare - ha sottolineato Gobino -. Le aziende devono considerare il presidio dell'on line fondamentale per una coesistenza armonica dei propri prodotti sui diversi canali e per governare un pricing che deve risultare corretto e omogeneo. Noi come azienda lavoriamo anche con Amazon, che esprime numeri ancora bassi ma il trend è in crescita. In generale l'on line è un canale a sé stante che merita risorse e attenzioni specifiche".

#### La Gdo non è un piano B

Continua ad aumentare il numero di etichette presenti a scaffale nella distribuzione organizzata e dei vini proposti dai grandi player dell'e-commerce. Un processo che al di là della contingenza determinata dalla pandemia sembra il compimento di un percorso in atto da anni che ha cambiato lo scenario strategico delle modalità di acquisto e distribuzione del vino. I produttori devono capire che la Gdo non è un piano B e che non è tempo per snobismi. Ma cosa può fare una cantina interessata ad entrare ex novo nella Gdo per farsi accettare? Per Maurizio Rocchelli "devono cercare un rapporto sinergico e di prospettiva, non opportunistico legato alle congiunture del momento. Non possono ragionare in termini di mera collocazione del vino eccedente in magazzino. La Gdo è un canale di vendita che richiede una consapevolezza e un orientamento chiaro al mercato e al consumatore. Significa intraprendere una politica commerciale risoluta, coordinata e accettare di vincolare l'azienda ad un'ottica di lungo periodo. Bisogna capire che è in atto un'evoluzione epocale dove non ci sono più barriere nette tra i canali di vendita e non esistono più mercati chiusi ed esclusivi di un unico canale. La Gdo è uno di questi canali, il ri-

storante un altro, l'on line un altro e il delivery un altro ancora".

Ma il lock down ha reso importante la Gdo per i vini di pregio? C'è stato un aumento significativo di alcuni brand? "Di sicuro - ha evidenziato **Virgilio Romano** di Iri - ha creato interesse per quelle cantine che in distribuzione moderna non c'erano a prescindere dal loro posizionamento di prezzo". Un aspetto confermato da Polti secondo il quale c'è stato da parte dei produttori un avvicinamento a un canale poco o per nulla presente in precedenza nel loro portafoglio. "Ma anche - ha sottolineato - disponibilità della Distribuzione organizzata ad assortire etichette in precedenza più collegate al mondo dell'Horeca e a quello delle enoteche". Ne è convinto anche Masetti, che ha segnalato come Coop abbia manifestato interesse e dato disponibilità. "Per noi c'era l'esigenza di aprirci e dare una mano sui territori, in particolare alle aziende che ci avevano sempre, storicamente, manifestato interesse senza considerarci come un piano B. Non mi rivedo nel termine discontinuità ma credo che questa pandemia abbia accelerato i trend già in atto: desiderio del consumatore di bere bene e meglio, esigenza di raccontare di più e meglio gli aspetti distintivi delle aziende, attenzione al biologico e alla sostenibilità. È vero che molte più aziende sono entrate in Gdo, ma riusciremo a trattenerle? Non lo so. Va sempre considerato che il consumatore non ha ancora così tanta voglia di dedicare troppo tempo allo scaffale".

Per seguire il processo di "premiumizzazione" in atto, in che misura la gestione dello scaffale va cambiata e aggiornata? "Noi - ha evidenziato Masetti - abbiamo scaffali significativi dove lavoriamo mediamente 5-600 etichette su 2.500 - 3.000 metri quadrati, tra vini tipici, base e spumanti. Sicuramente chi lavora con un numero di referenze minori sta avendo in questo momento performance migliori. Se io faccio trovare la categoria nei due punti caldi del negozio ne favorisco la vendita, ma credo che complessivamente il consumatore si aspetti di trovare uno scaffale più leggibile e non necessariamente di far trovare il prodotto in diversi punti di acquisto". "Concordo - ha affermato Polti -. Anche noi stiamo lavorando per caratterizzare e spiegare di più e meglio il vino tipico e lo spumante. Quello di cui dobbiamo tenere conto nel layout è il cross merchandising e il servizio, quindi, ad esempio, la vendita di un vino refrigerato".

#### I numeri: nessun innalzamento dei prezzi

"La grande distribuzione deve prepararsi a un atterraggio morbido perché le vendite record del periodo pandemico tenderanno a normalizzarsi con la riapertura del canale Horeca - ha detto Romano -. La Gdo dovrà lavorare per conservare e migliorare le novità emerse nell'ultimo anno e mezzo perché stiamo entrando in un periodo in cui i confronti avvengono a parità di scenario con un ritorno alla normalità e quindi i trend iniziano a raffreddarsi". Numeri ancora in crescita, si diceva, per il vino nella Gdo, rispetto ai dati del 2020 che si era chiuso con più 8,7% a valore e +6,6% a volume. "Stiamo considerando un perimetro - ha precisato Romano - che comprende Ipermercati, supermercati, le superfici più piccole anche inferiori ai 100 metri quadri, il mon-



do dei discount e un Panel Iri per le vendite on line e Amazon. Lo scorso anno leggevamo difficoltà per le superfici medio-grandi e grande successo per quelle medio-piccole avvantaggiate dal lockdown e da una spesa costretta a essere veloce e vicino a casa. Oggi, nel quadrimestre gennaio/aprile 2021, le tendenze rispetto al 2020 si sono invertite e il canale on line risulta sempre più competitivo e performante. Sulle piccole superfici possiamo dire che rispetto allo scorso anno le vendite

Una scelta economica vantaggiosa  
e un investimento nel futuro...con il partner giusto!

## L'EVOLUZIONE CADALPE

# 4.0

PRODOTTI E PROCESSI INTERCONNESSI  
CON L'UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE DIGITALI

Agevolazioni fiscali  
Miglioramento della competitività  
Visione più chiara dei processi  
Possibilità di revamping di impianti già consegnati  
Teleassistenza

**cadalpe**  
FOOD & BEVERAGE TECHNOLOGIES

Cadalpe Srl - Vazzola (TV) Italy  
Tel. +39 0438 441570 - www.cadalpe.com



sono in calo ma rispetto a due anni fa parliamo comunque di numeri di gran lunga positivi. Il rimbalzo degli ipermercati è invece fisiologico ed era prevedibile. Rispetto ai vini, notiamo sugli spumanti un dato che risulterebbe poco leggibile se non avessimo presente che lo scorso anno a marzo gli spumanti hanno subito un brusco e improvviso rallentamento e che nel corso del mese di aprile, a ridosso di Pasqua, questa categoria ha fatto registrare il peggior risultato degli ultimi vent'anni".

Confrontati i dati 2020 e 2021 e considerato l'aumento in valore rispetto alla quantità, c'è stato un innalzamento dei prezzi? "No! Non è una questione di aumento dei prezzi. Lo scorso anno a marzo e ad aprile la maggiore sofferenza l'abbiamo registrata tra i vini a maggior prezzo come Amarone, Brunello e a scendere. I vini con prezzi medio-alti hanno sofferto tanto. Il motivo sta nella diversa canalizzazione considerato che da marzo 2020 andavano di più le piccole superfici, rispetto alle grandi, dove l'offerta è inferiore e diversa e sempre considerato che i consumatori avevano la necessità di fare incetta. Quest'anno invece troviamo un'incidenza importante dei grandi vini (prezzo medio sopra i 15/20 euro) in termini di crescita e questo spiega la differenza tra la crescita a valore rispetto a quella a volume". Per quanto riguarda l'on line, detto che nel 2020 è cresciuto tanto e che continua a crescere nel 2021, esprime ad oggi una quota di mercato pari all'1,6%. "Il peso del canale associato alle performance in crescita permette di considerare l'e-commerce un segmento di assoluto interesse". Andando al dettaglio di vini e spumanti considerato l'andamento delle denominazioni per regioni di provenienza, notiamo che i risultati migliori li hanno i vini che vengono dalle regioni un po' più piccole come Molise e Liguria ma crescono anche regioni come la Sardegna, la Sicilia e la Puglia. "Bisogna dire che quasi tutte contribuiscono alla crescita - puntualizza Romano - e lo stesso andamento lo possiamo riscontrare nelle Igt regionali. Per quanto riguarda le bollicine va bene il metodo classico e, a seguire, il Prosecco. Da segnalare l'incremento delle vendite di spumanti dolci che vengono da anni di difficoltà".

#### Gli scenari possibili nel 2021

Dato per acquisito il dato del vino negli ultimi 4 mesi, Iri ha formulato tre ipotesi sul possibile andamento dell'intera annualità: 1) gli ultimi 8 mesi del 2021 potrebbero essere uguali a quelli dello scorso anno e in questo caso la crescita si assesterebbe attorno a un +6% a valore e +2,6% a volume; 2) stessi numeri del 2019 e allora la crescita risulterebbe decisamente più bassa, +0,2% a valore e -1,5% a volume; 3) con gli stessi livelli riscontrati a marzo e ad aprile 2021 avremmo una crescita del +15% a valore e del +4,5% a volume. "La mia ipotesi - sostiene Romano - è che saremo più vicini a un'ipotesi due magari un po' migliorativa. Difficile pensare si possano ottenere gli stessi risultati del 2020, per quanto ritengo si possa fare meglio degli ultimi mesi 2019". "Come Coop Italia - ha sottolineato Masetti - ci ritroviamo in questa fotografia. Stiamo registrando dei risultati molto importanti nel mercato del vino che, confermo, non sono legati a una variazione dei prezzi, anzi. Quelli che hanno subito una riduzione dei prezzi e che stanno soffrendo di più sono i vini risultati dalla vendemmia 2020 e che rientrano nel mondo brik, bag in box, pet, grandi formati. Dall'inizio dell'anno proprio su questo segmento stiamo verificando un -12/13%". Confermata anche la crescita importante delle bollicine. "L'anno scorso la Pasqua non c'è praticamente stata e invece la parziale riapertura del 2021 ha sicuramente giovato. Non parlerei, invece, di ripresa degli spumanti dolci che, se anche ci fosse stata in parte, riguarda comunque numeri molto piccoli. Quello che è importante è leggere la tenuta se non la crescita del mondo del vino bianco e rosso, spumante

metodo classico e Prosecco, posizionati su fasce medie o medio-alte".

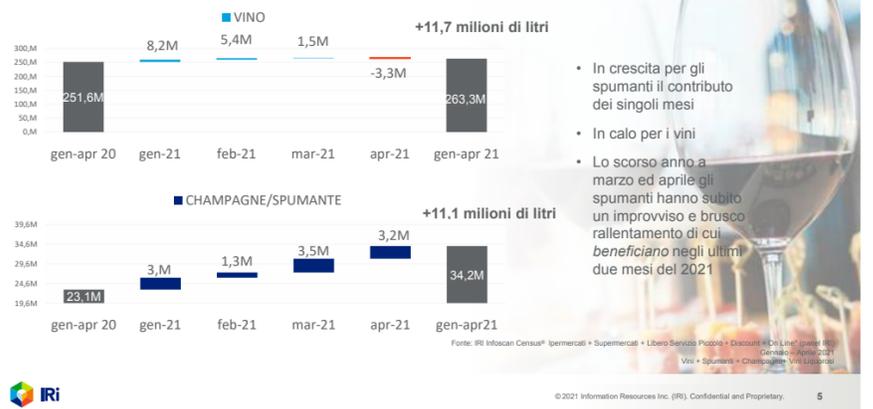
Come sono andati i prodotti a marchio nel 2020 e come sono andati in questi primi mesi del 2021? "Per quanto riguarda l'andamento delle vendite sulle linee a nostro marchio - commenta Masetti - nel mondo dei vini di base cioè il brik, siamo a un meno 2%. Ottime invece le performance sulle altre due linee dei vini tipici che sono 'Assieme' e 'Fior Fiore'. Per quanto riguarda gli scenari ipotizzati da Iri, io mi vedo di più nello scenario numero due". Anche Gianmaria Polti conferma per Carrefour i dati Iri ed evidenzia una crescita importante. "Nel vino tipico siamo cresciuti oltre il 10%, in particolare nel vino bianco probabilmente associato a un consumo più easy, da aperitivo. Sostanzioso, inoltre, il rimbalzo segnato dagli spumanti all'interno dei quali il metodo classico si attesta su un +70%. Una crescita che crediamo sia destinata a durare. C'è invece una contrazione dei vini comuni, tipologia che l'anno scorso aveva brillato e che quest'anno soffre. Se facessimo una classifica dei top seller, rispetto all'anno scorso c'è una rivoluzione. Troviamo nei primi dieci posti sei spumanti di cui due metodo classico. Per quanto riguarda il pricing, non ci sono stati aumenti di prezzo e assistiamo sempre di più al consumo di bottiglie di più alto valore. C'è voglia di sperimentare, di assaggiare cose nuove, di comprare la stessa bottiglia che si trovava al ristorante. In questo noi abbiamo cercato di aumentare il numero di etichette solitamente proprie dell'horeca e inoltre abbiamo introdotto referenze di livello medio - alto senza tralasciare il localismo che consideriamo un valore aggiunto". La pressione promozionale nel 2020 e nei primi mesi del 2021 com'è andata? "La pressione promozionale non accenna a diminuire - puntualizza Polti - ma nel vino è un modo per avvicinare il cliente senza scivolare su prezzi troppo bassi".

#### Multicanalità e premiumizzazione

"Mi sembra di notare una forte discontinuità - ha affermato Rocchelli - rispetto al passato. Tre elementi emergono su tutti: il fortissimo incremento delle vendite nella Gdo, che non è una grande novità perché in crescita da tempo; il processo di premiumizzazione degli assortimenti; l'importanza, che registro per la prima volta, data al canale on line". Per Mirko Baggio "il dato più eclatante è l'incremento della vendita a valore che indica uno spostamento dei consumi verso le fasce più alte presenti a scaffale. È una cosa interessante nel senso che già l'anno scorso la fascia di prezzo cresciuta di più era quella compresa tra i 7 e i 10 euro. Questo ci aveva già sorpreso perché si avvertiva la predisposizione del consumatore verso vini premium, Doc e Docg. Credo che al di là delle promozioni, produttori e Distribuzione organizzata debbano continuare a lavorare per valorizzare ulteriormente lo scaffale cercando di rappresentare i vini in maniera attenta alla territorialità. Anche secondo me è da evidenziare il canale dell'on line perché sta diventando importante. Le aziende devono prestarvi più attenzione e investirci".

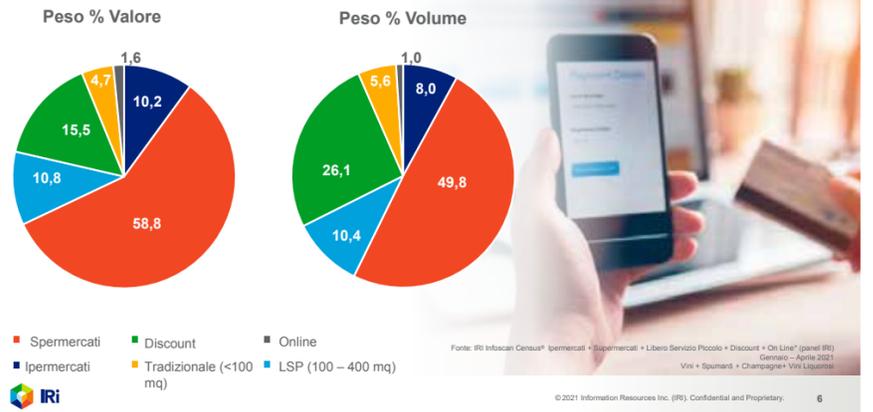
Ma come fare uscire dallo scaffale i prodotti premium? Come trattenerli all'interno della Gdo? "Ci lavoravamo prima e continuiamo a lavorarci. Chi è entrato in Gdo - puntualizza Masetti - lo ha fatto col concetto di rimanerci e credo sia giusto per farli rimanere la strada non è certo la promozione e il prezzo. Cerchiamo di sfruttare meglio alcune aree del negozio come la gastronomia che sono al momento quelle più in sofferenza". Ma esiste un passaggio di etichette dall'horeca alla Gdo? "Credo che si continuerà a considerare il vino come un elemento qualificante della propria offerta con la possibilità di lavorare nel punto vendita per assecondare le nuove tendenze di consumo dei più giovani e le nuove e diverse modalità di acquisto". Omar Bison

#### La differenza tra vini e spumanti nel contributo mensile alla variazione dei volumi è evidente



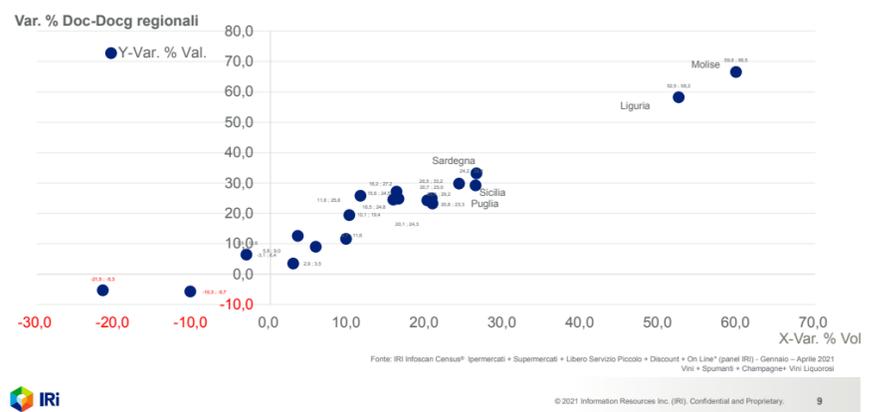
© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 5

