



**EXPORT ITALIA 2020**

**ALLA FINE MEGLIO DEL PREVISTO, LE CRITICITÀ PERÒ NON MANCANO**

Saldo a -2%, con ripresa solo nel finale dell'anno. A categorie che vanno bene - come frizzanti e BiB - si contrappongono altre che stanno andando in sofferenza. In primis gli spumanti, ma anche i top wines, che scontano le incertezze della pandemia lato Horeca

- Da pag. 10 -



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<br>Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta);<br>Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: <a href="http://www.corrierevinicolo.com">www.corrierevinicolo.com</a> | 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<br>Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana. |

160 ANNI DI RELAZIONI DIPLOMATICHE E UN MERCATO NELLA CRISI COVID

## ITALIA-USA

### Politica e commercio tra storia e futuro



**ITALY US**

Mentre si celebra un anniversario importante delle relazioni politiche tra il nostro Paese e gli Stati Uniti, il bilancio del 2020 fotografa un mercato americano sconvolto nei suoi equilibri tradizionali dalla crisi pandemica. Lo scorso anno si chiude, per la prima volta dal 2009, con una perdita del 10% a valore. Balzano off-premise e online, ma per l'on-premise la strada della normalità è ancora tutta in salita. Segnali che preoccupano i produttori italiani e non solo. Ma vaccini e nuove relazioni geo-politiche transatlantiche accendono una speranza...



A PAGINA 2



A pagina 6  
**BOOM DELIVERY**

### STRATEGIE DI FUTURO TRA LOGISTICA, CANALI E ASSORTIMENTI

Omnicanalità, integrazione on e off line, evoluzione logistica, servizi avanzati (delivery ultrarapido) e, soprattutto, contenimento dei costi ed espansione in nuovi mercati. Le piattaforme italiane di e-commerce e delivery vogliono consolidare la crescita vertiginosa dell'anno Covid puntando a una "nuova normalità" dove il canale digital rafforzerà le proprie posizioni. Le strategie future nelle parole di Andrea Nardi Dei (Vino.com), Marco Magnocavallo (Tannico), Andrea Antinori (Winelivery) e Francesco Giontella (Bernabei). Dove si aprono nuovi spazi per i produttori di vino: infatti gli assortimenti...



**RT-LAB WINE SENSORY**

### RING TEST ANALISI SENSORIALE

La formazione è anche a distanza



A pag. 21

UNA NUOVA RUBRICA DEL GIORNALE **GOCCE DI CULTURA**

"Vino è cultura": tanto più spesso sentiamo ripetere questa locuzione tanto più rare sono diventate, oggi, le occasioni per leggere nelle pagine dei media, sia specializzati che a grande diffusione, articoli di storia e di cultura del vino. Un vuoto grave, che passa sotto silenzio, quasi che il ri-scoprire microstorie affascinanti della millenaria civiltà del vino, oppure svelare arcani di un simbolismo religioso e filosofico che ancora permea la nostra sensibilità occidentale o, infine, inseguire le straordinarie interpretazioni che il vino e la vite hanno trovato nelle opere artistiche dei secoli passati siano esercizi di erudizione fine a se stessi. Salvo riscoprire che è proprio questa dimensione immateriale del vino, la sua poliedrica integrazione con tutti gli ambiti della produzione culturale umana, il carattere strategico più importante da giocarsi nella sfida competitiva di oggi. E allora, per restituire un giusto spazio all'approfondimento di quei temi e argomenti che oggi ci consentono di affermare





**Gocce di cultura**

LA TERZA PAGINA DEL VINO

che il "vino è cultura" abbiamo voluto aprire sul nostro giornale una nuova rubrica, la "terza pagina del vino". Un luogo di riflessione e provocazione, di approfondimento ed erudizione che ci auguriamo possa contagiare anche altre testate e altri media in grado di parlare a un pubblico più ampio che vada oltre i confini del nostro settore. Ringrazio il direttore e la redazione per aver accolto con entusiasmo questo suggerimento, traducendolo in una serie di articoli molto interessanti e profondi che leggeremo nelle prossime settimane. E l'incipit non poteva essere migliore: la prima volta di un teologo sulle pagine del Corriere Vinicolo con un'intervista esclusiva a monsignor Daniele Gianotti sul nuovo Messale. Che desidero ringraziare per la dotta esplorazione di un "topos" religioso, simbolico e letterario di grande importanza per la nostra civiltà. Motivo di riflessione, per tutti.

