



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



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa); versione cartacea + on-line 150,00 euro - L'Europa: 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) - Ass. all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.



**LA MINISTRA BELLANOVA
E IL SOTTOSEGRETARIO AGLI ESTERI
DI STEFANO INTERVENGONO
ALL'INAUGURAZIONE
DELLA MILANO WINE WEEK**



Promozione: sì al "Tavolo vino" e, forse, più fondi Ocm

Intenso (e inedito) confronto tra politica, istituzioni, produttori e associazioni all'evento di apertura della settimana milanese del vino, organizzato insieme a Unione Italiana Vini. Promozione e internazionalizzazione al centro del dibattito che ha coinvolto anche Bruxelles, con l'intervento dell'eurodeputato Paolo De Castro e di Ignacio Sánchez Recarte, segretario del Ceev. Avviata la stagione del "rilancio" con importanti novità su strumenti, strategie e risorse al servizio delle imprese

Ufficializzato il nuovo "Tavolo tecnico" tra Maeci, Mipaaf, Ice e le associazioni delle imprese vitivinicole per la gestione dei fondi dedicati alla promozione internazionale, apertura della ministra alle Politiche agricole, Teresa Bellanova, a incrementare per il prossimo triennio i fondi del Piano nazionale di sostegno dedicati alla promozione, e nuova richiesta di un piano di comunicazione istituzionale del vino italiano sui principali mercati esteri. Queste, in sintesi, le principali novità emerse nel

corso dell'evento inaugurale della 3ª edizione della Milano Wine Week organizzato, lo scorso 5 ottobre a Milano, in collaborazione con l'Unione Italiana Vini. Un lungo e articolato talk - moderato dal giornalista del Corriere della Sera **Luciano Ferraro** e introdotto dai saluti di **Fabio Rolfi**, assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia, e **Federico Gordini**, presidente della manifestazione - dove associazioni degli imprenditori, produttori vitivinicoli, istituzioni e politica, italiana ed europea, si sono confrontati sui temi del momento legati alla promozione e internazionalizzazione del settore.

CONTINUA A PAGINA 2

"Vino naturale"

QUANDO NON "BASTA LA PAROLA"

Torna di attualità il dibattito sull'uso in etichetta di un termine ambiguo e "ingannevole". In uno scenario privo di norme chiare, condivise e uniformi, quali sono i problemi per i produttori e i rischi per i consumatori? Sandro Sartor: "Necessari sperimentazione e poi un disciplinare"

a pagina 3

Reportage Vendemmia

VOLUMI IN FLESSIONE, QUALITÀ ELEVATA E TENUTA DEL VALORE

L'inchiesta sui territori a fine raccolta delle uve conferma una vendemmia 2020 "buona e giusta". Le testimonianze di Luigi Bersano e Scipione Giuliani (Mondodelvino), Domenico Zonin (Zonin1821), Corrado Casoli (Giv), Marco Nannetti (Cevico), Ettore Nicoletto (Bertani Domains) e Giordano Zinzani (Caviro) a pag. 6

PUGLIA
LA CLASSICA FORMULA
"MENO MA MEGLIO"
a pagina 9

SICILIA
QUANTITATIVI
IN NETTO CALO,
SI PUNTA TUTTO
SULLA QUALITÀ a pagina 10

a pag. 15

La fotografia della produzione italiana L'equilibrio? Sta a Nordest

Negli ultimi dieci anni questo areale è passato da una incidenza sul totale del 42% al 45%, con il solo Veneto al 22%. In calo Centro Italia e Nordovest, stabili Puglia e Sicilia. Effetti neutri? Non sempre

ALL'INTERNO IL NUOVO INSERTO SPECIALE LOGISTICA

IL CORRIERE VINICOLO

logistica SOLUZIONI CHE FANNO LA DIFFERENZA

ARRIVA UN NUOVO INSERTO SPECIALE DEDICATO A LOGISTICA E IMBALLAGGI E TRACIA

LE SFIDE DEL "MONDO INTERMEDIO" TRA PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE

Arrivare! Arrivare! Arrivare!

Il tuo vino guarda lontano.

MBE Wine
Con MBE puoi contare su un partner specializzato nella spedizione del vino in Italia e all'estero grazie al servizio di spedizione e gestione di appalti logistici, dalla spedizione alle esportazioni.

MAILBOXES ETC
#PeoplePossible

SYNCRONCAP™ SERIES

Noi siamo già nel futuro... E tu?

norton
Passione, tecnologia, innovazione...

www.norton.it

YouTube, Facebook, LinkedIn icons

PROMOZIONE

Sì al “Tavolo vino” e, forse, più fondi Ocm

di GIULIO SOMMA



◆ Segue dalla prima pagina

“Tavolo vino”, nuova versione

La notizia era stata anticipata, in via riservata, con una missiva del sottosegretario agli esteri, Manlio Di Stefano, al presidente di UIV, Ernesto Abbona che ne aveva dato notizia all'ultimo Consiglio nazionale dell'associazione svoltosi qualche giorno fa, ma è stata ufficializzata nel corso dell'evento milanese: sarà ricostituito dal Maeci a breve un tavolo tecnico tra istituzioni e imprese che vedrà coinvolti i ministeri degli Affari esteri, dell'Agricoltura, l'Ice e le associazioni dei produttori per condividere e progettare i dettagli della campagna di comunicazione e delle azioni di promozione internazionale dedicate al vino. Così, dopo una prima felice esperienza maturata in Ice, nel biennio 2015 e 2016, di un gruppo di lavoro congiunto - del quale faceva parte UIV insieme ad altre associazioni del settore - per condividere strategie e azioni di promozione, “è intenzione della Farnesina - si legge nella lettera del sottosegretario Di Stefano inviata a UIV - procedere alla ricostituzione di un gruppo di lavoro tecnico al quale prenderanno parte anche rappresentanti del Mipaaf e dell'Ice. Il tavolo dovrà avere natura operativa e contribuire a definire una strategia che permetta di rafforzare la conoscenza di vini italiani presso i consumatori e gli operatori economici esteri, favorendone contestualmente un miglior posizionamento e una adeguata tutela sui mercati internazionali. Sono fiducioso - conclude Di Stefano - che esso potrà fungere da canale di dialogo privilegiato con il comparto vitivinicolo”. Posizione confermata dal sottosegretario anche in occasione della inaugurazione della MWW: “Il tavolo del vino all'interno del patto per l'export - ha detto **Manlio Di Stefano** - può essere un esperimento di successo e segue l'esempio, già adottato, di consultazione permanente tra settori che ora vogliamo applicare anche al vino”.

Un risultato, questo del Tavolo vino, sul quale anche la ministra **Teresa Bellanova** si era spesa direttamente. “Lo specifico Tavolo Maeci-Ice sul sostegno all'internazionalizzazione del vino - ha dichiarato la ministra - verrà convocato quanto prima, come da me richiesto nelle scorse settimane al collega Di Maio e li discuteremo con le imprese, perché è da loro, non mi stancherò mai di dirlo, che devono venire le indicazioni per ottimizzare e implementare le strategie e le politiche mirate al settore. Soprattutto adesso dobbiamo essere capaci di orientare gli investimenti e condividere le azioni promozionali verso obiettivi utili. E sono contenta che proprio l'immediata risposta del ministro Di Maio evidenzia medesima esigenza e soprattutto colga la necessità, a maggior ragione in questa fase di rilancio delle attività, di un più stretto collegamento con le filiere e le loro rappresentanze. Un Tavolo che dovrà avere natura squisitamente operativa, per contribuire a definire una strategia condivisa per rafforzare la conoscenza dei vini italiani presso i consumatori e gli operatori esteri”.

Un risultato positivo per l'Unione Italiana Vini che vede accolta una richiesta sulla quale si stava lavorando da tempo. “La scelta da parte del Maeci di procedere alla ricostituzione di un tavolo di lavoro tecnico dedicato al vino assieme a Mipaaf e Ice nell'ambito delle azioni previste dal Patto per l'export va nella direzione da noi auspicata e sostenuta - ha commentato il presidente di UIV, **Ernesto Abbona** - . Per questo apprezziamo quanto annunciato oggi sull'avvio di un tavolo strategico per l'internazionalizzazione, che vedrà UIV tra gli attori protagonisti chiedendo, ora, l'implementazione di un piano di comunicazione istituzionale concentrato sui mercati prioritari (es. Usa, Canada, Cina), pianificato e condiviso anche in ottica di rilancio enoturistico. Una regia di sistema, che

Intenso (e inedito) confronto tra politica, istituzioni, produttori e associazioni all'evento di apertura della settimana milanese del vino, organizzato insieme a Unione Italiana Vini. Promozione e internazionalizzazione al centro del dibattito che ha coinvolto anche Bruxelles, con l'intervento dell'eurodeputato Paolo De Castro e di Ignacio Sánchez Recarte, segretario del Ceev. Avviata la stagione del “rilancio” con importanti novità su strumenti, strategie e risorse al servizio delle imprese

punti a convogliare le risorse in macroazioni evitando la dispersione in iniziative minori sia nell'impatto che nella portata. Per UIV - conclude il presidente Ernesto Abbona - occorrerà predisporre piani integrati in ottica di mercato ma anche di brand awareness in favore del prodotto enologico made in Italy presso mercati strategici ancora culturalmente lontani”.

Chiamato direttamente in causa da un progetto che vedrà coinvolta l'agenzia da lui presieduta, il presidente dell'Ice, **Carlo Maria Ferro**, ha riassunto l'impegno dell'agenzia nel Patto per l'export. “È un cantiere aperto, dove Ice lavora su quattro filoni: la campagna sul ‘nation branding’, il sostegno alle fiere, all'e-commerce e alla formazione di esperti digitali. Sull'e-commerce - ha sottolineato Ferro - stiamo lavorando per aiutare le imprese ad accedere a un canale sempre più importante. Abbiamo chiuso accordi con 14 piattaforme mondiali (erano solo due a inizio 2019) e arriveremo a 24 entro fine anno, tutti B2C e una B2B, coinvolgendo player di primo piano, di cui 16 riguardano il vino. E presto arriverà un accordo con Tannico per portare il vino italiano sull'e-commerce in 18 Paesi del mondo, a costo zero per le imprese. Inoltre, stiamo lavorando sul sostegno per le mini-fiere, eventi di taglio nazionale che abbiamo voluto portare a livello internazionale, come ad esempio winezwin o Milano Wine Week, per la quale abbiamo creato 2.000 contatti con operatori esteri”.

Aumento fondi Ocm promozione e altre misure

Rimanendo in tema di promozione, obbligato il passaggio sull'Ocm dopo la recente firma del decreto ministeriale che destina circa 100 milioni di euro alla promozione del vino nell'annualità 2020-2021. Risorse oggi quanto mai necessarie per gestire una “ripartenza” in un contesto di mercato internazionale reso ancor più difficile dalle vicende della Brexit e dal rischio di nuovi dazi Usa, come hanno ricordato l'eurodeputato **Paolo De Castro** e il segretario del Ceev, **Ignacio Sánchez Recarte**, intervenuti in videoconferenza all'evento di Milano. Se per Sanchez Recarte il rischio di “no deal” ormai sembra inevitabile nelle trattative tra Ue e Uk, tanto da consigliare alle imprese europee di spingere gli importatori ad aumentare gli stock nel Regno Unito, seppur compito difficile nella fase di grande difficoltà economica che sta vivendo l'Inghilterra, per Paolo De Castro la Ue sta lavorando per aiutare il settore: “Arriveranno risorse importanti con il Recovery Fund anche all'agricoltura - ha detto l'eurodeputato - mentre prima dell'estate abbiamo migliorato l'Ocm dando più flessibilità alle misure e incrementando la quota europea di cofinanziamento”.

Tornando sul piano nazionale, dopo aver assicurato l'uditorio che nel decreto rimangono previste le azioni svolte presso la Gdo e la ristorazione, con un indice di premialità per quelle promosse dai Consorzi, la ministra Bellanova ha voluto dare risposta a un'altra sollecitazione lanciata da UIV da alcuni mesi: l'aumento dei fondi Ocm per il prossimo triennio da 100 a 150 milioni di euro/anno con risorse aggiuntive da mantenere in capo al Ministero per finanziare progetti delle imprese di dimensione nazionale. “Su questo punto - ha detto Teresa Bellanova - voglio ribadire che la disponibilità al lavoro nel confronto con le Regioni e con tutti gli interlocutori interessati è, da parte mia, assicurata. Allo stesso tempo, credo che qualsiasi modifica nella modalità di utilizzo delle risorse del Piano nazionale debba avvenire non con strappi ma nella piena condivisione di tutte le parti. Era con questo obiettivo - ha proseguito - che avevamo lanciato la Cabina di regia del vino, per un luogo ad hoc in cui delineare una strategia complessiva di sistema”.

Infine, un'ultima, attesa, risposta della ministra è arrivata sull'utilizzo dei 60 milioni residui dalla vendemmia verde, che devono essere tassativamente spesi entro fine anno per non essere persi. “L'utilizzo delle risorse residue di una misura che, voglio ricordarlo, era stata definita con il pieno concorso delle associazioni - ha detto la Bellanova - sarà destinato in larga parte, per circa 50 milioni, come indica lo specifico emendamento che abbiamo presentato nel Decreto Agosto, all'esonero straordinario dei contributi previdenziali e assistenziali per imprese operanti nella produzione dei vini da tavola, vino spumante e altri vini speciali, mentre destiniamo circa 10 milioni per misure a sostegno dei vini a denominazione di origine e a indicazione geografica”. Un capitolo che rimane aperto quindi, quello della distillazione dei vini a Do, in attesa di capire se si riuscirà ad arricchire una dotazione, indubbiamente al momento scarsa, con residui di altre misure destinate al vino che non dovessero raggiungere l'utilizzo dell'intero plafond.

Qui sopra un momento dell'inaugurazione della Milano Wine Week 2020

Qui sotto, dall'alto: Ernesto Abbona, Carlo Maria Ferro e Paolo De Castro



JOSÈ RALLO ENTRA NEL CDA DI ICE

José Rallo, ad dell'azienda di famiglia, Donnafugata, insieme al fratello Antonio, consigliere nazionale di UIV, entra nel nuovo Cda dell'Ice approvato in questi giorni dal Consiglio dei Ministri. La scelta che “nasce dall'esigenza di ascolto delle istanze di un tessuto economico italiano sempre più proiettato verso l'internazionalizzazione”, come ha commentato il sottosegretario agli Esteri, Manlio Di Stefano, al Sole 24 Ore, arriva in contemporanea con l'ufficializzazione di un nuovo “Tavolo vino” che coinvolgerà insieme ai Ministri degli Esteri e dell'Agricoltura anche l'Ice (vedi articolo in questa pagina). “Una doppia buona notizia - commenta **Paolo Castelletti**, segretario generale di UIV - che rafforza il ruolo di Ice quale punto di riferimento operativo delle attività di promozione internazionale del vino e conferma un orientamento concreto della politica verso la condivisione con il mondo delle imprese delle attività in capo all'agenzia. Attenzione che, come UIV, abbiamo sollecitato in questi mesi e che oggi accogliamo con favore all'avvio di una impegnativa stagione di rilancio del nostro vino sui mercati internazionali”.

TORNA DI ATTUALITÀ IL DIBATTITO SULL'USO IN ETICHETTA DI UN TERMINE AMBIGUO E "INGANNEVOLE"

"Vino naturale" QUANDO NON "BASTA LA PAROLA"

di GIULIO SOMMA

SANDRO SARTOR

"Necessari sperimentazione e poi un disciplinare"

"Senza l'uomo, il mosto d'uva non diventa vino in maniera naturale ma evolve in aceto. Quindi, anche quel vino che viene accompagnato dall'aggettivo "naturale" non può essere definito naturale, poiché richiede l'intervento umano". È uno dei passaggi dell'intervista di Sandro Sartor, vice presidente dell'UIV, che punta dritto al cuore del problema.



Perché è importante la risposta dell'Ue che riconosce la necessità di considerare il rischio che l'uso del termine "naturale" possa indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche intrinseche del vino naturale rispetto al vino?

Condivido la risposta della Dg Agri su un tema che ritengo delicato e anche divisivo. Ricordo, innanzitutto, che non c'è una definizione di naturale nell'ordinamento legislativo e che, pertanto, sono possibili varie interpretazioni. In secondo luogo, è evidente che applicando il termine naturale in modo generico e non disciplinato sembra che tutto ciò che non è naturale sia artificiale. E questo genera una falsa e un'errata comunicazione rispetto agli altri vini. Ma, soprattutto, il termine naturale, inteso come "senza alcun intervento della mano dell'uomo", è un termine che propriamente non si addice al vino perché, al contrario, è qualcosa fatto dalla mano dell'uomo.

Senza l'uomo, il mosto non diventa vino in modo naturale, bensì evolve in aceto. Quindi, anche quel vino accompagnato dall'aggettivo "naturale" non è naturale, in quanto richiede l'intervento dell'uomo che applica una determinata tecnologia. Pertanto, la parola naturale, nella sua vera accezione, non si addice a nessun tipo di vino, neppure a quello definito naturale.

Ritiene che l'uso del termine naturale - così come degli altri termini etico, vero ecc. - abbia danneggiato il vino italiano sul mercato interno e all'estero?

Innanzitutto, sono contento che ci sia stato questo pronunciamento dell'Ue, anche se con un certo ritardo. Infatti, questa definizione ha preso già troppo spazio sul mercato e lo ha fatto in un momento in cui per i consumatori è già difficile capire cosa sia il biologico, un segmento del vino, tra l'altro, ben disciplinato. Sul mercato, la presenza dei vini naturali ha creato un danno, paradossalmente, anche allo stesso vino biologico.

Il mondo produttivo è a un bivio: emanare delle norme che vietino l'uso del termine naturale in etichetta oppure normare il cosiddetto "metodo naturale", utilizzando altri termini meno "misleading" ...

Non mi sentirei di vietare una determinata tipologia di produzione. Ognuno è libero di fare il vino come meglio ritiene, se questo non fa male alla salute. Però occorre fare molta attenzione a come lo andremo a chiamare. È importantissima la terminologia con cui si andrà a definire questo vino. Dovrà essere studiata con grande dettaglio. Per esempio, il termine "ancestrale" è migliore di naturale ma ancora non mi soddisfa perché getta un'accezione negativa sugli altri vini. Cosa è "non ancestrale"? Moderno, industriale, tecnologico? Tutti aggettivi che non trasferiscono valori positivi al prodotto vino. Quindi, se si vogliono normare i vini naturali sarà necessaria, intanto, una sperimentazione per stabilire che quei prodotti siano fatti bene, non siano dannosi per la salute e siano prodotti con criteri e tecniche consolidate e trasparenti. Dopo questa fase di sperimentazione, con un nome che non sia fuorviante nei confronti degli altri vini, potranno essere messi in commercio.

E se l'universo dei vini naturali non è né normato né definito...?

Bisogna fare un percorso simile a quando si vuole definire un nuovo disciplinare: ricerca, analisi e sperimentazione da cui far emergere le caratteristiche peculiari del prodotto. Occorre, insomma, che i vini naturali facciano un percorso ufficiale, al termine del quale si parlerà anche del nome.

Questa vicenda può disturbare la battaglia per il consumo responsabile del vino dove naturale fa rima con salutare?

Non credo ci possano essere ripercussioni negative sulla battaglia per il consumo responsabile che è legata all'uso o abuso di alcol. Non ho mai visto, infatti, presentare un vino naturale con argomenti che sostengono la presenza di un alcol che fa bene o che si riferiscono a un vino più leggero. I rischi non sono in questo ambito ma nel più ampio tema di una corretta e responsabile comunicazione verso il consumatore.

Sempre più prodotti in commercio utilizzano questa dicitura ma la normativa europea non prevede una specifica definizione. In uno scenario privo di norme chiare, condivise e uniformi, quali sono i problemi per i produttori e i rischi per i consumatori? Il Ceev si è appellato alla Dg Agri di Bruxelles che ha chiarito come sia un'area ancora grigia. Le soluzioni? Vietarne l'uso o normarne rigorosamente l'utilizzo. Ma di che vini stiamo parlando, effettivamente?



VINO NATURALE LA RISPOSTA DELLA DG AGRY IN SINTESI

- Nella normativa europea non esiste alcuna definizione del termine "naturale"
- L'indicazione "vino naturale" può suggerire l'idea di un vino di qualità più alta del vino
- C'è il rischio che l'uso del termine "naturale" induca il consumatore in errore riguardo alle caratteristiche intrinseche del cosiddetto "vino naturale" rispetto al vino
- I metodi di produzione previsti dalla normativa Ue non includono "méthode nature" e il termine "naturale" può indurre in errore il consumatore

In alto a sinistra,
Sandro Sartor.

Qui sotto, Ignacio Sanchez Recarte e, più in basso,
Paolo Castelletti



Non è forse il vino un prodotto naturale? La domanda, probabilmente, se la sarà posta più di un consumatore di fronte all'etichetta di una bottiglia che teneva a specificare quanto il vino contenuto in essa fosse appunto "naturale". Un aggettivo, qualificativo, che è comparso da alcuni anni su un numero crescente di etichette e che, indubbiamente, è stato tra le cause del disorientamento nei consumatori e tra i motivi di perplessità - riteniamo legittima - in gran parte del mondo produttivo italiano ed europeo, che ha sempre ritenuto che il vino (definito dal Codice internazionale delle pratiche enologiche esclusivamente come la bevanda risultante dalla fermentazione alcolica totale o parziale dell'uva fresca o del mosto d'uva) fosse intrinsecamente naturale.

Il tema è delicato e l'Unione Italiana Vini vi ha puntato i riflettori da diverso tempo, ritenendo l'apposizione del termine "naturale" in etichetta un'informazione scorretta verso il consumatore, come ha sottolineato il vice presidente di UIV, Sandro Sartor (vedi intervista a lato), secondo cui è necessario al più presto un preciso intervento normativo che ne regolamenti il (non) utilizzo. L'argomento è tornato, di recente, alla ribalta sulla spinta del governo spagnolo che, per rispondere al quesito di un'impresa vitivinicola locale, si è rivolto al Ceev, il quale ha inoltrato un'interpellanza pubblica nei confronti delle massime istituzioni europee. È stata proprio l'associazione europea (che rappresenta l'industria vitivinicola) a inoltrare il quesito specifico sul vino naturale alla Dg Agri presso la Commissione Ue, mettendo in piena luce un argomento che possiede una sua

rilevanza in termini concettuali, correlati alla definizione di vino, ma che porta con sé anche importanti risvolti diretti di natura commerciale e comunicativa.