#### La quota del canale Online è il doppio dello stesso periodo 2020



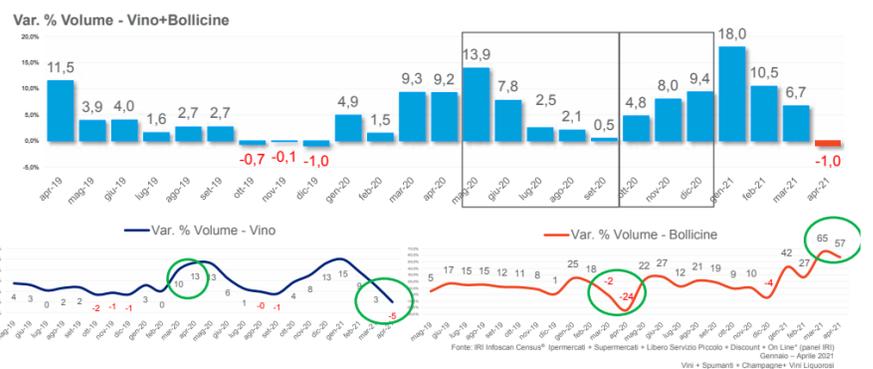
© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 6

#### La crescita delle Doc è trasversale alle regioni, salvo qualche eccezione



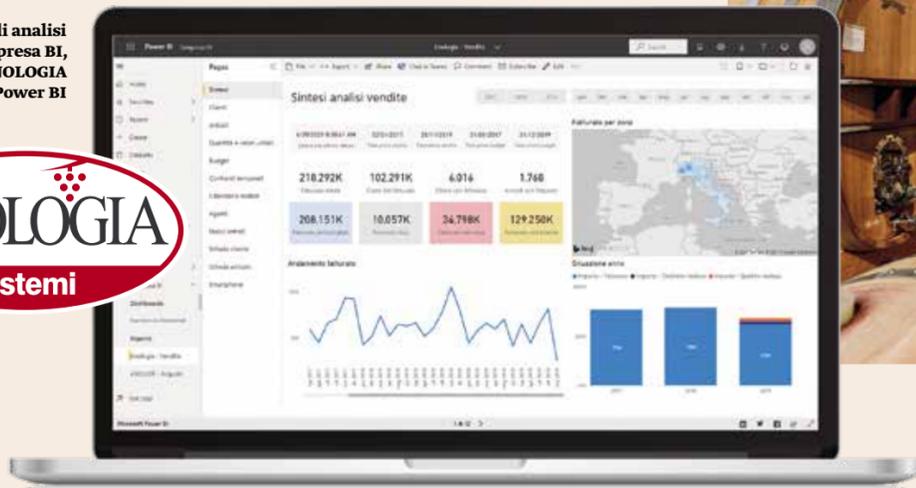
© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 9

#### Andamenti diversi tra il vino ed il mondo degli spumanti nel corso degli ultimi mesi



© 2021 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 12

Esempio di analisi  
ENOLOGIA Simpresa BI,  
l'integrazione di ENOLOGIA  
con Microsoft Power BI



CASE HISTORY SISTEMI - COLLEMASSARI

# GESTIONE CENTRALIZZATA E INTERCONNESSIONE A 360°

*Quando digitalizzare significa semplificazione e tracciabilità avanzata*

**I**ntegrare tutti i processi e le funzioni aziendali in un unico sistema che tiene conto delle peculiarità del settore vitivinicolo: questa la prerogativa di ENOLOGIA, il software gestionale sviluppato da Sistemi Spa in grado di gestire in modo integrato le molteplici attività che partono dal vigneto, proseguono nella cantina e arrivano fino alla spedizione delle bottiglie ai clienti. ENOLOGIA è un software Erp (Enterprise Resource Planning, pianificazione delle risorse d'impresa) che consente di gestire in modo centralizzato i dati di amministrazione e finanza, contabilità, magazzino, produzione, attività commerciale attraverso un avanzato sistema di Business Intelligence, e anche altri aspetti prettamente legati al mondo del vino, come l'ottemperanza agli obblighi stabiliti da Mipaaf e Agenzia delle Dogane, la tracciabilità e rintracciabilità in tutte le fasi della produzione, le operazioni di imbottigliamento e logistica. Tra le realtà vinicole che hanno adottato il software di Sistemi vi è la ColleMassari Spa, azienda toscana che comprende varie tenute (Castello ColleMassari, Grattamacco, Poggio di Sotto e San Giorgio) e si estende su 1.200 ettari complessivi, di cui 200 coltivati a vigneto e 90 a uliveto. A fondarla, verso la fine degli anni 90, furono i fratelli Maria Iris e Claudio Tipa, discendenti di una nobile famiglia siciliana che aveva fatto fortuna in Tunisia. Appassionati di barche a vela (il figlio di Maria Iris, l'imprenditore Ernesto Bertarelli, è proprietario del team Alinghi che vinse la Coppa America nel 2003 e 2007), amavano trascorrere la bella stagione navigando intorno al Monte Argentario. Cercando un luogo nell'entroterra dove ritirarsi nel periodo invernale, individuaron il castello medievale di Colle Massari, a una quarantina di chilometri a nord di Grosseto, che acquistarono e restaurarono completamente per farne la loro dimora (oggi ospita la sede dell'azienda). Poi iniziarono ad acquisire vigneti, trasformando pian piano la loro seconda passione, il vino, in una impresa produttiva che attualmente fattura 10 milioni di euro, è presente in tutto il mondo con le proprie bottiglie (Brunello di Montalcino, Bolgheri, Montecucco, Sangiovese e Vermentino sono i suoi best seller) e nel 2014 è stata premiata Cantina dell'anno dalla Guida vini d'Italia del Gambero Rosso.



Giampiero Pazzaglia

La casa vinicola toscana ColleMassari ha implementato il software ENOLOGIA sviluppato da Sistemi per mettere in connessione i vari reparti dell'azienda e avere una gestione centralizzata di tutti i dati di amministrazione, contabilità, magazzino, produzione e attività commerciale. Il software integra inoltre un sistema di tracciabilità avanzata basato sulla tecnologia Nfc, che abbatte il rischio di contraffazione dei vini e ne permette la geolocalizzazione in tutto il mondo

una apposita app, informazioni sull'autenticità del vino, sulle caratteristiche del prodotto, sui possibili abbinamenti. "Nel preciso momento in cui avviene la lettura a noi arriva il segnale di geolocalizzazione di quella bottiglia - aggiunge il direttore generale -. I motivi per cui abbiamo adottato questo sistema di rintracciabilità sono essenzialmente tre: sapere se i nostri vini, che abbiamo indirizzato a uno specifico mercato, hanno avuto la destinazione prevista; potere convogliare messaggi ai nostri winelover e riceverne da loro tramite la app; avere una visione di quali sono i mercati dove risultiamo più attraenti. Il mondo della moda ha adottato già da anni queste tecnologie per evitare la contraffazione dei marchi e le problematiche legate al mercato grigio".

Questo sistema di tracciabilità avanzata è applicato ai vini di alta gamma di ColleMassari. Sistemi ha messo a punto tutta la parte di software a livello di magazzino e commerciale, plasmando la soluzione in funzione delle specificità dell'azienda toscana. "È stato un lavoro importante, durato un anno - spiega Pazzaglia -. Abbiamo iniziato nel 2018, l'anno dopo abbiamo fatto i test per verificare che funzionasse correttamente e oggi il sistema è pienamente operativo. Sistemi ci ha aiutato a mettere in piedi un'organizzazione per mitigare questi costi, che non sono tanto dovuti ai tag Nfc in sé quanto al processo, poiché la velocità della linea praticamente si dimezza e quindi il costo di confezionamento aumenta".

## Organizzazione del lavoro semplificata

"Intorno al 2008 la parte amministrativa dell'azienda ha cominciato ad assumere dimensioni importanti - racconta Giampiero Pazzaglia, direttore generale di ColleMassari Spa -. È stato allora che ci siamo rivolti per la prima volta a Sistemi, avendo la necessità di semplificare l'organizzazione del lavoro, sia dal punto commerciale che tecnico e di controllo, mettendo in connessione fra loro i diversi reparti: la campagna, la cantina e l'amministrazione. Sistemi ci ha dotato di soluzioni informatiche che consentono di acquisire dati sulle ore di funzionamento delle macchine, sulle ore di manodopera, sui consumi e via dicendo, per riuscire ad associare un costo al chicco d'uva".

Il software permette di seguire l'intero processo produttivo a partire dalle attività in vigneto (dal Piano colturale al Quaderno di campagna) e di controllare i costi di produzione riferiti a questa fase. Passando alla cantina, ENOLOGIA è in grado di gestire in modo completo e integrato l'intero processo di trasformazione a partire dalla pianificazione dei ricevimenti uve fino alla fatturazione automatica in contabilità. La soluzione permette inoltre di tenere sotto controllo la tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti vitivinicoli, come vedremo di seguito. "Anche tutto il magazzino è informatizzato e questo ci semplifica molto il lavoro - aggiunge

l'intervistato -. Tutti gli ordini che arrivano dai nostri agenti e clienti vengono trasmessi al magazzino attraverso il gestionale con una rapidità sorprendente. Grazie ai programmi sviluppati da Sistemi, i nostri commerciali possono visualizzare sullo schermo dei loro palmari l'intera filiera".

## Progetto di tracciabilità avanzata

In partnership con Autentico, società che sviluppa soluzioni basate sull'utilizzo di sistemi Rfid (identificazione a radiofrequenza), Sistemi ha messo a punto una soluzione di tracciabilità e rintracciabilità in grado non solo di assicurare l'univocità del prodotto, ma anche di geolocalizzare le singole bottiglie. "In questo modo riusciamo a capire chi assaggia i nostri vini nel mondo, chi li distribuisce e addirittura arriviamo a sapere quando una bottiglia viene stappata", spiega Pazzaglia. La soluzione prevede l'impiego della tecnologia di ricetrasmisione a radiofrequenza contactless Nfc (Near-Field Communication), che funziona a corto raggio, fino a una distanza di una decina di centimetri. In pratica, si tratta di un minuscolo chip applicato sotto la retroetichetta o sotto forma di bollino, che viene attivato al momento dell'utilizzo mediante il passaggio delle bottiglie in un tunnel. Il consumatore, poi, non deve fare altro che avvicinare il proprio smartphone alla bottiglia per poter ricevere, tramite

## Assistenza in tempo reale

"Sistemi ci ha assistito molto nelle fasi iniziali di implementazione, interfacciandosi con il nostro responsabile amministrativo che è un sistemista, esperto di questi programmi - racconta Pazzaglia -. È stato lui a individuare le figure più adatte in azienda, quelle con la freschezza mentale per seguire il progetto. Queste persone hanno seguito corsi di formazione, che sono stati erogati anche on-line già prima della pandemia. Ora il sistema funziona molto bene. I responsabili dei vari reparti hanno sotto controllo tutta la situazione. Semplicemente entrando nel sistema è possibile visionare automaticamente i dati, sempre aggiornati, in forma di slide di immediata comprensione. In caso di problemi, Sistemi ci fornisce assistenza in tempo reale intervenendo da remoto. Sono sempre presenti e ci danno un supporto importante". L'esperienza con il software di Sistemi è stata talmente positiva che ColleMassari si sta attivando per applicare una soluzione simile anche al settore olio, dal momento che l'azienda ne produce tre tipologie a partire dalle olive raccolte nei propri uliveti e frante nel frantoio di proprietà. C.R.



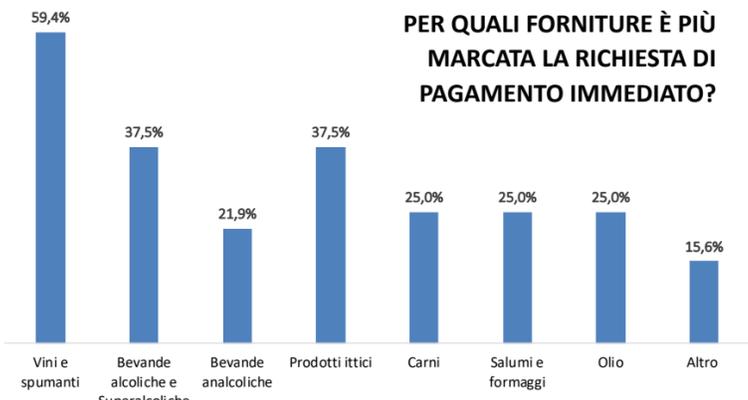


**WEBINAR  
VINITALY-  
FIPE CON LA  
PARTECIPAZIONE  
DEL CORRIERE  
VINICOLO**

La ripartenza e le riaperture rappresentano oggi un momento importante per ridare slancio al canale Horeca, fortemente penalizzato nell'ultimo anno e mezzo. Produttori e ristoratori a confronto, per costruire nuove forme di collaborazione sinergiche per entrambi i settori, tra ottimismo, necessità di affrontare il problema dei crediti e un atteggiamento critico di fronte alle (poche) risposte avute dalla politica in questo difficile periodo

di ANDREA GUOLO

# Vino e ristorazione NUOVI DIALOGHI POST PANDEMIA



**LA FIDUCIA NON MANCA**

➔ Come vede il suo futuro nel settore? Pensa che continuerà a svolgere questa professione?

**85%**  
dei bar e dei ristoranti è fiducioso che al termine della pandemia potrà tornare a svolgere la propria professione, anche se poco più della metà ritiene che il proprio lavoro sia ormai cambiato per sempre

**SONO FIDUCIOSO 49,2%**

una volta terminata l'emergenza potrò tornare a svolgere questa professione **con tutti i cambiamenti** che la pandemia ha comportato

**SONO FIDUCIOSO 35,1%**

una volta terminata l'emergenza potrò tornare a svolgere questa professione **come l'ho sempre svolta in passato**

**NON VEDO PROSPETTIVE 15,7%**

sono disperato e temo di non avere un futuro nel settore

Base campione: 1.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

Fonte grafici in questa pagina e a pagina 17 in alto: Ricerca sul consumatore post pandemia a cura dell'Ufficio studi di Fipe



Come l'estate 2020, quando la ripartenza della ristorazione fu più rapida del previsto soprattutto nelle località del turismo estivo (mare, montagna e laghi), anche l'estate in corso mostra segnali di riscatto per il comparto Horeca. Per i produttori di vino, questi segnali già in parte concretizzati - anche se nelle città d'arte e in quelle a vocazione business la ripresa è rinviata al momento di piena uscita dalla pandemia - rappresentano l'occasione per riprendere il pieno controllo di un canale determinante per la fascia premium, che nella Grande distribuzione e nell'online stenta a imporsi, e anche per operare con una marginalità superiore rispetto agli altri canali. Lo stato dell'arte e le prospettive del dialogo tra clienti della ristorazione e fornitori di vino sono stati l'argomento di discussione del recente webinar "Ristorazione e vino: una relazione di successo alla prova della ripartenza", promosso da Vinitaly e Fipe con la partecipazione de "Il Corriere Vinicolo". Durante il talk online, moderato da **Giulio Somma** (direttore del nostro giornale), sono emersi sia i punti di forza di un rapporto ormai consolidato tra vino e ristorazione sia anche i punti critici legati alla riapertura delle attività e, in particolare, la problematica dei crediti deteriorati. Tuttavia, l'ottimismo per una ripartenza "vivace e sana" contraddistingue entrambe le parti, al pari di un atteggiamento fortemente critico

## Pulltex® Wine tools 2021

www.pulltex.it

**VIP Products**

Scopri la nostra nuova collezione di articoli per le tue promozioni sul vino.

Seguici su  
PULLTEX ITALIA D&G SELEZIONE

**MAGGIO IL MESE DELLA RIPRESA DEL MERCATO AWAY FROM HOME!**

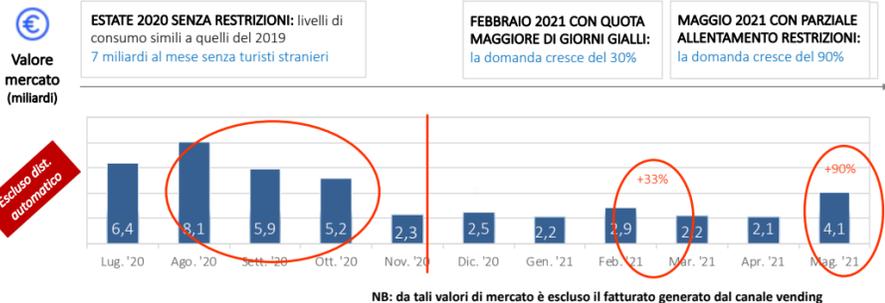
- A MAGGIO, MALGRADO LA PRESENZA DI RESTRIZIONI (consumi solo all'aperto e coprifuoco alle 22), GLI ITALIANI HANNO DIMOSTRATO LA LORO VOGLIA DI CONSUMARE FUORI CASA: SPESI 4,1 MILIARDI, IL 90% IN PIÙ DI APRILE (CIRCA IL 30% IN MENO RISPETTO AL 2019)

**MAGGIO IL MESE DELLA RIPRESA AFH: i canali**

Variazioni mercato a valore (Maggio 2021 vs Aprile 2021)

- GLI ITALIANI TORNANO A CONSUMARE NEI RISTORANTI (+221%).
- LA PAROLA D'ORDINE È FARSI COCCOLARE IN PRESENZA, SPECIE IN RISTORANTI DI MEDIO-ALTO LIVELLO (+460% e +350% per Ristorante 20-30euro e >30euro)
- LA RIAPERTURA DEI PUNTI DI CONSUMO FRENA IL FOOD DELIVERY (-25% - specie l'off-line -30% rispetto all'on-line -7%) E IL VENDING.v

	PUNTI DI CONSUMO	
	VAR. %	Mag '21 VS Apr '21
<b>TOTALE</b>	<b>93%</b>	
Ristoranti	221%	🟢
Bar	84%	🟡
Fast food/self service in catena	24%	🟡
Food Delivery	-25%	🔴
Locale con cibo da asporto	30%	🟡
Distributore automatico	-12%	🔴



TradeLab Consumer Tracking Fonte: TradeLab - AFH Consumer Tracking (interviste dal 1 luglio 2020 al 31 maggio 2021)

verso il contributo finora offerto dalla politica dalla quale ci si attende legittimamente un cambio di passo. "Mai come in questi mesi la ristorazione italiana è stata al centro del dibattito politico del Paese, diventando addirittura il termometro della riapertura - ha detto Giulio Somma in apertura - le discussioni sul numero dei commensali, la possibilità di mangiare all'aperto o al chiuso, gli orari di chiusura notturna sono stati al centro di una polemica politica, a volte strumentale, ma che comunque hanno riportato al centro dell'attenzione dell'opinione pubblica l'importanza di questo comparto". Una importanza, ha sottolineato ancora il direttore de Il Corriere Vinicolo, che però non ha avuto dalla politica le risposte che era lecito attendersi.