ERNESTO ABBONA Presidente di Unione Italiana Vini

## IL CALICE COLMO DEL FRUTTO DELLA VITE



### IL VINO NEL NUOVO MESSALE: INTERVISTA ESCLUSIVA AL TEOLOGO MONS. DANIELE GIANOTTI, MEMBRO DELLA CEI E VESCOVO DI CREMA

A pagina 4



**SYNCRONCAP™ SERIES**



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

Noi siamo già nel futuro... E tu?

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

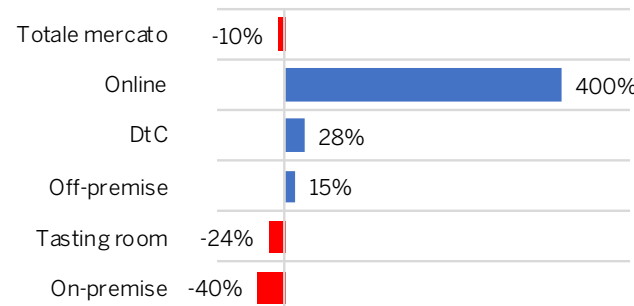






## USA IL BILANCIO DEL 2020

### 2. Variazioni valore annue per canali



Fonte grafici:  
Elaborazioni  
Corriere  
Vinicolo su dati  
Nielsen US  
e varie

# SENZA RISTORANTI NON CI SARÀ RIPRESA



di CARLO FLAMINI

**Il Covid sconvolge gli equilibri tradizionali del mercato, che perde per la prima volta il 10% del valore. Balzano off-premise e online, ma per l'on-premise la strada della normalità è ancora tutta in salita**

Per la prima volta dal 2009 il mercato americano segna una battuta d'arresto piuttosto importante: a valore nel 2020 la lancetta delle vendite si è arrestata poco sopra la soglia dei 67 miliardi di dollari, il 10% in meno rispetto al 2019. Una vera e propria caduta (grafico 1). La pandemia insomma ha picchiato forte, provocando un vero e proprio sconvolgimento degli equilibri classici del mercato. Alcuni segmenti hanno guadagnato, anche in maniera abnorme, mentre altri sono andati sotto fortemente, primo fra tutti il comparto ristorazione (on-premise), che causa chiusure e restrizioni ha perso mediamente il 40% del valore (grafico 2). In sofferenza anche le vendite dirette in cantina, fonte primaria di introiti per la stragrande maggioranza delle wineries americane, che han-

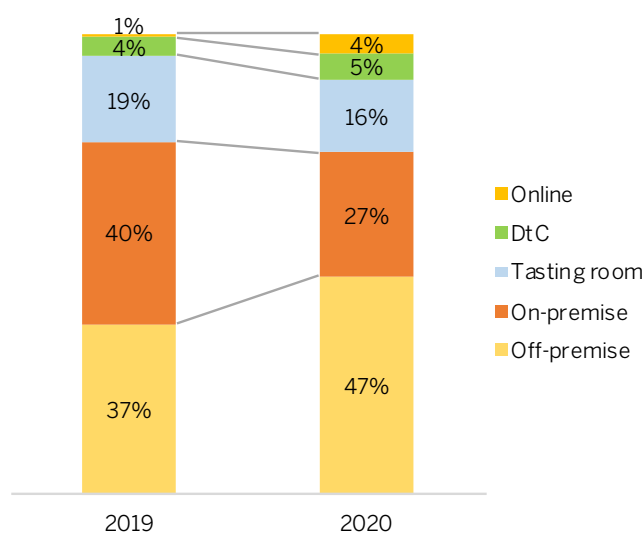
no visto perdere un quarto circa del valore. A guadagnare sono i vari segmenti dell'off-premise, cioè di tutto quanto vende il vino per il consumo domestico: dal Direct-to-Consumer (+30%), formula che ha supplito in parte alla mancanza di turisti in cantina, ai liquor stores e groceries, che da una posizione già di forza hanno guadagnato mediamente il 15%, fino all'esplosione dell'e-commerce, che ha registrato aumenti del 400%, pari a 3 miliardi di dollari, laureandosi come vera e propria case history. Questo mix di segni più e meno ha finito per sconvolgere la ripartizione tradizionale delle vendite per canale, producendo uno scenario totalmente inedito, e che non è detto rientri nella normalità già da questo anno o dal prossimo (grafico 3): i negozi specializzati e i supermercati incremen-