Il quesito del Ceev e la risposta della Dg Agri

Come spiega il segretario generale del Ceev, Ignacio Sanchez Recarte, nonostante questa tipologia specifica di vini costituisca un segmento molto piccolo rispetto alla produzione complessiva di vino in Europa, l'uso del termine "naturale" è stato riscontrato in molti mercati Ue, in alcuni casi in etichetta e nella maggior parte dei casi al di fuori dell'etichetta. La richiesta inoltrata dal Ceev a metà aprile ha avuto risposta solo a settembre, viste le priorità legate alla gestione del lockdown per l'epidemia da Covid-19 che hanno tenuto impegnata la Dg Agri. L'associazione europea si è mossa in considerazione del contesto di mercato fuorviante per i consumatori ma anche di un certo sentimento di ingiustizia percepito dai produttori vitivinicoli, soprattutto da quelli del comparto biologico. "Dopo aver osservato questo fenomeno per due anni - racconta Sanchez Recarte - ci siamo resi conto della sua reale portata e del livello di incertezza che l'uso del termine "vino naturale" stava creando sul mercato, quando il Club dei Ceo si è riunito nel corso del 2019". Il problema fu affrontato un anno fa nella prima riunione di Barcellona, quando sul tavolo fu posta la questione di quella Babele di norme in materia di sostenibilità, biologico, biodinamico, naturale che, come ricordò il vice presidente vicario di UIV, Lamberto Frescobaldi, confondeva le idee ai consumatori.

La posizione, molto attesa, espressa dalla Dg Agri al quesito del Ceev "arriva a mettere finalmente un punto fermo nel dibattito - sottolinea Paolo Castelletti, segretario generale di UIV - chiarendo, innanzitutto, che ad oggi non esiste una definizione del termine 'naturale' nella normativa europea ed evidenziando il problema di quanto l'indicazione 'naturale' si riferisca e suggerisca nei confronti l'esistenza di un 'vino naturale' di qualità più alta e più salutare rispetto all'altro vino'. L'aggettivo usato nel parere della Dg Agri 'misleading' cioè ingannevole è molto chiaro in tal proposito. ♦♦



Dall'alto,
Paolo Carnemolla
e José Luis Benítez

«La lettura di questo termine in etichetta potrebbe seriamente indurre il consumatore in errore riguardo le caratteristiche intrinseche del cosiddetto 'vino naturale' - conclude Castelletti, condividendo la valutazione proposta da Bruxelles - così come potrebbe indurre valutazioni errate sulla naturalità del vino in generale, rappresentando, quindi, un rischio comunicativo per l'intero settore».

L'articolo 36 del Regolamento Ue, n.1169/2011, relativo alle informazioni sugli alimenti nei confronti dei consumatori, sottolinea che quelle facoltative in etichetta non devono essere ambigue né confuse e devono essere basate su evidenze scientifiche dimostrate e pertinenti. Più nel dettaglio, secondo l'articolo 7 dello stesso Regolamento, tali informazioni

non devono indurre in errore per quanto riguarda natura, proprietà, identità, durata di conservazione, paese d'origine, metodo di produzione dell'alimento considerato; né è possibile attribuire al prodotto delle proprietà che non possiede. Infine, non è possibile suggerire al consumatore che l'alimento abbia caratteristiche particola-

ri, nel momento in cui in realtà tutti gli alimenti analoghi le possiedono, evidenziando in modo esplicito la presenza o l'assenza di determinati ingredienti o sostanze nutritive.

Partendo da queste considerazioni si è mossa l'interpellanza del Ceev che si è soffermata anche sull'espressione "méthode nature", in riferimento al metodo di produzione. La Dg Agri, nell'esprimere un parere (non vincolante in termini giuridici), ha chiarito che i metodi di produzione del vino, menzionati nell'articolo 53 e nell'allegato V del Regolamento delegato (Ue) 2019/333, non includono la menzione "méthode nature" e che, per qualsiasi indicazione che includa il termine "naturale", restano valide le considerazioni in merito alla possibilità che il consumatore sia indotto in errore. Pertanto, la Commissione sta valutando la possibile implementazione, a livello nazionale, di specifiche disposizioni sull'etichettatura in riferimento alla dicitura "vino naturale" e al suo metodo di produzione. La situazione, ha fatto sapere la Dg Agri, è attentamente monitorata, anche alla luce delle posizioni che, in materia, assumeranno gli Stati membri.

Normare è meglio che vietare

Qual è allora il giudizio del Ceev rispetto alla risposta di Bruxelles? «È importante premettere - osserva Sanchez Recarte - che non stiamo esprimendo un giudizio di merito né stiamo andando contro questa particolare tipologia di vino, piuttosto stiamo cercando di evitare l'ambiguità del termine usato per presentarlo. Pertanto, ringraziamo la Commissione per la sua analisi precisa del caso.

La sua risposta ci appare chiara nella misura in cui se la Commissione ha dato il suo parere sarà, poi, la Corte di giustizia dell'Ue l'unica a dover fornire la corretta interpretazione delle leggi europee». Per l'industria vitivinicola del Vecchio continente, insomma, è decisivo giungere a regole armonizzate chiare per garantire un unico terreno di confronto.

Sulla possibilità che si arrivi a vietare per legge l'uso del termine "naturale" nelle etichette di vino, il segretario generale del Ceev sottolinea che "diversi Stati membri dell'Ue hanno appena sottolineato che l'uso di questo termine è ingannevole e che non può essere usato per presentare i vini. Si tratta, quindi, di armonizzare le regole o far applicare l'attuale contesto normativo piuttosto che dare vita a un nuovo divieto". Sui vini naturali, secondo Sanchez Recarte, è necessario individuare un sistema per la loro presentazione che non confonda i consumatori e che sia coerente con la legislazione europea: "Occorre fare una seria riflessione sull'opportunità di regolamentarne l'uso". Oggi la legge è già molto chiara, secondo il Ceev, e nel modo di presentare un vino l'uso del termine "naturale" è fuorviante: "Il nucleo del problema non è il divieto ma l'applicazione. Non vedo perché non sia possibile che la legge europea preveda regole concrete, incluso un termine appropriato per la presentazione dei vini naturali". Nel settore vitivinicolo, come fa notare Sanchez Recarte, ogni aspetto è regolamentato e "ha senso fare altrettanto coi vini naturali nell'interesse dei produttori e dei consumatori. Ma prima di ogni altra cosa e prima di scegliere concreta-

mente un termine - conclude - è importante disporre di una visione condivisa sui vini da includere nella categoria dei naturali. E guardando ai prodotti che oggi sono definiti tali, va detto che siamo ben lontani da questo traguardo».

Favorevole a una regolamentazione si dichiara anche la FederBio, che apprezza la risposta di Bruxelles, perché certifica come l'uso di termini privi di significato codificato sia fuorviante per il consumatore e generi una condizione di concorrenza sleale sul mercato per i vini bio certificati a norma. Favorevole a una regolamentazione si dichiara anche la FederBio, che apprezza la risposta di Bruxelles, perché certifica come l'uso di termini privi di significato codificato sia fuorviante per il consumatore e generi una condizione di concorrenza sleale sul mercato per i vini bio certificati a norma. Favorevole a una regolamentazione si dichiara anche la FederBio, che apprezza la risposta di Bruxelles, perché certifica come l'uso di termini privi di significato codificato sia fuorviante per il consumatore e generi una condizione di concorrenza sleale sul mercato per i vini bio certificati a norma. Favorevole a una regolamentazione si dichiara anche la FederBio, che apprezza la risposta di Bruxelles, perché certifica come l'uso di termini privi di significato codificato sia fuorviante per il consumatore e generi una condizione di concorrenza sleale sul mercato per i vini bio certificati a norma.

La Fev spagnola invoca massima chiarezza

Spostandoci in Spagna da dove è partito il quesito posto alla Dg Agri, la posizione assunta dalla Federazione spa-

gnola del vino (Fev), appare in linea con quella italiana. Secondo quanto riferisce al Corriere Vinicolo il direttore generale, José Luis Benítez, l'uso del termine vino naturale può essere ingannevole per il consumatore e provoca una concorrenza sleale con gli altri vini tramite l'attribuzione di caratteristiche non regolamentate e non afferenti soltanto a tale tipologia di prodotto: "La posizione della Commissione Ue è chiara e, pertanto, le autorità spagnole puntano a rafforzare i controlli sull'uso di questo termine". Per la Fev, non si tratta di vietare ma di chiarire che l'uso di aggettivi come "naturale" va evitato nelle etichette, nella misura in cui inducono i consumatori a pensare a vini particolari con proprietà intrinseche migliori o più salutari ma che, di fatto, non sono reali. "È un po' come usare il termine 'riserva' per un vino senza che questo rispetti le specifiche regole del disciplinare", rimarca Benítez. In conclusione, il settore vitivinicolo deve stabilire se sia necessaria una definizione, e poi una regolamentazione, di certe categorie di vino o di aggettivi che possano essere usati nel vino, che soddisfino determinati processi produttivi e precise specifiche tecniche. "E lo dovrà fare tenendo conto che già esiste la categoria dei vini biologici. Soprattutto - conclude il dg della Fev - sapendo che l'eventuale termine che descriverà i prodotti 'naturali' non dovrà mai essere in conflitto con tutto il resto dei vini".

Giulio Somma



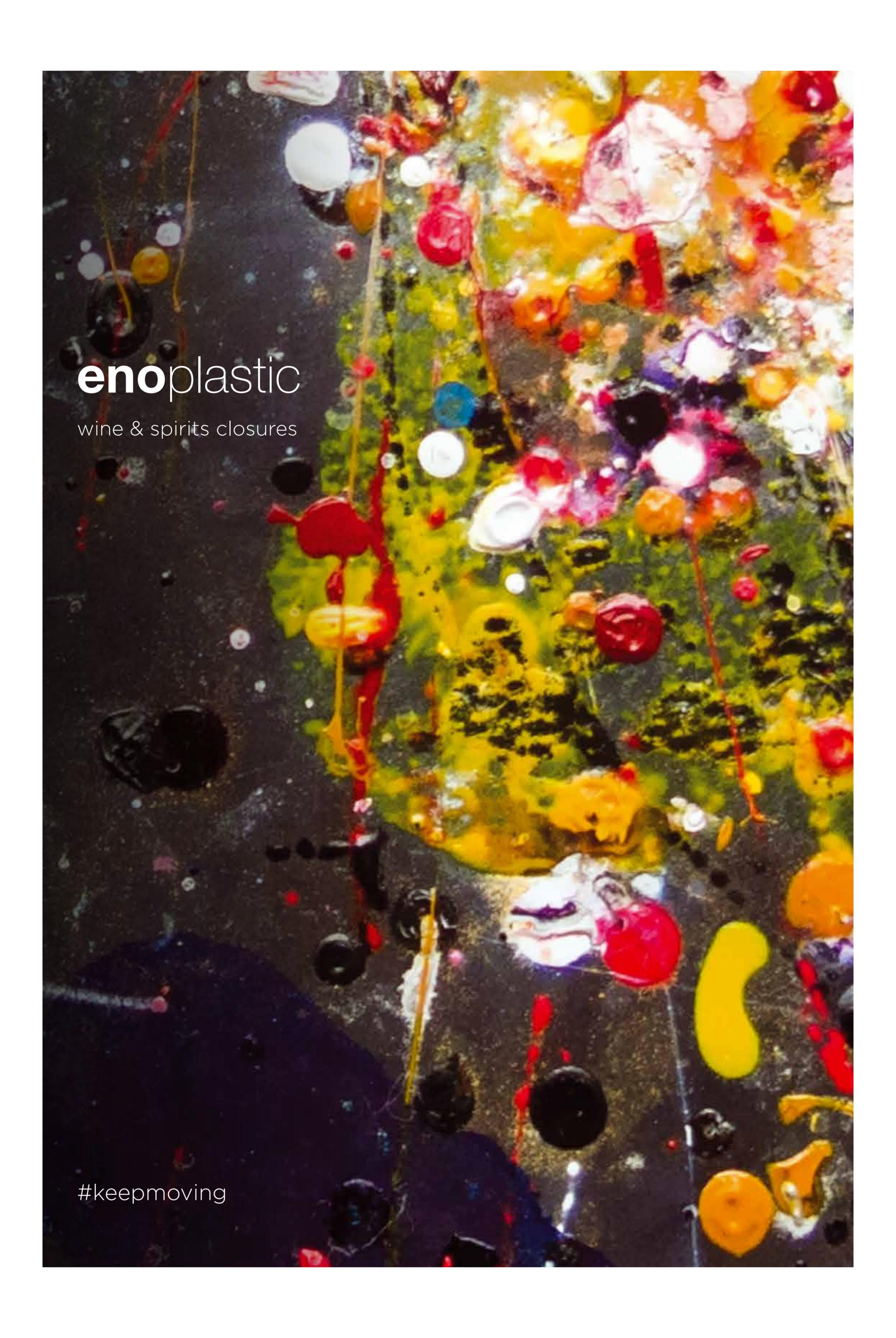
www.enoveneta.it

Trasferimento delicato del prodotto

Una tecnologia unica, in grado di adattarsi a varie fasi del processo produttivo, **preservando sempre l'integrità del prodotto**. I modelli della serie PL, disponibili con **lobi standard ed elicoidali**, hanno portate orarie che vanno **dagli 80 ai 1000 hl/h** e possono arrivare a prevalenze di 40 metri.

Scopri di più su www.enoveneta.it



An abstract artwork featuring a dark, textured background with vibrant, multi-colored splatters and drips. The colors include bright red, yellow, green, blue, white, and black. The splatters are of various shapes and sizes, creating a dynamic and energetic composition. The overall effect is reminiscent of a paint splatter or a liquid-based artistic technique.

enoplastic

wine & spirits closures

#keepmoving

INCHIESTA SUI TERRITORI A FINE RACCOLTA DELLE UVE. PARLANO I PRODUTTORI

di GIULIO SOMMA
e FABIO CIARLA

Alla prova dei fatti, con la grande maggioranza delle uve ormai in cantina, la vendemmia 2020 vede flettere ulteriormente l'asticella della quantità rispetto a quanto previsto ai primi di settembre (vedi *Corriere Vinicolo* n° 27 del 7 settembre). Non tanto per le rese in campo quanto, soprattutto, per quelle in cantina. Il tutto a fronte di un livello qualitativo che, pur se a macchia di leopardo, diventa di settimana in settimana più marcatamente buono con punte di eccellenza, in quasi tutto il Paese. Questo il quadro che emerge dal report sui dati vendemmiali che il *Corriere Vinicolo* sta raccogliendo in questi giorni sul territorio nazionale, un lavoro che verrà presentato da questo numero e sui prossimi cercando di raccontare nei dettagli l'esito di una stagione del tutto particolare. Rispetto alle stime di inizio settembre realizzate insieme a Ismea e Assoenologi, che prevedevano un calo dell'1% rispetto al 2019, la quantità complessiva della vendemmia di quest'anno sembra ridursi ulteriormente, in particolare perché a un luglio e agosto particolarmente asciutti, è seguito anche un settembre privo di precipitazioni, il che ha causato una ulteriore riduzione delle rese, questa volta in mosto più che in uva. Da tutti i territori arriva però il segnale, confortante, di una qualità diffusa davvero buona e a tratti di grandissimo livello. Il che fa ben sperare riguardo i futuri valori di mercato dei prodotti, soprattutto pensando a come il sistema delle giacenze stia gestendo bene il periodo di crisi e, appunto, visto che le quantità di vino messe in circolazione saranno comunque minori. Numeri da inquadrare anche nell'analisi degli andamenti produttivi del nostro Paese nell'ultimo decennio che pubblichiamo nelle pagine seguenti, dove emerge con chiarezza l'evoluzione del "peso" delle singole regioni sulla produzione italiana con l'ago della bilancia che pende sempre più verso il nord-est, in particolare sul Veneto.

REPORTAGE VENDEMMIA

Volumi in flessione, qualità elevata e tenuta del valore

Conferma generale di una vendemmia 2020 "buona e giusta" con elevata qualità diffusa e volumi in flessione rispetto alle previsioni di inizio settembre. Le testimonianze di Luigi Bersano e Scipione Giuliani (Mondodelvino), Domenico Zonin (Zonin1821), Corrado Casoli (Giv), Marco Nannetti (Cevico), Ettore Nicoletto (Bertani Domains) e Giordano Zinzani (Caviro), con analisi sui principali territori viticoli e una valutazione complessiva del quadro nazionale. Passata la paura di inizio estate su un temuto overstocking in cantina, si guarda alla stagione del rilancio sui mercati con un ottimo prodotto in cantina. E valori in equilibrio. Iniziamo i focus regionali con un viaggio in Puglia e Sicilia e un'analisi storica degli ultimi dieci anni di vendemmie del nostro Paese

L'ANALISI DELLE IMPRESE

Per capire e approfondire comunque al meglio la situazione abbiamo ascoltato alcune imprese che, per struttura e rapporti, possono esprimere visioni d'insieme sulla produzione nazionale.



LUIGI BERSANO



SCIPIONE GIULIANI



DOMENICO ZONIN



CORRADO CASOLI

Luigi Bersano, responsabile commerciale del Gruppo Mondodelvino con siti produttivi in Piemonte, Romagna e Sicilia, conferma che "il mese di settembre fortunatamente caldo, asciutto e ventilato, ha causato una significativa riduzione della resa in mosto delle uve, ma ha avuto anche una azione benefica e ristoratrice che ci permetterà di avere una buona e diffusa qualità. Un'autentica piroetta che in Piemonte, ad esempio, ci ha visto passare da stime di crescita quantitativa e calo qualitativo all'esatto contrario". "La qualità sarà molto alta - gli fa eco **Scipione Giuliani**, responsabile Enologia e Acquisti del Gruppo - con gradi alcolici mediamente più elevati e vini di bella struttura. Una stagione che evidenzia come fare stime diventi sempre più difficile, in particolare per la disomogeneità creata dalle precipitazioni molto localizzate. Le zone più penalizzate sono quelle del Centro e del Sud, ma anche in Emilia Romagna si registrano cali importanti. In Sicilia nel Trapanese ci attendiamo un calo di circa il 30%, ingenerato anche dalla vendemmia verde parziale, che ha innescato una sostanziale riduzione delle attività colturali in vigneto". Il calo ulteriore delle rese e l'aumento della qualità, specifica infine Bersano, "ci consentirà di andare sul mercato con meno preoccupazioni. Date queste condizioni anche l'andamento dei prezzi sarà prevedibilmente stabile rispetto al 2019: è stata dunque frenata la slavina che tra fine giugno e

inizio luglio, a causa anche delle forti incertezze generate dall'emergenza Covid, sembrava dover stravolgere il mercato con offerte a prezzi preoccupanti da parte della Gdo".

Proprio dai prezzi vogliamo partire con **Domenico Zonin**, presidente di Zonin1821, al quale chiediamo quale sia la situazione nelle zone di interesse del Gruppo: "In realtà c'è da dire che gli scenari catastrofici della scorsa primavera non si stanno avverando, anche perché in estate il vino si è venduto e la crescita della Gdo è riuscita a compensare in parte il calo dell'Horeca. Poi ovviamente molto dipende dalla denominazione, ad esempio il Prosecco sembrava dovesse perdere il 10% mentre in questo momento è in calo solo dell'1%, il Pinot grigio ad oggi sta tenendo addirittura meglio dello scorso anno". Per quanto riguarda la quantità si conferma il trend generale: "Sarà di certo una vendemmia meno importante dal punto di vista quantitativo di quello che ci si aspettava. A giugno c'erano giuste preoccupazioni per la mancanza di spazi per il nuovo vino, tuttavia durante l'estate le cantine si sono comunque svuotate più del previsto mentre l'uva in arrivo pesa e rende meno di quanto ci si aspettasse. Si sapeva che per alcune varietà l'annata sarebbe stata scarsa, di Pinot grigio ce n'era proprio meno sulla pianta, ma per altre la riduzione è nel peso specifico, ovvero nel mosto

contenuto nelle uve". Un clima di fiducia, tutto sommato, quello tracciato da Domenico Zonin, che certo non dimentica come l'emergenza sanitaria abbia cambiato anche le aspettative del mercato, "c'è molta prudenza da parte di chi compra vista la difficoltà di fare previsioni", concludendo tuttavia con uno sguardo d'insieme e invitando a fare un esame complessivo delle vendite sul lungo periodo piuttosto che sul singolo momento.

Corrado Casoli, presidente Gruppo Italiano Vini, entra nello specifico dei vari territori e delle problematiche vissute in vigna. "In alcuni territori, come in Toscana o in parte del Veneto, la diminuzione delle quantità è riconducibile anche ad alcuni freddi dello scorso marzo - spiega Casoli - che hanno intaccato le gemme facendo produrre qualche grappolo in meno, a sua volta arrivato in cantina più asciutto del previsto a causa di un'estate siccitosa". In generale comunque previsioni rispettate o, al più, con qualche ribasso: "Credo che alla fine in Toscana avremo un po' meno prodotto del previsto, diciamo -20% rispetto a un'attesa di -15%, stesso andamento anche in Sicilia, almeno nella nostra area di produzione (zona Alcamo), mentre nel resto del Paese possiamo confermare la lievissima flessione delle stime di inizio campagna. In Umbria e Lazio crediamo di chiudere con un calo del 5%, da differenziare



MARCO NANNETTI



ETTORE NICOLETTO



GIORDANO ZINZANI

invece il discorso per il Veneto, con una diminuzione certa nel Trevigiano e una piccola crescita del Veronese, ma nel complesso una produzione stabile rispetto al 2019". Sul tema del valore e dei prezzi Casoli è piuttosto tranquillo: "La vendemmia sarà forse più scarsa del previsto, questo in un contesto nel quale i mercati non segnalano comunque una problematica di eccedenze produttive, non siamo arrivati in vendemmia con i mercati che stavano perdendo valore per problemi di invenduto. Anzi per alcune denominazioni, Prosecco e Pinot grigio su tutte, le quotazioni sono in aumento".

"A livello nazionale siamo di fronte a una vendemmia diciamo normale, per quanto si collochi a livello di quantitativi sulla fascia bassa della media degli ultimi anni. Una stagione simile alla 2019, con un calo prevedibile ma non ancora del tutto calcolabile". Questo il pensiero di **Marco Nannetti**, presidente Gruppo Cevico, in merito alle attese sulla produzione dall'osservatorio privilegiato di un gruppo con rapporti diffusi su tutto il territorio nazionale. "Se per i quantitativi generali, più o meno, ci avviciniamo a confermare i dati delle previsioni di inizio vendemmia, - ha detto ancora Nannetti - il problema si pone quando andiamo

nello specifico dei singoli territori. Registriamo infatti produzioni buone o anche in crescita in alcune zone del Veneto e nella Puglia del nord, ma già andando nella Puglia del sud o in Sicilia dobbiamo mettere in conto cali significativi. Per la qualità, invece, siamo davvero soddisfatti e il fatto che si stia ancora raccogliendo praticamente ovunque è il segnale che le uve sono buone e sane, da questo punto di vista la 2020 sarà un'annata interessante". A Nannetti chiediamo anche un commento sui valori di questa vendemmia: "Le incertezze legate all'emergenza sanitaria stanno generando, per i vini generici, un leggerissimo calo sui valori dello stesso periodo del 2019, ma lo definirei un assestamento. Uno scostamento non significativo, che non riguarda il rapporto tra stock disponibili e domanda di mercato, ma solo - conclude Nannetti - la mancanza di programmazione a lungo termine che rallenta tutti i settori, compreso quello del vino".