**Piani di rientro per i crediti**

Preceduto dai saluti istituzionali di **Giovanni Mantovani**, direttore di Veronafiere e Vinitaly, e di **Alessandro Cavo**, consigliere nazionale di Fipe, l'incontro si è aperto con la ricerca presentata da **Luciano Sbraga** (Ufficio Studi Fipe) sul consumatore post pandemia ed elaborata dalla Federazione dei pubblici esercizi su base Tradelab, dalla quale emerge che le parziali riaperture anche serali di maggio hanno fatto lievitare i consumi del +90% (a 4,1 miliardi di euro) sul mese precedente, con punte del +221% per il segmento dei ristoranti e del +375% per i locali dell'aperitivo, con conseguente frenata del ricorso al food delivery (-25%). Dopo mesi di indigestione domestica, tra i consumatori è tornata prepotentemente la voglia di uscire e ciò è avvenuto in un periodo ancora contraddistinto da limitazioni nell'orario di apertura dei locali. Un dato che apre prospettive ancora più interessanti per i mesi di piena estate, quando dovrebbe esserci totale libertà di orario. Di conseguenza, tra i ristoratori è tornata la fiducia: solo il 15,7% non vede prospettive per la continuazione della propria attività, mentre poco meno del 50% si dice pronto a tornare a svolgere la professione avendo messo in atto tutti i cambiamenti resi necessari dalla pandemia. I tempi del ritorno al livello pre-Covid, per la ristorazione italiana, non sono poi così lontani: il 36% lo vede possibile già dal prossimo anno, la stessa percentuale lo rinvia al 2023 e un 27% pensa di poterlo centrare nel 2024.

Parlando invece del rapporto commerciale, dalla ricerca Fipe emerge che oggi un quarto dei fornitori chiede il pagamento alla consegna delle merci e tale richiesta è particolarmente alta nel caso dei vini e degli spumanti, categoria che precede quella degli spirits in seconda posizione al pari dei prodotti ittici. Preoccupa soprattutto la potenziale inesigibilità dei crediti maturati verso la ristorazione nel corso del 2019, per i quali le aziende vitivinicole hanno messo in cantiere dei piani di rientro che, come ha affermato **Francesca Argiolas** di Cantine Argiolas (Serdiana, Cagliari): "Sono stati ampiamente rispettati dai nostri clienti. A oggi i crediti in sofferenza cubano all'incirca l'1-1,5% dei nostri ricavi e in generale non dipendono dal 2020. Si tratta infatti di sofferenze che si trascinano da qualche anno, anche se certamente i clienti in difficoltà non sono stati aiutati dall'andamento del 2020. In ogni caso, di fronte alle difficoltà, abbiamo cercato di cucire in modo quasi sartoriale su ogni cliente il piano di rientro, per poter loro permettere di superare le problematiche emerse senza il rischio di incagliarsi". Una visione, quella di Argiolas, condivisa da **Antonio Rallo** (Donnafugata), che rilancia sul tema dell'accesso al credito per far ripartire gli approvvigionamenti dei ristoratori, dando origine a un circolo virtuoso di liquidità necessario per sanare le pendenze. "La situazione resta fortemente in bilico - ha evidenziato Rallo - perché nel settore del vino c'è una forte esposizione con tanti crediti meno buoni rispetto al passato. Occorrono aiuti per dare alla ristorazione la possibilità di ricostituire gli stock di vini e di derrate alimentari. Altrimenti si inceppa il meccanismo di filiera, perché a oggi c'è un raddoppio delle perdite sui crediti e questo raddoppio pesa sui bilanci delle aziende vinicole. Solo unendo le energie dei due comparti riusciremo a raggiungere una nuova normalità. E io credo che si possa mettere la ristorazione in condizione di ripartire con un maggior accesso al credito, magari mirato all'acquisto di prodotti italiani come è stato fatto anche in passato ma con tempi di erogazione molto più rapidi. E poi serve un sostegno per la questione affitti, e su questo ci vorrebbe un intervento da parte della politica sui contratti di affitto e sugli acquisti; un intervento mirato per sostenere chi vuole impegnarsi a ripartire". Appello sottoscritto da Francesca Argiolas, che ha affermato: "Vino e ristorazione appartengono a una filiera di eccellenza e meritano più attenzione e più rispetto. Chiediamo alla politica velocità e dinamismo, lo stesso che oggi si chiede ad aziende come le nostre. Chiediamo velocità nel dare risposte e nell'offrire un sostegno ai nostri comparti".

**Le (inefficaci) risposte della politica**

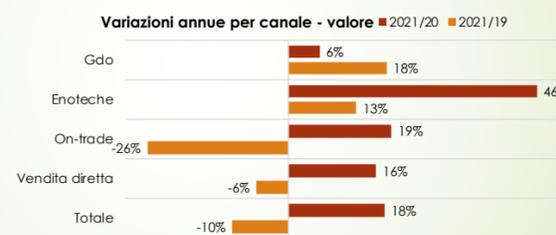
L'inefficacia delle risposte provenienti dalla politica è stata evidenziata da **Nadia Pasquali**, ristoratrice a capo del ristorante Alla Borsa di Valeggio sul Mincio (Verona), che ha affermato: "Non siamo

andati alla ricerca di sostegni che sono mancati, di bonus ristorazione (promossi dal Mipaaf e da alcune regioni, ndr) inadeguati e gestiti con troppa burocrazia. La maggior parte dei ristoratori non ha avuto accesso ai bonus: le procedure vanno rilanciate e semplificate". Pasquali ha inoltre evidenziato il lavoro svolto dai ristoratori durante il periodo di chiusura forzata: "La formazione e l'informazione digitale hanno permesso al pubblico di acquisire conoscenze, competenze e curiosità. E oggi i ristoratori possono sfruttare questo patrimonio acquisito dalla clientela, diventata più esigente, partendo dagli acquisti di vini forniti da piccoli produttori. Quanto ai crediti incagliati, i problemi sono spesso eredità del passato e io vedo che se uno ha cercato di essere corretto nel corso del 2020, allora è stato sostenuto dai suoi fornitori. I ristoratori scorretti sono stati penalizzati ma è peggio per loro, perché la correttezza di tutta la filiera finirà per salvare tutta la filiera". Tra le risposte messe in atto dal ristorante alla Borsa c'è anche il potenziamento

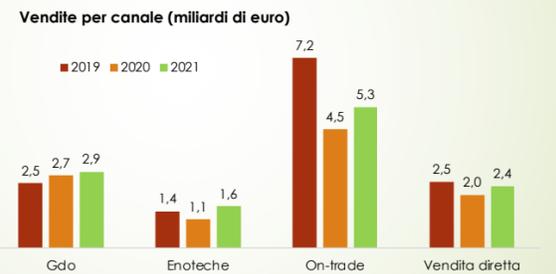


**Le previsioni per il 2021**

Nell'anno in corso, grazie alle riaperture e a una stagione estiva che si annuncia positiva, il segmento Horeca incomincia gradualmente a riprendere quota. Ovviamente il saldo sul 2019 - anno pre-Covid - resta ancora passivo



Infatti, nonostante il recupero atteso nel 2021, la perdita cumulata dal segmento Horeca rispetto al 2019 si attesterà su circa 4,6 miliardi di euro



Fonte grafici: Osservatorio del Vino UIV

della gamma di vini proposti al calice. "Abbiamo aumentato il numero di etichette servite a bicchiere e abbiamo potenziato lo storytelling, il racconto legato a ciascun vino, facendo innamorare i nostri clienti che sono usciti per tornare a divertirsi e non vogliono trovarsi ristoratori arrabbiati. Basta 'musoni' e basta dietrologia, questa è l'ora della correttezza, dell'informazione al cliente e di affrontare il nostro lavoro con fantasia ed entusiasmo". **Lorenzo Lisi**, titolare del ristorante Da Pierluigi a Roma, ha ribadito nel suo intervento le maggiori difficoltà dei centri storici e delle città d'arte rispetto alle località leisure e ai centri minori, affermando poi che: "Il mondo del vino deve aiutare i ristoratori a superare questo momento di difficoltà, ma i ristoratori devono rispettare i rapporti di fornitura. Le aziende vinicole si sono rese più elastiche, e spesso sono scomparsi i minimi quantitativi imposti nel passato ai loro clienti. Credo invece che il governo abbia enormi responsabilità rispetto al poco che è stato fatto durante la pandemia per il nostro settore, fatto ancor più grave per un Paese dove il turismo ha un'importanza enorme. A giugno, sono tornati i bollettini da pagare come se fossimo già in piena ripresa, ma la realtà è ben diversa perché arriviamo da 16 mesi di crisi profonda e che abbiamo dovuto affrontare con strumenti inefficaci e inadeguati per operare rispetto alla profondità della crisi, soprattutto in località come il centro di Roma dove i costi sono estremamente superiori rispetto alle zone periferiche. Ci aspettiamo, per il futuro, che il governo faccia molto di più per le imprese che hanno pagato correttamente le tasse in tutti questi anni".

**Più fisico, meno virtuale**

Il delivery, come prevedibile, ha rappresentato l'unica possibilità di continuare a fare business durante la pandemia, ma ora che i clienti tornano a uscire e a frequentare i ristoranti, la sua importanza - fatto anch'esso prevedibile - ha iniziato a scemare. "Alla fine, i clienti si sono stancati di tutto quel packaging, non riuscendo mai a ottenere il 100% del risultato sperato. Quindi a marzo/aprile il calo era già stato importante a Roma" ha precisato Lisi. Il quale ha poi preso in considerazione il ruolo della consegna a domicilio per il vino tramite i portali online: "La crescita c'è stata, però ora che siamo tornati alla normalità c'è sicuramente una flessione dell'e-commerce, anche perché il delivery sconta l'assenza del sommelier, vero ambasciatore della cultura vinicola e di tutte le novità presentate ogni anno sul mercato. I prossimi anni vedranno la centralità di questa figura professionale, anche se l'e-commerce manterrà una parte della quota di mercato conquistata durante la pandemia". Nadia Pasquali, nel frattempo, ha utilizzato il periodo del lockdown per potenziare il suo servizio di consegna a domicilio, puntando anche sui vini in abbinamento da fornire alla clientela. "È stata l'opportunità per far girare la cantina e far uscire le bottiglie in giacenza, aiutando le entrate del ristorante, attivando il personale e incuriosendo il pubblico con la nostra capacità di offrire una consulenza. Così abbiamo fidelizzato un certo pubblico che ha scoperto le nostre potenzialità di comunicare i prodotti e gli abbinamenti possibili. Guardando in prospettiva, credo che i ristoratori che hanno creduto nelle potenzialità del digital potranno entrare in un nuovo canale, diventando anche un punto vendita, simili a piccole enoteche". Passando ai produttori, Antonio Rallo riconosce la crescita avvenuta nel canale online, che però rimane marginale per i bilanci delle cantine: "Il nostro mondo deve essere raccontato con efficacia e il comunicatore di riferimento resta il sommelier, perché lo storytelling è fondamentale per conquistare il cliente ed è quel che il cliente cerca sempre di più" ha affermato il titolare di Donnafugata. "Credo che la situazione sia destinata a riequilibrarsi - ha ribadito da parte sua Francesca Argiolas - anche se il peso

del delivery e dell'e-commerce sarà superiore rispetto al periodo antecedente alla pandemia. Il cambiamento c'è stato e non si tornerà indietro. Ma anch'io sono convinta che al centro di tutto ci sia il racconto, che si può certamente fare attraverso il web, ma non con la passione e con la competenza che appartengono alla ristorazione. Le abitudini acquisite dai consumatori prima della pandemia non sono state perdute".

**Enoteche in auge**

Per il vino fuoricasa, in sostanza, è iniziata la marcia del recupero verso i valori pre Covid, anche se il ritorno ai fasti del 2019 non sarà immediato. La ricerca illustrata da **Carlo Flamini**, responsabile dell'Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini, ha infatti evidenziato che nonostante l'incremento dell'on-trade sia stimato in risalita sul 2020 (+19%), il gap a fine anno rispetto al 2019 sarà ancora del -26%. Dai 7,2 miliardi del 2019, le vendite di vino sono scese a quota 4,48 miliardi nel 2020 e le stime per l'anno in corso sono di 5,33 miliardi. È invece previsto un superamento dei livelli precedenti alla pan-

demia per il canale delle enoteche, che dovrebbe chiudere il 2021 con 1,57 miliardi di euro contro gli 1,4 del 2019, e nel frattempo continua il rafforzamento della Grande distribuzione, che da 2,45 miliardi del 2019 è salita a 2,73 nel 2020 e dovrebbe sfiorare i 2,9 miliardi nell'anno attuale. Sulla ripartenza della ristorazione pesa il debito accumulato dagli esercizi pubblici verso i fornitori di vino, quantificato in mezzo miliardo di euro, ma l'analisi di Flamini evidenzia da un lato la maggior attenzione che le case vinicole eserciteranno nei confronti dei clienti ristoratori e dall'altro come le nuove forme di consumo sperimentate in pandemia - in particolare il delivery - possano diventare occasioni per sostenere le vendite dei vini nel canale della ristorazione.

**INTERVISTA AL NEO  
PRESIDENTE DEL  
CONSORZIO DEL GAVI,  
MAURIZIO  
MONTOBBO**



# GAVI

*Riflessione a tutto tondo sul presente e futuro della denominazione piemontese. La ripresa, la necessità di salvaguardare il valore del prodotto e tutelare la parte agricola della filiera. Urgente varare misure di supporto "a breve" per le imprese in tema di credito. Sblocco della riserva ed enoturismo tra le priorità. Poi, incrementi "ragionati" del potenziale viticolo e promozione all'estero. Il futuro green e digitale della "transizione enologica"*

**R**itornare a ricoprire una carica che già si è avuta nel passato non sempre è positivo. Ma ci sono casi in cui rinunciare non è proprio possibile, vuoi per l'attaccamento che si ha per quella struttura, vuoi per quel senso di responsabilità che a volte condiziona in positivo le scelte delle persone.

Questo è un po' quello che è successo al Consorzio di tutela del Gavi, dove di recente l'Assemblea dei soci ha nominato il nuovo Consiglio d'amministrazione, che ha poi successivamente eletto come nuovo presidente **Maurizio Montobbio**. Per lui si tratta di un felice ritorno, avvalorato dalle calorose sollecitazioni dei principali produttori associati: 51 anni, viticoltore, aveva già presieduto il Consorzio nel triennio 2015-2018 e adesso succede a Roberto Ghio. E Maurizio Montobbio ha voluto concedere una tra le sue prime interviste da nuovo presidente proprio al nostro settimanale: "Mi porta bene dialogare con Il Corriere Vinicolo - ha detto -. L'avevo già fatto con fortuna durante il mio primo mandato e lo rifaccio con piacere, anche perché con la vostra testata si possono affrontare molti temi, compresi quelli economici e strategici. E in questo momento ce n'è un grande bisogno".

**Presidente, come ha trovato la Denominazione dopo il suo "periodo sabbatico" e soprattutto come veda la ripartenza del settore dopo un tempo così drammaticamente influenzato dalla pandemia e dalle sue conseguenze?**

È inutile nascondersi o fare finta che nulla sia capitato. Veniamo da un periodo critico, dopo il quale probabilmente la ripresa sarà significativa. Ma non bisogna fermarsi alle apparenze. Non condivido l'atteggiamento di chi, in Italia, tende a proporre a tutti i costi bilanci positivi solo facendo riferimento all'eventuale incremento dei volumi. Spesso gli indicatori della quantità nascondono situazioni ben differenti. Non vorrei che si ripetesse quanto accaduto nella seconda parte del 2020 quando il "rimbalzo" dovuto alle varie riaperture ha portato benefici in termini di volumi, ma ha trascurato gli effetti sul valore dei vini venduti. Anche adesso rimangono le incognite sul valore e chi sta pagando il prezzo più alto è la parte agricola della filiera. La maggiore concentrazione delle vendite nella grande distribuzione sia in Italia che all'estero ha permesso in alcuni casi di mantenere i volumi delle vendite, ma i prezzi sono scesi e non sempre gli stessi imbottiglieri sono riusciti a mantenere i volumi dell'imbottigliato degli anni precedenti.