tano di 10 punti percentuali la propria già robusta posizione di leadership, portandola dal 37 al 47% di quota. Di riflesso, l'on-premise si è alleggerito di 13 punti percentuali, dal 40 al 27%, così come più leggero è il peso delle tasting room, -3 punti, al 16%. Balzo di 3 punti per le vendite online, salite dall'1 del 2019 al 4% dell'anno passato. In sostanza, nel 2020 l'off-premise nella su globalità è arrivato a totalizzare il 56% del valore delle vendite di vino in Usa, contro il 42% dell'anno precedente.

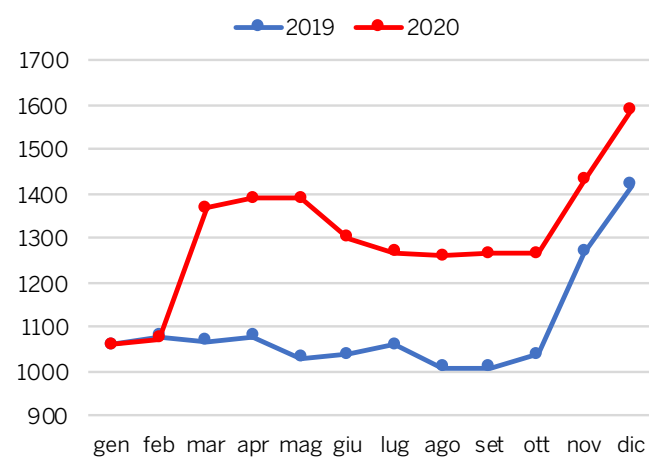
#### Nell'off-premise è festa grande

Le vendite presso liquor store ma soprattutto grocery e discount hanno beneficiato del travaso di consumi dal segmento on-premise, sottoposto a restrizioni e chiusure: come si vede dal grafico 4, a partire da marzo le vendite 2020 guadagnano una media di 300 mi-

### 3. Ripartizione vendite per canali



### 4. Trend off-premise still wines (milioni US\$)



lioni di dollari in più rispetto ai corrispondenti mesi del 2019, mantenendo una forchetta di 330-250 milioni fino a ottobre e chiudendo con saldo positivo di 170 milioni a dicembre: il totale grocery monitorato da Nielsen sui vini fermi (60% del mercato totale) evidenzia una crescita volumica del 10% (179 milioni di casse), per un valore di 17 miliardi di dollari (+15%). Come si evidenzia dal grafico 5, sono tutti i segmenti a guadagnare valore: tra i formati, oltre alla classica bottiglia da 0,75 (+16%), molto robusta la crescita dei formati "convenienza", ideali per lo stock domestico, quindi box (+19%) ma anche 1,5 litri (+8%), tra cui il ritorno degli acquisti in questo formato anche per il Pinot grigio. Pinot grigio che guadagna mediamente il 12% valore, contro +10% dello Chardonnay. Tra i Paesi, forti richieste per i vini italiani e neozelandesi, che sovraperformano il mercato, ma anche per i vini sottoposti a nuovi dazi, come Francia (+20%) e Spagna (+13%).