Il gruppo Bertani Domains è attivo in quattro regioni, tutte con il segno meno per le rese 2020, come ci spiega l'amministratore delegato **Ettore Nicoletto**: "In Valpolicella, nostra terra di origine, gli eventi atmosferici di fine estate hanno creato seri danni alla produzione, potenzialmente avre-

mo un calo di circa il 7 o 8%. L'altra area di grande importanza per il gruppo è Montalcino, che come tutta la Toscana sconterà a livello quantitativo la penuria di precipitazioni. Qui parliamo di un calo del 15%, situazione simile a Montepulciano mentre per il Chianti Classico prevediamo addirittura un -30%, proprio in virtù di una diminuzione del peso specifico del grappolo. Per fortuna la situazione qualitativa in Toscana vira verso un'annata più che dignitosa, anche per scelte tecniche come l'anticipo della raccolta nella zona del Nobile, di cui siamo molto soddisfatti. Passando alle Marche scende anche la produzione di Verdicchio, probabilmente -8%, cosa che tuttavia non ci preoccupa, anzi". Il problema infatti, anche a fronte di buone qualità, sembra essere quello di alcune denominazioni non in equilibrio tra produzione e domanda di mercato. Un tema che in futuro non dovrebbe riguardare il Lugana, come spiega ancora Nicoletto che è anche presidente del Consorzio tutela Lugana Doc: "Nel 2019 avevamo già attivato un controllo della produzione e uno stoccaggio del 10%, questo ci ha permesso di affrontare meglio una vendemmia 2020 ancora da quantificare esattamente. Il calo ci sarà, ma dopo il lockdown gli imbottigliamenti sono ripresi a ritmi importanti, con una conseguente risalita dei prezzi delle uve e del vino sfuso". Sui valori di mercato, tornando alla situazione generale, Nicoletto conferma come ci sia in alcune zone e per alcune denominazioni un evi-

dente squilibrio tra offerta e domanda non causato dal Covid ma da scelte precedenti, "questo significa che nonostante le misure di crisi messe in campo, il problema per alcuni si riproporrà" ha concluso l'ad di Bertani Domains.

Giordano Zinzani è da luglio a capo dell'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna, ma collabora ancora con Caviro (di cui è stato direttore Enologi e Soci), la cantina cooperativa più grande d'Italia. La richiesta di un commento sulla vendemmia quindi non può che partire dalla regione di cui è primo rappresentante: "A livello quantitativo distinguerei tra i dati dell'Emilia, con un +5-6%, e la Romagna, con un incremento previsto del 10-12%, sempre ovviamente rispetto al 2019, che qui è stata una vendemmia piuttosto scarsa. In pratica andiamo a posizionarci proprio sulla media degli ultimi cinque anni. Altre zone dell'Italia, come ad esempio Toscana e Sicilia, sembrano in forte difficoltà mentre ad esempio in Abruzzo i bianchi sono cresciuti e per il Montepulciano è ancora presto per parlare perché siamo agli inizi della raccolta. Come sempre i dati in Italia sono molto variegati, a grandi linee potrei dire che i quantitativi saranno probabilmente inferiori rispetto a quello che si era stimato". Sulla qualità il discorso non cambia, sebbene il quadro complessivo sia molto confortante. Il discorso sui prezzi invece è più chiaro pensando che "il presunto problema dello spazio di cantinamento che ci si poneva a inizio estate - precisa Zinzani - non si è poi concretizzato, anche in virtù di una vendemmia più scarsa del previsto. Ci sono in effetti preoccupazioni per alcuni vini, soprattutto da invecchiamento, che hanno giacenze importanti ma la situazione non è così grave, a meno di un nuovo stop dell'export. Importante anche la definizione della Brexit, uno sbocco importante per molte aziende italiane".



IL NOSTRO IMPEGNO : VOI, IL VOSTRO VINO E IL PIANETA



Zero emissioni di carbonio



Prodotto con polimeri a base di canna da zucchero



Impatto minimizzato sull'ambiente



Riciclabile



NOMACORC

by VINVENTIONS

WWW.VINVENTIONS.COM

MADE TO BE OPENED

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

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

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

Tapí | UNIQUENESS INSIDE
BEAUTY ON TOP

COLLECTION | SIGNATURE | REVÒ

▶ tapigroup.com





PUGLIA

Calo generale della produzione oltre il 5% previsto a inizio vendemmia, con punte di 30-40% in alcuni areali. Ma la qualità che si intravede dai primi svinamenti è eccellente, da Nord a Sud

La classica formula “meno ma meglio”

Vendemmia pugliese 2020: ottima qualità e calo produttivo rispetto allo scorso anno. Le previsioni d'inizio stagione vengono confermate da un primo bilancio dell'annata, anche se il decremento delle uve potrebbe rivelarsi superiore rispetto a quello atteso del 5%. Dalla rappresentazione offerta dagli operatori riguardante le peculiarità della vendemmia ormai in fase conclusiva, infatti, ad oggi il calo medio regionale della quantità di prodotto portato in cantina sarebbe maggiore rispetto a quello preventivato a fine agosto/inizio settembre. È vero che, in delimitate aree della Puglia, la raccolta di alcune tipologie di uve, come il Nero di Troia e il Bombino nero, non è stata ancora completata, ma il dato tendenziale non sembra ormai poter subire sostanziali variazioni.

Un breve quadro dell'annata viene tracciato da **Massimo Tripaldi**, presidente Assoenologi di Puglia, Calabria e Basilicata: “L'andamento stagionale - dice - è stato caratterizzato da temperature medie abbastanza basse sino al mese di giugno, con precipitazioni nella norma e bassa umidità. Questo ha permesso di avere apparati fogliari buoni e assenza di crittogame; solo la tignola ha creato qualche piccolo problema. I mesi estivi sono stati caldi, ma con una buona escursione termica che ha permesso un'ottima maturazione delle uve con un buon equilibrio acido. Quanto detto comporta che avremo bianchi e rosati equilibrati e rossi con struttura importante, soprattutto per le varietà autoctone, quali Primitivo, Nero di Troia e Negroamaro. Per quanto riguarda le quantità prodotte, in generale si può dire che in Puglia si è avuta una diminuzione superiore al 5% stimato a settembre, più accentuata in Salento e, in particolare, su Negroamaro e Primitivo”.

La situazione per aree: il Salento

Ma qual è la situazione nelle diverse aree della regione? Incominciamo dal Salento, con **Angelo Maci**, presidente della cooperativa salentina Due Palme: “Nel corso della mia vita - afferma - ne ricordo tante di annate straordinarie ma questa può essere definita ‘vendemmia di qualità’. Per i bianchi precoci le rese sono state molto basse. Straordinarie sono state le uve nere la cui raccolta è iniziata il primo di settembre con il Primitivo che, in pochissimi giorni dall'inizio della raccolta, complice le alte temperature, ha presentato la formazione della passola tipica di questo vitigno provocando riduzioni di produzioni per ettaro. Chiaramente ne ha beneficiato la qualità poiché è

notorio che la tipicità del Primitivo sta proprio in questo. Il Negroamaro ed il Susumaniello hanno risposto molto meglio e alla fine i quantitativi di uve conferite nelle cantine Due Palme sono stati in linea con le annate precedenti e con un leggero incremento dovuto all'ingresso di nuovi soci. Complessivamente stimiamo che la riduzione a livello provinciale sia del 10%”.

“È stato raccolto un prodotto di alta qualità - aggiunge **Damiano Reale**, presidente del Consorzio Salice Salentino - e questo grazie anche alle caratteristiche dei terreni dell'area del Salice Salentino, dove pur avendo avuto un lungo periodo di siccità, i terreni profondi hanno potuto garantire alla pianta quella quantità di acqua necessaria perché potesse portare a maturazione perfetta il prodotto uva; dove non c'erano queste caratteristiche del terreno, si è intervenuti con l'irrigazione di soccorso”.

“Se dal punto di vista qualitativo l'annata è da considerarsi buona/ottima - conferma **Marco Rocca**, amministratore dell'Azienda Angelo Rocca & Figli - la quantità, soprattutto per i vitigni autoctoni, ha subito cali importanti. Per quanto riguarda la nostra azienda di Leverano, la vendemmia 2020 è iniziata con Chardonnay di buona qualità e un -10% come quantità. Anche per il Vermentino c'è stato un lieve calo. Per il Primitivo, alla fine abbiamo raccolto circa -40%. Il Negroamaro, che a metà agosto si presentava carico e anche più produttivo rispetto alle ultime vendemmie, è giunto a maturazione presto grazie alle belle giornate. Anche qui abbiamo avuto un calo. Gli altri vitigni, Lambrusco, Merlot e Syrah, hanno avuto una produzione nella media”.

Negroamaro super

Per **Massimiliano Apollonio**, titolare della Cantina Apollonio, “il Negroamaro è il vitigno che ha avuto le performance migliori. Colori e tonalità eccezionali dei primi svinamenti, correlati da un ottimo corpo, così come il pH che si attesta mediamente per i rossi intorno ai 3,5. Anche il Susumaniello, il Bianco d'Alessano, la Verdeca e tutte le uve settembrine hanno goduto di condizioni meteo favorevoli e quindi anche di un'assenza quasi totale di interventi antiparassitari. Il Primitivo ha sofferto invece di maturazioni a macchia di leopardo per le brusche condizioni meteo agostane dell'entroterra tarantino, con una media zuccherina leggermente inferiore agli standard. Il Primitivo affacciato sul Mar Ionio, che ha goduto delle influenze marine, si presenta invece in tutto il suo potenziale con gradazioni sostenute e colori importanti”.

di **ROSARIO FAGGIANO**



MASSIMO TRIPALDI



DAMIANO REALE



ANGELO MACI



MARCO ROCCA



MASSIMILIANO APOLLONIO



MAURO DI MAGGIO

La zona del Primitivo
Mauro Di Maggio, presidente del Consorzio Primitivo di Manduria, si sofferma sull'andamento produttivo dell'area del Primitivo di Manduria: “Per quanto riguarda i rossi - spiega - a livello quantitativo si è registrato un calo, soprattutto sulle forme di allevamento a sperone (alberello e cordone speronato), un po' meno accentuato sul guyot. A livello qualitativo, anche in virtù di questa riduzione di quantità, possiamo invece dire di essere soddisfatti: le uve, infatti, presentavano un'ottima concentrazione zuccherina e di colore e, una volta ammostate, anche un'interessante acidità totale. Il Primitivo ha subito un calo più notevole rispetto alle altre varietà”.

Il Nord Puglia: da ottimo a eccellente

Anche **Sebastiano De Corato**, direttore dell'Azienda Vinicola Rivera, Centro-Nord della Puglia, a vendemmia non ancora

terminata definisce l'annata 2020 “eccellente”. E aggiunge: “Nella zona Castel del Monte la vendemmia è una delle più lunghe d'Italia: inizia intorno alla metà di agosto con le varietà a bacca bianca alloctone (Chardonnay e Sauvignon) e prosegue poi, dopo una pausa di un paio di settimane, con la raccolta degli autoctoni Bombino Bianco e Moscato Reale. Solo agli inizi di ottobre si comincia con le varietà a bacca nera, il Bombino Nero e il Nero di Troia. Le rese sono inferiori alla media”.

Sulla qualità, **Giuseppe Colopi**, direttore tecnico della Cantina Candida, non ha dubbi: “È a dir poco ottima. In questi giorni stiamo vinificando il Lambrusco, il Montepulciano e il Nero di Troia: le uve sono sane, il tenore zuccherino è soddisfacente. In questa vendemmia il clima è stato favorevole; pertanto, visti i prezzi di mercato in aumento, i produttori hanno potuto mantenere sulla pianta



SEBASTIANO DE CORATO



GIUSEPPE COLOPI



➔ PUGLIA

l'uva sperando di venderla ad un prezzo più alto. Per questo ci ritroviamo oggi a trasformare uve sane ma con una fissa leggermente più bassa, compensata da un pH stabile che si aggira intorno ai 3,4-3,5. In particolare il Lambrusco sta dando grandi soddisfazioni in termini di struttura, colore e vivacità. Il Nero di Troia, altresì, rispecchia anche quest'anno il suo patrimonio biochimico e aromatico. Si registra un calo rispetto alla scorsa annata".

I prezzi attesi

E passiamo ai prezzi delle uve di quest'anno. Secondo Tripaldi "il mercato delle uve è stato caratterizzato da un aumento generale dei prezzi sui vitigni tipici pugliesi, dovuto sia alla bassa produzione, sia alle giacenze non elevate. Al contrario, il prezzo delle varietà di uve destinate alla produzione di vini generici, nella prima parte della vendemmia, è stato molto basso, salvo poi lievitare nel corso della stessa in quanto l'assenza di piogge e la buona maturazione hanno reso più appetibili anche queste varie-

tà". Diversi operatori, tra cui Di Maggio e Rocca, sottolineano il mercato favorevole del Primitivo, dovuto soprattutto alla crescente richiesta, anche a livello internazionale, da parte dei consumatori finali. "In questi tempi difficili - spiega Di Maggio - l'unica Doc e Igt italiana in forte crescita è proprio quella a base di Primitivo; ciò, parallelamente a una flessione quantitativa nella raccolta, ha determinato un chiaro rialzo nei prezzi delle uve".

Anche nell'area del Salice Salentino, secondo Reale, "vi è stata una considerevole richiesta di uva. Per tale motivo i viticoltori hanno potuto spuntare un prezzo maggiore rispetto agli anni precedenti".

Per quanto riguarda l'area Bat e del Foggiano, Colopi spiega che la tendenza al rialzo dei prezzi c'è stata solo per il Lambrusco (pagato mediamente 62 euro a quintale, anziché 58 come nel 2019). Tutte le altre uve (Sangiovese, Trebbiano, Montepulciano, Nero di Troia, Cabernet), normalmente risultano essere state pagate di meno rispetto all'anno scorso.

di ANTONELLA GENNA

Vendemmia ultimata, tranne che sull'Etna, dove tra l'altro si avranno volumi maggiori rispetto al 2019. A causare la riduzione non solo l'andamento stagionale, ma la massiccia adesione alla vendemmia verde, soprattutto sulla parte occidentale

SICILIA Quantitativi in netto calo, si punta tutto sulla qualità

La vendemmia siciliana si appresta alle battute finali. Ad eccezione dell'Etna, dove si proseguirà per tutto il mese di ottobre, sull'isola la raccolta è pressoché terminata. In attesa dei dati definitivi, possiamo avanzare dunque un primo bilancio, positivo per alcuni aspetti e meno per altri. Confermata la previsione di qualche mese fa quando già si intravedeva una produzione quantitativamente in calo: un -15% circa rispetto ai 3.911.000 hl prodotti lo scorso anno.



GIACOMO SALVATORE MANZO

Meno quantità dunque ma qualità eccezionale. Ed è proprio su questo aspetto, registrato in maniera uniforme su quasi tutta l'isola, che le aziende intendono puntare per affrontare con ottimismo i prossimi mesi, segnati purtroppo dall'incertezza sanitaria mondiale e di conseguenza anche da quella dei mercati. Da est ad ovest, i produttori sembrano tutti concordi sul fatto che il vino prodotto quest'anno in Sicilia si distinguerà per la sua qualità. "Il lieve ritardo

iniziale nello sviluppo vegetativo è poi stato recuperato. Nella tarda primavera, le piogge hanno dato vigoria alle piante. Il decorso estivo è stato ottimale - spiega l'enologo Giacomo Salvatore Manzo, presidente di Assoenologi Sicilia -. La qualità sarà ancora migliore di quella dello scorso anno: le uve sono sane e hanno raggiunto una piena maturazione fenolica. Questo, a sua volta, permetterà di ottenere vini bianchi profumati, fragranti ed eleganti e vini rossi più strutturati e dal colore inten-

so". Per Assoenologi Sicilia sono due le cause del calo di produzione: i fattori fisiologici da un lato e l'adesione alla vendemmia verde dall'altro. 5055 gli ettari sottoposti ad un'eliminazione precoce del grappolo per i quali ai viticoltori vengono riconosciuti 3.000 euro ad ettaro, per un massimo di 5 ettari ad azienda. Molti di questi provengono dalla Sicilia occidentale e sono ettari di uve bianche comuni, le stesse che sul mercato in questo momento soffrono maggiormente.

LIVE

BREAKING NEWS

PRE-COATING

STOP ALLE DEVIAZIONI NEL VINO

Sugherificio di Bussolengo adotta un nuovo processo produttivo rivoluzionario della durata di circa 30 ore, denominato Pre-coating, eseguito prima del confezionamento finale che assicura una totale immunità di scambio e migrazione.

BREAKING NEWS

SUGHERIFICIO DI BUSSOLENGO

www.sughermele.it • info@sughermele.it

LIVE

2020

SUGHERIFICIO DI BUSSOLENGO



ANTONIO RALLO



ALESSIO PLANETA



GIUSEPPE BURSI



LEONARDO TASCETTA



MAURIZIO LUNETTA

I bilanci delle aziende

Al di là di ciò che ormai è stato fatto, oggi è d'obbligo guardare al futuro. Soddisfazione per la qualità di quanto raccolto viene espresso anche da **Antonio Rallo**, presidente del Consorzio di tutela vini Doc Sicilia. "Il bilancio di questa vendemmia è abbastanza positivo per diverse ragioni. La prima di tutte è che puntiamo da tempo a privilegiare la qualità dei nostri vini - dice Rallo -. Anche nel 2020 non avremo una grande produzione. Il vino che verrà confezionato sarà di qualità eccellente". Secondo il Consorzio, Grillo e Nero d'Avola sono le varietà che sull'isola hanno dato il meglio di sé.

Per Planeta, che con le sue cinque tenute - Menfi, Vittoria, Noto, Etna e Capo Milazzo - è presente da ovest ad est, la vendemmia è finita ovunque tranne che sull'Etna. "Fin dall'inizio, si è presentata come un'annata di grandissima qualità. Una vendemmia buona per questi tempi per un'azienda come la nostra, certamente meno facile per gli agricoltori e di questo ovviamente ci dispiace molto - dice **Alessio Planeta**, titolare dell'azienda -. Si registra un calo quantitativo tra il 15 e il 20% che non è omogeneo ma che riguarda principalmente le varietà precoci su cui ha influito anche l'assenza di piogge estive. Il clima, in generale, è stato comunque favorevole: sarà difficile trovare un litro di vino che non sia eccellente".

L'azienda è ancora impegnata a pieno ritmo sull'Etna dove, al momento in cui scriviamo, è stato raccolto circa il 20% della produzione. Qui la quantità si presenta nella media, ottima anche la qualità: sanità perfetta, equilibrio, profumi, colori, struttura. "Dovremo essere bravi a

farcì pagare la qualità - sottolinea Planeta -. Dal punto di vista del mercato, i mesi estivi sono andati bene rispetto lo stesso periodo dell'anno scorso e questo lascia ben sperare per la seconda parte dell'anno".

La cooperazione

Un'annata straordinaria dal punto di vista qualitativo anche per le Cantine Settesoli, con sede a Menfi (Ag): circa 2.000 coltivatori per 5.800 ettari di vigneto sparsi in una vasta area che abbraccia le province di Agrigento, Palermo e Trapani. L'andamento climatico è stato buono: germogliamento, fioritura, chiusura del grappolo e invaiatura hanno beneficiato del particolare andamento stagionale. Uno scenario che ha portato a uve sane da un punto di vista fitosanitario. In Cantine Settesoli la vendemmia è iniziata il 30 luglio con il Pinot grigio. Rispetto alla stagione precedente era previsto un aumento produttivo ma il caldo continuo registrato nella parte finale di luglio e agosto ha fatto diminuire il peso dei grappoli. A vendemmia ormai conclusa si registra così un -2% complessivo anche se varietà come Cabernet, Chardonnay, Syrah hanno subito un calo importante che tocca il 20-30%. Si tratta tuttavia di alcune zone ed alcune varietà. L'anno scorso la cantina ha portato a casa 369mila quintali di uva contro i 457mila quintali del 2018. Quest'anno invece si attesta sui 364 mila circa. "Siamo tuttavia molto contenti - racconta **Giuseppe Bursi**, presidente della cooperativa - tutte le uve che arrivano in cantina vengono controllate in base al grado, all'acidità e le caratteristiche di salubrità. Quest'anno più dell'80% delle

uve è stato selezionato per le fasce più alte, quelle che chiamiamo A+ ed A: un risultato eccellente". Tra le varietà che hanno dato performance migliori c'è il Vermentino, non fra i vitigni più noti ma una realtà importante a cui la Settesoli dedica quasi 300 ettari di vigneti. Difficile anche per Bursi fare previsioni di mercato. Guardando ai mesi passati, l'azienda è riuscita a tamponare le perdite nell'Horeca con le vendite nella Gdo. "Speriamo di tornare a lavorare a pieno regime su entrambi i fronti - afferma Bursi che si dice ottimista anche sul fronte dei prezzi da riconoscere ai soci -. Il mio obiettivo è di aumentare i prezzi delle uve ogni anno. Nel 2019 li abbiamo aumentati del 9%. Faremo qualcosa per i soci anche quest'anno".

Conclusa con il Cataratto anche la vendemmia in casa Colomba Bianca che raccoglie oltre 7.000 ettari e 2.500 viticoltori. "È andata come avevamo già previsto un paio di mesi fa: 14% di produzione in meno, concentrata per lo più in alcune zone - racconta il presidente **Leonardo Taschetta** -. Un calo a macchia di leopardo, limitato a qualche varietà e causato per lo più da sporadici attacchi di peronospora e dall'assenza di piogge durante l'estate". Anche per Taschetta è proprio la grande qualità complessiva della produzione il punto di forza dei vini siciliani targati 2020. "In generale, per la Sicilia non c'è alternativa alla qualità, una qualità che sia a 360°: dalla produzione al marketing, alle vendite. Se la Sicilia vuole continuare a produrre vino, deve lavorare su questo e investire ancora di più su aspetti come il biologico. Quest'anno inoltre serve sangue freddo e forza economica".

L'Etna: lavori in corso

Previsioni positive sul fronte quantitativo arrivano invece dall'Etna. Qui, al momento è stata vendemmiata la base spumante mentre per il resto dei rossi e dei bianchi si dovrà attendere la metà di ottobre, in linea con l'epoca di raccolta standard. Il caldo omogeneo, senza grandi picchi o fenomeni particolari, ha permesso una maturazione regolare. "Ci aspettiamo una buona qualità oltre che alla quantità che è già evidente sia per il Nerello Mascalese che per il Carricante", spiega **Maurizio Lunetta**, direttore del Consorzio di tutela dei Vini Etna Doc. Va ricordato comunque che, solo per quest'anno, il Consorzio ha posto il limite di 70 quintali per ettaro come resa massima per il Nerello Mascalese. Impegnate prevalentemente nell'Horeca, le aziende etnee hanno sofferto parecchio nei mesi passati. "Si registra un -10% di imbottigliato rispetto all'anno scorso. L'estate ha rappresentato una boccata d'ossigeno con un parziale recupero. Speriamo di continuare così", dice ancora Lunetta.