**Parliamo di misure di supporto alle aziende, sia quelle del 2020, sia queste ipotizzate per il 2021. Ragionando in termini di futuro, non sarebbe meglio dirottare le risorse della distillazione a misure rivolte al mercato? Non c'è il rischio solo di tamponare anziché favorire e accelerare la ripresa?**

A questo proposito, per il momento non sono entrato nel dibattito in corso sulle misure di contrasto all'emergenza pandemica, ma credo che ci sia bisogno di interventi straordinari. Più che di supporti di tipo promozionale verso i mercati esteri che possono dare riscontri nel breve-medio periodo, il settore avrebbe necessità di interventi immediati (es. sostegni al credito) capaci di aiutare le aziende nel brevissimo periodo per l'anno in corso e per il prossimo. Il settore va aiutato ad esempio a portare a casa i crediti "incagliati" e soprattutto a ripristinare il valore dei vini degli anni precedenti, limitando al minimo i problemi di marginalità che sono stati evidenziati da molti produttori, in particolare quelli che operano con la Grande distribuzione, che sta facendo pagare al mondo produttivo molte iniziative promozionali. È vero che si mantengono i volumi, ma il valore della bottiglia segna il passo. Magari si può parlare anche di distillazione, ma in modo mirato e chirurgico, limitando gli interventi ai soli vini che davvero fanno fatica a trovare canali di vendita e di consumo e a ritrovare un buon equilibrio domanda-offerta. C'è una cosa di cui il settore non ha assolutamente bisogno, ovvero di misure generiche che non tengano conto delle differenti situazioni che ci sono nella galassia delle molte denominazioni italiane.

## Una Docg in salute verso una svolta green e digital

a cura di **GIULIO SOMMA** e **CARLO FLAMINI** - redazione di Giancarlo Montaldo



**IL CONSORZIO  
TUTELA DEL GAVI**

Il Consorzio tutela del Gavi negli ultimi 10 anni, ha sperimentato una costante crescita in superficie vitata (da 1.076 ettari a 1.570), pari a + 49% e bottiglie prodotte (da 8 a 12,5 milioni) pari al +70%. L'85% della produzione è destinato all'export: sono più di 100 i Paesi nel mondo in cui è presente il Gavi Docg. Le aziende associate al Consorzio tra produttori, vinificatori e imbottiglieri sono 189; oltre 350 è il numero totale delle aziende comprese nell'Erga Omnes. Il fatturato delle aziende produttrici supera i 60 milioni di euro.

Sono 5.000 le persone impiegate nella filiera. Maurizio Montobbio è il nuovo presidente ed è affiancato da Dario Bergaglio (La Chiara) e Massimo Marasso (F.lli Martini) nel ruolo di vicepresidenti. Il Consiglio di amministrazione, recentemente rinnovato, è composto da: Fulvio Bergaglio (San Bartolomeo), Roberto Broglia (Broglia), Giancarlo Cazzulo (Cantina Produttori del Gavi), Roberto Ghio (Vigneti Piemontemare), Claudio Manera (Araldica Castelvero), Gianni Martini (F.lli Martini), Stefano Moccagatta (Villa Sparina), Gianlorenzo Piccolo (Piccolo Ernesto), Fabio Scotto (Terre da Vino), Gian Franco Semino (Cantina Produttori del Gavi).

**A proposito di distillazione, facciamo un po' di retrospettiva su ciò che è successo l'anno scorso. L'efficacia di questo intervento si è avuta solo in quelle regioni dove l'Ente locale ha messo a disposizione ulteriori incentivi rispetto all'intervento nazionale. In Piemonte cos'è successo?**

La mia sensazione è che i valori proposti per la distillazione in Piemonte fossero troppo bassi e, quindi, non siano risultati interessanti per molti vini a Doc e Docg. Ma c'è stato comunque un riscontro positivo: anche se l'importo messo a disposizione del Piemonte era limitato (4 milioni di euro), il fatto di averlo concentrato su poche denominazioni in grave difficoltà ha favorito buoni risultati. Il mondo del Brachetto (Acqui e Piemonte), ad esempio, ha distillato tre annate (2017-18-19), ritrovando un buon equilibrio generale. Ma le denominazioni più importanti, Gavi, Barolo, Barbaresco e altre ancora, non si sono nemmeno avvicinate al provvedimento, vuoi perché avevano in casa propria le risorse per resistere, vuoi perché i loro prodotti hanno continuato a percorrere i mercati consueti. Il risultato si è visto durante la vendemmia 2020, quando le uve hanno potuto affrontare in maniera non traumatica un passaggio che da più parti veniva segnalato come cruciale.

**Se doveste orientare l'attività del Consorzio in due fasi, nel breve e nel medio termine, quali attività vorreste mettere in campo più velocemente per aiutare le aziende in questa fase in cui la ripresa potrebbe venire dai mercati, ma anche dal territorio con il turismo?**

Credo che dedicheremo il periodo fino alla prossima vendemmia a fare programmazione. Il mondo sta cambiando rapidamente e prendere decisioni solo basandoci sul passato non credo sia opportuno. Per ora, abbiamo deciso di porre grande attenzione all'equilibrio di mercato e, perciò, aumenteremo la disponibilità di vino per l'imbottigliamento, sbloccando il 40% della riserva vendemmiale. Quanto all'enoturismo, nel 2021 la situazione dovrebbe essere migliore rispetto al 2020, quando hanno lavorato soprattutto le attività familiari, mentre i resort del nostro territorio non hanno potuto aprire. Con la riattivazione dell'intera capacità recettiva e anche grazie alla vaccinazione, ci auguriamo che il flusso possa essere maggiore, con la presenza anche degli stranieri che l'anno scorso si sono visti in percentuali molto contenute. È vero che bisognerà continuare a mantenere le misure di cautela, ma speriamo di poter



di nuovo contare sui nostri soliti flussi dall'Europa, dalla Cina e dalla Corea che hanno sempre assicurato belle presenze nelle nostre strutture più prestigiose. Non trascureremo certo il turismo di prossimità: se è vero che gli italiani, con la loro propensione al risparmio, hanno accantonato 150 miliardi di euro in più, ci auguriamo che vogliano uscire e godersi anche il nostro territorio con le sue indubbe particolarità.

#### Con quali numeri arrivate alla ripartenza, rispetto alle ultime annate, in termini di imbottigliato e di giacenze?

La denominazione è in buona salute. Le giacenze sono basse, tanto che abbiamo deciso di sbloccare il 40% della riserva vendemmiale: nel periodo gennaio-dicembre 2020 le nostre aziende hanno consolidato le posizioni, preparando 12.355.653 bottiglie rispetto ai 12.240.624 dello stesso lasso di tempo del 2019. Anche i primi 4 mesi dell'anno 2021 evidenziano una tendenza positiva per numero di fascette ritirate dai produttori: a parte gennaio, che ha segnato un rallentamento legato alle conseguenze della Brexit, febbraio marzo e aprile hanno rivelato tutti il segno positivo rispetto al 2020 e al 2019.

#### Nella gestione della denominazione "Gavi" avete notato nel 2020 e in questa prima parte del 2021 un incremento della riclassificazione verso le denominazioni di ricaduta (es. Piemonte Cortese)?

Per noi questo problema praticamente non esiste, perché la differenza di prezzo allo stato sfuso tra un Gavi Docg e un Piemonte Doc Cortese è così elevata che il nostro prodotto non può mai scendere a una denominazione di ricaduta. Al massimo è possibile operare con il taglio tra le annate, ma questa è una scelta che spetta alla singola azienda. Da tempo dedichiamo una particolare attenzione alla gestione della denominazione, prima con un focus mirato sugli impianti e poi anche sulle rese in vigneto. Questo "governo" ci ha permesso di mantenere sempre un buon equilibrio tra offerta e domanda. È vero: nel passato abbiamo vissuto anche periodi critici, con andamento dei prezzi dei vini sfusi molto altalenante, ma da quando ci siamo dotati di un governo autorevole della denominazione tutte queste incertezze sono tramontate.

#### Parliamo del potenziale viticolo. A suo avviso, sono ipotizzabili a breve termine aumenti dei vigneti, anche in una percentuale minima, rispetto al recente passato?

La gestione della denominazione "Gavi" rispetto agli impianti per noi è da tempo un fiore all'occhiello. Anche negli ultimi anni abbiamo proseguito sulla stessa strada, ovvero con successivi piani triennali che - in sintonia con la Regione Piemonte - prevedono incrementi "ragionati" del potenziale viticolo. Una denominazione che non cresce, nel medio-lungo periodo tende alla crisi. A parte certi casi eccezionali, siamo contrari sia al blocco degli impianti che alla loro totale liberalizzazione, perché in ogni caso le conseguenze potrebbero essere molto negative. Quanto ai mercati, abbiamo riscontrato spazi di crescita in Uk, che per noi è un ottimo sbocco, visto che il 35-40% dell'esportazione va verso Londra.

Bisognerebbe, però, organizzare iniziative specifiche di promozione verso l'estero, cosa che finora non abbiamo attuato. Negli ultimi anni, abbiamo dedicato una particolare attenzione al mercato italiano, ma i risultati finora sono stati scarsi.

#### A questo punto, possiamo fare un quadro sintetico della destinazione delle vendite di Gavi?

Come altre denominazioni piemontesi, il Gavi Docg ha una forte propensione all'esportazione, che sul totale del mercato incide per l'85%. Le vendite in Italia, quindi, si limitano al 15% del totale. I principali paesi esteri di riferimento sono la Gran Bretagna, gli Stati Uniti, la Germania e la Russia, ma sono quasi 100 le altre destinazioni estere dove il Gavi ha un suo mercato più o meno sviluppato.

#### Parliamo della tipologia Spumante nella denominazione "Gavi". I dati economici dicono che finora è rimasta una "chicca" all'interno della Docg. Secondo lei, sarà sempre così oppure avete in mente qualche progetto per dare allo spumante il risalto che merita?

La tipologia Spumante è presente da sempre nella denominazione "Gavi", ma - nonostante il tempo trascorso - il suo dato produttivo resta infinitesimale. A questo punto, è evidente che i produttori non si focalizzano su questo prodotto. E non è che nel tempo abbiamo trascurato questa tipologia. Adirittura abbiamo anche creato la tipologia Riserva Spumante Metodo Classico, sperando che il settore volesse investire su questo prodotto, ma non è stato così. La nostra strategia prevalente è sempre stata orientata a fare vini bianchi fermi di spiccata longevità e credo che proseguiamo su questa strada. A nostro avviso sarebbe dispersivo investire in promozione su una tipologia che non incontra i favori delle nostre aziende. Anche in futuro ci concentreremo sulla tipologia di Gavi tranquillo, che rappresenta più del 99% dell'imbottigliato e, magari, cercheremo di potenziarne la specifica Riserva.

#### A proposito del tema "prezzi e valore" un Consorzio non ha per legge strumenti per intervenire direttamente su di essi, ma può trovarsi a gestire situazioni spiacevoli tipo quello della classica "pecora nera" che abbassa i prezzi per vendere e stare sul mercato, ma nello stesso tempo deve cercare di distribuire il valore lungo la filiera. Come Consorzio vi siete mai trovati in situazioni di questo tipo?

Per fortuna, i grandi imbottiglieri della nostra denominazione sono anche proprietari di vigneti sul territorio, siedono nel Consiglio di amministrazione del Consorzio e non hanno nessun interesse a svilire il prodotto. Oltretutto sono ben inseriti nella Gdo, anche internazionale, e questo negli scorsi mesi ha aiutato la denominazione a mantenere le proprie quote di mercato. Pertanto, in Consorzio non abbiamo casi di gestione di tale difficoltà. Quanto alla distribuzione equilibrata del valore all'interno della filiera, nel mio precedente mandato avevo un mio mantra che diceva che tutti debbono mangiare una fetta di torta per essere contenti. Siamo riusciti abbastanza a distribuire il valore lungo tutta la filiera. Anche la parte agricola fino all'anno scorso divideva un buon valore.

Questa è una delle ragioni per cui numerosi giovani sono venuti a gestire aziende in questo territorio, vari imprenditori di altre attività hanno comprato realtà agricole e si sono messi a produrre vino da altri mondi e quindi non credo sia cambiato molto rispetto al recente passato.

#### Nel comunicato che annunciava la sua presidenza avete coniato un termine suggestivo che ora le chiedo di concretizzare: la "transizione enologica". Cosa significa in concreto?

Il Green Deal prevede nei prossimi anni un aumento significativo delle superfici coltivate secondo i metodi del biologico. Oggi, abbiamo a disposizione strumenti come le biotecnologie, le tecnologie applicate, i sensori, la viticoltura di precisione per andare verso questo comune traguardo: credo che nel futuro la sfida sarà quella di contenere i trattamenti nei vigneti, privilegiando l'intervento agronomico a quello chimico. Anche in cantina si prospetta la presenza di tecnologie che ci aiuteranno a migliorare la situazione anche in fatto di sostenibilità in aspetti come il peso del vetro delle bottiglie, le chiusure più sostenibili rispetto al sughero e forse più indicate per il Gavi. Ma dovremo lavorare con intelligenza e progettualità anche nelle attività promozionali all'estero: cogliendo le opportunità dei fondi internazionali, dovremo andare sui mercati per noi importanti e su quelli ancora non conquistati e puntare anche a un ritorno in termini di enoturismo. Se fuori dai confini nazionali riusciremo a promuovere attraverso il vino anche l'esperienza del territorio, questa promozione si potrà tradurre in ulteriori e qualificati flussi turistici. Questo è il tassello che un po' ci manca: un turismo tipo quello che c'è in Toscana o in altri territori italiani o anche piemontesi (Langhe), dove le persone arrivano, comprano casa, si innamorano del territorio e diventano preziosi ambasciatori nei loro luoghi d'origine. Dobbiamo raccontare il territorio dove il nostro vino non si beve, dove la parola Gavi è sconosciuta, valorizzare chi siamo e cosa sappiamo fare in attesa che vengano a trovarci. Questo è il salto di qualità che dovremmo fare. Per il Consorzio del futuro ho in mente di fare questa "transizione", da attuare anche tramite la comunicazione digitale - che quest'anno abbiamo imparato essere fondamentale - sfruttando tutte le risorse tecnologiche che potremo avere a disposizione.

#### Ultima questione: Gavi o Cortese di Gavi? La vostra denominazione è tra quelle che hanno insieme sia il territorio che il vitigno e può essere in entrambe le soluzioni. Ma cosa prediligono le aziende?

La dicitura Cortese di Gavi, per quanto contemplata dal disciplinare, non è utilizzata da nessuna delle nostre aziende. Il grande successo del Gavi è riconducibile proprio al suo nome: semplice, esemplare e di facile memorizzazione in tutte le lingue e nei diversi Paesi. Gavi è il vino ed è il territorio. Noi continueremo a puntare su questo: sulla orecchiabilità del nome, sull'identificazione del vino con il suo territorio e sulla riconoscibilità del Gavi, massima espressione a livello mondiale di un vitigno autoctono, originale, come è il Cortese.

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

Orario di apertura:  
9.00-12.30/ 14.30 - 18.00  
da lunedì a venerdì

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



 **metalux**

+39 0421 331266  
info@metaluxsa.com  
info@metaluxcapsule.it  
web:metaluxsa.com  
metaluxcapsule.it





INTERVISTA AD ACHILLE ALESSI, RICONFERMATO ALLA PRESIDENZA DEL CONSORZIO

# IL CERASUOLO DI VITTORIA GUARDA AL POST COVID

Il bilancio del 2020 e i programmi per i prossimi tre anni con l'obiettivo di intensificare la promozione e spingere con più forza sull'enoturismo

di ANTONELLA GENNA

**S**uperati i problemi con il Mipaaf, è arriva la riconferma di Achille Alessi alla guida del Consorzio di tutela del Cerasuolo di Vittoria Docg e Vittoria Doc per il secondo triennio consecutivo. Al suo fianco ci sarà un Consiglio d'amministrazione composto non da nove, come accadeva in passato, ma sei consiglieri. Cinque sono riconferme: oltre al presidente Alessi (Dimore di Giurfo) ne fanno parte Rosario Giudice (Horus 2), Silvio Balloni (Santa Tresa), Antonio Rallo (Donnafugata) e Gaetana Iacono (Valle dell'Acate). Nuovo ingresso invece quello di Marco Parisi (Feudi del Pisciotto). Ciascuno di loro è stato eletto nella categoria in cui si è candidato - produttore, vinificatore o imbottigliatore - per la Docg o per la Doc, nel rispetto dello statuto e della richiesta del Mipaaf di distribuire il numero dei consiglieri in relazione alla quantità di prodotto reale rappresentata dalle due denominazioni. Si tratta dunque di un Cda in linea con il precedente, pronto a portare avanti le iniziative lasciate in cantiere. Il Consorzio conta oggi 32 associati, circa l'85% dei produttori. Nel 2020, la superficie rivendicata è stata di 252 ettari, 5.300 gli ettolitri di Cerasuolo di Vittoria Docg prodotti e 1.700 quelli di Vittoria Doc. Un milione le bottiglie mediamente commercializzate, particolarmente apprezzate anche all'estero. Stati Uniti, Australia, Cina, Canada sono solo alcuni dei Paesi dove il Cerasuolo di Vittoria, spinto dalla sua forte riconoscibilità territoriale, trova spazio.