#### L'on-premise: lontano il ritorno alla normalità

Se supermercati e liquor store hanno visto incrementare esponenzialmente le vendite,

## IL MESSAGGIO DI UNIONE ITALIANA VINI PER L'ANNIVERSARIO DELLE RELAZIONI DIPLOMATICHE TRA ITALIA E USA



Un invito rivolto a tutti cittadini americani a brindare con i grandi vini italiani per festeggiare questa storica ricorrenza ricordando quanto le relazioni tra i due Paesi abbiano arricchito da tutti i punti di vista - economico, politico, culturale e sociale - i territori tra le due sponde atlantiche: così il presidente di Unione Italiana Vini, **Ernesto Abbona**, ha partecipato alle celebrazioni per il 160esimo anniversario delle relazioni diplomatiche tra Italia e Stati Uniti, inviando un videomessaggio che è stato pubblicato nell'apposita sezione "Guestbook" del nuovo sito [italyus160.org](http://italyus160.org), lanciato lo scorso 17 marzo dall'Ambasciata d'Italia a Washington, in occasione della Giornata dell'Unità d'Italia, per commemorare l'antica e vitale amicizia tra i due Paesi e i due popoli. Dopo aver ricordato la passione per i vini piemontesi del terzo presidente degli Stati Uniti, Thomas Jefferson, Ernesto Abbona ha voluto invitare i consumatori statunitensi a scoprire la grande ricchezza della produzione viticola delle diverse regioni italiane frutto di un patrimonio di biodiversità viticola e di varietà territoriale unica al mondo. "Questo anniversario - ha poi aggiunto - arriva in un

## 160 anni di storia transatlantica



ERNESTO ABBONA

momento particolarmente delicato ma anche carico di attese positive per il futuro delle relazioni politico-diplomatiche tra Usa e Ue. Le recenti prese di posizione della nuova amministrazione guidata dal presidente Joe Biden sul tema dei dazi e la risposta dell'Unione europea hanno aperto uno spiraglio nuovo, dopo anni di tensioni geopolitiche e commerciali che hanno danneggiato le economie di entrambi i continenti. L'auspicio - ha proseguito il presidente di Unione Italiana Vini - è che queste celebrazioni diplomatiche tra il nostro Paese e gli Usa siano ulteriore occasione per cementare una relazione di vitale importanza per il mondo del vino italiano. Ricordiamo che gli Usa sono il primo Paese importatore dei nostri vini che, insieme alla cucina italiana, sono ormai parte della cultura e del gusto americano. Un apprezzamento - conclude Ernesto Abbona - che ha portato a costruire attorno al vino italiano un'importante economia distributiva negli Stati Uniti con la quale condividiamo lo stesso destino. La forte collaborazione che l'Unione Italiana Vini ha stabilito con l'Ambasciata italiana a Washington e l'associazione degli importatori di vino americani, la Nabi (National Association of Beverage Importers), insieme ai quali