L'incertezza dunque c'è, il mercato va a rilento ma qualità e ottimismo sono le parole d'ordine: "Dobbiamo convivere con la presenza del Covid-19 che incide sia sull'acquisto da parte degli imbottigliatori che sui consumi finali, soprattutto nel settore turistico ed alberghiero - dice ancora Manzo -. Pur non potendo recuperare le perdite dei mesi del lockdown, nel corso dell'estate si è lavorato bene. La grande distribuzione ha avuto addirittura delle punte di crescita. Questo ci fa ben sperare. Dobbiamo rimanere sereni e puntare sulla straordinaria qualità di quello che custodiscono le nostre cantine".

PURE-LEES™

LONGEVITY

Pure anticipation

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

In collaborazione con



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



LIEVITI ENOLOGICI



BATTERI ENOLOGICI



NUTRIENTI E PROTETTORI



LIEVITI INATTIVI SPECIFICI



ENZIMI



CHITOSANO



SOLUZIONI PER IL VIGNETO



LALLEMAND OENOLOGY

Original by culture



wine2wine exhibition



**RIDE THE
WAVE OF
BUSINESS**

22

23

24

**NOVEMBRE
2020
VERONA**

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

LUNEDÌ 23 E
MARTEDÌ 24 NOVEMBRE
INGRESSO RISERVATO
AGLI OPERATORI.

www.wine2wineexhibition.com

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITCA
ITALIAN TRADE AGENCY

vinitaly

IN CONTEMPORANEA CON

**wine2wine
business forum**

23 - 24 Novembre

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

23 - 24 Novembre

OperaWine

Finest Italian Wines:
100 Great Producers
selected by Wine Spectator

21 Novembre

VERONAFIERE.IT



Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898



Guala Closures Group

Una delle bottiglie della Vigneti Massa che ha adottato la tecnologia NFC NESTGATE di Guala Closures



CASE HISTORY GUALA CLOSURES - VIGNETI MASSA

DALL’AFFIDABILITÀ AI CONTENUTI DIGITALI L’interazione passa dal tappo

Rilanciare il potenziale enologico dei Colli Tortonesi attraverso la riscoperta di un vitigno autotono a rischio di abbandono, il Timorasso. Questa la missione che, dalla fine degli Anni '90, viene portata avanti da Vigneti Massa, cantina familiare con sede a Monleale (Alessandria), fondata nel 1879 e oggi gestita da Walter Massa insieme alla sorella Paola. Dal vitigno in questione, a cui sono dedicati 12 ettari degli oltre 27 di proprietà, deriva il Derthona (dall'antico nome romano della città di Tortona a evocare il legame con il territorio), un bianco di grande struttura che l'azienda vinicola propone sul mercato con quattro etichette: la territoriale Derthona e i cru Derthona Costa del Vento (premiato con l'Oscar del Vino 2019 dalla Fondazione Italiana Sommelier), Derthona Montecitorio e Derthona Sterpi. Lo spirito pionieristico di Walter Massa si estende fino alla scelta delle chiusure: tappi a vite in alluminio, che vanno ad affiancare quelli tradizionali di sughero e che, per la gamma dei Derthona, stanno dando risultati entusiasmanti. Nelle versioni più evolute questi tappi offrono ulteriori sviluppi applicativi. Ci riferiamo al tappo a vite "connesso" grazie alla tecnologia NESTGATE di Guala Closures, dotato di sistema NFC, Near Field Communication, una tecnologia a radiofrequenza che consente appunto la connettività bidirezionale wireless a corto raggio tramite smartphone. Vigneti Massa è la prima cantina d'Europa ad adottarlo, da gennaio 2020, e la seconda al mondo dopo il brand californiano Böen, mentre nel settore dei superalcolici NESTGATE è utilizzato da Pernod Ricard per Malibu e per il progetto St. Patrick's Day 2020 Limited Edition di Jameson's.

Con **Walter Massa** abbiamo cercato di comprendere meglio, attraverso il suo punto di vista di utilizzatore, la portata di questa innovazione - che nel 2019 ha ricevuto importanti riconoscimenti nazionali e internazionali come Alufoil Trophy, SIMEI Innovation Challenge e WorldStar Award - e, più in generale, i vantaggi derivanti dall'impiego dei tappi a vite in alluminio.



Da anni Vigneti Massa utilizza tappi a vite in alluminio con risultati eccellenti. A gennaio 2020 ha lanciato le sue prime bottiglie di vino con chiusure dotate della tecnologia NFC NESTGATE di Guala Closures che consente di connettere i consumatori con la cantina virtuale e garantisce la tracciabilità di ogni singola bottiglia



Qui sopra uno scorcio dei filari di Vigneti Massa sulle colline di Alessandria. Nel tondo, l'enologo Walter Massa, che insieme alla sorella Paola, gestisce l'azienda.

Libera scelta del mercato

Alla nostra domanda "Perché usa i tappi a vite in alluminio per i suoi vini?", Massa risponde con una battuta: "Perché posso!". E spiega: "Nel 2010 io e altri vignaioli del Consorzio Piemonte Obertengo, a cui siamo associati, abbiamo comprato in società un monoblocco GAI dotato dei due sistemi di chiusura, con tappo a vite e tappo classico. Lo spostiamo di cantina in cantina, cosicché possiamo tutti utilizzare questa tecnologia senza doverci rivolgere a contoterzisti per l'imbottigliamento, con risultati molto competitivi. Avendo a disposizione questa macchina ho testato il tappo a vite anche su vini di fascia medio-alta, incoraggiato dalla vicinanza geografica con la sede di Guala Closures, dalla quale ci separano solo 30 km di di-

stanza. I loro tecnici ci hanno dato consigli sulla tipologia di tappi più adatti per i nostri vini". È importante, infatti, sottolineare che tutte le chiusure di Guala Closures hanno all'interno guarnizioni polimeriche caratterizzate da differenti valori di permeabilità all'ossigeno, da scegliere a seconda delle esigenze di ossigenazione dei vini. Dopo un primo "test" di Derthona con tappo a vite venduto negli Stati Uniti, dal 2015 Vigneti Massa utilizza questi tappi per la metà delle sue bottiglie dei Derthona. "Al mercato italiano faccio scegliere il tipo di chiusura che preferisce, in alluminio o in sughero, allo stesso prezzo - spiega l'intervistato, e aggiunge -. I sommelier più giovani non hanno pregiudizi. I miei tre cru Derthona con tappo a vite sono in carta anche in ristoranti stellati, a 70-80 euro a bottiglia". Il vantaggio principale dei tappi di alluminio evidenziato da Massa è la garanzia di assenza di rischi di alterazioni sensoriali

(“sapore di tappo”), unitamente alla grande praticità. Incoraggiato dagli ottimi risultati riscontrati con i vini bianchi, sia sul piano sensoriale che tecnico (minore impiego di solfiti), l'enologo al momento sta testando i tappi a vite di Guala Closures con diverse guarnizioni anche sul suo rosso Monleale proveniente da uve Barbera.

Indagine sui consumatori

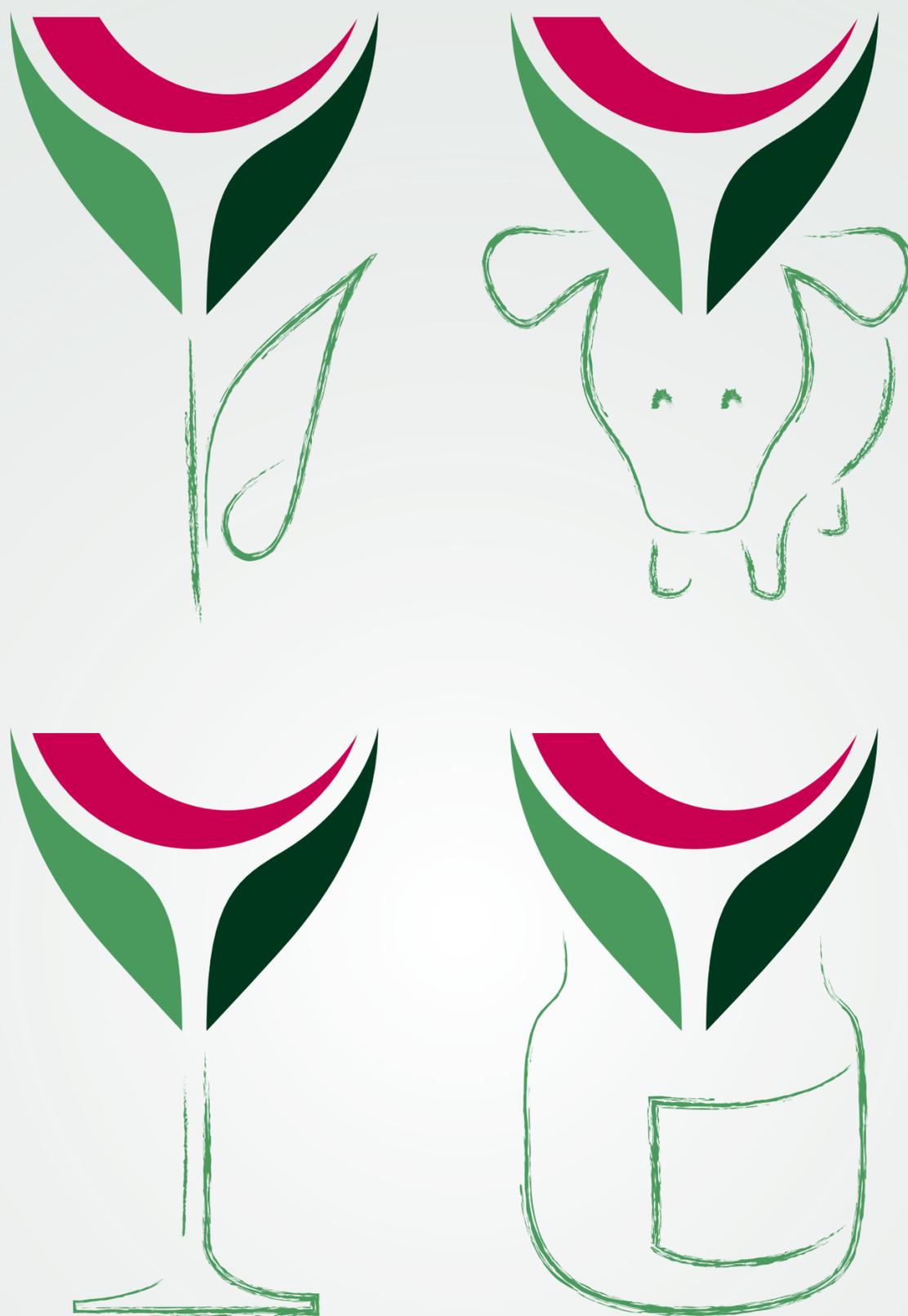
Noi italiani siamo piuttosto tradizionalisti per quanto riguarda il vino, tuttavia negli anni, anche i consumatori del nostro Paese sono diventati meno prevenuti nei confronti del tappo di alluminio a vite. È quanto risulta da un'indagine sulle preferenze dei consumatori relativamente alle chiusure per bottiglie di vino, condotta dalla società di ricerche di mercato Censuwide per conto di Aluminium Closures Group (associazione che rappresenta i principali produttori euro-

pei di chiusure di alluminio) su un campione di 5.000 persone di Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito. Per uno stesso vino venduto allo stesso prezzo non emerge una netta differenza tra le preferenze per i tappi a vite in alluminio (39%) e quelle per i tappi di sughero (37%), e rispetto alla precedente edizione dell'indagine (datata 2014) i primi hanno guadagnato 5 punti percentuali nelle preferenze. Le preferenze cambiano in funzione dell'età dei consumatori e del genere e diventano massime nel gruppo 18-34 anni, soprattutto femminile, tuttavia è nel pubblico maschile che negli ultimi 6 anni le preferenze per l'alluminio crescono di più, soprattutto in Spagna, Germania e Italia. Gli intervistati che prediligono il tappo di alluminio motivano la loro scelta soprattutto con la praticità (facilità di apertura senza cavatappi, possibilità di richiudere la bottiglia in modo sicuro), mentre solo per il 28,4% di loro questo tappo è più eco-sostenibile, probabilmente non sapendo che, in realtà, l'alluminio è al 100% riciclabile. Ricordiamo, tra l'altro, che Guala Closures ha sviluppato la chiusura a vite Greencap con guaina totalmente separabile dalla bottiglia, così da agevolare la raccolta differenziata del vetro, da una parte, e dell'alluminio, dall'altra.

"Bisogna avere il coraggio di credere nei giovani - afferma Walter Massa a commento dei risultati dell'indagine - perché sono loro il futuro. I giovani non hanno preconcetti sul tappo a vite. Sta ai tecnici delle aziende che producono vino scegliere la chiusura giusta e i consumatori devono dare loro fiducia".

Tappi connessi e cantina virtuale

Da gennaio 2020 per le bottiglie di vino dell'annata 2018 di Derthona e dei suoi cru Derthona Costa del Vento, Derthona Montecitorio e Derthona Sterpi, Walter Massa ha deciso di utilizzare la tecnologia NFC NESTGATE di Guala Closures per offrire un'ampia interazione con i clienti, dalla tracciabilità ai contenuti digitali. Nel progetto è coinvolta anche l'azienda lussemburghese di software Compellio, che ospita sulla propria piattaforma la cantina virtuale di Vigneti Massa, alla quale i consumatori possono accedere semplicemente avvicinando il proprio smartphone al tappo. Nella cantina virtuale si trovano tutte le informazioni su vino, vitigno, aree di coltivazione, vigne, abbinamenti suggeriti, oltre a poter verificare l'autenticità del prodotto grazie alla tecnologia blockchain che garantisce l'identificazione univoca delle bottiglie. Si crea, così, uno stimolante coinvolgimento dei consumatori che va a rafforzare il legame con il marchio. Dall'altra parte, questa tecnologia permette ai produttori di vino di acquisire dati di marketing, logistica e tracciabilità. "NESTGATE non solo fornisce un'esperienza inedita al consumatore, ma garantisce anche la lotta alla contraffazione e al mercato nero - puntualizza Massa -. Con questo tappo riusciamo a monitorare fisicamente gli spostamenti del vino anche nelle vendite on-line". C.R.



VALORITALIA. VALORE ALLA SOSTENIBILITÀ.

Esperienza, passione e professionalità per certificare e valorizzare le produzioni biologiche, integrate, sostenibili e i vini a denominazione d'origine.

**Dai valore alla tua azienda.
Scegli Valoritalia.**



VALORITALIA



IT BIO 015



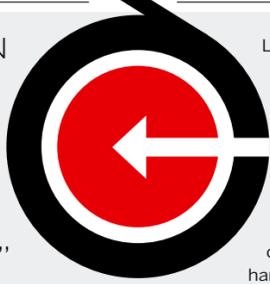
VALORITALIA.IT

Logistica

SOLUZIONI CHE FANNO LA DIFFERENZA

N.1 - ANNO I

ARRIVA UN NUOVO INSERTO SPECIALE DEL GIORNALE DEDICATO A LOGISTICA, IMBALLAGGI E "FINE LINEA"



La crescita vertiginosa registrata dall'e-commerce - e dall'home-delivery in genere - durante e dopo il lock-down, insieme agli effetti macroeconomici legati alle trasformazioni che la situazione pandemica ha indotto nell'economia distributiva, hanno riportato prepotentemente all'attenzione degli operatori e del mondo produttivo le dinamiche della logistica e del fine-linea come ambito critico, dove le proposte e le soluzioni innovative diventano sempre più driver decisivi per lo sviluppo economico dei mercati e la competitività delle imprese. Consapevoli di questi rilevanti cambiamenti che hanno coinvolto direttamente anche il settore vitivinicolo a livello

globale, abbiamo deciso di aprire sul nostro giornale un nuovo spazio informativo dedicato a logistica, trasporti, imballaggi e "fine linea" in cantina. Un dossier periodico dedicato ad aggiornamenti tecnici, scientifici, normativi e gestionali su questo mondo dove approfondiremo i problemi e le soluzioni, le criticità e le proposte tecniche ma anche strategiche per rendere più efficace ed efficiente una micro filiera da cui dipende molto spesso il successo competitivo di un prodotto e di una impresa. Spazio informativo ma anche di dialogo e di confronto dove saremo lieti di accogliere i vostri suggerimenti e le vostre indicazioni per uno strumento che diventi un supporto vero ed efficace alla crescita del vostro lavoro. Buona lettura.

Giulio Somma

LE SFIDE DEL "MONDO INTERMEDIO" TRA PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE

Arrivare! Arrivare! Arrivare!

Arrivare prima! È il mantra dei distributori da sempre, in linea con l'evoluzione delle vie di comunicazione, del trade e dei trasporti e con le nuove e diverse attese/pretese del consumatore 3.0 e della fase 4 della pandemia. Talmente veloci e talmente dettagliati e compiacenti che si è arrivati all'home delivery del singolo calice. Praticamente a cena in corso. Arrivare puntuali! È l'ossessione

dei produttori pronti a promuoversi, a spendersi nelle piazze fisiche e in quelle virtuali sul web, a costruirsi una veste in rete e sui social idonea, una comunicazione omogenea e coordinata, un e-commerce e un market place digitale come si deve, ma poi le bottiglie devono uscire dal magazzino con tutte le carte a posto e l'imballaggio perfetto.

Le aziende vitivinicole devono conoscere e presidiare que-

Logistica, trasporti, canali distributivi: tutto è in evoluzione, complice sicuramente anche la spinta impressa dal lockdown.

E in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo, l'obiettivo è sempre di più accorciare, disintermediare, velocizzare i processi di vendita e consegna delle bottiglie

a cura di Omar Bison

sto mondo e questi strumenti per non perdere competitività sui mercati b2c e b2b. E devono riconsiderare i vecchi e consolidati canali di distribuzione per accorciare, disintermediare, velocizzare i processi di vendita e consegna delle bottiglie in un periodo complesso come quello che stiamo vivendo.

Con questo speciale il Corriere Vinicolo inaugura un focus periodico da dedicare alla distribuzione,

alla logistica e al commercio elettronico. Un mondo, come emerso dalla recente Assemblea annuale Confetra - Confederazione generale italiana dei trasporti e della logistica aderente a Confindustria, in rapida evoluzione e che soffre di gap strutturali, non solo infrastrutturali, tipici del nostro "Sistema Paese".

Un comparto che impatta fortemente con le sue virtù ma anche le sue criticità sul mondo del



Il tuo vino guarda lontano.

MBE Wine

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



Spedizioni & Imballaggio

Soluzioni su mbe.it



MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible



» food and beverage e del vino in particolare.

Da quando l'e-commerce del vino è esploso, ancora di più durante il lockdown, le bottiglie pronte al consumo, come altri generi alimentari, sostano sempre meno nei magazzini aziendali e, soprattutto per le medio - grandi imprese vitivinicole, stanno sempre più spesso e per più tempo su camion e furgoni ma pure su treni, navi e aerei, per finire, magari temporaneamente, in magazzini logistici (hub) di grandi superfici in grado di raccogliere merce da consegnare su area vasta (ad esempio tutto il Nord Italia) o in "transit point", punti di smistamento (funziona soprattutto per gli aerei) dove si movimentano e assemblano gli ordini ma non si fa stoccaggio. Bottiglie che de-

vono viaggiare in maniera adeguata e funzionale alle esigenze del prodotto sia esso un pallet particolarmente ingombrante o un vino delicato, pregiato e di valore ragguardevole, e che devono essere accompagnate da una veste assicurativa adeguata come risultato di un'analisi corretta di risk management.

Un gap logistico che costa 70 miliardi l'anno
Guido Nicolini, presidente Confetra, presentando l'indagine Ipsos di Nando Pagnoncelli all'Assemblea 2020 svoltasi un paio di settimane fa, ha ricordato che "al Paese non basterà fare uno sforzo immane per tornare ai livelli pre-Covid, perché essi erano già livelli di crisi e sostanziale stagnazione. Il Paese deve sfruttare

tale drammatica fase storica per riprogettarsi integralmente. Gli oltre 200 miliardi del Recovery Plan Nazionale dovranno servire a ripensare i fondamentali economici, produttivi, sociali, la struttura amministrativa, quella fiscale e di finanza pubblica del Paese. Abbiamo bisogno di infrastrutture, certo. Ed è già grave il fatto che dopo oltre 20 anni - in alcuni casi 30 - si stia ancora parlando di Terzo Valico, Torino Lione, Napoli Bari, Asti Cuneo, Salerno Reggio Calabria, potenziamento di diversi hub portuali e aeroportuali merci, trafori alpini e opere per completare il Piano Ten-T Network Europe legato ai Corridoi intermodali, interventi in ambito portualità e retroportualità. Ma i problemi logistici dell'Italia non sono semplice-

mente e perfettamente sovrapponibili a quelli infrastrutturali. Il gap logistico del Paese - ricordo per inciso, 70 miliardi di euro l'anno - non dipende solo dal gap infrastrutturale. E questo 'altro' per noi ha tre nomi: semplificazioni, politiche industriali per il settore, riduzione del cuneo fiscale. Siamo l'unico Paese europeo - ha ricordato ancora Nicolini - a non avere 'campioni nazionali' in ambito logistico: si pensi al confronto con la Germania che con Eurokai Contship, DHL, Hapag Lloyd, Lufthansa Cargo e DB Schenker presidia l'approvvigionamento e l'export di merci e mercati strategici via porti, mare, terra, gomma, ferro e spedizioni. Discorso simile potremmo fare per la Francia, l'Olanda, il Regno Unito, la Danimarca, la Svizzera.

Per non parlare di Cina e Stati Uniti. Insomma, ciò che altrove è scontato da decenni, in Italia non è ancora neanche tema di dibattito nell'agenda economica e istituzionale del Paese".
 Parliamo di una realtà di 90 mila imprese logistiche italiane che per oltre l'85% ha meno di 5 milioni di fatturato e meno di 10 addetti di media. "E meno male che molte aziende multinazionali straniere - continua Nicolini - sono presenti e operano nel nostro Paese, apportando valore e competitività al nostro sistema economico. Le nostre aziende sono fatte di corrieri, autisti, macchinisti, portuali, driver, operatori di magazzino, oltre che da quadri, data scientist, manager, addetti alle scorte, manutentori delle flotte, lavoratori

delle officine. Abbiamo 800 mila addetti diretti e 1,5 milioni se si conta il primo cerchio dell'indotto. Durante il lockdown siamo rimasti sempre aperti e operativi, seppur con contrazioni di traffici significativi: 20% il calo medio dei volumi trasportati. Su 450/480 milioni di tonnellate merci che il Paese movimentava ogni anno in entrata e in uscita, significa circa 80 milioni di tonnellate in meno.

LA PAROLA AI PROTAGONISTI

Flessibilità, diversificazione e ampliamento del core business

I players nazionali e internazionali che abbiamo sentito, alcuni con una storia lunga alle spalle fatta di specializzazioni tutte molto definite e sedimentate, hanno subito la pandemia ma ne hanno fatto motivo di nuova e diversa organizzazione e competitività sui mercati. Flessibilità, diversificazione e ampliamento del core business, sono diventate le parole d'ordine per reggere alle incertezze che aleggiano sugli scambi commerciali, sui traffici e sulle contrattazioni e non perdere il passo con la concorrenza. Che partissero da distribuzione in senso stretto (Bernabei, Gori, Mbe), piattaforme commerciali online B2C o B2B (Air Wines, Enolò) o trasporti pallettizzati (Palletways), tutte hanno accelerato il processo di digitalizzazione aziendale e aumentato i servizi on line, integrato e-commerce, affiancato soluzioni logistiche e di distribuzione. Il consumatore di oggi non è il consumatore di ieri e forse non sarà quello di domani con cambiamenti rapidi, non sempre prevedibili, che chiedono alle aziende duttilità ed elasticità come mai prima d'ora.