Unica Docg siciliana, tale fin dal 2005, il Cerasuolo di Vittoria è frutto di un armonico connubio fra Nero d'Avola e Frappato, utilizzati rispettivamente in una percentuale che va dal 50 al 70% e dal 30 al 50%. L'area di produzione comprende sia la fascia costiera che zone di media e alta collina comprese tra le provincie di Ragusa, Caltanissetta e Catania, nella Sicilia sud-orientale, cuore del barocco siciliano. Ed è proprio al fortissimo legame con il suo territorio che il Consorzio guarda per prepararsi all'era post-Covid, in un'ottica di sostenibilità e con un approccio tutto digitale.

**Presidente Alessi, cosa rappresentano il Cerasuolo di Vittoria Docg e il Vittoria Doc nel panorama vitivinicolo siciliano?**

Sono tra i vini che raccontano meglio questo territorio. Hanno un'espressione particolare e una grande modernità. Ci caratterizza una grande attenzione verso la sostenibilità e l'ambiente: il 70% dei consorziati lavora in agricoltura biologica. Altre aziende sono in conversione o adottano sistemi di produzione integrata. Non tutti i vini sono poi dichiarati come biologici ma i sistemi di lavorazione puntano alla sostenibilità: non si tratta di una scelta nata soltanto in risposta al mercato ma, prima di tutto, di uno stile di vita. Credo che il biologico sia il futuro. E, come me, lo crede anche la maggior parte delle aziende di questo territorio, tutte impegnate nell'adozione di tecniche rispettose dell'ambiente. Le buone pratiche adottate in vigna, infatti, rappresentano uno strumento indispensabile oggi per la produzione di uve sane e perfettamente mature, minimizzando l'impatto ambientale. Una grande attenzione è riservata dunque ai vigneti al fine di ridurre al minimo gli interventi in cantina. Si cerca di ricorrere alla fertilizzazione naturale (sovescio invernale con favino), a tecniche



ACHILLE ALESSI

di difesa culturale quale il disorientamento e la confusione sessuale e quindi al controllo degli insetti presenti in vigna, attraverso l'utilizzo di trappole a feromoni. Si punta al monitoraggio dei parametri climatici, alla tutela delle falde acquifere, ad esempio attraverso l'irrigazione di soccorso o il recupero delle acque piovane. Si utilizzano tecnologie che consentano un risparmio energetico e produzione di energia pulita da fonti rinnovabili (come gli impianti fotovoltaici) e inoltre vengono adottati criteri di costruzione biosostenibili e di bioedilizia nel caso delle cantine più nuove.

**Com'è stata la sua prima esperienza da presidente del Consorzio del Cerasuolo di Vittoria?**

Quando mi è stata proposta per la prima volta la carica di presidente avevo in mente ciò che mi ha insegnato mio padre: ovvero che prima di giudicare l'operato degli altri bisogna metterci le mani, darsi da fare personalmente. Non ho precedenti esperienze di presidenza né so se in altri consorzi accada la stessa cosa, ma posso affermare che sia il precedente Cda che l'attuale sono composti da grandi professionisti, persone propositive e pronte a implementare le idee. Questo è il bello del Cerasuolo di Vittoria: tutti hanno voglia di dare un contributo alla crescita del territorio.

**Quali attività sono state portate avanti nel precedente triennio?**

Ovviamente la pandemia ha inciso notevolmente. Abbiamo puntato alla digitalizzazione con la realizzazione del nuovo sito web del Consorzio, in cui abbiamo voluto valorizzare anche le singole aziende offrendo un servizio di geocalizzazione in modo che, quando torneremo a viaggiare, i winelovers potranno facilmente in-

dividuare i luoghi in cui queste si trovano. Vogliamo così supportare l'enoturismo. A livello di comunicazione, abbiamo realizzato una campagna promozionale sulle frequenze delle tre radio Rai per circa venti giorni in concomitanza con le festività natalizie. In un momento storico in cui è cambiato il modo di presentare un Consorzio, abbiamo cercato di promuovere l'immagine del Cerasuolo con canali nuovi. Inoltre abbiamo partecipato a dei finanziamenti per i consorzi e avviato alcuni progetti in associazione con la Doc Sicilia e la Doc Etna, iniziative tuttora in itinere attraverso cui speriamo di poter mettere in campo ulteriori risorse. Infine abbiamo fatto ciò che un Consorzio deve fare: vigilare sulle aziende e sul prodotto. Su questo fronte abbiamo avuto un ottimo riscontro. Sono fortunato: sono presidente di un Consorzio in cui i produttori per primi credono nelle potenzialità del proprio vino e hanno l'obiettivo di valorizzarlo.

**Per il futuro cosa avete in mente?**

Mi aspetto di intensificare l'attività di promozione, nei modi che il post-pandemia ci consentirà. Attualmente vogliamo porre le basi per il futuro, raccontare bene il Cerasuolo di Vittoria. Non escludiamo di guardare all'estero, dove il Cerasuolo è ben presente. Il nuovo Cda si è insediato da poco. Abbiamo già fatto un primo incontro ma si è basato prevalentemente su temi tecnici e amministrativi. Archiviata questa fase, i prossimi Cda saranno dedicati alla promozione e alle idee da portare avanti nei prossimi mesi.

**Quali sono le principali criticità che il vostro Consorzio deve affrontare?**

Le stesse che dobbiamo affrontare tutti, legate al periodo storico in cui viviamo. Ho fiducia nella campagna di vaccinazione e credo pertanto che,

nei prossimi mesi, potremo investire sulla promozione dell'enoturismo, delle visite in cantina, di incontri in presenza, cosa che nel recente passato non abbiamo potuto fare.

**Come si muovono le aziende del Cerasuolo nell'ambito dell'enoturismo? Come vi state organizzando per la riapertura?**

Le singole aziende che fanno parte del Consorzio hanno già dei canali nel campo dell'enoturismo e, prima della pandemia, si evidenziavano dei buoni risultati. Ora questo aspetto dovrà essere implementato. Il mondo del vino e della sua comunicazione sono in evoluzione. Quello che noi dobbiamo fare è far conoscere a un pubblico sempre più ampio ciò che esiste già o che, nel caso delle aziende più piccole, si sta sviluppando proprio in questo periodo, promuovendo il turismo nelle nostre aziende. Piano piano la situazione Covid dovrebbe diventare sempre più gestibile. Alla luce di ciò, come Consorzio stiamo pensando di avviare una serie di progetti di promozione relativi alla seconda parte dell'anno. Attualmente l'unica cosa che abbiamo potuto fare è stata promuovere il Cerasuolo di Vittoria attraverso il digitale.

**Come avete vissuto il 2020? E com'è andato l'inizio del 2021?**

Il 2020 dal punto di vista della produzione è stata un'annata stupenda. I produttori sono stati molto contenti. Ancora non è in bottiglia ma sarà una bella sorpresa. Speriamo possa essere un modo per brindare alla fine di questo difficile periodo. Dal punto di vista di mercato, anche il Cerasuolo ha risentito della chiusura dell'Hotoreca, tuttavia ci sono mercati esteri che hanno continuato a credere nel nostro vino e con cui, pur in maniera più ridotta, abbiamo continuato a lavorare. Venendo all'anno in corso, i primi mesi ci hanno dato delle soddisfazioni in più e credo che, nella seconda parte dell'anno, andrà ancora meglio. La gente ha voglia di tornare a fare ciò che faceva prima e di socializzare. E il vino è il componente fondamentale della socializzazione.

**Come state affrontando le sfide poste dalla pandemia?**

È cambiato il modo di interfacciarsi con i partner e con i consumatori. Tutte le aziende, anche quelle più piccole, hanno dovuto innovare i loro sistemi di comunicazione. Canali social, webinar e video-degustazioni sono diventati parte del nostro quotidiano. Recentemente, ho fatto una degustazione con persone che si trovavano in più parti degli Stati Uniti. Qui erano le tre del mattino e i vari partecipanti vivevano in aree con ampie differenze orarie, eppure eravamo tutti insieme. Ho parlato con persone con cui altrimenti non avrei mai parlato. Credo che questo modo di lavorare non ci abbandonerà più. Semplifica alcuni aspetti, è un valore aggiunto. Un punto di forza del nostro Consorzio è la forte unione fra i membri. Quando finì il lockdown, lo scorso anno, proposi loro di realizzare un video con cui comunicare che eravamo pronti a ripartire. Ne venne fuori un lavoro bellissimo perché ognuno di loro contribuì in un'ottica di condivisione, senza pensare all'io ma al noi. Ognuno mostrava le proprie bottiglie accanto a quelle degli altri. Nel Cerasuolo di Vittoria c'è la voglia di fare gruppo. Questo permette di operare in maniera più serena.

**GREEN SOLUTIONS**

# ESSERE VERDI CONVIENE A TE E ALL'AMBIENTE

**GREEN SOLUTIONS È IL PROGRAMMA DI SORGENIA CHE PORTA EFFICIENZA E SOSTENIBILITÀ ALLE AZIENDE VINICOLE.**

Come? Con interventi per la realizzazione di impianti fotovoltaici, colonnine di ricarica per auto elettriche, impianti di cogenerazione (con il nostro APLOS), relamping e sostituzione della caldaia tradizionale con sistemi più efficienti, come la caldaia a condensazione o le pompe di calore. In più, offriamo una consulenza tecnica e finanziaria dall'inizio alla fine del percorso, **in altre parole pensiamo a tutto noi.**

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

**sorgenia**  
YOUR NEXT ENERGY

IERI E OGGI: LA DELIZIA STORICA (TRE FOTO DI ELIO CIOL) E, SOTTO, LA NUOVA IMMAGINE DELL'AZIENDA (WWW.FACEBOOK.COM/VINILADELIZIA/). NEI TONDI IN BASSO: FOTO DA HTTPS://LADELIZIA.COM



la delizia  
VITICOLTORI FRIULANI

# UN FUTURO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE

**La cantina cooperativa di Casarsa - oltre 400 viticoltori associati per una superficie complessiva di 2.000 ettari di cui 100 di proprietà - spegne le sue prime 90 candeline e programma il suo impegno per il raggiungimento di mercati obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica**



MIRKO BELLINI E FLAVIO BELLOMO



di ADRIANO DEL FABRO

**A**pi e farfalle sono gli insetti che faranno volare i Viticoltori Friulani La Delizia verso un futuro sostenibile e responsabile. O questo, almeno, è l'auspicio che il presidente della cantina cooperativa, **Flavio Bellomo**, e il direttore commerciale, **Mirko Bellini**, hanno espresso ai giornalisti della stampa locale e di settore, nell'occasione della presentazione dell'ambizioso percorso intrapreso per il raggiungimento di mercati obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. "Con piena responsabilità e consapevolezza del momento che stiamo vivendo, siamo determinati nel proiettare La Delizia verso un futuro sempre più sostenibile, tenendo ben presente la ricaduta che le nostre scelte hanno e avranno per l'ambiente, il territorio, il benessere e la sicurezza delle persone che qui vivono e producono - ha affermato Bellini -. Siamo coinvolti in prima persona, quindi, nel prenderci cura quotidianamente della terra, dell'aria e dell'acqua, ossia degli elementi naturali che sono alla base della viticoltura. Insieme dobbiamo lavorare per uno sviluppo sostenibile sotto tutti i punti di vista. Ciò garantirà il futuro delle 400 aziende viticole associate. Naturalmente, non dimentichiamo la storia e le radici della Viticoltori Friulani La Delizia che sono suggellate nel 90° anniversario della nascita, ma è sulla costruzione del futuro che il board della Cantina si sta concentrando".



**L'ape sostenibile**

L'impegno principale che la più importante cooperativa di viticoltori del Friuli VG si è prefissa risiede nell'adesione al percorso di Certificazione di Qualità che permetterà ai soci di certificare le uve e continuare a essere competitiva, in futuro, sul

mercato globale. Questo si concretizza in una serie di pratiche di gestione del vigneto che investono gli agricoltori associati e la Cantina stessa, in ogni fase produttiva, e che mirano a raggiungere il traguardo di una viticoltura sempre più green e in equilibrio con l'ambiente. Il controllo della filiera, l'innovazione e la comunicazione sono i pilastri sui quali La Delizia intende costruire il proprio futuro e le parole d'ordine sulle quali si innesta il Sistema di qualità nazionale di produzione integrata (Sqmpi) e il percorso volto all'armonizzazione delle pratiche agronomiche.

"Per gestire al meglio tutti i processi produttivi e le relative incombenze burocratiche (quaderno di campagna, analisi dei terreni, produttività dei singoli vigneti, dati meteo, dati vegetativi, stato di maturazione delle uve, controllo di gestione dell'uso dell'acqua, impronta carbonica) - ha spiegato Bellomo - abbiamo adottato Enogis, il portale di cantina per l'agricoltura di precisione e di supporto alla certificazione. Dentro il portale, tutte le particelle dei singoli soci sono geolocalizzate e i dati dettagliati di ogni singolo vigneto vengono condivisi con la Cantina. Così,

le bottiglie del vino prodotto con le uve della vendemmia 2021 (Prosecco compreso), saranno contrassegnate dalla caratteristica ape del logo Sqmpi al quale hanno aderito 200 aziende per complessivi 1.800 ettari di superficie". "Nei prossimi anni - ha aggiunto Bellini - continueremo a impegnarci in tal senso, così come nel garantire al consumatore, in

modo trasparente, una filiera integrata di produzione che inizia in vigneto e si conclude con la fase di imbottigliamento".

La Delizia, infatti, sta perseguendo l'obiettivo della sostenibilità in vigneto per poi declinarlo in ogni fase della filiera della produzione e commercializzazione. E per la trasformazione delle uve, sino all'imbottigliamento e al trasporto, la cooperativa sta operando in partnership con alcune aziende di settore, partendo proprio dal loro approccio alla sostenibilità. Amorim (chiusure in sughero), Ceccarelli (trasporti), DS Smith (imballaggi) ed Enoplastic (capsule), infatti, sono imprese che condividono con la Cantina i valori legati alla salvaguardia ambientale e che li traducono in azioni precise, all'interno delle loro attività. Per questi motivi, sono divenuti "partner di filiera" de La Delizia ed è anche grazie al contributo, all'esperienza e all'approccio green-oriented di tali aziende che la filiera produttiva della Cantina riuscirà a organizzare un percorso sostenibile completo: dalla terra al cliente. Tutti temi oggetto di uno specifico convegno tecnico a luglio presso l'azienda agricola La Delizia a Beano di Codroipo (Udine).

**Scatti d'ambiente**

L'economia e il paesaggio del Friuli Venezia Giulia sono ampiamente caratterizzati dalle coltivazioni agricole e, tra esse, la viticoltura è una delle più diffuse e visibili. La vocazione viticola friulana si esprime in molti territori, dalle pianure alle colline, a riprova che l'armonia tra vigna ed economia non solo è possibile, ma è pure sinergica. Chi, nel corso della sua vita professionale, ha ben testimoniato l'essenza rurale di questa regione con i suoi scatti e la sua sensibilità è il friulano Elio Ciol, classe 1929, noto Maestro di fotografia. Nel corso di una lunga carriera, Ciol ha saputo cogliere, grazie alla sua particolare tecnica, scatti di ambienti e territorio del suo Friuli (attività della Cantina casarsese, comprese), spesso premiati. Attraverso i decenni, ha impresso sulla pellicola la vita e la natura della regione con verità e magia, immortalando panorami agricoli non ancora antropizzati.



WE CAN **PACK IT**

**JUST CALL US.**



**MAS PACK PACKAGING S.p.A.**

**ITALIA**

Regione Leiso, 95-96, 14050  
SAN MARZANO OLIVETO AT

**MAS PACK FRANCE S.a.S.**

**FRANCE**

2 bis rue de la Tête d'Or  
69006 LYON

**MAS PACK FILIAL ESPAÑA**

**SPAIN**

C/Aribau,74  
08036 BARCELONA

**MAS PACK PACKAGING USA**

**USA**

2224, Northpoint Parkway  
95407 Santa Rosa, CALIFORNIA

T. +39 0141 856723 | E. [info@maspack.com](mailto:info@maspack.com) | [www.maspack.com](http://www.maspack.com)



### NUMERI CHE NON TRADISCONO, NEMMENO NEL 2020

La Delizia rappresenta la maggiore realtà vitivinicola del Friuli VG con oltre 400 viticoltori associati per una superficie complessiva di 2.000 ettari di cui 100

di proprietà, all'interno delle aree delle Doc "Friuli" e "Prosecco", storicamente vocate alla coltivazione della vite e a produzioni caratterizzate da identità e tipicità, molto apprezzate anche all'estero. Collabora con prestigiosi Istituti ed Enti di ricerca con i quali attua sperimentazioni e sviluppa attività finalizzate al miglioramento qualitativo del patrimonio vitivinicolo. Viticoltori Friulani La Delizia è divenuta azienda leader nel mondo degli spumanti e, grazie a una produzione che, annualmente, ha raggiunto i 330.000 quintali di uva lavorata e i 23 milioni di bottiglie (rappresentanti i 2/3 dell'intera produzione aziendale), rappresenta un punto di riferimento nazionale e, soprattutto, per il territorio regionale. Il fatturato del 2020 è stato praticamente in linea con quello dell'anno precedente (46 milioni di euro) e rappresenta una conferma del buon lavoro svolto dai 100 operatori commerciali che ruotano attorno alla cooperativa e che veicolano i suoi prodotti, pur in un anno difficilissimo. E il primo quadrimestre del 2021 ha dato risultati migliori rispetto a quelli già buoni del 2019, mettendo in evidenza i segnali di una ripresa dei consumi già ben avviata.