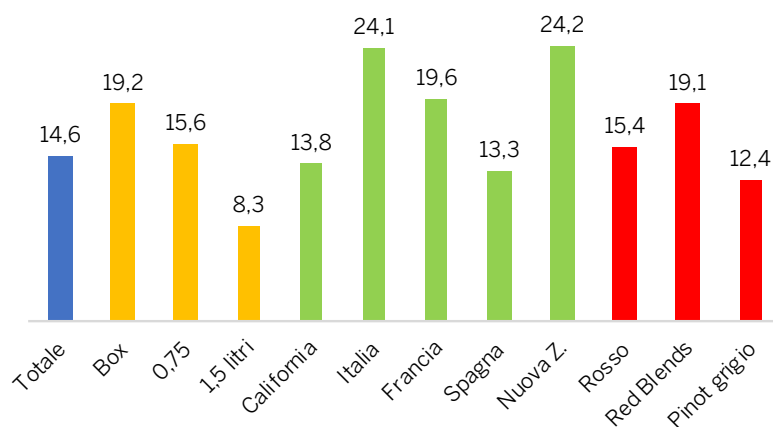
abbiamo combattuto nell'ultimo anno la battaglia contro il rischio di nuove imposizioni daziarie sui nostri vini, costituisce un tassello importante delle relazioni diplomatiche che stiamo festeggiando, su cui vogliamo costruire un nuovo futuro di sviluppo e progresso per i nostri Paesi e i nostri popoli". Il programma delle celebrazioni è stato presentato dall'ambasciatore italiano a Washington, **Armando Varricchio**, in occasione del lancio del nuovo sito. "Le nostre solide democrazie sono fondate su valori comuni e le nostre società si alimentano di uno scambio continuo in tutti i settori - ha dichiarato l'ambasciatore -. Per celebrare quest'importante anniversario, nel corso dell'anno l'Ambasciata, in raccordo con la rete dei Consolati, degli Istituti Italiani di Cultura, dell'Agenzia Ice e insieme ai protagonisti del Sistema Paese negli Usa, promuoverà un intenso programma di iniziative che riguarderanno molteplici ambiti: storia e politica; economia e industria; arte e archeologia, musica e cinema; lingua e letteratura; innovazione e tecnologia; scienza e spazio". Un'attenzione particolare, ha concluso Varricchio, verrà posta sul ruolo delle "nostre bellissime comunità nel rinsaldare un rapporto reso speciale proprio grazie a loro".



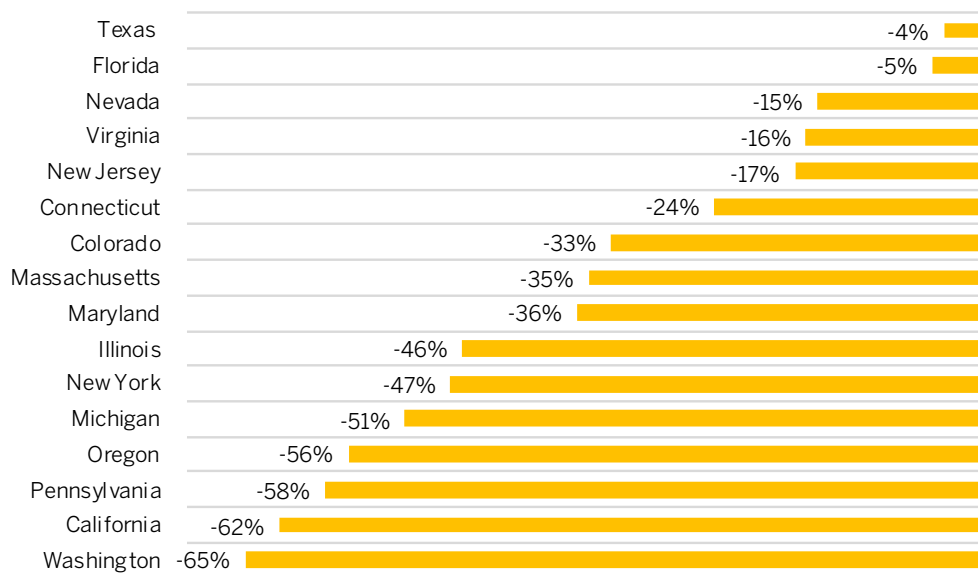
ARMANDO VARRICCHIO



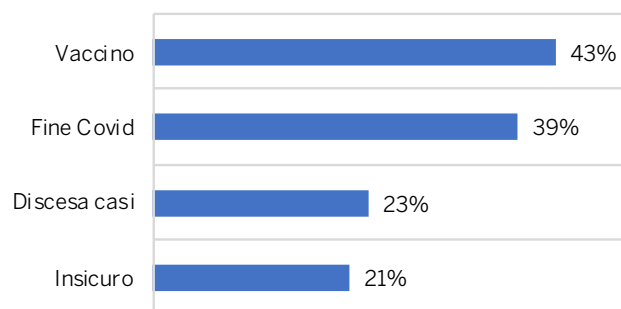
## 5. Variazioni valore off-premise 2020/19