DISTRIBUZIONE

BERNABEI

Il futuro? Ampliamento dell'offerta nella consegna rapida: le spedizioni RUN

Bernabei nasce nel 1933 a Roma, con l'apertura della prima storica enoteca (ancora esistente) situata nel rione Trastevere. Si sviluppa nei decenni come distributore all'ingrosso di vini e liquori e come catena di enoteche e wine corner in franchising a livello nazionale. Ad oggi occupa 15 addetti e ha raggiunto un fatturato che nel 2019 ha sfiorato i 9,9 milioni di euro. L'e-commerce, avviato nel 2014, vanta una crescita esponenziale e negli ultimi anni è diventato tra i punti di riferimento nel settore beverage operando in Italia, UK, Germania e Francia. "Nel nostro catalogo - sottolinea **France-**

sco Giontella, head of digital del gruppo Bernabei - abbiamo oltre 3.000 etichette tra vini, liquori, bollicine, Champagne e soft drinks. Tra gli aspetti che ci hanno da sempre contraddistinto nel mercato, sicuramente il rapporto qualità/prezzo dei nostri prodotti: in moltissimi casi riusciamo a praticare prezzi più bassi della concorrenza. Inoltre abbiamo un'esperienza quasi centenaria del settore e il vantaggio di poterci confrontare con i nostri clienti sia online che offline".
 La distribuzione a locali e ristoranti per Giontella è un punto di forza di Bernabei perché "possiamo carpire prima di al-

tri le preferenze del pubblico e quindi siamo in grado di proporre online prodotti che molto probabilmente saranno cercati e apprezzati dai nostri clienti. E sempre online nella sezione 'esperienze' del sito bernabei.it, potranno cogliere informazioni e opportunità per visitare gratuitamente le migliori cantine e distillerie italiane e straniere". Si tratta di percorsi enogastronomici definiti, che consentono ai visitatori di scoprire da vicino i segreti che si celano dietro la nascita di una bottiglia.
 Il futuro anche per Bernabei starà sempre di più nell'ampliamento dell'offerta relativa alla consegna rapida dei prodotti

ordinati. "Su questo - sottolinea Giontella - Bernabei ha attivato una linea specifica e dedicata che si chiama RUN. Le spedizioni RUN (attive attualmente su Roma e Milano), permettono ai nostri clienti di ricevere i propri ordini in giornata. Un modello che abbiamo in programma di espandere anche ad altre grandi città e poi in tutta Italia". La pandemia e il lockdown hanno cambiato consuetudini consolidate negli anni di rapporto con la clientela e di gestione e consegna dei prodotti. "Con il Covid sono cambiate le abitudini degli italiani e tutto questo ha rappresentato una grande sfida per il nostro reparto e-



Francesco Giontella



commerce. Credo però che l'azienda abbia affrontato con successo la situazione, potenziando la struttura, addirittura aprendo un nuovo magazzino a Milano. Tutti noi abbiamo moltiplicato gli sforzi per soddisfare una domanda che è aumentata considerevolmente. La sfida per il prossimo futuro sarà quella di attestarci come primo player italiano del beverage online".



sempio del progetto di hub unico per il trasporto e la logistica dei vini presentato recentemente da Coldiretti e Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani (una decina i produttori coinvolti), ad esempio, va in questa direzione con l'obiettivo di togliere i mezzi pesanti dalle strade degli enoturisti. Il progetto, hanno sottolineato Coldiretti e Consorzio, è condiviso da tutti i componenti del gruppo di lavoro e intende offrire alle cantine un servizio per la movimentazione e la gestione delle merci in fase di vendita, fondato sulla sostenibilità, grazie all'utilizzo di mezzi idonei a ridurre il decongestionamento del traffico nei territori Unesco. "Si prevede un servizio di ritiro e consegna delle merci programmato nelle

cantine, modificabile al bisogno, con automezzi di ridotte dimensioni e 'green', e il temporaneo stoccaggio in appositi magazzini condizionati e organizzati (hub) per la preparazione del 'groupage' in attesa del carico sul mezzo, in genere di grande portata, verso la destinazione finale con percorrenza delle grandi arterie viarie" ha dichiarato il presidente del Consorzio, **Matteo Ascheri**.

Vendite on line

Il "rapporto export 2020", recentemente divulgato da Sace Simest, ci racconta un 2020 segnato dall'impatto del Covid-19 e dalle misure di contenimento del contagio incentrate sulle limitazioni agli spostamenti delle persone e sulla sospensione di numerose attività economiche. E nonostan-

te questo "le esportazioni italiane - sostengono - di agricoltura e alimentari sono state le meno colpite nel 2020, in virtù di una produzione che non ha subito drastici arresti durante il lockdown e di una domanda sostenuta dall'aumento della spesa per alimenti e bevande realizzata nei canali della distribuzione, più o meno organizzata. In questo senso - evidenzia il report - le restrizioni fisiche imposte ai contatti diretti con i consumatori e con le imprese partner hanno fatto comprendere ancora di più alle aziende l'importanza e le potenzialità dei canali digitali e dell'e-commerce, dei canali commerciali, logistici e di marketing, dei sistemi di pagamento e degli aspetti legali e organizzativi". I dati emersi da una recente ri-

cerca congiunta Nielsen e Nomisma Wine Monitor, che confronta l'andamento del primo semestre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019 riguardo alle vendite on line di vino, confermano questa tendenza. E infatti parliamo di un aumento per gli operatori del largo consumo del 147% contro una crescita degli specializzati del +95%, sebbene questi ultimi siano stati responsabili dell'83% delle vendite e-commerce di vino in Italia. Un dato significativo che accompagna all'aumento delle vendite di vino nella Distribuzione a Libero Servizio, compresi discount, anche dopo il lockdown, dà la dimensione di quanto siano cresciuti gli scambi commerciali e le interazioni on line e quindi il dinamismo dell'intero settore. Difficilmente si tornerà indietro.

In fatturato, fa più o meno 18 miliardi di perdite rispetto agli 85 miliardi del 2019".

Vino: qualcosa si muove

Anche liberare le arterie stradali e snellire il traffico su gomma, superando problemi di sicurezza e impatto ambientale, può diventare un obiettivo che unisce attenzione verso la sostenibilità ambientale ed economica. L'

GORI

Parola d'ordine, flessibilità

Gori è un'azienda multinazionale specializzata nella logistica di wine & spirits, che offre ai clienti un ampio portafoglio di soluzioni personalizzate e su misura. È parte del gruppo DHL Global forwarding e collabora strettamente con loro attraverso una rete di specialisti in grado di supportare il settore wine & spirits e gestire tutti i prodotti con packaging e misure di protezione dedicate. "Sicuramente quello che ci distingue - puntualizza **Alexander Braun**, head of Marketing and sales - è l'attenzione al cliente e al suo prodotto e alla piena soddisfazione di chi acquista i nostri servizi. Da qui il nostro motto: we move precious goods, yours! (Muoviamo merce preziosa, la Vostra!)".

La conoscenza del prodotto e l'esperienza delle maestranze sono i punti distintivi per l'azienda. "Coltiviamo il valore umano dei nostri team - sottolinea Braun - in particolare la capacità di analizzare le esigenze e ascoltare il cliente per proporre soluzioni idonee e duttili allo stesso tempo. E poi, oltre alle nostre soluzioni logistiche e di trasporto



Alexander Braun

(raccolta, stoccaggio, imballaggio, etichettatura, ripallettizzazione e consegna), offriamo una gamma completa di servizi a valore aggiunto di alta qualità, gestendo le merci dei nostri clienti durante l'intero processo di logistica". Presenti in tutti i Paesi del mondo con uffici Gori dedicati o in minima parte appoggiandosi alle realtà DHL presenti, movimentano mediamente all'anno 250.000 container e contano complessivamente 350 dipendenti nel mondo senza considerare gli addetti ai magazzini. Trecentocinquanta milioni di euro i ricavi netti della compagine nel suo comples-



so nel 2019.

E il 2020? L'impatto del Covid? "Il Covid ha portato a un drammatico cambiamento nelle nostre procedure interne - sostiene Braun - e dei volumi movimentati nel mondo. Nella fase iniziale della pandemia abbiamo impiegato molte risorse nella sanificazione dei mezzi, nel reperimento di dispositivi di protezione Individuale e nella formazione del nostro personale. E questo ci ha permesso di dare totale continuità di servizio durante il lockdown, senza mai interrompere il flusso di approvvigionamento dei prodotti, supportando i nostri clienti in questo difficile periodo. La logistica non si poteva fermare, anzi. Essendo ritenuti attività essenziali avevamo le deroghe per poter continuare ad operare, sempre in totale sicurezza, per garantire la filiera. Quello che abbiamo notato è che i vini di medio/alto livello distribuiti principalmente in enoteche e ristoranti sono andati diminuendo fino a fermarsi totalmente in alcuni mercati. Al contrario i vini di primo prezzo, principalmente distribuiti da supermercati, unici negozi aperti durante il

lockdown, hanno avuto un'esplosione improvvisa. Questo ha fatto sì che se ne siano giovati i prodotti di basso prezzo (in particolare le esportazioni di vini cileni e gli argentini) penalizzando le produzioni di valore elevato (Italia e Francia)". Il cambio della domanda ha richiesto in Gori un processo complesso di adattamento da parte delle strutture per gestire grandi volumi, spesso mono-prodotto, contro la normale attività che prevede un allestimento di un container con tutti i prodotti che il cliente ha in portafoglio da quel particolare Paese. "Dal mese di luglio - sostiene Braun - vediamo per fortuna una leggera ripresa del comparto Horeca e una stabilizzazione dei volumi movimentati anche nell'ottica della preparazione agli ordini natalizi. Sicuramente non credo torneremo ai volumi del 2019, ma ci aspettiamo una 'nuova normalità' e di conseguenza una domanda di prodotti diversa da quella a cui siamo sempre stati abituati. La nostra flessibilità ci permetterà comunque di soddisfare le nuove esigenze di mercato e le richieste dei nostri clienti".



MBE Worldwide Spa ("MBE") è un'azienda italiana con headquarters a Milano che offre soluzioni per spedizioni, logistica, stampa e marketing a piccole e medie imprese e a clienti privati, attraverso una rete di Centri servizi in franchising e di proprietà. A seguito dell'acquisizione - avvenuta nel 2017 - di due società con sede negli Stati Uniti, MBE opera attualmente sotto tre diversi marchi: Mail Boxes Etc., AlphaGraphics e PostNet. La rete globale conta oltre 2.600 Centri servizi e 10.000 addetti in 52 Paesi. Nel 2019 il fatturato MBE aggregato è stato pari a 918 milioni di euro (1.028 milioni di dollari Usa). "Riguardo al 2020 - afferma **Andrea Arluna**, Business development sr. manager - possiamo dire che nel 1° trimestre ci siamo attestati sugli stessi numeri dello scorso anno. Aprile e maggio sono stati i mesi con maggiore difficoltà, ma già da giugno registriamo una buona ripresa e auspichiamo di chiudere l'anno ancora una volta in crescita."

La presenza ramificata in 52 stati nel mondo è stata costruita sia con investimenti diretti della proprietà che attraverso accordi con master licensees locali per lo sviluppo dei Paesi. "Siamo presenti direttamente in molti dei più importanti Paesi europei (Italia, Germania,

quando sono necessari la personalizzazione del servizio e l'interazione personale."

Focalizzandoci sull'Europa e sul mercato del vino in particolare, MBE propone una soluzione specifica, MBE Wine, per clienti sia business sia privati, per la spedizione di bottiglie di vino in modo sicuro e nel pieno rispetto delle normative vigenti, in Italia e all'estero. "I Centri MBE - sottolinea Arluna - si prendono cura dell'intera gestione: dal ritiro delle bottiglie all'imballaggio con tecniche e materiali specialistici; dalla gestione della documentazione e di eventuali pratiche doganali al tracciamento della spedizione fino a destinazione". Molti Centri MBE offrono alle cantine anche il servizio di logistica, garantendo una gestione professionale della multicanalità, considerato l'emergere di canali di vendita meno tradizionali, in primis l'e-commerce.

MBE propone anche un servizio specifico per le spedizioni di vino per uso personale negli Stati Uniti, con notifica di importazione e ge-

Presenza capillare sul territorio e personalizzazione del servizio

stione di tasse e dazi doganali, come richiesto dalla Food and Drug Administration. "Si tratta di un servizio particolarmente apprezzato dalle cantine italiane e francesi, che possono così inviare i loro vini a turisti americani che li acquistano dopo avere visitato le nostre cantine. Nel 2019 MBE ha spedito negli Stati Uniti oltre 300.000 bottiglie provenienti da Italia, Francia e Spagna". Per testimoniare il ruolo strategico della logistica MBE al servizio della filiera vitivinicola, MBE è stato sponsor tecnico di Vinitaly nel 2018 e nel 2019 (nel 2020 l'edizione è stata spostata al 2021, ndr).

"Il Covid certamente ha avuto un impatto molto forte sulle spedizioni di vino. Ha dato spinta e motivazione - spiega Arluna - ad alcune realtà che già in passato avevano approcciato il mondo delle vendite on line e nelle nostre logistiche abbiamo osservato una crescita di spedizioni legate ad ordini e-commerce, anche nel settore del vino. Al contrario, però, sono mancate le vendite derivanti dal turismo e dalle visite alle cantine, in particolare da parte dei turisti degli Stati Uniti, grandi acquirenti di vino italiano. Come MBE abbiamo cercato di supportare gli operatori del settore, nostri clienti, creando delle campagne digitali per i consumatori finali, così da stimolare gli acquisti da remoto. Abbiamo ottenuto dei buoni risultati, ma certamente dovremo attendere la ripresa del turismo internazionale per veder crescere questo business ai ritmi dell'ultimo biennio."



Andrea Arluna

PIATTAFORME COMMERCIALI ONLINE B2C O B2B

Matteo Casuccio e Patrizio Dini



AIR WINES

Internazionalizzazione e assistenza logistica in una sola piattaforma

Air Wines nasce con l'obiettivo di offrire uno strumento funzionale e affidabile alle cantine e ai produttori di vino di tutto il mondo per espandere i confini dei propri mercati di riferimento, e allo stesso tempo creare un rapporto diretto con la propria clientela. "È una piattaforma che offre internazionalizzazione, assistenza logistica, pagamenti sicuri, aumento della marginalità - puntualizza **Matteo Casuccio**, dirigente Air Wines - ed è esclusivamente dedicata alla vendita del vino". L'inserzionista (il produttore e venditore) accede a un'area riservata protetta da credenziali personali e segrete, dalla quale attraverso una semplice interfaccia può caricare i propri prodotti, correlando le schede prodotto di foto e testi descrittivi, per creare la sua enoteca online completamente gratuita. Da questa interfaccia, per ogni singolo prodotto, si può definire e gestire la politica commerciale, in maniera istantanea: prezzo, disponibilità. Il sito è tradotto in molte lingue. "Il cliente finale - prosegue Casuccio - al quale garantiamo un acquisto senza intermediari

e dunque il prezzo migliore sul mercato, può cercare sul sito direttamente lo shop della cantina a lui nota, attraverso una area dedicata ai produttori, oppure navigare e tramite lo strumento di ricerca applicare filtri per selezionare il prodotto a lui più congeniale. Il sito suggerisce altresì risultati in linea con le preferenze espresse, al fine di aiutarlo a scegliere meglio, ed allo stesso tempo dare visibilità ad altri produttori magari a lui sconosciuti". Air Wines offre inoltre un supporto logistico completo al produttore occupandosi delle spedizioni, restando limitate le operazioni a carico del cliente. "Al momento dell'ordine - evidenzia Casuccio - il sito calcola un prezzo finale comprensivo del costo di trasporto, calcolato in maniera chiara e definitiva secondo la residenza di chi compra o in alternativa l'indirizzo indicato per la spedizione, ed allo stesso tempo genera un ordine di ritiro alla società di trasporti convenzionata, che provvederà entro le 48h successive al pick-up della merce direttamente dal produttore. Consegniamo in tutto il mondo, door to door, in pochi

giorni. Il pagamento è immediato e avviene tramite un processo di transazione sicura, garantito dalle più sicure e diffuse piattaforme al momento disponibili (PayPal, Visa). Air Wines trattiene solo una commissione pari al 10% del valore della merce a carico del produttore. Per noi dunque è più corretto parlare di transato che non di fatturato". L'azienda è stata fondata a giugno 2017, diventata operativa nel 2018, nel 2019 ha transato poche centinaia di migliaia di euro, nel 2020 le proiezioni sono oltre il milione di euro con un trend in crescita esponenziale, sicuramente accelerato dalla situazione Covid. Le movimentazioni per il 2020 dovrebbero dunque superare le 100mila bottiglie. Nella piattaforma a parte i due soci Matteo Casuccio, responsabile vendite e marketing, e Patrizio Dini, responsabile operativo, non vi sono impiegati e tutti i servizi sono esternalizzati a terze parti con l'obiettivo di avere sempre il meglio. Al momento spediscono in 44 Paesi di tutto il mondo. Ma i mercati forti in questo momento sono l'Europa dove consegnano in 3 giorni door



to door, e gli Stati Uniti. Per quanto riguarda il Covid sostengono aver segnato per loro un punto di svolta e di crescita. "Da un lato l'aumento degli acquisti online - evidenzia Casuccio - è stato conseguenza naturale, ma forse l'aspetto più importante è stato che gli stessi produttori hanno messo a fuoco che dipendere da una rete distributiva che può collassare per vari motivi senza preavviso non è sano per il loro business. Con la chiusura di ristoranti, bar, enoteche e comunque la tendenza a meno consumi esterni alla propria casa, molti produttori hanno visto bloccare, cancellare, rimandare gli ordini, mentre per assurdo i loro clienti finali ancora cercavano il loro prodotto ma non nei canali storici: questo ha portato a un aumento esponenziale degli iscritti alla piattaforma sia come produttori che come consumatori, ed oggi contiamo quasi 2.000 referenze".

ENOLO

Logistica integrata, servizi di marketing evoluti e strumenti di comunicazione

EnoLò Srl è una Pmi che nasce a Civitella Casanova in provincia di Pescara, un comune del cratere sismico aquilano danneggiato con il terremoto del 2009. "Il nostro è un servizio innovativo - sottolinea **Stefano Baldi**, ceo dell'azienda - che dobbiamo chiarire bene. Dobbiamo spiegare l'opportunità di depositare i vini in conto terzi piuttosto che in conto vendita, la semplificazione che questo comporta a livello di gestione dei registri del Sian, oppure quanto sia importante un marketplace B2B per i produttori, piuttosto che un B2C, strumento in grado di soddisfare, numeri alla mano, solo il gestore del portale. In una logica di open innovation - sostiene Baldi - cioè senza che per qualsiasi cantina, ristorante o altro utilizzatore, sia indispensabile investire in tecnologia, in competenze informatiche, in infrastrutture logistiche di livello industriale, in strumenti di marketing e di comunicazione, Enolò propone quello che serve a un professionista della filiera commerciale del vino, semplicemente a seguito di una registrazione e all'inserimento dei dati dei prodotti". In sostanza Enolò è una piattaforma online (è costituita da due siti internet: enolo.it e cartadeivini.wine) attraverso la quale i diversi utenti possono accedere per ricevere servizi. "Lo scopo della piattaforma - sottolinea Baldi - facendo ricorso alla tecnologia digitale, è quello di eliminare le inefficienze della filiera commerciale del vino e offrire servizi di marketing e comunicazione evoluti e logistica performante

e conveniente il cui asset strategico è il proprio hub".

Per punti:

- Carta dei Vini e Menù: il sistema in cloud per presentare al tavolo o sul web, in formato stampato o digitale, un'accurata winelist con schede dei vini dettagliate, sempre aggiornate; il menù dei cibi e tutte le notizie sulle attività e gli eventi del locale;
- Marketplace B2B: il marketplace B2B esclusivo crea relazioni commerciali dirette che eliminano ogni tipo di intermediazione tra le cantine venditrici e i dealers acquirenti;
- Slotting allowance: le cantine possono conquistare un posizionamento privilegiato delle proprie etichette nelle migliori carte dei vini, esattamente come accade nella realtà in Gdo;
- Couponing: le cantine possono pianificare e attivare campagne di vendita, anche con agenti e procacciatori, offerte speciali e policy di fidelizzazione dei clienti;
- Ticketing: per tutti, operatori e cantine, è disponibile un tool per pianificare e promuovere eventi e gestirne le prenotazioni, a pagamento o gratuite;
- Logistica integrata: i servizi logistici B2B di warehousing & fulfillment consentono alla cantina di delegare ogni attività operativa a valle dell'imbottigliamento: deposito in conto terzi, picking, approntamento ordini, kit and packing, spedizioni puntuali con consegne in

Stefano Baldi



48h, drop-shipping in 24h e molto altro ancora;

- BPO: il CMS permette di promuovere sul web e nei canali social i prodotti, gli eventi e tutte le attività degli utenti. Servizi di CRM fruibili in outsourcing, consentono alle cantine di potenziare le loro strategie e la presenza sul mercato.
- Enolò è sul mercato da fine 2019 e, nonostante il lockdown, annovera numeri interessanti: alcune decine di cantine nazionali e internazionali servite, centinaia di dealers registrati, oltre 60.000 bottiglie movimentate, metriche mensili con migliaia di visitatori sulla piattaforma, decine di migliaia di interazioni e milioni di visualizzazioni sui canali social. "Attualmente l'azienda ha un team di otto persone nel management al quale si aggiunge il personale di manodopera impiegato nelle attività di handling curate direttamente da noi, nel nostro hub presso l'Interporto d'Abruzzo. Evidentemente - conclude Baldi - la nostra attività non si rivolge alla Gdo. Stiamo scalando verso uno sviluppo internazionale dove il nostro modello può essere replicato semplicemente clonando il primo hub. Stiamo ampliando la gamma con ulteriori categorie di prodotti: birre artigianali, spirits e olio evo e introdurremo servizi digitali evoluti di trading e certificazione tramite blockchain".

TRASPORTI PALLETTIZZATI

PALLETWAYS

Con Palletwaysonline un canale e-commerce diretto: al B2B si aggiunge il B2C e C2C

Palletways Italia è una società parte del principale network europeo di trasporto espresso di merce pallettizzata e del Gruppo Imperial. Fondata nel 1994 e operativa nel nostro Paese dal 2002, garantisce pari qualità e uniformità di servizio in 24 Paesi con identiche procedure, sistema informatico, cultura aziendale. In Italia il network conta su una rete di 130 concessionari distribuiti capillarmente sul territorio nazionale che, attraverso i tre hub di Bologna, Milano e Avellino ritira, smista e distribuisce oltre 11.000 pallet a notte. A livello europeo, il Gruppo Palletways movimentava oltre 45.000 pallet a notte attraverso 20 hub più di 400 concessionari. "Palletways - sostiene **Massimiliano Peres**, ceo di Palletways Italia - intende fare la differenza per il cliente disposto a scegliere la soluzione migliore piuttosto che quella più economica: lo dimostra



Massimiliano Peres

il fatto che il 50% dei volumi movimentati è garantito dal servizio Premium che si distingue da quello Economy per gli standard superiori, in particolare per quanto concerne i tempi di consegna - 24/48 ore invece di 48/72 - cui si aggiungono, in entrambi i casi, servizi dedicati che personalizzano l'offerta".