➔ Segue da pagina 23

Così come l'obiettivo fotografico del Maestro ha fissato per sempre il territorio, nell'istante dello scatto, La Delizia col suo impegno verso la sostenibilità intende mantenere e salvaguardare quello stesso territorio di cui "parlano" le fotografie di Elio Ciol. Per questa vicinanza di intenti, per il profondo legame che unisce entrambi a Casarsa della Delizia (Pordenone), la cooperativa ha scelto alcuni scatti del Maestro per affermare nuovamente, anche attraverso le immagini, l'attenzione e la salvaguardia nei confronti dell'ambiente: Terra, Aria, Acqua e Cielo, i quattro elementi base da cui deriva tutta la filiera produttiva.

#### Una farfalla vola sul logo

"Sul fronte dell'innovazione, nel corso degli ultimi 15 mesi, consapevoli del cambiamento in atto, abbiamo accelerato il processo di progettazione strutturale che avevamo già impostato per potenziare l'operatività e l'efficienza della nostra azienda. Abbiamo colto le opportunità derivanti dall'innovazione, valutando e introducendo concetti come: performance, programmazione, informatizzazione e comunicazione", ha sottolineato Bellini. Per valorizzare con la comunicazione il percorso intrapreso verso la sostenibilità, ai giornalisti intervenuti è stato presentato il nuovo logo con la farfalla abbinato pure alle nuove etichette per il restyling della linea di vini La Delizia. La farfalla è un bioindicatore ambientale, simbolo di trasformazione per eccellenza, della vocazione a evolvere ed è anche emblema di salubrità, bellezza e leggerezza in linea con la visione di sostenibilità de La Delizia. Con il suo volo, leggero e delicato, nella natura e tra i vigneti, simbolicamente sarà l'immagine che comunicherà un concetto importante: "Dove vola la farfalla il processo di produzione è attento, qualificato, rispettoso dell'uomo e dell'ambiente". Un concetto che trova la sua naturale declinazione nelle rinnovate etichette della linea La Delizia le quali interpretano l'evoluzione e la nuova filosofia della Cantina. Sono caratterizzate da colore, leggerezza e da farfalle stilizzate che volano libere sui vigneti governati in maniera rispettosa e sui mercati. "Riteniamo che i più pronti a recepire questa nuova tensione qualitativa - ha spiegato Bellini - siano gli operatori della Gdo, come segmento, e quelli dei Paesi del centro Europa e del nord America, come collocazione geografica". Al 90° anniversario della nascita e alla nuova filosofia aziendale sono stati pure dedicati un'etichetta celebrativa e una speciale Magnum di Prosecco Doc extra dry millesimato consegnata agli ospiti, a tutti i soci e ai numerosi dipendenti e collaboratori della Cantina.



QUI SOPRA NUOVE ETICHETTE LA DELIZIA PIÙ IN ALTO. UN MOMENTO DELL'INCONTRO IN OCCASIONE DEI 90 ANNI DELLA CANTINA. DA SINISTRA, LUCA CECCARELLI, PRESIDENTE CECCARELLI GROUP ( UNO DEI "PARTNER DI FILIERA" DELLA DELIZIA INSIEME AD AMORIM, ENOPLASTIC E DS SMITH); MANUEL PRATURLON, VICEPRESIDENTE LA DELIZIA, FLAVIO BELLOMO, PRESIDENTE LA DELIZIA; LA SINDACA DI CASARSA, LAVINIA CLAROTTO; IL FOTOGRAFO ELIO CIOL; MIRKO BELLINI, DIRETTORE COMMERCIALE LA DELIZIA



## notizie in breve

■ A CASALE MONFERRATO IL 17 E 18 LUGLIO

### Trentennale della scomparsa di Paolo Desana: il calendario delle celebrazioni

Ricorre quest'anno il trentennale della scomparsa di Paolo Desana (1918-1991), "padre" del DPR 930 e per oltre vent'anni presidente del Comitato nazionale per la tutela delle denominazioni di origine dei vini. L'anniversario sarà celebrato a Casale Monferrato (con il patrocinio del Comune) il 17 e 18 luglio 2021. Sabato 17 (ore 17.00) verrà ufficialmente intitolato a Paolo Desana il Centro di Documentazione della Doc e ad Arturo Marescalchi il Salone sugli spalti del Castello del Monferrato. Domenica 18 (ore 11.00) Francesco E. Benatti - archivista di UIV - presenterà il Fondo Archivistico Paolo Desana, ivi conservato e per il quale è già avviato l'iter di riconoscimento di interesse storico presso il Ministero della Cultura.

■ CONSORZIO BAROLO BARBARESCO ALBA LANGHE E DOGLIANI

### Secondo mandato per il presidente Matteo Ascheri



Riconferma per Matteo Ascheri alla guida del Consorzio del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani. "Questo secondo mandato sarà un'opportunità importante per concludere il percorso iniziato nel 2018. Se in questi tre anni è stato importante consolidare i marchi Barolo e Barbaresco, da adesso in avanti sarà importante affrontare le sfide di tutte le denominazioni che rappresentiamo", ha dichiarato Ascheri. Accanto a un impegno per il consolidamento dei risultati ottenuti - oltre che nella promozione anche nell'affrontare le sfide nell'ambito della sostenibilità ambientale e nell'etica del lavoro -, è in arrivo a breve una campagna promozionale dedicata alla Doc Langhe, che racchiude allo stesso tempo l'unicità e la complessità del territorio, un nome importante da rafforzare sia sul mercato italiano che su quello internazionale.



■ PARCO ARCHEOLOGICO DEL COLOSSEO - CINCINNATO

### Sul Palatino tornano i vigneti con vista Colosseo

Tornano le vigne nel centro di Roma grazie a un progetto del Parco Archeologico del Colosseo che vede, come partner tecnico, la cooperativa vitivinicola Cincinnato di Cori. Già piantate, nello spazio storicamente noto come "Vigna Barberini" le barbatelle della varietà Bellone, che porteranno alla produzione del primo vino nel 2025. Iniziativa ovviamente dagli sviluppi culturali e non economici, il vino non sarà in vendita, per promuovere lo stretto connubio che storicamente lega Roma con l'agricoltura e la viticoltura in particolare. La vigna, a due passi dal Colosseo, fa parte dell'iniziativa "ParCo Green", che comprende anche produzioni di olio e miele e una serie di attività capaci di focalizzare l'attenzione sul ruolo di scagno della biodiversità dei 40 ettari verdi compresi nel Parco Archeologico del Colosseo. La scelta del Bellone non è casuale, oltre a essere l'uva a bacca bianca più diffusa a Cori (60 km da Roma) è anche, con tutta probabilità, quella definita come "uva Pantastica" da Plinio il Vecchio.

■ MOVIMENTO TURISMO DEL VINO

### Confermato D'Auria alla presidenza e nuova squadra per il Consiglio

Alla guida del Movimento Turismo del Vino nazionale è stato nuovamente eletto Nicola D'Auria, che ha presentato una nuova squadra per guidare il triennio di mandato. Conferma come vicepresidente nazionale per Sebastiano de Corato e direttivo con forte presenza femminile, in cui entrano: Valentina Togn, presidente MTV Trentino AA, Maria Paola Sorrentino, presidente MTV Campania, Stefania Busà, presidente MTV Sicilia, Roberta Lilliu, presidente MTV Sardegna, e Filippo Antonelli, presidente MTV Umbria. "Ho voluto fortemente una discesa in campo di forze nuove - ha detto D'Auria - ringraziando ancora chi mi ha affiancato con grande professionalità nel triennio concluso, per dare maggiore forza propulsiva al Movimento e un nuovo entusiasmo. Siamo pronti a vivere un nuovo Rinascimento nell'ospitalità del vino, nel solco di quanto fatto dai miei predecessori tra i quali voglio ricordare Donatella Cinelli Colombini, figura di riferimento per chi opera nel settore".



**NEW**

**ZYMAFLORE® KHIO<sup>MP</sup>**  
Il migliore alle basse temperature

**ZYMAFLORE® ÉGIDE<sup>TMP</sup>**  
Il grande colonizzatore

**BIOProtezione**

Lieviti naturali *non-Saccharomyces*  
al servizio di un' enologia di precisione

**LAFFORT**  
*l'œnologie par nature*

LAFFORT ITALIA srl - SP N.95 per Castelnuovo Scivina snc - 15057 Tortona (AL)  
tel. +39 0131 863 608 - Fax +39 0131 821 305 - www.laffort.com

LEVITI

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

Mese	Generale (con tabacchi)	Alimentari e bevande analcoliche	Pane e cereali	Pasta	Carni	Pesci e prodotti ittici	Latte formaggi e uova	Oli e grassi	Frutta	Vegetali	Generale bevande analcoliche	Acque minerali	Generale bevande alcoliche	Alcolici	Vini	Birre
mag-20	-0.2%	2.6%	1.5%	3.3%	2.7%	2.1%	1.8%	0.2%	7.1%	3.8%	0.8%	2.0%	1.1%	2.3%	1.1%	0.4%
giu-20	-0.2%	2.4%	1.3%	2.6%	2.6%	1.9%	1.4%	-0.9%	10.1%	3.0%	0.5%	1.3%	0.0%	1.8%	0.3%	-1.4%
lug-20	-0.4%	1.4%	0.6%	2.2%	2.3%	1.7%	1.1%	-2.3%	7.1%	0.1%	-0.5%	0.1%	-0.4%	1.5%	-0.5%	-1.0%
ago-20	-0.5%	1.1%	0.3%	1.0%	2.3%	1.7%	0.7%	-3.2%	7.2%	-1.4%	-0.6%	0.2%	-0.3%	1.2%	-0.1%	-1.2%
set-20	-0.6%	1.2%	0.2%	1.5%	1.9%	1.9%	0.5%	-3.2%	9.0%	-0.2%	-0.8%	0.0%	-0.8%	0.8%	-1.1%	-0.6%
ott-20	-0.3%	1.4%	0.2%	0.2%	1.5%	1.9%	0.0%	-2.8%	8.7%	3.0%	-1.0%	0.0%	-0.9%	0.8%	-1.1%	-1.3%
nov-20	-0.2%	1.3%	0.3%	1.2%	1.4%	1.2%	0.1%	-3.9%	5.0%	5.2%	-0.3%	1.1%	-1.0%	0.7%	-1.5%	-0.4%
dic-20	-0.2%	0.8%	0.6%	1.6%	1.3%	1.3%	0.2%	-3.8%	3.3%	1.2%	0.2%	1.8%	-1.3%	-0.3%	-1.9%	-0.1%
gen-21	0.5%	0.7%	0.6%	2.1%	1.2%	0.6%	0.0%	-3.3%	2.5%	0.6%	0.2%	1.8%	-1.4%	-0.6%	-1.9%	-0.7%
feb-21	0.6%	0.4%	0.2%	1.5%	1.0%	0.8%	-0.2%	-1.8%	1.5%	0.0%	0.0%	1.0%	-1.2%	-0.3%	-2.0%	0.0%
mar-21	0.8%	0.2%	-0.1%	0.3%	0.8%	0.3%	-0.7%	-2.8%	2.9%	0.2%	-0.6%	0.4%	-2.4%	-1.1%	-3.3%	-0.9%
apr-21	1.1%	-0.5%	-0.5%	1.0%	0.4%	1.1%	-1.0%	-1.2%	-0.7%	-1.2%	-0.7%	0.8%	-2.0%	0.1%	-2.4%	-1.6%
mag-21	1.3%	-0.7%	-0.8%	-1.4%	0.3%	0.9%	-1.2%	-0.3%	-1.8%	-1.5%	-1.0%	0.3%	-2.5%	-0.8%	-3.1%	-1.6%

# MAGGIO, LA RISALITA SEMBRA ANCORA LONTANA

Fonte grafici e tabelle:  
elaborazioni Corriere Vinicolo  
su dati Istat



Per le denominazioni d'origine, i prezzi retail perdono il 4,1% in un anno. Segno meno anche per le bollicine, con il 2,8% di maggio che ribalta di netto il 6,7% di aumento rilevato appena un anno fa, mentre i vini da tavola lasciano sulla strada un altro 2,5%

L'inflazione alza ancora la testa a maggio, inanellando il quinto mese consecutivo di crescita. Il caro-vita attestato all'1,3% non si vedeva dal novembre 2018, ma il contesto, quello di fondo, resta moderatamente inflattivo, per usare un eufemismo. Lo 0,2% (appena) di aumento tendenziale dei prezzi al consumo, rilevato dall'Istat al netto della componente energetica, è la cartina di tornasole di una situazione tutt'altro che dinamica sul fronte della domanda finale. Si consideri che l'alimentare e le bevande analcoliche sono oggi in piena deflazione, con i prezzi che accusano una flessione del-  
lo 0,7% rispetto allo stesso mese dell'anno scorso. E anche il cosiddetto "carrello della spesa" (beni alimentari, per la cura della casa e della persona) ampliano il divario negativo dal meno 0,7% al -0,9%, registrando il calo più accentuato dall'inizio della serie storica (gennaio 1996). Queste evidenze, che non sembrano attagliarsi a un contesto,



## Autochtona

500 +  
etichette

150 +  
vitigni autoctoni

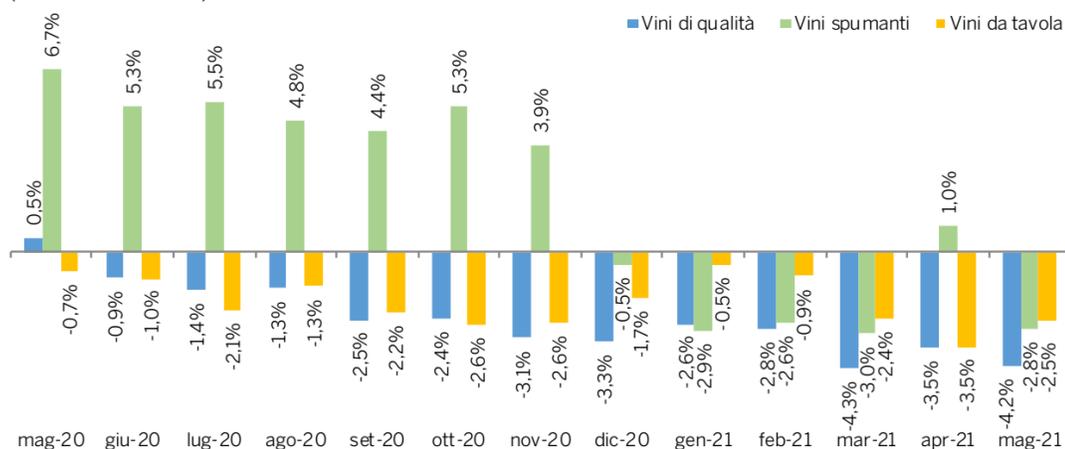
1  
award

18-19/10/2021

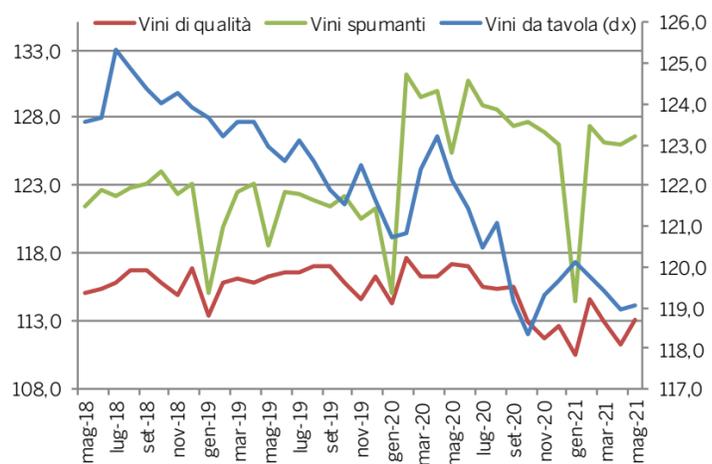
La più grande degustazione  
di vini autoctoni italiani

VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA

(Variazioni tendenziali)

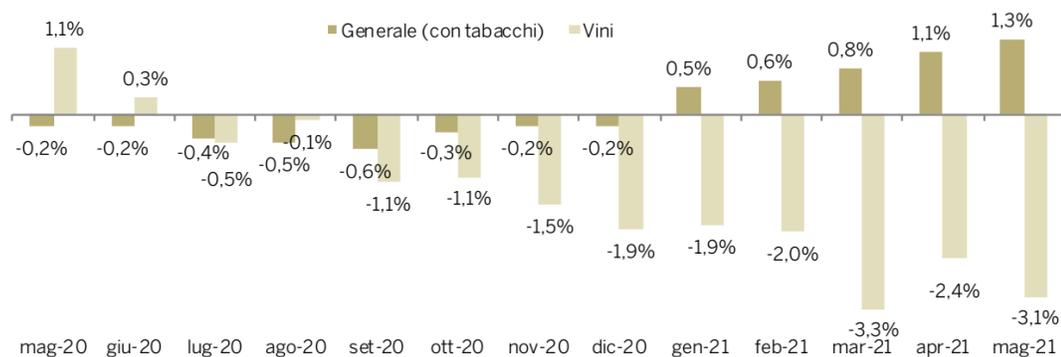


VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA

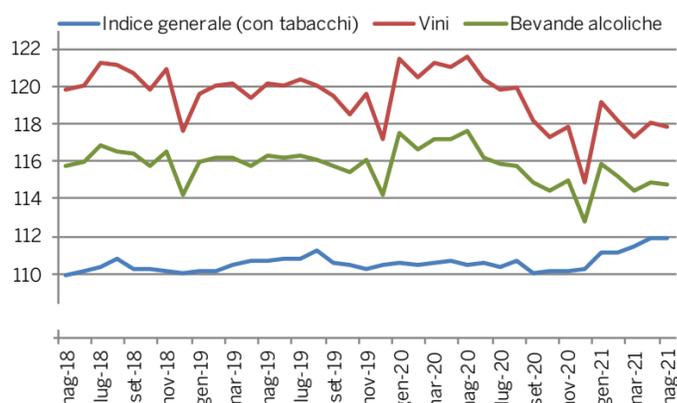


DINAMICA TENDENZIALE DEI PREZZI AL CONSUMO

(variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)



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



invece, di ripresa inflazionistica (il più 1,3% di maggio si confronta con l'1,1% di aprile), trovano una giustificazione nell'accelerazione tendenziale dei prezzi dei beni energetici, la cui crescita è passata dal +9,8% di aprile al +13,8%, per un effetto confronto con i bassi livelli dell'anno scorso.