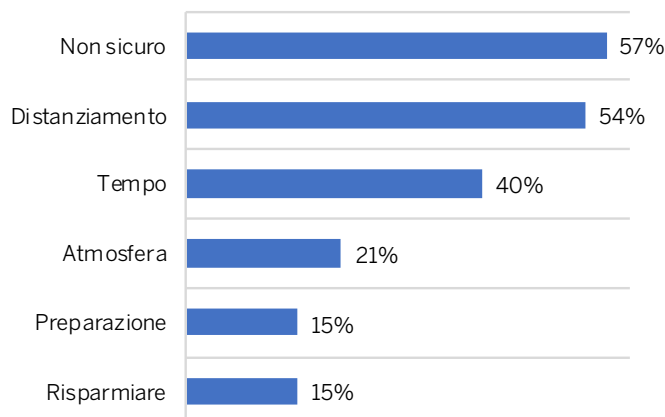
## 6. Impatto del Covid sull'on-premise (Nielsen CGA)



## 7. Quando pensi di tornare al ristorante

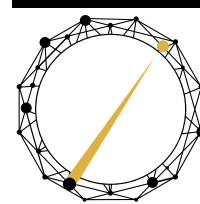


## 8. Perché non sei tornato



sedersi al tavolo di un ristorante quando sarà vaccinata (43%) e/o quando l'epidemia sarà definitivamente debellata (40%). A questi si aggiungono 1/5 di indecisi (grafico 7).

Se invece restringiamo il campo a coloro che ancora non hanno messo piede in un locale (grafico 8), la stragrande maggioranza delle motivazioni indica la mancanza di sicurezza (60%), a cui si associa un 54% di risposte sulla non idoneità dei locali (distanziamento, sanificazione ecc.). Da non sottovalutare le opinioni di coloro che si sentono non sicuri per il fatto che altri manipolino il cibo, i piatti e i bicchieri (15%) e che non tornano semplicemente perché - causa Covid - il ristorante "post-Covid" non ha più quell'atmosfera che vale la spesa o - all'altro estremo - coloro che hanno perso il lavoro e la serata fuori casa non se la possono proprio permettere.



PREMIO GAVI  
LA BUONA  
ITALIA 2021

UIV PARTNER DELLA VII EDIZIONE

IL VINO 2021:  
ONE YEAR AFTER

*Premierà il know-how, le case histories, le buone pratiche messe a punto da produttori e Consorzi che, per far fronte alle difficoltà dettate dall'emergenza sanitaria, hanno incrementato la propria capacità di resilienza attivando progetti efficaci e innovativi. Aperta fino al 9 maggio la "Call to Action" per partecipare*

L'appuntamento annuale con il Premio Gavi La Buona Italia, giunto alla VII edizione e promosso da il Consorzio Tutela del Gavi in collaborazione con Il Corriere Vinicolo, quest'anno ha come partner anche Unione Italiana Vini. Dopo un anno considerato tra i più difficili, è quasi doveroso valorizzare, far conoscere e premiare il know-how, le case histories, le buone pratiche messe a punto da produttori e Consorzi di tutela che per far fronte alle difficoltà dettate dall'emergenza sanitaria, hanno incrementato la propria capacità di resilienza attivando progetti efficaci e innovativi. È proprio questo l'obiettivo della VII edizione del Premio.

Protagonisti e parte attiva sono quindi i produttori, le cantine e i Consorzi: è aperta fino al 9 maggio 2021 la "Call to Action" a chi, tra gli associati di UIV, voglia segnalare il proprio progetto e candidarsi gratuitamente attraverso un form online creato dallo Iulm Wine Institute.