Per fornire standard di servizio sempre più elevati, Palletways nell'ultimo anno ha investito sull'organizzazione aziendale e ne è testimonianza anche il costante incremento del numero dei concessionari, che si prevede cresca da 130 a 150 entro la fine del 2020. "Palletways Italia - continua Peres - è una

multinazionale solida, controllata di Imperial Logistics International, la divisione internazionale di Imperial che nonostante la pandemia è riuscita ad assicurare il rifornimento giornaliero e a supportare i propri concessionari, alcuni dei quali hanno registrato una flessione di oltre il 30% dei volumi nel periodo marzo e aprile 2020. Inoltre hanno offerto incentivi commerciali per tutto il 2020, per contribuire al recupero dei fatturati dei volumi persi e per facilitare il ritorno alla normalità. Fino a dicembre 2020, infatti, tutti i concessionari possono ottenere un significativo contributo da destinare a un massimo di 3 nuovi clienti che affidano al network Palletways una media di almeno 5 pallet giorno. Non solo: per i clienti con volumi superiori rispettivamente ai 10 e ai 15 pallet medi per giorno, l'entità degli incentivi sarà ancora maggiore". A fronte delle nuove tendenze del mercato, l'azienda agli inizi di luglio ha lanciato anche in Italia il nuovo servizio di Palletwaysonline, canale di e-commerce diretto con il quale si apre al B2C e

al C2C, senza tralasciare il mercato tradizionale B2B. "L'obiettivo è quello di rispondere alla domanda crescente dei consumatori posizionandosi come partner ideale per i servizi di trasporto e logistica del canale di compravendita online. In particolare, Palletwaysonline rappresenta una soluzione complementare a quelle offerte dai corrieri tradizionali che si ritrovano a dover gestire un notevole aumento delle spedizioni B2C più leggere, rinunciando così a quelle più pesanti e ingombranti. Questo è proprio il segmento di mercato in cui Palletways è da sempre specializzata: proponiamo un servizio di trasporto nazionale e internazionale adatto per tutte le categorie di merci che necessitano un trasporto pallettizzato, tra le quali: food & beverage, elettrodomestici, prodotti di elettronica di consumo, fai da te ecc. La nuova piattaforma - conclude Peres - si presenta user friendly e ogni sua funzione è orientata ad agevolare l'esperienza del cliente fornendo riscontri rapidi sul costo del servizio, nonché sull'esito della prenotazione, attraverso sistemi di pagamento sicuri (carta di credito, prepagate o Paypal)". Il settore del beverage, e in particolare modo quello del vino, rappresenta un segmento chiave per l'azienda costituendo oltre il 25% dei volumi movimentati.

**È il nuovo consulente della Cantina Valle Isarco
RICCARDO COTARELLA SFIDA IL KERNER**

Riccardo Cotarella ha accettato la sfida della Cantina Valle Isarco - Eisacktaler Kellerei di firmare i suoi vini a partire dalla questa vendemmia e all'alba dei 60 anni che la realtà cooperativa compirà nel 2021. "Sarà un lavoro pluriennale che coinvolge tutte le aree della cantina - ha detto Armin Gratl, dg della cantina -. Vogliamo trarre giovamento a 360° da questa collaborazione, anche per valorizzare tutta la produzione della valle Isarco". "Ho accettato con molto piacere - ha detto Cotarella - perché l'Alto Adige è una delle poche regioni che mi mancavano dove cimentarmi come enologo, e perché la ritengo una zona estrema in molti sensi. In questa cantina ci sono tutti gli ingredienti per poter mettere in campo una collaborazione piena di entusiasmo e di prospettive".



La fotografia della produzione italiana

Negli ultimi dieci anni questo areale è passato da una incidenza sul totale del 42% al 45%, con il solo Veneto al 22%. In calo Centro Italia e Nordovest, stabili Puglia e Sicilia. Effetti neutri? Non sempre

L'equilibrio? Sta a Nordest

di CARLO FLAMINI

Un baricentro sempre più spostato a Nordest, con il Veneto che è diventato negli anni il primo azionista della Cantina Italia, determinandone in maniera quasi totale le sorti.

È questo il quadro che emerge analizzando gli andamenti produttivi del nostro Paese nell'ultimo decennio, da quando cioè si è passati da una media di 47,4 milioni di ettolitri (2010/14) a una di 49,3 milioni (2015/19), con un aumento secco del 4%, determinato dall'abbondante messe di vigneti nuovi messi in pista tra Veneto e Friuli Venezia Giulia, molti dei quali in pianura e fuori dagli albi delle Dop, e quindi liberi di esplodere tutta la loro potenza fisica, come nel 2018, quando

il solo Veneto portò in Cantina 13,4 milioni di ettolitri. Veneto che ha fatto un vero e proprio balzo, passando da una media di 9 milioni di ettolitri del 2011/14 agli 11,1 del quinquennio successivo, per un aumento del 20%. Seguito a ruota dal Friuli Venezia Giulia, che ha segnato aumenti del 36%, e dalla provincia di Trento, che si è attestata più recentemente sul milione di ettolitri, con aumento tra medie di periodo del 24%. Insomma, il milione e 900.000 ettolitri incantinati in più in Italia si devono sostanzialmente a queste tre realtà, che hanno compensato i cali di Piemonte (5%), Lombardia (-12%), Emilia Romagna (-4%), ma soprattutto delle regioni del Centro Italia, come Marche (-11%) e Lazio (sotto del 30%).

Al Sud la situazione è piuttosto stabile, con aumenti per Abruzzo (+5%) e Puglia (+4%), mentre la Sicilia tra alti e bassi ha conservato una media di 4,5 milioni di ettolitri annui.

I NUOVI PESI PER AREALI

Per effetto di questi andamenti, il Nordest segna +11%, con media passata da 20 a 22,2 milioni di ettolitri prodotti per anno, e una quota percentuale sul totale Italia balzata dal 42 al 45%, quasi un punto percentuale l'anno. Aumento del 2% anche per l'aggregato Sud, da 17,9 a 18,3 milioni, ma quota percentuale scesa di 1 punto, al 37%, mentre il Centro Italia e il Nordovest

➡ continua a pag. 17



SANFAUSTINO LABEL

• **UPMRAFLATAC**



• **Intercap**
CLOSURES
CHIUSURE



FEDERFIN TECH SRL
WINE · SPIRITS · OIL CLOSURE

TAPPI IN ALLUMINIO PER VINO

Federfin Tech è sinonimo di performance di prodotto, innovazione, qualità, soddisfazione per il cliente.

Lo stabilimento di Tromello **produce tappi in alluminio per bottiglie di vini, liquori, aceto e olio** con macchinari di ultima generazione tecnologicamente avanzatissimi.

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

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

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

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

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

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

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

A completamento della gamma, **Federfin Tech** è in grado di fornire anche le testine capsulatrici, appositamente studiate per avere un'applicazione perfetta delle chiusure a vite. Sono realizzate con materiali innovativi ed in continua evoluzione e consentono la chiusura dal diametro 18 mm al diametro 43 mm. Inoltre offriamo assistenza tecnica di revisione completa di tutte le marche e modelli di teste capsulatrici, che comporta lo smontaggio, una scrupolosa pulizia e il riassetto completo della testa capsulatrice con eventuale sostituzione di tutti i particolari che permettono alla testa di tornare come nuova.

Visita il nostro sito www.federfintech.com o chiamaci allo **0382/809124**.





**Il network americano dedicato ai wine lovers
UMANI RONCHI SBARCA SU SOMM TV**

L'azienda vitivinicola marchigiana è stata scelta da Jeff Porter, famoso sommelier texano, per il suo programma sul vino italiano Sip Trip, letteralmente viaggio a sorsi. Un informale tour on the road che racconta l'Italia agli Usa attraverso i suoi migliori produttori di vino e i suoi territori. La trasmissione, visibile in tutto il mondo, ha debuttato il 1° ottobre. Michele Bernetti, titolare di Umani Ronchi: "Abbiamo raccontato la nostra produzione, in particolare il nostro Verdicchio Vecchie Vigne, ma anche il territorio. Una bella occasione per valorizzare la regione all'estero".



Produzione media per regioni (hl)

	2010/14	2015/19	VAR. %	QUOTA 2010/14	QUOTA 2015/19
Piemonte	2.910.449	2.771.252	-5%	6%	6%
Valle d'Aosta	16.710	15.663	-6%	0%	0%
Liguria	38.662	41.977	9%	0%	0%
Lombardia	1.514.409	1.335.660	-12%	3%	3%
Bolzano	314.340	317.965	1%	1%	1%
Trento	873.555	1.085.000	24%	2%	2%
Veneto	9.240.810	11.081.223	20%	19%	22%
Friuli V.G.	1.291.144	1.751.377	36%	3%	4%
Emilia Romagna	8.301.907	8.004.356	-4%	18%	16%
Toscana	2.394.698	2.391.940	0%	5%	5%
Umbria	449.901	420.504	-7%	1%	1%
Marche	964.449	861.696	-11%	2%	2%
Lazio	1.198.421	872.701	-27%	3%	2%
Abruzzo	3.067.970	3.221.579	5%	6%	7%
Molise	200.034	216.761	8%	0%	0%
Campania	690.775	673.464	-3%	1%	1%
Puglia	8.696.438	9.028.601	4%	18%	18%
Basilicata	72.885	82.874	14%	0%	0%
Calabria	119.817	115.258	-4%	0%	0%
Sicilia	4.517.350	4.524.192	0%	10%	9%
Sardegna	526.146	458.834	-13%	1%	1%
Italia	47.400.868	49.272.875	4%	100%	100%
NO	4.480.230	4.164.551	-7%	9%	8%
NE	20.021.755	22.239.921	11%	42%	45%
Centro	5.007.468	4.546.840	-9%	11%	9%
Sud	17.891.415	18.321.562	2%	38%	37%

◆ segue da pag. 15

lasciano per strada rispettivamente il 9% e il 7% del loro potenziale, scendendo - il Centro - dall'11% di quota al 9% e - il Nordovest - dal 9% all'8%.

Dividendo l'Italia in due, ai nastri di partenza (e cioè prima delle compravendite di sfuso), il Nord con 9 regioni oggi detiene il 54% della materia prima, 2 punti in più rispetto al 2010/14, mentre le 12 regioni del Centro-Sud sono scese al 46%.

GLI EFFETTI

Nel corso degli anni, se il Veneto è passato in media da avere un peso sul totale Italia del 19% al 22% odierno, altre big hanno visto alleggerire il loro "quantum": è il caso dell'Emilia Romagna in primis, che ha perso 2 punti di incidenza (al 16% odierno), o della Sicilia, passata dal 10% al 9%. Invariati i pesi di Puglia (18%), Toscana (5%), Trento, mentre un punto lo guadagna l'Abruzzo (al 7%).

Quali effetti tangibili si possono avere da questi spostamenti di peso? Intanto, se è vero che il Veneto produce "sulla carta" quasi totalmente vino Dop e Igp, nelle annate strabordanti - come è stata la 2018 - il peso del vino comune tende ad aumentare e a diventare rilevante. Questo fattore, che in maniera quasi inedita ha trasformato quell'anno la regione da acquirente storico a venditore, diventa problematico per chi - come Romagna, Puglia Nord e Sicilia - ha ingenti bacini produttivi dediti al vino comune, segnatamente bianco, che si vedono entrare in diretta concorrenza il prodotto veneto, innescando spirali ribassiste sui prezzi.

Di là dalla contingenza - comunque ripetibile considerato che i vigneti sono lì e producono ogni anno - va notato che l'Autostrada del Sole del vino italiano, che un tempo veniva percorsa quasi esclusivamente da Sud verso Nord, oggi può trovare più di un ingorgo lungo il cammino: un Veneto autosufficiente dal punto di vista produttivo anche sul vino comune è un mercato in meno per i produttori del Sud e un competitor in più. Non manchi di considerare che, a differenza

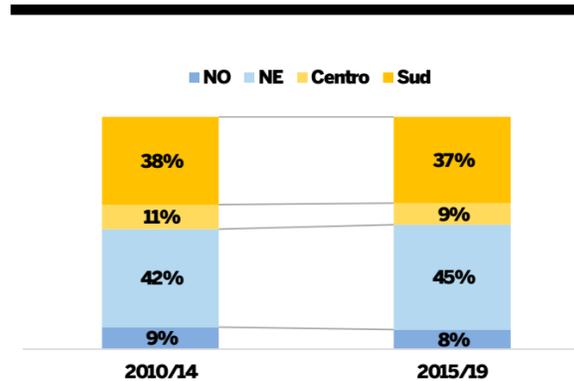
che per i produttori pugliesi o romagnoli, che affidano parte o quasi tutta la loro economia al vino comune, questa tipologia per i veneti è un "di cui", considerato che il vero business viene fatto con Prosecco, Pinot grigio, Valpolicella e via di seguito.

OBIETTIVO SPECIALIZZAZIONE?

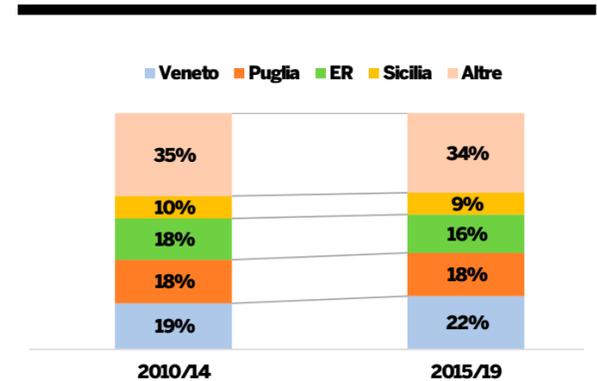
Questa nuova cartina dell'Italia vinicola come rappresentata nei grafici in pagina potrebbe fungere da base per ragionamenti tesi a un assestamento degli equilibri tra regioni, che poggino magari sulla costruzione di una specializzazione esclusiva delle aree (il vino comune per esempio), di modo da dare a ognuna un proprio mercato solido di riferimento, nel quale attuare strategie di programmazione che si rendano indipendenti

da variabili fuori controllo che non siano quelle del meteo. Dall'altra parte si responsabilizzano gli areali verso produzioni a denominazione di origine più aderenti con lo spirito delle Dop, ovvero esclusivo ed elitario, che facciano affidamento su sempre meno passaggi verticali od orizzontali, che alla fine - come abbiamo documentato qualche anno fa sul nostro giornale - abbassano notevolmente il rapporto tra prodotto imbottigliato e prodotto rivendicato a denominazione, rendendo la maggior parte di esse solo delle sigle di carta. All'alba di una nuova rivoluzione della Pac, e con la sostenibilità delle produzioni che bussano alla porta come vero invitato di pietra delle future scelte dell'Europa in campo agricolo, il settore vitivinicolo può fungere ancora da protagonista per scrivere una nuova pagina di storia dell'agricoltura italiana.

QUOTE PRODUTTIVE PER AREA (medie)



QUOTE PRODUTTIVE PER REGIONI (medie)



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:
Fabio Ciarla, Rosario Faggiano, Antonella Genna, Omar Bison

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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





+39 0421 331266

info@metaluxsa.com, info@metaluxcapsule.it

web:metaluxsa.com, metaluxcapsule.it

Collio



Consorzio Doc Collio ANNATA2020: LE RESE NON SARANNO ABBASSATE

Già rifiutata a metà agosto dalla regione Friuli-Venezia Giulia per questioni legate alla burocrazia, la proposta avanzata dall'assemblea dei soci del Consorzio Tutela Vini Doc Collio di abbassare del 20% le rese per l'annata 2020, è stata ribadita dall'Assemblea stessa a fine agosto con la scelta di non regolamentare internamente la riduzione. Una decisione presa dai soci del Consorzio i quali hanno deciso, con il 57% dei voti, di non ricorrere alla riduzione delle rese per l'annata corrente. La vendemmia 2020 seguirà dunque le indicazioni del disciplinare di produzione di riferimento.

IN BREVE

PIEMONTE

L'associazione Albeisa diventa Consorzio e riconferma Marina Marcarino alla guida

Nel corso di un'assemblea straordinaria, l'Associazione Produttori dell'Albese, Albeisa, ha modificato la propria struttura interna dando vita all'omonimo Consorzio e riconfermando alla guida Marina Marcarino (nella foto), già presidente dal 2017. Rimarranno invariati i loghi, i marchi e gli scopi della comunicazione, ma cambia la struttura interna, che con il passaggio a Consorzio diventa più organizzata. "Abbiamo deciso di fare una variazione sostanziale alla struttura organizzativa - spiega **Marina Marcarino** - per permettere al Consorzio di avere un raggio d'azione più ampio che ci consenta di implementare un numero maggiore di attività trasversali rivolte verso l'esterno". All'interno del nuovo consorzio il Cda ha visto confermare quasi per intero le cariche esistenti, con l'aggiunta di alcune figure giovani che si affacciano per la prima volta a cariche istituzionali. Il suo primo compito sarà eleggere il vicepresidente del neonato Consorzio in occasione della prossima assemblea. Fanno parte del Cda: Marina Marcarino (Punset-Neive) - Emanuela Bolla (Borgogno Serio-Barolo) - Veronica Santero (Palladino - Serralunga d'Alba) - Luca Cravanzola (Produttori del Barbaresco - Barbaresco) - Giuseppe Negro (Negro Angelo e figli - Monteu Roero) - Marcella Bianco (Castello di Verduno - Verduno) - Andrea Delpiano (Giovanni Rosso - Serralunga d'Alba) - Alberto Burzi (Burzi Alberto - La Morra) - Alfio Cavallotto (Cavallotto Tenuta Bricco Boschis - Castiglione Falletto) - Maurizio Ponchione (Ponchione Maurizio-Govone) - Ilaria Grimaldi (fratelli Grimaldi Santo Stefano Belbo).



ALTO ADIGE



(Benjamin Pfitscher)

Il Consorzio Vini Alto Adige elabora l'Agenda 2030 per il futuro sostenibile delle produzioni

In un'azione congiunta con il Centro di consulenza per la fruttivivicultura, il Centro sperimentale agricolo di Laimburg, l'Accademia Europea di Bolzano, la Libera Università di Bolzano e Alfred Strigl, esperto di sostenibilità, il Consorzio Vini Alto Adige ha elaborato l'Agenda Vini Alto Adige 2030, una base sulla quale costruire il futuro della produzione vitivinicola altoatesina che sancisce l'impegno a realizzare una serie di misure concrete entro il 2030. L'Agenda presentata si articola in cinque livelli operativi che corrispondono ad altrettanti pilastri su cui poggia il settore vinicolo, ossia suolo, vigneti, vino, territorio e persone e delinea un percorso di cambiamento da intraprendersi in ognuno di questi comparti. Per salvaguardare il suolo, l'agenda prevede di passare a una concimazione esclusivamente organica, sostituendo i materiali sintetici monouso con materiali biodegradabili e intende anche rilevare, documentare e ottimizzare, il consumo delle risorse idriche. Nella gestione dei vigneti sono previste nuove regole unificate per i trattamenti fitosanitari con interventi molto incisivi e già dal 2023 non si potranno più impiegare erbicidi sintetici. Un'attenzione particolare



(Foto Seehauser)

Un momento dell'incontro con la stampa, nel quale il Consorzio Vini Alto Adige ha presentato l'Agenda 2030

sarà rivolta anche alla biodiversità nei vigneti stessi, che sarà promossa con un apposito vademecum destinato ai viticoltori e istituendo un premio da assegnare annualmente al vigneto più ecologico dell'Alto Adige. Con l'Agenda 2030, inoltre, balza in primo piano la lotta alle emissioni di anidride carbonica prodotte dal settore vitivinicolo. "Faremo un rilevamento completo e accurato delle emissioni di CO₂ - ha spiegato **Maximilian Niedermayr** (nel tondo qui a fianco), presidente del Consorzio - per individuare misure efficaci con cui ridurre la nostra impronta e ci impegneremo a redigere un programma specifico di salvaguardia del clima, elaborando al contempo anche una strategia che aiuti le imprese a prepararsi alle sfide presentate dal cambiamento climatico". Gli ultimi livelli operativi dell'Agenda 2030, che riguardano il territorio e le persone, si pongono come obiettivo di conservare intatto il paesaggio rurale creato nei secoli dalla produzione vinicola in Alto Adige e tutta la sua filiera produttiva e coinvolgere tutte le figure che ruotano intorno al settore per poter così agire su larga scala e far crescere il progetto dal basso adeguandolo, strada facendo, alle mutate condizioni economiche, ecologiche e legislative.



MARCHE

Fascette di Stato per le Doc Verdicchio ed evoluzione identitaria per il Matelica

Contrassegno di Stato per le Doc marchigiane Verdicchio dei Castelli di Jesi e Verdicchio di Matelica, 2 denominazioni che complessivamente contano su una produzione media di circa 20 milioni di bottiglie l'anno. Il conseguimento delle fascette di Stato, gestite dall'ente terzo di certificazione Valoritalia, giunge al traguardo dopo un iter avviato lo scorso anno. Una "fase 2" per il principale vitigno della regione che per il direttore dell'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt), **Alberto Mazzoni**, rappresenta "una svolta determinante in ottica di miglior tracciabilità e lotta alla contraffazione in favore di un prodotto che sta divenendo sempre più internazionale. Trasparenza, controllo e gestione della produzione e della qualità del Verdicchio sono le ragioni che ci hanno spinto ad aderire a questa nuova fase. Un salto di qualità necessario per assecondare il crescente sviluppo della denominazione e dei suoi produttori", ha concluso il direttore del maxi consorzio marchigiano, che conta 472 soci e 16 denominazioni tutelate. Per quanto riguarda poi il Verdicchio di Matelica, è stato avviato anche l'iter nazionale ed europeo per cambiare il nome in etichetta in Matelica Doc e Matelica Docg e per introdurre nel disciplinare l'obbligo dell'imbottigliamento in zona.