Il paradosso è la sempre più ampia divaricazione tra la dinamica dei prezzi di vendita e quella dei costi di produzione, fenomeno che zavorra tutto il circuito delle imprese manifatturiere.

In questo contesto, relativamente agli alcolici, la situazione appare ancora ingessata. I prezzi retail subiscono in media una contrazione annua del 2,5%. Ma i costi delle materie prime e dei trasporti (si pensi ai noli marittimi quasi triplicati) prendono il largo, lasciando in bilico i conti aziendali.

Nel reparto vinicolo - calcola l'Istat - maggio ha decretato una caduta tendenziale dei prezzi del 3,1% di media (secondo dato peggiore di sempre dopo quello di marzo), ma a perdere terreno sono stati anche gli spirits e le birre, con riduzioni rispettivamente dello 0,8 e dell'1,6 per cento su maggio 2020.

Nessuna delle tipologie enologiche sembra imboccare un percorso di risalita. Per le denominazioni d'origine, i prezzi retail perdono il 4,1% in un anno. Segno meno anche per le bollicine, con il 2,8% di maggio che ribalta di netto il 6,7% di aumento rilevato appena un anno fa, mentre i vini da tavola lasciano sulla strada un altro 2,5%.

Le riaperture e i progressi delle campagne vaccinali migliorano il sentiment generale, ma lasciano ancora a corto di risultati tutto il comparto vinicolo che fatica a ritrovare lo slancio.

In prospettiva - osserva l'Istat - si conferma la tendenza a un aumento dei prezzi sia dei beni di consumo sia di quelli intermedi. Ci saranno spunti anche per il reparto degli alcolici. In un contesto di aspettative rialziste in tutti i settori, soprattutto nella manifattura, e con analoghi orientamenti anche da parte dei consumatori. p.f



VENDITE IN GDO  
4 settimane  
al 23/05/2021



Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	Litri	Var. % rispetto anno prec.	Euro	Var. % rispetto anno prec.	Euro/litro	Var. % rispetto anno prec.
<b>Totale vino confezionato</b>	<b>36.719.564</b>	<b>-11,7</b>	<b>130.888.376</b>	<b>-7,0</b>	<b>3,56</b>	<b>5,3</b>
Totale fino a 0,75	20.170.424	-5,4	103.308.384	-2,5	5,12	3,0
Vetro 0,375	59.448	2,9	544.106	3,6	9,15	0,7
Vetro 0,75	20.070.086	-5,4	102.469.784	-2,6	5,11	3,0
da 0,76 a 2	2.563.809	-26,2	6.395.771	-26,9	2,49	-0,9
altri formati	1.167.513	-31,9	1.989.913	-34,1	1,70	-3,2
brik	10.053.678	-13,4	14.764.380	-15,3	1,47	-2,2
Bag In Box	1.679.550	-14,7	2.895.264	-16,0	1,72	-1,4
plastica	1.084.589	-27,7	1.534.663	-27,4	1,41	0,3
Chianti 0,75	862.043	8,2	4.134.644	3,3	4,80	-4,5
Vermentino 0,75	584.532	25,8	3.962.228	25,1	6,78	-0,6
Barbera 0,75	655.013	-15,6	2.939.408	-14,3	4,49	1,6
Chardonnay 0,75	594.518	-10,0	2.908.250	-9,9	4,89	0,1
Montepulciano d'Abruzzo 0,75	654.876	-3,6	2.666.134	-0,2	4,07	3,5
Nero d'Avola 0,75	560.420	-4,6	2.320.292	-7,1	4,14	-2,6
Traminer 0,75	223.598	-13,5	2.265.418	-8,5	10,13	5,9
Bonarda 0,75	577.422	6,0	2.118.693	-3,4	3,67	-8,8
Primitivo 0,75	332.480	14,5	2.104.072	16,8	6,33	2,0
Altro 0,75	5.735.186	-3,2	27.501.688	1,8	4,80	5,2
<b>Totale frizzante</b>	<b>4.756.500</b>	<b>-14,4</b>	<b>17.064.830</b>	<b>-15,9</b>	<b>3,59</b>	<b>-1,7</b>
Prosecco	275.358	-13,0	1.858.488	-17,6	6,75	-5,3
Lambrusco	1.526.727	-17,1	4.867.910	-18,1	3,19	-1,3
<b>Totale private label</b>	<b>5.381.816</b>	<b>-12,1</b>	<b>12.682.365</b>	<b>-13,2</b>	<b>2,36</b>	<b>-1,2</b>
<b>Totale spumanti</b>	<b>5.076.250</b>	<b>23,1</b>	<b>33.925.864</b>	<b>20,3</b>	<b>6,68</b>	<b>-2,3</b>
Prosecco	2.931.228	23,9	19.384.068	18,2	6,61	-4,6
Asti	96.153	30,8	695.708	30,4	7,24	-0,3
Metodo Classico italiano	300.259	33,2	5.579.836	36,8	18,58	2,7
<b>Totale spumanti private label</b>	<b>311.592</b>	<b>29,0</b>	<b>2.152.650</b>	<b>18,5</b>	<b>6,91</b>	<b>-8,1</b>

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

Mese	Abbigliamento e calzature	Abitazione acqua, elettricità e combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi	Altri beni e servizi
mag-20	0.8%	-4.4%	0.8%	0.5%	-4.1%	-3.8%	-0.2%	1.2%	0.9%	1.6%
giu-20	0.9%	-4.4%	0.7%	0.6%	-3.7%	-3.0%	0.5%	1.2%	-0.2%	1.7%
lug-20	1.0%	-4.0%	0.9%	0.6%	-3.3%	-4.4%	0.0%	1.2%	-0.2%	1.6%
ago-20	0.8%	-3.9%	0.8%	0.6%	-3.9%	-5.8%	-0.7%	1.2%	0.4%	1.8%
set-20	0.5%	-4.0%	0.6%	0.7%	-3.3%	-6.4%	-0.2%	1.1%	-0.7%	1.7%
ott-20	0.7%	-2.1%	0.8%	0.7%	-4.0%	-5.1%	0.3%	-3.5%	0.0%	2.0%
nov-20	0.7%	-2.0%	0.4%	0.8%	-3.7%	-4.9%	0.2%	-3.7%	0.8%	1.9%
dic-20	0.6%	-2.0%	0.6%	0.9%	-2.8%	-5.1%	0.7%	-3.7%	0.8%	1.9%
gen-21	0.6%	-0.4%	0.8%	0.9%	-1.8%	-3.9%	1.4%	-3.7%	1.2%	1.8%
feb-21	0.5%	-0.4%	0.6%	0.9%	0.0%	-3.3%	1.6%	-3.5%	1.2%	1.9%
mar-21	0.5%	-0.1%	0.7%	0.9%	2.6%	-2.8%	1.2%	-3.7%	1.2%	1.1%
apr-21	0.2%	5.0%	0.4%	0.9%	2.9%	-3.6%	1.1%	-3.7%	0.8%	1.2%
mag-21	0.3%	5.9%	0.5%	1.0%	4.8%	-2.8%	0.2%	-3.7%	0.1%	1.2%

*Molte volte le idee nascono dai sogni,  
e a volte i sogni diventano realtà.*

**Noi ci siamo riusciti.**

# **SYNCROCAP™** **SERIES**

## **DISTRIBUTORE CAPSULE A GESTIONE COMPLETAMENTE ELETTRONICA**

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

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

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



**CHANGE THE RULES**

**NOI SIAMO GIÀ NEL FUTURO... E TU?**



Via dell'Industria, 11  
37040 Veronella (VR) - Italy  
Tel. +39 0442 47884  
info@nortan.it - www.nortan.it

seguici su:



# FOCUS INCANTINA

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



## AEB GROUP

**AEB4U: protocolli di vinificazione ad hoc per la tua cantina**

**P**er noi di AEB Group l'obiettivo più ambizioso è rendere semplice e chiaro l'utilizzo delle nostre tecnologie. Per questo abbiamo sviluppato AEB4U, un innovativo software on-demand e cross-device grazie al quale la nostra rete vendita, insieme all'enologo della cantina, elabora uno schema di vinificazione moderno, intuitivo e semplice, e rende chiari i processi di vinificazione. A sostegno del nostro servizio tecnico, AEB4U rappresenta uno strumento di grande valore per gli enologi e il personale di cantina, che, con il prezioso contributo del personale AEB, struttura dei layout di processo personalizzati in base al vino ed alle problematiche delle singole cantine, vinificazioni e territori: ad ogni fase di vi-

nificazione e affinamento, infatti, sono associate le tecnologie di processo impiegabili, abbinabili a modalità di utilizzo e ai dosaggi ideali dei singoli prodotti. Ma soprattutto AEB4U rende chiare le operazioni di cantina e ottimizza l'utilizzo delle biotecnologie e dei coadiuvanti nell'ambito del processo produttivo. Ogni processo di vinificazione è completamente personalizzabile, non solo nella configurazione delle singole fasi di processo, ma anche con immagini delle attrezzature e delle modalità adottate dalla cantina. Una buona comunicazione visiva rende più chiaro il processo al personale di cantina, anche qualora non possieda un'elevata expertise di processo. Approcciamo la vendemmia con l'ausilio di AEB4U! Contattate il nostro servizio tecnico-commerciale di zona. *Info: www.aeb-group.com*



## CADALPE Il distillatore discontinuo si fa POP

**I**l distillatore C27 Mini POP è la soluzione Cadalpe che si rivolge a piccole-medie aziende alla ricerca di tecnologia, affidabilità e unicità. Le sue caratteristiche tecniche lo rendono un alleato polifunzionale per la produzione di un'ampia gamma di distillati di altissima qualità. Questo distillatore consente di realizzare il processo in manuale ed è adatto per la lavorazione di vini, vinacce, frutta fermentata di ogni tipo, cereali fermentati ecc. È una soluzione quindi perfettamente in linea anche con le nuove richieste del mercato come gin, brandy e distillati di birra. La modalità di utilizzo manuale della macchina consente di sperimentare nella ricerca del prodotto desiderato e di fare dei test su una quantità

limitata di prodotto. Il C27 Mini Pop è composto da: un alambicco da 300 litri alimentato con vapore indiretto, che garantisce un riscaldamento omogeneo; una colonna di rettificazione con 4 piatti opzionali dotati di calottine che, grazie al dimensionamento della colonna, permette una "distillazione gentile"; un gin basket (optional) finemente decorato che permette uno strappaggio in corrente di vapore delle sostanze aromatiche contenute all'interno delle botaniche e il sistema di condensazione e raccolta del buongusto. Il rivestimento di acciaio colorato, è facile da pulire, resistente al calore e all'alcol e disponibile in moltissime tonalità in base all'identità del cliente.

*Info: www.cadalpe.com*



Ogni lavorazione è sotto controllo: i dati generati creano un loop positivo per tempi e costi, per un miglioramento continuo sia sulla produzione sia sulla manutenzione. In questo modo Bertolaso esalta efficienza e sicurezza, ma anche la sostenibilità ambientale delle lavorazioni. Una migliore gestione dei processi equivale infatti a risparmi energetici e a un'ottimizzazione di tutte le risorse impiegate - come i prodotti di lavaggio, con una riduzione degli scarichi. L'imbottigliamento si fa ancora più intelligente. La cantina apre le porte al futuro.

*Info: www.bertolaso.com*

## ENOMECCANICA BOSIO Gruppo di irrorazione IR 300 EL

**D**a sempre le competenze dell'Enomeccanica Bosio sono specifiche nel settore enologico, a cui si è dedicata in modo esclusivo. Le officine aziendali mirano a creare macchine concettualmente semplici che garantiscono ottime prestazioni, semplicità d'uso e alta affidabilità in sinergia con una eventuale personalizzazione del prodotto. In particolare,

nel campo della vinificazione, il gruppo di irrorazione IR 300 EL, ora proposto anche nella versione 4.0, rappresenta un vanto storico per la nostra produzione.

Mediante questo sistema, la distribuzione del liquido viene effettuata a pioggia in relazione al diametro della vasca, agendo sul numero di giri compiuti nel tempo dalla girante. L'obiettivo è un'azione delicata sul

capello di vinacce che si contrappone alle tecniche di movimentazione dello stesso, previa rottura o immersione. La versatilità del sistema è data dalla possibilità di applicare l'insieme gruppo irroratore, quadro comando, pompa rimontaggio e macro-ossigenatore a vasche pre-esistenti di geometrie e volumi differenti.

Il contesto in cui si è evoluto il progetto IR 300 EL è la zona tipi-

ca del Nebbiolo, vitigno difficile dal punto di vista dell'estrazione e stabilizzazione del colore. Il lavoro negli anni è stato indirizzato al raggiungimento del più alto grado di antociani polimerizzati unito alla minore produzione possibile di feccia. È un piacere per Enomeccanica Bosio invitarvi, senza impegno, a testare questa tecnologia presso la vostra cantina.

*Info: www.enomeccanicabosio.it*



## ENOVENETA

Progettazione, sviluppo e realizzazione di impianti per la vinificazione: un servizio a 360°



**E**noveneta, grazie ad uno staff tecnico altamente specializzato e ad un know-how di oltre 50 anni nel settore, è in grado di affiancare il cliente già nella fase di analisi della soluzione migliore. Oggi, infatti, il mercato richiede sempre di più un interlocutore in grado non solo di fornire la tecnologia più adatta alle esigenze del cliente, ma di seguire quest'ultimo lungo tutte le fasi del progetto. Per questo Enoveneta è il partner tecnologico di riferimento per quanto riguarda la vinificazione. Dimensionamento dell'impianto: la partnership con il cliente inizia già dalla fase di analisi iniziale e prosegue lungo tutte le fasi di realizzazione del progetto. Grazie a questa analisi andremo a capire il tipo di prodotto da lavorare, quali sono gli obiettivi di produzione e che posizionamento di mercato vuole ottenere il cliente. Sviluppo del progetto: dopo la realizzazione del layout dell'impianto, i nostri tecnici andranno ad integrare al meglio le tecnologie necessarie, sviluppando eventualmente soluzioni personalizzate. Inoltre, verrà definito il miglior posizionamento dei macchinari per ottimizzare al massimo la produzione. Realizzazione e messa in funzione dell'impianto: il nostro team tecnico è in grado di assistere il cliente durante tutta la realizzazione del progetto e durante il primo avviamento dell'impianto. Competenza, affidabilità e passione. Questo rende Enoveneta il partner tecnologico principale per il settore enologico.