Progetti, eventi, azioni creative e nuove in risposta all'emergenza Covid-19: questo è il tema del Premio Gavi La Buona Italia 2021. Due i principali ambiti di osservazione: Marketing e comunicazione del proprio prodotto e Promozione del territorio. Due anche le parole d'ordine: creatività e innovazione, ad esempio nel potenziamento dei canali online (sito, social, piattaforme e-commerce...), nell'attivazione di progetti creativi (non solo online) e operazioni volte alla valorizzazione della brand awareness e del territorio, per prepararsi al meglio alla nuova stagione commerciale ed enoturistica. Gli unici vincoli sono che del progetto o dell'attività si possa trovare riscontro nel web (siti, social media, webzines, uscite sulla stampa online). Elemento di valutazione positiva è che il progetto sia anche replicabile nel 2021 e in futuro.

I progetti pervenuti e quelli individuati dalla mappatura in corso a cura dell'Ivi e del Laboratorio Gavi - The Round Table, saranno valutati da una Giuria di esperti del settore Wine, Food & Tourism e di rappresentanti della stampa per determinare un unico Primo Premio Gavi La Buona Italia 2021 e 3 Menzioni Speciali, da assegnare durante il Workshop di premiazione previsto auspicabilmente a Gavi il 2 luglio 2021.

A coronamento del Premio Gavi La Buona Italia 2021 verrà realizzata dallo Iulm Wine Institute una Ricerca che sarà oggetto anche di un inserto speciale che verrà pubblicato su Il Corriere Vinicolo.

Per ulteriori informazioni si può scrivere alla Segreteria organizzativa del Premio:  
[debora.albertario@theroundtable.it](mailto:debora.albertario@theroundtable.it)



L'ORIGINALE

MannOstab®  
NATURAL STABILITY OF WINES



L'EVOLUZIONE

Mann(●)feel®  
NATURAL MOUTHFEEL



LA FINEZZA

MannOspark®  
THE PERFECT BUBBLE

MANNOPROTEINE PER L'ENOLOGIA DI PRECISIONE

LAFFORT  
l'œnologie par nature





## LA TERZA PAGINA DEL VINO

## La terza pagina del vino

*La “cultura del vino” e il “vino come cultura”: si gioca nella dialettica tra queste due espressioni una dimensione valoriale di cui, oggi, il nostro vino ha più bisogno che mai. Il pericolo del proibizionismo e delle crociate antialcol, la corrosione (e corruzione) delle tradizioni produttive, delle unicità territoriali e della biodiversità viticola ad opera delle sirene dei mercati globalizzati, il rischio banalizzazione del gusto e una pratica comunicativa soggiogata alla dimensione dei social, ormai totalizzante, sempre più giocata sull'immediato (e il superficiale), trovano un baluardo irresistibile nella dimensione culturale della tradizione occidentale del vino. In tutte le sue sfumature – dal simbolismo religioso al canto dei poeti, dalle opere figurative degli artisti alle riflessioni dei filosofi, dalla prosa dei letterati fino alla cultura che si respira nella storia delle pratiche produttive – che cercheremo di percorrere, in questa nuova rubrica, con incursioni curiose, ma sempre rigorose, nei diversi ambiti della creatività e dello scibile umano. Accogliendo e rilanciando un pensiero del nostro presidente che, al di fuori di ogni retorica, chiede un nuovo spazio al pensiero, alla riflessione e alla memoria. Grazie per una suggestione che tradurremo in storie e racconti di un passato che si fa presente, per guidarci ad affrontare il futuro.*

GIULIO SOMMA

Il vino nel nuovo Messale: intervista esclusiva al teologo mons. Daniele Gianotti, membro della CEI

# IL CALICE COLMO DEL FRUTTO DELLA VITE

Il giorno di Pasqua entra in vigore il nuovo Messale che cambia la Preghiera eucaristica in particolare nei riferimenti al vino. Una revisione testuale frutto di un impegno lungo e scrupoloso del gruppo di lavoro coordinato dalla Conferenza Episcopale Italiana, che pone alcuni interrogativi. Esploriamo i cambiamenti del nuovo testo liturgico con un personaggio d'eccezione: il teologo, vescovo di Crema e presidente del Comitato della Conferenza Episcopale per gli Studi superiori di teologia e gli Istituti superiori di scienze religiose. Che sul vino rassicura, anzi....