VITICOLTURA
EROICA

MONDIAL DES VINS EXTRÊMES TUTTI I RISULTATI DELLA 28^a EDIZIONE

Grande qualità per i vini eroici di tutto il mondo, 20 Gran Medaglie d'oro e 220 ori oltre ai premi speciali. È questa la sintesi della 28^a edizione del Mondial des

Vins Extrêmes, il concorso internazionale dedicato ai vini eroici organizzato dal Cervim che si è tenuto in Valle d'Aosta. Nei tre giorni, da una commissione internazionale e specializzata, sono stati assaggiati e selezionati 785 vini di cui 425 italiani e 360 esteri, provenienti da 297 aziende vitivinicole, di cui 169 italiane e 128 estere. Si tratta della seconda edizione più partecipata di sempre nonostante un'annata fortemente caratterizzata dall'emergenza sanitaria Covid. "Un'edizione molto importante e non banale - ha ricordato il presidente Cervim, **Stefano Celi** - molto partecipata e con alcune novità significative che va a testimoniare la crescita del concorso e la sempre maggiore attenzione da parte delle aziende eroiche. I risultati hanno confermato una alta qualità delle produzioni eroiche italiane e del resto del mondo, è emersa un'eccellenza media sempre più spiccata e grandi diversità di vitigni che si traducono nel bicchiere in vini dai sapori unici". Per l'Italia ci sono 3 Gran medaglie d'oro e 118 medaglie d'oro. Per



la Valle d'Aosta 1 Gran medaglia d'oro e 26 medaglie d'oro; 1 Gran medaglia d'oro va alla Toscana che conquista anche 4 medaglie d'oro; ed 1 Gran medaglia d'oro al Molise. 15 medaglie d'oro per la Lombardia; 11 ori per la Liguria; 10 ori per l'Alto Adige e 10 ori per il Trentino e per la Sicilia; 9 medaglie d'oro per la Campania e per il Veneto; 5 medaglie d'oro per il

Piemonte e per la Sardegna; quindi 3 medaglie d'oro per il Lazio e 1 oro per l'Abruzzo. Sul fronte estero, fa incetta di premi la Spagna con ben 6 Gran medaglie d'oro e 46 medaglie d'oro; quindi 3 Gran medaglie d'oro per il Portogallo che conquista anche 6 ori; per la Francia 2 Gran medaglie d'oro e 11 medaglie d'oro; per la Germania 2 Gran medaglie d'oro e 10 medaglie d'oro; per la Svizzera 1 Gran medaglia d'oro e 13 ori; per Cipro 1 Gran medaglia d'oro e 4 medaglie d'oro; conquista 1 Gran medaglia d'oro e 2 ori la Georgia; 1 Gran medaglia d'oro l'Argentina. Altre medaglie d'oro sono andate alla Macedonia con 3; Slovenia con 2; Grecia, Andorra, Slovacchia, Usa e Cina con 1 medaglia d'oro. **L'elenco completo dei vini premiati è online e disponibile su <http://www.mondialvinsextrêmes.com/news/la-lista-dei-vini-premiati-e-dei-premi-speciali-2020>**

Nasce 19Youbao, il primo magazine del vino italiano che collega cantine e buyer in Cina

Si chiama 19Youbao (yi jio jubao) letteralmente "rivista del vino italiano" e si compone di 100 pagine patinate, ricche di approfondimenti, foto, news, interviste, contributi tecnici, degustazioni, e analisi di mercato. 19Youbao si occupa anche di un concorso enologico nazionale, che vede i vincitori pubblicati all'interno del magazine in modo da avere piena visibilità da parte dei buyer. Presidente onorario del concorso è il noto maestro e direttore d'orchestra **Peppe Vessicchio**. "19Youbao fa parte di un grande progetto di comunicazione del vino italiano in Cina che Wine Channel sta portando avanti già da qualche anno - spiega l'ad della società, **Valentina Tenaglia** -. Grazie alla collaborazione con importanti fiere di settore, agenzie specializzate e soprattutto con l'impiego di uno staff italo-cinese, professionale e operativo dalle nostre sedi in Italia e in Cina, abbiamo potuto creare un vero e proprio network di supporto per le cantine italiane interessate ad operare in uno dei mercati più importanti per l'export". 19Youbao, infatti, è sì un progetto editoriale, nato con l'obiettivo di raccontare i territori e i vini italiani in Cina, ma è anche un business media collegato con tutti i canali cinesi (primo fra tutti We Chat) per offrire un contatto diretto tra l'azienda e i buyer o i distributori, ma anche consumatori e appassionati di vino cinesi. "Il nostro obiettivo è di colmare il gap che ci separa da Paesi come Francia, Australia e Cile. L'Italia, infatti - conclude Tenaglia - pur essendo il primo produttore di vino al mondo, si trova ancora in quarta posizione. Il margine di crescita è ampio, ma trattandosi di un Paese complesso, ha bisogno di maggiore conoscenza". Wine Channel Srl è una delle società di una holding italiana proprietaria di attività nel settore vino e operante da 35 anni nel settore delle telecomunicazioni. Il gruppo opera in Cina da cinque anni in seguito all'apertura di due sedi e due società proprietarie.

La versione
sfogliabile del
magazine:
www.winechannel.it/19youbao-magazine





«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

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



DIAM

Il garante degli aromi

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

Da sinistra:
Alessandro
Grangiotti, Stefano
Sequino, Floriana
Risuglia, Stefano
Dindo, Chiara
Menchini, Roberto
Mastrosanti



CONVEGNO UGIVI

Il mondo del vino dopo la pandemia: un confronto sugli aspetti gius-economici

A cura del Servizio Giuridico UIV

Estata la splendida cornice delle Scuderie Aldobrandini di Frascati, ad ospitare a fine settembre il convegno dei Giuristi della Vite e del Vino - il primo in presenza dopo la pandemia da Coronavirus - organizzato con il patrocinio dell'amministrazione comunale e la collaborazione del Consorzio di tutela Denominazione Vini Frascati. Una giornata all'insegna dello studio e del confronto tra giuristi e operatori tecnici del settore, alla presenza del sindaco di Frascati, **Roberto Mastrosanti**, e del delegato alle Politiche agricole del Comune di Frascati, **Basilio Ventura**, sull'impatto degli effetti di Covid-19 nel settore vitivinicolo: quali le principali problematiche per il settore? Quali le misure adottate per arginare la crisi del mercato del vino? Quali le prospettive per il futuro? Dopo l'intervento di saluto da parte del segretario dell'Ugivi, **Floriana Risuglia**, che ha curato con grande professionalità l'evento, si è succeduta una carrellata di interventi moderati dal presidente dell'Ugivi, **Stefano Dindo**, che ha rimarcato il profondo legame tra il diritto e l'economia, particolarmente forte in questo momento in cui il settore ha subito un grave squilibrio di mercato, causato dall'emergenza sanitaria che ha portato non solo la chiusura del canale Horeca e del settore enoturistico, ma anche una limitata disponibilità di manodopera, serie difficoltà finanziarie sommate ai problemi di liquidità e cambiamenti significativi nelle dinamiche della domanda di vino nei diversi canali distributivi: Gdo, consumo domestico e acquisti online.



UNA DISAMINA DELLE MISURE ADOTTATE

Incentrato sulle misure adottate a livello europeo e nazionale, che hanno inciso in maniera significativa sul quadro normativo e sugli adempimenti per gli operatori del settore vitivinicolo, l'intervento di **Stefano Sequino**, funzionario Icqrf di Roma, prima tra tutte la distillazione in caso di crisi di cui al reg. delegato (Ue) n.2020/592 della Commissione del 30 aprile 2020, disciplinata a livello nazionale dal D.M. 23 giugno 2020, n. 6705 (per i vini comuni con gradazione alcolica minima di 10 %vol. detenuti alla data del 31 marzo 2020). Poi, la misura della riduzione della produzione di uve destinate a vini Do/Ig prevista a livello Ue dal Reg. delegato (Ue) n. 2020/592 della Commissione del 30 aprile 2020 e a livello nazionale dal DL 19 maggio 2020 n. 34 (cd Decreto Rilancio) e dal D.M. 22 luglio 2020, da realizzarsi mediante la misura della "vendemmia verde parziale". Misure importanti sono state varate anche a livello di "slittamento" dei termini (ad esempio la proroga della validità delle autorizzazioni per l'impianto e il reimpianto

con scadenza 2020 e la proroga del termine stabilito per l'estirpazione in caso di reimpianto anticipato dei vigneti), sospensione dei termini amministrativi (ad esempio, quelli relativi al procedimento degli esami chimico-fisici e organolettici) e a livello di modifiche procedurali per agevolare la procedura (ad esempio, autocertificazioni degli operatori per il rilascio della certificazione dei vini Do/Ig). Novità rilevanti attraverso non solo il Decreto Rilancio (ad esempio con la riduzione resa massima di uva ad ettaro delle unità vitate iscritte nello schedario viticolo diverse da quelle rivendicate per produrre vini Do/Ig), ma anche con il DL Semplificazioni (n. 76/2020) che, oltre ad aver esteso la finestra temporale della campagna vendemmiale, ha introdotto una serie di modifiche al Testo Unico del Vino (ad esempio, in materia di vigilanza dei Consorzi di tutela, requisiti richiesti agli organismi di controllo dei vini Do/Ig, termine antecedente la comunicazione preventiva, istituto della diffida).



I DATI DI MERCATO RICHIEDONO MISURE DI "ATTACCO" E NON SOLO DI "DIFESA"

Chiara Menchini, responsabile dell'Ufficio giuridico di Unione Italiana Vini, ha illustrato i dati elaborati dall'Osservatorio del Vino: per il primo semestre del 2020 l'export del vino italiano in calo sia a volume (-2%) sia a valore (-4%). Il dato negativo italiano è causato direttamente dagli effetti della pandemia sui consumi. Infatti il nostro Paese, a differenza di altri quali Francia e Spagna, è meno esposto sulla piazza cinese (esportiamo solo il 2% del valore pari a 140 mln nel 2019) e non subisce (per ora) l'applicazione di nuovi dazi in Usa. Numeri pesanti per altri esportatori mondiali (unica isola felice per ora la Nuova Zelanda) che, a causa della situazione in Cina, subiscono l'effetto rimbalzo su altri mercati (3,2 mln di ettolitri di vino che devono cercare nuova collocazione) e una conseguente dimi-

nuzione dei prezzi per garantire assorbimento del prodotto. Per il vino italiano, però, non solo un segnale negativo, dovuto alla penalizzazione del settore Horeca, rimasto chiuso per mesi, ma anche un segno positivo per i vini frizzanti, bag in box e vino sfuso. Grande attesa per gli ultimi mesi del 2020 a fronte anche della ottima qualità e quantità della vendemmia italiana 2020. Stimati 47 milioni di ettolitri che devono trovare collocazione sui mercati senza subire una riduzione dei prezzi. Per questi motivi UIV ha chiesto al Mipaaf di affiancare alle misure di difesa anche delle misure cosiddette di attacco. Oltre a strumenti attivi volti alla tutela dell'occupazione, alla difesa della ristorazione e del turismo, stimoli fiscali alla domanda per rilanciare i consumi interni, investimenti in promozione,

una nuova ripartizione dei fondi del Pns, si avverte anche la necessità di strumenti in grado di alleggerire il mercato e le cantine da prodotti di vecchie annate o che non hanno trovato collocazione sul mercato a causa del lockdown e che necessitano di essere smaltiti prima della commercializzazione dei vini 2020. Lo scenario descritto suggerisce di concentrare le economie delle risorse inizialmente destinate alla misura della riduzione volontaria delle rese dei vini a Do/Ig (le risorse rimaste inutilizzate ammontano a più della metà dei 100 milioni di € da destinare alle imprese vitivinicole). Tale considerazione è anche dettata dai tempi estremamente ristretti indicati dal Mipaaf per spendere le risorse assegnate dal cd. "Decreto Rilancio" (entro il 31/12/2020).



LE NOVITÀ NORMATIVE

Antonio Rossi dell'Ufficio giuridico di UIV ha fatto il punto sull'emanazione dei decreti attuativi della legge n. 238/2016 e sulle novità del Reg UE n. 33/2019 con focus alla bozza del nuovo DM nazionale sull'etichettatura. Con riferimento al primo punto, la legge n. 238/2016 ha previsto molti Dm applicativi per completare il quadro normativo con le disposizioni attuative dei principi e prescrizioni in essa contenute. Alcuni di essi erano fondamentali per rendere operativa la volontà del legislatore, come ad esempio il decreto sui contrassegni di stato (sistemi alternativi), il decreto sui vigneti storici o eroici. I tempi di emanazione dei decreti sono stati lunghi e alcuni decreti sono ancora in corso di preparazione. Ad oggi quelli già emanati sono numerosi; ad esempio in materia di sistemi di controllo e vigilanza, di riconoscimento dei consorzi di tutela, di disciplina degli esami analitici per i vini a Do/Ig. Nell'anno in corso da segnalare il Decreto 27 febbraio 2020 relativo all'uso, la distribuzione, il controllo e il costo dei contrassegni per i vini a denominazione di origine controllata e garantita e a denominazione di origine controllata; il Decreto 10 marzo 2020 in materia di deroga alle fermentazioni e rifermentazioni al di fuori del periodo vendemmiale per i vini a Do/Ig; il Decreto 30 giugno 2020 in tema di salvaguardia dei vigneti eroici o storici. Restano ancora da emanare il Decreto ministeriale sul riconoscimento o modifica dei vini Do e Ig (in discussione) (ora Dm 7 novembre 2012); il Decreto ministeriale sull'etichettatura (in discussione) (ora Dm 13 agosto 2012); il Decreto ministeriale sullo schedario viticolo (in discussione) (ora Dm 16 dicembre 2010) e il Documento tecnico sui sistemi di tracciabilità alternativi (da pubblicare sul sito internet del Mipaaf).



FOCUS SUGLI IMBOTTIGLIAMENTI FUORI ZONA

Tra le novità del DL Semplificazioni (n. 76/2020), alcune hanno riguardato la tematica dell'imbottigliamento fuori zona, come evidenziato nell'intervento di **Alessandro Grangiotti**, legale dello Studio Legal Grounds e membro Ugivi. Quali le fonti principali di regolamentazione della materia? A livello europeo l'art 18 (modifiche temporanee) del Reg UE n. 33/2019 e l'art 11 (Comunicazione di una modifica temporanea) del Reg Ue n. 34/2019. A livello nazionale art 38 del Testo Unico del Vino (Riclassificazioni, declassamenti e tagli) in particolare il comma 7 e 7 bis; l'art 10 (Domande di modifica del disciplinare) del D.M. 7 novembre 2012 e le Circolari Mipaaf (prot. n.9030604 del 29/07/2020 e Prot. N.0006694 del 30/01/2019, e successiva integrazione DG PQAI - PQAI 04 - Prot. N.0009234 del 08/02/2019). La nuova misura è prevista dall'art. 43 del DL Semplificazione che ha comportato una modifica al comma 7 e l'introduzione dell'art 7 bis dell'art. 38 del Testo Unico sul vino. Nello specifico si prevede che in caso di provvedimenti adottati dall'autorità competente in costanza di calamità naturali o condizioni meteorologiche sfavorevoli o in caso di adozione di misure sanitarie o fitosanitarie che impediscano temporaneamente agli operatori di rispettare il disciplinare di produzione: 1) deroga all'obbligo di declassamento disposto in caso trasferimento di partite di mosti e di vini Dop e Igp al di fuori della zona di produzione delimitata; 2) imbottigliamento di un vino che sarebbe soggetto all'obbligo di rispettare la zona delimitata dal disciplinare al di fuori della pertinente zona geografica. All'iniziale critica da parte di alcuni organi di stampa che hanno interpretato la misura come un via libera indiscriminato all'imbottigliamento fuori zona dei vini a denominazione, è seguita la precisazione dell'Icqrf circa la natura di strumento emergenziale in caso di futuri lockdown e la soggezione della procedura in deroga a verifica e autorizzazione ministeriale. Due considerazioni finali: i tempi necessari per il completamento dell'intero iter prescritto dalle norme unionali e nazionali possono risultare eccessivi rispetto all'arco temporale di sviluppo e diffusione di focolai anche locali (che normalmente risultano repentini e imprevedibili)? È sempre efficace consentire il trasferimento di partite di mosti e di vini o l'imbottigliamento al di fuori della zona geografica delimitata eventualmente interessata dall'emergenza sanitaria (posto che le restrizioni emergenziali possono coinvolgere territori più vasti o addirittura l'intero territorio nazionale)?



Automated Insights Augmented Decisions Automated Execution

Boost your growth with **AUTOMATED INSIGHTS** and **AUGMENTED DECISION MAKING** solutions powered by IRI artificial intelligence, machine learning and the most advanced technology as of today.

Learn more at IRIworldwide.com



IRi

Growth delivered.

**DAL 21 AL 24 NOVEMBRE
A VERONA**

In fiera a Verona quattro giorni di eventi, esposizione, formazione e networking. Mantovani: il settore vuole ripartire, attese altre novità

wine2wine exhibition & forum al via



Trecento buyer internazionali selezionati in collaborazione con Ice e provenienti dall'area Schengen, circa 30 operatori tedeschi e francesi della domanda specializzata in vini biologici invitati da Veronafiere. Oltre a buyer extraeuropei che potranno essere presenti utilizzando il green channel annunciato dal ministero degli Esteri, altrimenti collegati online (per degustazioni in diretta da wine2wine exhibition, in particolare da Stati Uniti, Regno Unito, Giappone, Cina e Singapore. Con OperaWine, confermata, a fare da vernice a un evento dedicato al vino per la prima volta in presenza della domanda italiana ed estera. È l'istantanea, a oggi, del prossimo wine2wine exhibition & forum, il format di Veronafiere e Vinitaly in programma nella città scaligera dal 22 al 24 novembre, anticipata dall'esclusiva di Wine Spectator prevista per il 21 novembre con i top 100 produttori italiani di vino, e da un convegno di approfondimento sui mercati internazionali. Per il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**: "In Asia siamo ripartiti con Vinitaly Roadshow e stiamo riscontrando una forte attenzione da parte del mondo del vino, che vuole dare un segnale di ripartenza ai mercati di riferimento in un contesto sicuramente inedito e difficile. Wine2wine è una piattaforma fisica aperta all'ascolto del settore, per questo - ha con-

cluso - non mancheranno ulteriori novità". Dopo gli eventi di sabato 21, domenica 22 novembre in contemporanea a wine2wine Exhibition nell'unico giorno aperto al pubblico, sarà in programma al centro congressi l'assemblea nazionale di Assoenologi, mentre lunedì 23 e martedì 24 l'ingresso all'area espositiva e a wine2wine forum sarà riservato esclusivamente a operatori del settore italiani ed esteri. L'industria del vino nello scenario post Covid-19 sarà invece il tema centrale del wine2wine Business Forum (23-24 novembre), la due giorni di networking e approfondimenti per la filiera del vino giunta alla sua settima edizione. Attesi anche qui decine di relatori - online o offline - tra i massimi esperti al mondo in mercati, marketing e nuove tendenze. Un palinsesto, anticipato online da una serie di appuntamenti internazionali: primo fra tutti, già il prossimo 7 ottobre, l'evento in streaming a focus Usa con il fondatore della Colangelo&Partners, Gino Colangelo.



Nel tondo, Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere; nelle altre immagini alcuni momenti dell'edizione 2019 di wine2wine

Foto Ennevi

IN CALENDARIO

Sabato 21 novembre: Operawine e convegno sui mercati internazionali
Domenica 22 novembre: Assemblea nazionale Assoenologi
Da **domenica 22** a **martedì 24 novembre:** wine2wine exhibition Christian Christian
Da **lunedì 23** a **martedì 24 novembre:** wine2wine forum





MBF
TECNOLOGIE PER L'IMBOTTIGLIAMENTO

Keep Improving



TAPPATRICI PER CHIUSURE ALTERNATIVE AL SUGHERO

MBF con Capmatic offre una gamma completa di tappatrici adatte a tutti i tipi di chiusure a vite, vite prefilettate, T-Cork, Vinolok, bidule, corona ed altri. La grande esperienza maturata in oltre vent'anni nei settori del vino e dei superalcolici ha permesso di sviluppare collaudate soluzioni che garantiscono:

- ▮ Massima affidabilità e qualità di chiusura.
- ▮ Massima flessibilità che permette di lavorare diversi tipi di chiusure sulla stessa macchina con cambi formato rapidi e ridotto numero di operazioni manuali.
- ▮ Massima possibilità di personalizzazione che permette di soddisfare ogni richiesta del mercato.

via Nuova Padovana 3/A - 37040 Veronella - tel. +39 0442 450450 - sales@mbf.it - **mbf.it**



Chianti

PRODUZIONE 2020 IN CALO, MA VINO DI OTTIMA QUALITÀ

Meno ma ottimo. Si preannuncia così il Chianti dell'annata 2020. Un calo della produzione era nei programmi. "Avevamo deciso di ridurla del 20% - commenta il presidente del Consorzio, Busi - per garantire un equilibrio di mercato, mantenere i prezzi dello sfuso e la remuneratività per le imprese, ma poi non c'è stato bisogno". Ci ha pensato la natura: sulle viti quest'anno sono infatti maturati meno grappoli. E segnali positivi arrivano, oltre che dalle vigne, anche dal mercato. "Al 31 agosto abbiamo registrato a consuntivo un calo solo dello 0,5% rispetto all'anno precedente, mesi fa ci aspettavamo perdite del 5-10%. Invece siamo sostanzialmente in pareggio"

Mercati vinicoli

QUOTAZIONI E ANDAMENTI DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 1° OTTOBRE 2020



PIEMONTE ◆

Asti

Piemonte Barbera Dop 2019 80,00 - 90,00	Barbera d'Asti Docg 2019 13° 100,00 - 110,00
Piemonte Cortese Dop 2019 70,00 - 80,00	Barbera del Monferrato Dop 2019 12-13,5° 95,00 - 105,00
Piemonte Grignolino Dop 2019 100,00 - 110,00	Grignolino d'Asti Dop 2019 115,00 - 125,00
Barbera d'Asti Docg 2019 13,5° 115,00 - 125,00	Mosto da uve aromatiche Moscato 2019 50,00 - 60,00

Prezzi q.le partenza.

Alessandria

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

Prezzi q.le partenza.

Alba

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

Prezzi q.le partenza.

LOMBARDIA ◆

Vino Igp:

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

Vino Dop:

Barbera O.P. 2019 12° 0,80 - 0,85	Moscato O.P. 2019 1,10 - 1,20
Pinot nero 2019 vinific. in rosso 12° 0,90 - 0,95	Malvasia O.P. 2019 11,5° 0,80 - 0,85
Pinot nero 2019 vinific. in bianco 11,5° 0,90 - 0,95	Buttafuoco-Sangue di Giuda O.P. 2018 11,5° 1,00 - 1,10
Pinot grigio O.P. 2019 1,00 - 1,05	Bonarda O.P. 2019 12,5° 0,80 - 0,85

Prezzi kg partenza.

EMILIA ▼

Vino comune:

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

Vino Igp:

Rosso Lambrusco Emilia 2019 4,30 - 4,50	Lambrusco bianco Emilia frizzantato 2019 4,70 - 4,90
Bianco Lambrusco Emilia 2019 4,30 - 4,50	Prezzi grado distillazione+zuccheri.
Prezzi gr. q.le partenza.	Malvasia Emilia 2019 65,00 - 75,00
Lambrusco rosso Emilia frizzantato 2019 4,70 - 4,90	Prezzi q.le partenza

ROMAGNA ▼

Vino comune:

Bianco 2020 9,5-11° 3,40 - 3,60	Prezzi gr. q.le partenza.
Bianco TC base spumante 2020 9-10° 3,60 - 3,90	Mosto muto 2019 n.q. (pr. Fehling peso x 0,6)
Bianco TC 2020 10,5-12° 3,70 - 4,00	MCR 2019 3,30 (-2,94) - 3,40 (-2,86)
Rosso 2019 11-12° 4,00 - 4,50	Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo

Vino Igp:

Rosso Sangiovese Rubicone 2019 11-12° 4,50 - 5,00	Merlot Rubicone 2019 5,00 - 5,50
Bianco Trebbiano Rubicone 2019 11-11,5° 3,80 - 4,20	Chardonnay/Pinot Rubicone 2020 5,50 - 6,00

Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Romagna Sangiovese 2019 12-13° 70,00 - 80,00	Romagna Trebbiano 2019 11,5-12,5° 50,00 - 55,00
--	---

Prezzi hl partenza.