*Info: www.enoveneta.it/engineering*

## ERBSLÖH

Massimizzare la gamma di aromi tiolici nei vini

O enoferm® X-thiol è un lievito ibrido no Ogm sezionato da Erbsloeh Geisenheim unendo i protoplasti di due differenti ceppi di *Saccharomyces cerevisiae*, ne è risultato un lievito con le seguenti caratteristiche: alta capacità di fermentazione, formazione di complessi aromi di fermentazione (pompelmo rosa e ribes nero), intensificata produzione di aromi di frutta tropicale (frutto della passione), temperatura di fermentazione 15-22 °C, tolleranza all'alcol 16,5, basse richieste di nutrienti, non forma composti solforati. Per la protezione dallo stress durante la propagazione e la conservazione dell'aroma, Erbsloeh propone poi VitaDrive® ProArom, preparazione di lieviti inattivi e pareti cellulari del lievito con un contenuto naturale di peptidi riducenti e nutrienti essenziali, come minerali, vitamine, aminoacidi e glutatone naturale del lievito. Sono possibili le seguenti applicazioni: tampone redox in caso di stress ossidativo, mantiene e stabilizza la struttura cellulare in caso di stress causato da temperatura ed etanolo, promuove i tipici aromi varietali. Il glutatone come antiossidante ha aumentato la vitalità del lievito. Il rame crea stress al lievito creando uno stress ossidativo già a 0,15-0,30 µM, il lievito di conseguenza incrementa acidità volatile o arresta la fermentazione. Il glutatone tramite il triptide GSH crea una difesa per il lievito, elimina i radicali liberi (grazie alla sua porzione tiolica), riduce i perossidi, complessa i metalli pesanti con glutatone transferasi. Il dosaggio durante la fermentazione alcolica non è raccomandato in quanto il glutatone può spingere il lievito a formare composti solforati. *Info: www.erbsloeh.com*



## FEDERFIN TECH

Performance di prodotto, innovazione, qualità e soddisfazione per il cliente

Federfin Tech produce, crea e distribuisce in tutto il mondo tappi in alluminio a vite e teste capsulatrici. Lo stabilimento di 20.000 mq a Tromello (Pv) si avvale di macchinari innovativi, modernissimi, efficienti e flessibili nella produzione di svariate tipologie di tappi in alluminio. Per questo è leader nel campo delle chiusure a vite. Con uffici commerciali in Francia, Germania, Olanda, Austria, Spagna, Portogallo, Cile, Argentina, Norvegia, Belgio, Finlandia, vanta oggi un miliardo e 400 milioni di tappi venduti nel mondo. Il fiore all'occhiello? La linea Starvin, esclusiva chiusura in alluminio per il mercato del vino: pratica nell'apertura e chiusura e facilmente personalizzabile. La produzione del tappo a vite in alluminio è esplosa anche grazie al successo dei vini frizzanti e Federfin ha sviluppato tre tipologie di sottotappi per garantire la giusta pressurizzazione dei vini. Il nuovissimo Sottotappo T P60,



ad esempio, viene utilizzato sia per vini fermi che frizzanti ed è particolarmente indicato per garantire le massime performance di frizzantezza ed ermeticità. Degno di nota poi è un reparto produttivo da 5.000 mq dedicato alla personalizzazione del colore, in particolare la tecnologia di stampa Spray (anche per piccoli quantitativi) consente di realizzare colorazioni speciali come metallizza-

ti o colorazioni a campione su richiesta. Si punta all'eccellenza focalizzata sulla differenziazione di prodotto, e per questo vengono utilizzati macchinari specializzati e sviluppati anche per gestire piccoli quantitativi e un mercato di nicchia. Altra novità assoluta è un sistema di stampa in grado di stampare il registro di imbottigliamento in laser o in inkjet. *Info: www.federfintech.com*

## FT SYSTEM

Qualità del prodotto ed efficienza dei processi diventano smart con AVionics Quality

Vuoi valutare in tempo reale o predittivo se un lotto di tappi di un determinato fornitore è più o meno performante in termini di applicazione in funzione del sistema di tappatura? Vuoi analizzare e prevenire le cause primarie che portano a fermi-macchina, interruzione del ciclo produttivo e riduzione della resa produttiva? FT System, parte di Antares Vision Group, attraverso AVionics Quality è in grado di proporre soluzioni smart che consentono di digitalizzare i processi interni delle cantine per massimizzare la qualità del vino e del processo produttivo. AVionics Quality permette in modo automatico e in tempo reale di collezionare tutti i dati di qualità provenienti dalla linea produttiva, dalle analisi di laboratorio, dai dati di performance e di scambiare dati con i sistemi informativi aziendali per intersearli

fra loro e ottenere una maggiore flessibilità, produttività e riduzione degli scarti. Queste elaborazioni, che possono essere potenziate con l'introduzione dell'Intelligenza Artificiale, permettono di valutare i fornitori delle materie prime in modo oggettivo, verificare la compatibilità di un determinato tappo con il sistema di tappatura in funzione delle caratteristiche qualitative, ottimizzare la velocità di linea per ottenere la massima resa fino a monitorare e confrontare l'efficienza dei processi in più cantine e/o linee contemporaneamente. Qualità, innovazione e tecnologia sono i nuovi principi introdotti dall'industria 4.0 che FT System è in grado di rendere disponibili ai produttori di vino per affrontare le nuove sfide del mercato in termini di competitività e brand reputation. *Info: www.ftsystem.com*



## GHIDI

Nuovo vinificatore multifunzionale Onda®

Il nuovo vinificatore multifunzionale Onda®, brevettato da Ghidi Metalli Srl, gode di due innovazioni principali. 1) Il sistema automatizzato di movimentazione e rimontaggio del mosto che agisce sul cappello delle vinacce sia dall'alto che dal basso con un'azione meccanica indiretta e senza uso di pompe, riducendo lo stress per il mosto e la produzione di feccia. 2) Il sistema automatizzato di iniezione di gas tecnici (azoto, argon, CO<sub>2</sub>, aria compressa o miscele) che opera in tre zone specifiche del serbatoio: dal basso, in zona mediana e dall'alto. L'insufflazione di gas dal basso, avviene grazie a una serie di iniettori microforati posti in prossimità del fondo. Selezionando la somministrazione di gas inerte è possibile mescolare delicatamente il mosto durante la fermentazione o la macerazione per facilitare gli scambi fra fase liquida e fase solida del mosto/vino, oppure portare in sospensione le fecce fini durante la maturazione o ancora saturare rapidamente il serbatoio con gas inerte per effettuare il travaso in atmosfera protetta. Insufflando aria

compressa invece è possibile macro-ossigenare il mosto o il vino (in tutte le fasi di vinificazione: pre-fermentativa, fermentativa e post-fermentativa). In zona mediana: è presente una candela porosa che permette l'ossigenazione del mosto durante la fermentazione, la macerazione o in caso di comparsa di sentori di ridotto. Dall'alto: è possibile saturare lo spazio libero al di sopra del mosto/vino con gas inerte (azoto o argon) e sfruttare Onda® per altre fasi enologiche oltre a quella fermentativa, ad esempio per la macerazione, l'affinamento su fecce fini e la conservazione a lungo termine. *Info: www.ghidimetalli.it*



## METALUX

Capsule e capsuloni anche PVC-free

Metalux è stata fondata nel 1964 da Dino Ilario Dal Ri, pioniere nella produzione di capsule copri tappo. Grazie al know how acquisito in 57 anni di esperienza l'azienda si è imposta sul mercato globale come uno dei più conosciuti produttori di capsule, ad oggi esportate in più di 40 Paesi. Produciamo secondo le più moderne tecnologie disponibili capsule in PVC, capsule e capsuloni in polilaminato e abbiamo recentemente ampliato l'offerta di prodotti disponibili

introducendo le capsule PVC-free: capsule termoretraibili PVC-free, capsule in polilaminato PVC-free, capsuloni PVC-free. Metalux è sempre impegnata nel cercare soluzioni all'avanguardia per poter soddisfare le esigenze dei nostri clienti attivi nella produzione di vino, spumante, birra, bevande alcoliche in generale, olio d'oliva. La sua storia è fondata sul continuo investimento tecnologico e la filosofia aziendale si basa sulla convinzione che un prodotto di qualità non abbia confini. Potete contattarci telefonicamente ai numeri +39 0421 331266, +30 22410 81767 - Via email agli indirizzi info@metaluxcapsule.it manager@metaluxsa.com *Info: www.metaluxcapsule.it - www.metaluxsa.com*





**NORTAN**  
Nuovo distributore di capsule Syncrocap

**G**razie a un innovativo progetto meccatronico (FEDS Technology), il nuovo distributore Syncrocap di Nortan riesce ad adattarsi automaticamente alle diverse capsule da lavorare, riducendo così i tempi di cambio formato fino all'80% e le imperfezioni dovute all'intervento umano. Rispetto ai distributori di capsule standard il nuovo Syncrocap ha rappresentato un passo avanti significativo per tutto il settore: ogni componente è stato completamente ripensato e riprogettato attorno ai seguenti obiettivi: ottimizzazione della lavorazione, aumento dell'affidabilità, riduzione e semplificazione della manutenzione, riduzione al minimo dei tempi di cambio formato a carico degli operatori. Il cuore principale dell'innovazione è il gruppo di separazione e distribuzione a gestione completamente elettronica dove è stata implementata una nuova tecnologia meccatronica proprietaria (Patent Pending) denominata F.E.D.S. Technology (Fully Electronic Distribution System). Questo porta ad una riduzione dei tempi di settaggio e cambio formato da parte dell'operatore di circa l'80% e alla completa eliminazione degli errori e problematiche che possono sorgere a causa di regolazioni approssimative. Inoltre, grazie ad una serie di algoritmi che racchiudono tutta l'esperienza Nortan, sono stati eliminati tutti i dispositivi meccanici ed è stato introdotto il concetto di "Camma Elettronica" che permette di adattare automaticamente le fasature e i parametri dei vari componenti in base al tipo di capsula in lavoro. La riduzione dei particolari del 40% e l'ottimizzazione dei processi produttivi ha portato a un notevole aumento di affidabilità.

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

**PULEO**

La Diraspatrice Vega R. ora integrata al Selezionatore a rulli Roll Selecto

**R**isultati ottenuti da Puleo Spa in cinque decenni di grande operosità riflettono il costante sforzo, da parte dell'azienda, di anticipare i cambiamenti di un mercato in continua evoluzione e saper mettere in campo competenza, passione ed esperienza, impegnandosi senza sosta per il perfezionamento dei propri prodotti. Una delle recenti innovazioni riguarda la nuova Diraspatrice Vega R. La Diraspatrice, integrata al Selezionatore a rulli Roll Selecto, combina l'efficiente azione di diraspatura della Vega alla accurata selezione degli acini del Roll Selecto. Diraspatura e selezione realizzate con un'unica macchina e con doppio vantaggio: riduzione degli ingombri e scarico unico dei raspi. Una volta diraspata, gli acini sono diretti al Roll Selecto sottostante. Mediante la rotazione ad alta velocità delle due sezioni di rulli, il selezionatore permette di separare gli acini da tutte le parti indesiderate, quali gambi, foglie, pezzi di raspo, piccoli frammenti. Il tavolo è posto su ruote e libero di scorrere su due binari. È possibile effettuare l'estrazione totale del tavolo al fine di facilitare la pulizia e nel caso si decidesse di non fare selezione per alcune partite di uva. Nella zona uscita raspi, è installata una barriera di sicurezza smontabile che impedisce all'operatore di arrivare accidentalmente al cestello a all'albero battitore durante il funzionamento. Questa barriera ha inoltre la funzione di convogliare i raspi prodotti e direzionarli in ceste, bins o in una tramoggia per l'aspirazione. Vantaggi: minima manutenzione periodica; gabbia forata e albero battitore a lunghezza maggiorata rispetto a concorrenza; flessibilità nel posizionare il quadro elettrico che può essere pure sganciabile; facile estrazione del tavolo di selezione; sistema di lavaggio integrato, attuato da apposite sfere poste nella camera di diraspatura. Info: [www.puleoitalia.com](http://www.puleoitalia.com)



**VINVENTIONS**

Tappi Nomacorc Blue Line: plastica riciclata certificata ed economia circolare

**U**na linea completa di chiusure per il vino che non solo elimina i difetti legati al tappo, ma sostiene lo sviluppo sostenibile promuovendo il riciclaggio della plastica? Stiamo parlando della nuova Nomacorc Blue Line di Vinventions, leader mondiale nelle soluzioni di chiusure per l'industria vinicola con 2,8 miliardi di tappi venduti nel 2020. La Nomacorc Blue Line è una nuova serie di tappi di cui il 50% della materia prima è ottenuto dal riciclaggio della plastica. Questa percentuale significativa di plastica riciclata nella composizione di questi tappi è certificata ISCC+ tramite un sistema chiamato "Mass Balance". Con i tappi Blue Line, Vinventions promuove

il riciclaggio della plastica dando una seconda vita ai materiali solitamente destinati all'incenerimento, fonte di emissioni di CO<sub>2</sub>. La gamma Blue Line contribuisce non solo a limitare queste emissioni, ma anche a ridurre l'uso di plastica fossile.



Queste nuove chiusure fanno parte dell'approccio più ampio dell'azienda per lo sviluppo sostenibile. Infatti, la gamma Blue Line si aggiunge alla prima gamma con zero impronta di carbonio a base di bio-polimeri di canna da zucchero lanciata nel 2013: la Nomacorc Green Line. Una bottiglia di vino tappata con Nomacorc è la garanzia per il consumatore di bere il frutto del lavoro in cantina senza alcune deviazioni, sempre nel rispetto dell'ambiente. Info: [www.vinventions.com](http://www.vinventions.com)

bilità, riduzione e semplificazione della manutenzione, riduzione al minimo dei tempi di cambio formato a carico degli operatori. Il cuore principale dell'innovazione è il gruppo di separazione e distribuzione a gestione completamente elettronica dove è stata implementata una nuova tecnologia meccatronica proprietaria (Patent Pending) denominata F.E.D.S. Technology (Fully Electronic Distribution System). Questo porta ad una riduzione dei tempi di settaggio e cambio formato da parte dell'operatore di circa l'80% e alla completa eliminazione degli errori e problematiche che possono sorgere a causa di regolazioni approssimative. Inoltre, grazie ad una serie di algoritmi che racchiudono tutta l'esperienza Nortan, sono stati eliminati tutti i dispositivi meccanici ed è stato introdotto il concetto di "Camma Elettronica" che permette di adattare automaticamente le fasature e i parametri dei vari componenti in base al tipo di capsula in lavoro. La riduzione dei particolari del 40% e l'ottimizzazione dei processi produttivi ha portato a un notevole aumento di affidabilità.

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

**SORGENIA**

Soluzioni per la sostenibilità: la case history Cupertinum



**“R**iscontriamo una crescente attenzione per i temi ambientali nel settore vinicolo. Questa sensibilità rende il dialogo proficuo e ci consente di realizzare progetti innovativi, capaci di ridurre l'impatto ambientale delle aziende del comparto” afferma Mario Mauri, Sales Business & Energy Solutions Director di Sorgenia. Tra gli interventi di Sorgenia nel settore merita una menzione la Cupertinum, Cantina Sociale fondata nel 1935 in Salento. La sensibilità per l'ambiente ha spinto i soci a trasformarsi in azienda green: la cooperativa, insieme a Sorgenia Green Solutions, sta realizzando sui tetti dei propri capannoni un impianto fotovoltaico da 40 KW che produrrà circa 55.000 kWh/anno ed eviterà l'emissione in atmosfera di 24.000 kg di CO<sub>2</sub> l'anno. L'intervento prevede anche la creazione di una stazione di ricarica per auto elettriche. “Il Salento è un territorio vocato ad agricoltura e turismo; a questi due aspetti fondamentali abbiniamo la sostenibilità, elemento essenziale per le imprese”, commenta Francesco Trono, Presidente della Cupertinum (nella foto sopra, a destra, insieme all'enologo della Cantina, Giuseppe Pizzolante Leuzzi).

Info: [www.sorgenia.it](http://www.sorgenia.it) - [www.cupertinum.it/](http://www.cupertinum.it/)

**Gli annunci del Corriere Vinicolo**



per inserimento annunci contattare Laura Longoni, tel. 02 7222841, [l.longoni@uiv.it](mailto:l.longoni@uiv.it)

"AZIENDA VINICOLA DELL'OLTREPO' PAVESE

**RICERCA**

**Azienda produttiva di altra zona** con la quale condividere espansione commerciale all'estero".

Scrivere a: Casella Postale n. 564 [corrierevinicolo@uiv.it](mailto:corrierevinicolo@uiv.it)

**VASONGROUP**

“Impronta”, una pubblicazione completamente rinnovata per raccontare la storia, i prodotti e le tecnologie del Gruppo

**“L**a nostra vita è fatta di trasformazioni. Mani e mente s'intonano alla metamorfosi e sembrano fatte per creare continuamente nuove emozioni. Lungo la via del vino, nulla sembra rimanere così com'è iniziato. Eppure se guardi bene, dall'alto, un'impronta c'è: fatta di scelte, talento e materie giuste. E da cose uniche, si sa, nascono armonie inconfondibili. Come nel vino.” Si apre così “Impronta”, il Vason Book 2021 pubblicato a giugno da VasonGroup, gruppo con oltre 50 anni di storia, nato a Verona e che ad oggi conta 7 sedi estere e 31 Sales Partners nel mondo. Giancarlo Vason, fondatore di VasonGroup ed enologo esperto, seguì la sua intuizione e unì per la prima volta in enologia le biotecnologie alle tecnologie impiantistiche, rispettivamente con le aziende Enologica Vason e Ju.Cla.S., dando luogo alla sinergia che rappresenta oggi il punto di forza del Gruppo. Nel Vason Book 2021 è proprio questo legame a farla da padrona attraverso il concetto di Combo Approach®, letteralmente l'azione combinata di prodotti e tecnologie, fondamentali per raggiungere il massimo della qualità in cantina. Per farlo, sarà sufficiente rintracciare il logo dedicato tra le pagine di “Impronta”. Impronta è la sintesi del lavoro che Enologica Vason e Ju.Cla.S. compiono quotidianamente, affiancando le cantine in qualità di tecnici-consulenti. “Impronta” è la selezione delle soluzioni ideali per il raggiungimento del massimo della qualità. Impronta è il segno lasciato da VasonGroup nella storia dell'enologia.

È possibile richiedere copia di Vason Book 2021 sul sito dell'azienda. Info: [www.vason.it](http://www.vason.it)



**VASON GROUP**

## Zenith **EVO**



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

## Poker **EVO**



Alimentazione, distribuzione e applicazione di capsule in stagno o polilaminato (rullatura) e PVC/PET (termoretrazione).



## Record **EVO PLUS**



Alimentazione, distribuzione e applicazione di gabbiette.



Gabbiettatrice con orientamento della bottiglia (marchio in rilievo su vetro o giunzione stampo) per l'applicazione della gabbietta con posizione programmabile dell'occhiello di apertura (sistema di visione SNIPER).

## **EVO** Series

- Basamento interamente in acciaio inox AISI 304 con pannelli di intervento in policarbonato trasparente e illuminazione interna comandata da apertura porte
- Piano di lavoro inclinato e drenaggi convogliati sulle gabbiettatrici
- Sistema di visione e centraggio bottiglia e capsula su piattaforma SNIPER
- Periferiche di visione: telecamere, fotocellule (colore e UV), fibre ottiche e laser
- Assi elettronici - motorizzazione brushless
- 2 pannelli di controllo HMI touch screen ad alte prestazioni su braccio mobile
- Cambi formato automatizzati e tool-free, settaggi richiamabili con le ricette di lavoro memorizzate
- Protezioni in acciaio inox AISI 304 con finitura superficiale a specchio e porte in vetro temperato a tutta altezza



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