ABRUZZO - MOLISE ◆

Vino comune:

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

Prezzi grado hl partenza.

Vino Igp:

Sangiovese 2019 4,00 - 4,20	Chardonnay 2019 4,70 - 5,00
-----------------------------	-----------------------------

Prezzi gr.hl partenza.

Vino Dop:

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

Prezzi gr.hl partenza.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI ◆

Vino comune:

Bianco 2020 10,5-11,5° 2,70 - 2,90	Mosto muto rosso 2020 11-12° 2,40 - 2,60
Bianco termovinif. 2020 10-11,5° 2,90 - 3,20	Mosto muto rosso da uve Lambrusco 2020 12-13° 6,30 - 6,60
Rosso 2020 10,5-12° 3,20 (+3,23) - 3,60 (+2,86)	Mosto concentrato bianco 2020 33-35° 3,30 - 3,50
Rosso da uve Montepulciano 2020 11-12° n.q.	Mosto concentrato rosso 2020 33-35° 3,50 (-5,41) - 3,70 (-7,50)
Rosso da uve Lambrusco 2020 12,5-13,5° n.q.	Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM 2020 33-35° 3,40 - 3,60
Prezzi gr. q.le partenza.	Prezzi gr. Bé x q.le partenza.
Mosto muto bianco 2020 10-11° 2,20 - 2,30	MCR 2020 65-67° 3,30 - 3,40 (Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.)

Vino Igp:

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

Prezzi hl partenza.



COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE

Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA

a cura di Med.&A.

VENETO

VERONA: Severino Carlo Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)

TRENTINO ALTO ADIGE

Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRIULI VENEZIA GIULIA

Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA

Andrea Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA

Federico Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)

LAZIO E UMBRIA

Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

MARCHE

Emidio Fazzini

ABRUZZO-MOLISE

Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA

Domenico Colucci, Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA

Antonino Panicola (Rappresent. Enot. Salvatore Panicola sas)

Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA

Andrea Verlicchi (Impex srl)

ANDAMENTO DEI MERCATI

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

- ◆ Mercato attivo / scambi sostenuti
- ◆ Mercato stazionario / scambi regolari
- ▼ Mercato debole / scambi ridotti

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



pagine a cura di MED.&A.



IWSR riconferma la storica cantina di Valdobbiadene MIONETTO, "BEST-SELLING INTERNATIONAL BRAND" PER IL PROSECCO
Il 2019 è stato un anno decisamente positivo per Mionetto con 30 milioni di bottiglie vendute nel mondo (+17,1%) e un fatturato di 92,3 milioni di euro, +7% rispetto all'anno precedente. A questi dati fa riscontro ulteriore anche la conferma di Mionetto per il 2019 come "Best-selling International Brand" per il Prosecco da parte di IWSR. "Auspichiamo che i segnali di ripresa che stiamo vedendo in alcuni mercati - afferma Alessio Del Savio consigliere delegato, direttore tecnico ed enologo di Mionetto - possano continuare. Ci auguriamo che un ulteriore impulso alle vendite possa arrivare anche dal lancio del nuovo Prosecco Rosé Doc Millesimato, previsto per l'autunno 2020, visto il trend positivo della tipologia Rosé negli sparkling nei mercati internazionali".

VENETO - VERONA E TREVISO

Vino comune:

Bianco 2019 (rilev. Verona) 9,5-12° 3,50 - 4,00 (ettogrado partenza) } Mosto concentrato rettificato 2019 65/68 Bx 3,50 - 3,60
Rosso 2019 (rilev. Verona) 3,20 - 4,00 (ettogrado partenza) } Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.

Vino Igp:

Bianco Veneto/Trevenezie 2020 (rilev. Tv) 10-11° 4,00 - 4,30 } Tai Marca Trevigiana 2020 10,5-12° 5,00 - 5,50
Rosso Marca Trev./Veneto/Treven. 2020 (rilev. Tv) 10-11° 4,70 - 5,20 } Glera 2020 9,5-10° 4,20 - 4,50
Bianco Verona 2019 10-13° n.q. } Merlot (rilevaz. Verona) 2019 n.q.
Rosso Verona 2019 10-12° n.q. } Merlot (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,20 - 5,80
Pinot bianco (rilevaz. Verona) 2019 12° n.q. (pr./litro) } Cabernet Franc 2020 10-12° 6,00 - 6,50
Pinot bianco (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,80 - 6,20 } Cabernet Sauvignon 2020 10-12° 6,00 - 6,50
Chardonnay (rilevaz. Verona) 2019 12° n.q. (pr./litro) } Raboso rosso 2020 9,5-10,5° 6,00 - 6,50
Chardonnay (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,80 - 6,00 } Raboso rosato 2020 9,5-10,5° 6,20 - 6,70
Verduzzo (rilevaz. Treviso) 2020 10-11° 5,00 - 5,50 } Refosco 2020 10-12° 5,50 - 6,00
Sauvignon (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 7,00 - 10,00 } Prezzi ettogrado partenza.
Durello 2019 n.q. (pr./litro) } Pinot nero 2020 10,5-12° 0,90 - 1,00 (pr./litro)

Vino Dop:

Soave 2019 11-12,5° 6,50 - 8,00 (ettogrado partenza) } Amarone e Recioto 2018 7,00 - 7,50
Soave Classico 2019 12,5-13° 1,00 - 1,15 } Lugana 2019 1,50 - 1,80
Soave classico superiore 2017 12,5-13° n.q. } Garganega Garda 2019 n.q. (prezzi ettogr. partenza)
Bardolino 2019 0,95 - 1,05 } Pinot grigio Garda 2019 n.q.
Bardolino Chiaretto 2019 n.q. } Valdadige rosso 2019 n.q.
Bardolino Classico 2019 n.q. } Valdadige bianco 2019 n.q.
Valpolicella 2019 1,10 - 1,50 } Pinot grigio Valdadige 2019 11-12° 1,40 - 1,50
Valpolicella atto a ripasso 2019 2,40 - 3,00 } Custoza 2019 n.q.
Valpolicella Classico 2019 1,30 - 1,60 } Prosecco 2019 9-10° 1,55 - 1,65
Valpolicella Classico atto a ripasso 2019 2,50 - 3,00 } Prosecco 2020 9-10° 1,55 - 1,65
Valpolicella 2018 n.q. } Pinot Nero atto al taglio di Prosecco Rosé 2020 1,30 - 1,50
Valpolicella Classico 2018 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg 2019 9-10° 1,95 - 2,05
Valpolicella atto a superiore 2018 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg 2020 9-10° 1,95 - 2,05
Valpolicella Classico atto a superiore 2018 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg Sup. Cartizze 2019 9-10° n.q.
Valpolicella atto a ripasso 2018 2,40 - 3,00 } Bianco delle Venezie 2020 12° 0,65 - 0,75
Valpolicella Classico atto a ripasso 2018 2,50 - 3,00 } Pinot grigio delle Venezie 2019 10-12° 0,80 - 0,95
Amarone e Recioto Docg 2016 7,00 - 7,50 } Pinot grigio delle Venezie 2020 10-12° 0,80 - 0,95
Amarone e Recioto Classico Docg 2016 n.q. } Pinot grigio Venezia 2020 11-12° 0,80 - 0,95
Amarone e Recioto Docg 2017 7,00 - 7,50 } Merlot Piave 2020 11,5-12° 0,75 - 0,85
Amarone e Recioto Classico Docg 2017 n.q. } Cabernet Piave 2020 12-12,5° 0,85 - 0,95
Prezzi al litro.

FRIULI VENEZIA GIULIA

Vino Igp Venezia Giulia e Igp delle Venezie:

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

Vini Friuli Dop:

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

TRENTINO ALTO ADIGE

Vino Igp Vigneti delle Dolomiti:

Chardonnay 2019 n.q. } Merlot 2019 0,80 - 1,00
Müller Thurgau 2019 1,20 - 1,38 } Teroldego novello 2019 n.q.
Pinot grigio 2019 1,45 - 1,90 } Schiava 2019 1,30 - 1,50

Vini Trentino Dop:

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

Altre Dop:

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

TOSCANA

Vino Igp:

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

Vino Docg:

Chianti 2019 0,90 - 1,40 } Chianti Classico 2017 2,65 - 3,20
Chianti 2018 1,05 - 1,38 } Chianti Classico 2018 2,50 - 3,10
Chianti 2017 1,25 - 1,60 } Chianti Classico 2019 2,30 - 3,10

Prezzi al litro.

UMBRIA

Vino Igp:

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

Vino Dop:

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

LAZIO

Vino comune:

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

Vino Igp:

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

LAZIO (segue)

Vino Dop:

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

MARCHE

Vino comune:

Tutti i vini non quotati per scarsità di trattative

Bianco Fiore 2017 n.q. } Prezzi ettogrado partenza.
Bianco fermentazione controllata 2018 10,5-11° n.q. } Rosso Sangiovese 2019 12,5° n.q.
Bianco fermentazione controllata 2018 11,5-12,5° n.q. } Montepulciano 2019 14-15° n.q.
Rosato 2018 11-12,5° n.q. } Prezzi al litro.

Vino Igp:

Marche Sangiovese 2019 11-12° n.q. } Marche Bianco 2018 12-12,5° n.q.
Marche Sangiovese Bio 2019 13-13,5° n.q. } Marche Passerina 2019 12-13° n.q.
Marche Trebbiano 2018 12-12,5° n.q. } Prezzi al litro.

Vino Dop:

Verdicchio Castelli Jesi cl. 2018 12-13° n.q. } Offida Passerina 2019 12,5-13° n.q.
Verdicchio Matelica 2017 12-12,5° n.q. } Rosso Piceno 2019 12-13° n.q.
Rosso Conero 2018 13° n.q. } Rosso Piceno Bio 2019 13-14° n.q.
Falerio Pecorino 2019 12-13° n.q. } Rosso Piceno superiore Bio 2018 13,5-14° n.q.
Offida Pecorino 2019 14-15° n.q. } Rosso Piceno superiore Bio 2019 13,5-14° n.q.
Lacrima di Morro d'Alba 2016 12,5-13° n.q.
Prezzi al litro.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI (segue)

Vino Igp:

Sangiovese Daunia 2020 11-11,5° 3,40 - 3,80 } Lambrusco Puglia frizzantato 2020 10-11° n.q.
Sangiovese Puglia 2020 11-11,5° 3,40 - 3,80 } Prezzi gr. q.le partenza.
Trebiano Puglia 2020 10-11° 3,20 - 3,50 } Pinot grigio Puglia 2020 11,5-12,5° 75,00 - 85,00 (q.le partenza)
Lambrusco Puglia 2020 10-11,5° n.q. } Primitivo Puglia 2020 13-15° 135,00 - 155,00 (hl partenza)
Mosto varietale di uve Moscato 2020 60,00 - 70,00 (pr. q.le partenza)

LECCE, BRINDISI, TARANTO

Vino comune:

Bianco 2019 10-10,5° 3,00 - 3,20 } Prezzi gr. q.le partenza.
Rosato 2019 12-13° 4,00 - 4,20 } Rossi strutturati 2019 14-15° 150,00 - 160,00 (q.le partenza)
Rosso 2019 12-13° 4,00 - 4,20 } Mosto muto 2019 10-10,5° 2,70 - 3,00 (prezzi gr. Bé x q.le partenza)

Vino Igp:

Bianco Malvasia Puglia 2019 12-12,5° 4,50 - 4,60 } Primitivo Salento 2019 13,5-14° 140,00 - 150,00
Rosso Sangiovese Puglia 2019 12-12,5° 4,50 - 5,00 } Fiano Salento 2019 13-13,5° 110,00 - 115,00
Rosato Puglia 2019 12,5-13° 4,50 - 5,00 } Chardonnay Salento 2019 13-13,5° 110,00 - 115,00
Rosato Salento da Negroamaro 2019 13-14° 7,20 - 7,30 } Prezzi q.le partenza
Negroamaro Salento 2019 12-12,5° 6,80 - 7,00 } Merlot Tarantino 2019 13-14° 5,00 - 5,20
Prezzi gr. q.le partenza. } Cabernet Salento 2019 13-14° 6,00 - 6,10
Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Primitivo Manduria 2018 14-15° n.q. } Prezzi q.le partenza.
Primitivo Manduria 2019 14-15° 180,00 - 185,00 } Salice 2018 13-14° 8,00 - 8,20
Primitivi strutturati 2019 17-20° 170,00 - 200,00 } Prezzi gr. q.le partenza.

SICILIA

Vino comune:

Bianco 2020 10,5-12° 3,00 - 3,40 } Mosto muto bianco 2020 15-17 Babo 1,60 - 1,80
Bianco TC 2020 12-12,5° 3,50 - 3,90 } Prezzi gr. Babo x q.le partenza.
Rosso 2019 12,5-14,5° 5,60 - 6,00 } MCR 2020 3,30 (-2,94) - 3,40 (-2,86)
Prezzi gr. q.le partenza. } (Prezzi Brix x 0,6 x q.le arrivo.)

Vino Igp:

Inzolia 2020 11,5-12,5° 3,80 - 4,20 } Zibibbo 2020 11,5-13,5° 0,90 - 1,00
Catarratto 2020 3,80 - 4,20 } Cabernet 2019 13-14,5° 0,90 - 1,30
Grecanico 2020 3,80 - 4,20 } Merlot 2019 13-14,5° 0,90 - 1,30
Prezzi gr. q.le partenza. } Syrah 2019 13-14,5° 0,80 - 1,20
Chardonnay 2020 13,5° 0,80 - 0,90 } Prezzi al litro
Pinot grigio 2020 12-13° 0,90 - 1,00

Vino Dop:

Bianco Grillo Sicilia Dop 2020 12,5-13,5° 0,60 - 0,70 } Merlot Sicilia 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20
Rosso Nero d'Avola Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20 } Syrah Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,85 - 1,25
Cabernet Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20 } Prezzi al litro.

SARDEGNA

Vino Dop:

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

SPECIALE CHIUSURE SINTETICHE E ALTERNATIVE

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

ENOPLASTIC

Nuovi tappi sintetici enoPE: tecnologia e qualità per il mondo degli spirits



Il tappo sintetico dalle sue origini ha fatto molta strada, diventando negli ultimi anni una delle chiusure preferite dalle aziende per garantire e mantenere le caratteristiche di freschezza del prodotto nel medio-lungo periodo, migliorando nel tempo le sue performance grazie a una esperienza ventennale. Oggi la gamma dei tappi sintetici Enoplastic accoglie anche il "tappo a T", idoneo a vari tipi di prodotto, spaziando dai liquori e i distillati, fino all'aceto. I vantaggi dei tappi sintetici enoPE sono molteplici: mantengono inalterate nel tempo le

caratteristiche del prodotto grazie al pieno controllo dell'OTR (tasso di trasferimento dell'ossigeno) ed evitano inconvenienti come il sentore di tappo. Consentono un minimo passaggio di ossigeno, permettendo così all'imbottigliatore di diminuire la quantità di anidride solforosa (SO₂) di solito usata per contrastare l'ossidazione del vino. Inoltre, gli enoPE sono compatti ed elastici e presentano caratteristiche costanti. I tappi sintetici enoPE sono realizzati con materiali riciclabili al 100% e hanno un minimo impatto ambientale grazie alla possibilità

di essere riutilizzati, una volta smaltiti, per la produzione di altri oggetti. Tutte le materie prime utilizzate rispettano le norme del Regolamento UE 10/2011 e successivi aggiornamenti e sono conformi alle leggi americane del FDA. I tappi enoPE possono essere personalizzati scegliendo tra una gamma di 10 colori, sui quali può essere stampato un logo o una scritta in parete con inchiostri certificati per uso alimentare, o anche stampe a caldo. Ogni tappo può dunque essere abbinato al meglio al look della bottiglia e all'immagine della cantina.

GUALA CLOSURES GROUP

Innovazione e sostenibilità nel tappo a vite per il vino



progettazione definiti. I modelli per raggiungere questi obiettivi sono: Design to Reduce, Design to Change, Design to Fade e Design to Revive. L'impegno e la strategia di Corporate Social Responsibility (CSR) di Guala Closures, da molti anni nel suo DNA, continuano con l'ambizioso obiettivo di utilizzare il 35% di materiali riciclati entro il 2025. Le linee guida sviluppate da Guala Closures sono un passo importante nella progettazione di imballaggi sostenibili, che aiuteranno a supportare e soddisfare le esigenze dei clienti in termini di prestazioni, qualità e caratteristiche sostenibili. Con il supporto delle linee guida per l'eco-design, il programma di sviluppo continuo prenderà forma, più avanti nel 2020, con il lancio di una gamma completa di chiusure sostenibili, non solo per il mercato del vino ma anche per i mercati dei liquori, delle bevande e dell'olio. La nuova gamma andrà a completare la già esistente Greencap®, un tappo a vite per vino 100% riciclabile in quanto consente la separazione sicura e completa dell'alluminio dalla bottiglia di vetro dopo l'utilizzo.

Il Gruppo Guala Closures da sempre adotta e sviluppa tecnologie all'avanguardia sia nell'ambito della ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, materiali e design, sia in ambito produttivo e di processo. Dopo il successo del lancio delle chiusure connesse NESTGATE™, le innovazioni di Guala Closures continuano a livello sostenibile. Il Gruppo ha recentemente sviluppato alcune linee guida per la progettazione eco-compatibile destinate ai cinque centri di ricerca e sviluppo (Italia, Messico, Regno Unito, Ucraina e Lussemburgo), allo scopo di agevolare lo sviluppo di chiusure sostenibili seguendo quattro modelli di

FEDERFIN TECH

Tappi per vino in alluminio



Federfin Tech produce tappi in alluminio per bottiglie di vini, liquori, aceto e olio con macchinari di ultima generazione tecnologicamente avanzatissimi. La linea Starvin è la capsula in alluminio a vite per il mercato del vino che si distingue per la sua praticità di apertura e chiusura e per la facilità di personalizzazione. In gamma svariate tipologie di guarnizioni e sottotappi che consentono di chiudere bottiglie per vini fermi e frizzanti. In particolare, complice il successo dei vini frizzanti e della capsula in alluminio 30x60 per vini, l'azienda ha sviluppato una serie di nuove guarnizioni in polietilene specificatamente realizzate per vini frizzanti. La capsula può essere completamente decorata e personalizzata mediante le più avanzate tecnologie di stampa offset, serigrafia, rilievo e tampografia. La stampa inkjet consente di stampare il registro di imbottigliamento, anche per quantitativi piccoli e tempi di consegna ridotti (una settimana). Ultima novità, la stampa a spray che permette di stampare qualsiasi colore, anche per quantitativi molto ridotti, per un effetto cromatico unico e distinguibile sul mercato. Federfin Tech è in grado di fornire anche le testine capsulatrici, appositamente studiate per un'applicazione perfetta delle chiusure a vite. Sono realizzate con materiali innovativi e in continua evoluzione e consentono la chiusura dal diametro 18mm a 43mm inox. Inoltre offriamo assistenza tecnica di revisione completa di tutte le marche e modelli di teste capsulatrici, che comporta smontaggio, scrupolosa pulizia e riassetto completo della testa capsulatrice con eventuale sostituzione di tutti i particolari che permettono alla testa di tornare come nuova.

www.federfintech.com

VINVENTIONS

Nomacorc Green Line: sostenibilità ambientale, controllo totale e consumatori felici



maniera eco-responsabile. Una fonte di materie prime 100% rinnovabile che permette a tutta la gamma di ottenere la certificazione 3 stelle "OK biobased", una garanzia indipendente e di alta qualità della rinnovabilità delle materie prime dei tappi Green Line. Con la garanzia di 0 ng/l per ogni chiusura (mentre altre chiusure ampiamente diffuse si collocano tra <0.3 ng/l e <0.5 ng/l o oltre), le chiusure Nomacorc Green Line sono completamente Tca-free e sempre al 100% prive di colle. La "neutralità" organolettica dei tappi Nomacorc garantisce l'assenza di alcun tipo di contaminazione o di sapore sgradevole derivante dalle chiusure. Inoltre, l'utilizzo di tecnologie avanzate di coestrusione garantisce una costante

Una linea completa di chiusure per il vino che non solo elimina i difetti legati al tappo, ma garantisce una reale sostenibilità ambientale. Stiamo parlando della Nomacorc Green Line di Vinventions. La formulazione brevettata della Nomacorc Green Line si basa su polimeri vegetali estratti dalla canna da zucchero coltivata in

uniformità tra una bottiglia e l'altra e una precisa gestione dell'ossigeno in linea con gli obiettivi dell'enologo rispetto al profilo del vino, della shelf life desiderata, del processo di invecchiamento e di altri fattori. Una bottiglia di vino tappata con Nomacorc è la garanzia per il consumatore di bere il frutto del lavoro in cantina senza alcune deviazioni.

TAPI

Devin, chiusura sostenibile che deriva direttamente dall'uva



Da polimeri di origine vegetale, miscelati a residui di vinaccia, arriva Devin, una chiusura innovativa che si caratterizza per una ridotta impronta carbonica. Lanciato da Tapi, gruppo internazionale specializzato nella progettazione e produzione di tappi di design dedicati al mondo del beverage, Devin persegue l'obiettivo di ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente; proprio i sottoprodotti dell'uva utilizzati conferiscono al tappo la sua particolare colorazione naturale, aspetto che rende questa chiusura unica e riconoscibile. Devin inoltre è totalmente riciclabile, non richiede in fase produttiva l'utilizzo di nessun tipo di colla e non presenta tracce di Tca; è il primo tappo basato su principi di economia circolare integrata mettendo in luce lo speciale ciclo per cui la vinaccia residua rientra nuovamente nel sistema uva-vino, rendendo il tappo un vero e proprio esempio di ecosostenibilità. L'anima sostenibile del prodotto non va a discapito delle performance tecniche. Devin, infatti, offre delle performance meccaniche e di tenuta di ossigeno che lo rendono evoluto e sicuro, dedicato a tutti i vini di qualità, biodinamici e SO₂ free. Di fatto, si tratta di una chiusura in grado di offrire una condizione di massima tenuta e di creare un effetto barriera per consentire al vino di essere conservato nelle migliori condizioni possibili.



Valoritalia. Valore aggiunto.

Siamo la più grande realtà di certificazione nel settore vitivinicolo in Italia. Mettiamo in campo la nostra esperienza, passione e professionalità per analizzare, certificare e valorizzare la qualità del vino e delle produzioni biologiche delle aziende italiane.

Tutti insieme, tutti i giorni, per tutti voi.



VALORITALIA.IT

Zenith EVO

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



THE STATE OF THE ART

Zenith EVO

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



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