di KETTY MAGNI

Nel racconto evangelico dell'Ultima Cena laddove Gesù distribuisce ai discepoli il pane, dicendo “Prendete e mangiate; questo è il mio corpo”, e, prendendo il calice, rese grazie lo diede loro, dicendo: “Bevetene tutti, perché questo è il mio sangue”, è racchiusa la fonte simbolica della centralità del pane e del vino nella religione cristiana. Una centralità che ha dato origine a una straordinaria produzione letteraria e artistica che ha celebrato nei secoli l'elevato valore simbolico di due alimenti che, più di qualsiasi altro, possono lambire la sfera della spiritualità. E questa spiritualità è stata anche sprone valoriale per lo sviluppo di quella cultura millenaria che la civiltà occidentale ha costruito attorno al vino e di cui ancora oggi il nostro vivere quotidiano è pieno di riferimenti. Questa lunga storia sembra trovarsi oggi a un punto di svolta: a partire dalla prossima Pasqua, nel mondo cattolico, entrerà in vigore il nuovo Messale, che introduce diverse modifiche per le celebrazioni liturgiche, soprattutto al fine di migliorare la traduzione italiana ed essere più fedeli al testo evangelico originale, resso in greco antico. E alcune modifiche riguardano la Preghiera eucaristica e in particolare il tema del vino, che ha suscitato qualche interrogativo. La nuova versione costituisce un'opera corale, un “dono alla comunità”, frutto di un impegno scrupoloso di un gruppo di lavoro, coordinato dalla Conferenza Episcopale Italiana. Il periodo di gestazione della terza edizione del Messale è durato diversi anni, al fine di attuare una revisione accurata. Il libro utilizza un linguaggio inclusivo, più fresco. All'atto penitenziale, ad esempio, viene aggiunta la parola “sorelle”, dunque la nuova frase adottata è: “Confesso a Dio onnipotente e a voi, fratelli e sorelle...”. Scompare il segno della pace, e subentra la nuova enunciazione: “Scambiatevi il dono della pace”.

La maggior parte delle variazioni riguarda le formule pronunciate dal sacerdote, mentre l'assemblea deve soprattutto abituarsi all'ascolto e

sostituire solamente pochi termini. Vengono privilegiate le invocazioni in greco “Kýrie, eléison” e “Christe, eléison”, rispetto alle traduzioni in lingua italiana “Signore, pietà” e “Cristo, pietà”. Al Gloria, si sostituisce la dicitura “pace in terra agli uomini di buona volontà” con “agli uomini amati dal Signore”. Il rito della Comunione si

apre con la preghiera del Padre Nostro. “E non ci indurre in tentazione” diventa “Non abbandonarci alla tentazione”. Questa modifica nel testo ha richiesto anche una revisione della musica che accompagna la preghiera e alcuni parroci hanno messo a disposizione della comunità una sorta di vademecum per agevolare la celebrazione della Messa. Una revisione testuale che, arrivata al momento più alto della liturgia eucaristica, ha modificato le parole che ci siamo abituati ad ascoltare tratte dalla narrazione evangelica dell'Ultima Cena. Ed è qui che entra in gioco il vino, un vino che per essere utilizzato

per la celebrazione eucaristica, “deve essere naturale, del frutto della vite e non alterato”. Così, afferma al riguardo il Codice di Diritto canonico (can. 924, paragrafo 3), e nel rito eucaristico rafforza il ruolo centrale del vino, precisando che va aggiunta un po' d'acqua (paragrafo 1) rimarcando quanto sia assolutamente vietato usare

del vino, sulla cui genuinità e provenienza ci sia dubbio, ed escludendo l'utilizzo di qualsiasi altra bevanda. Sì, appunto, ma sembra che la parola vino scompaia dalla liturgia? Per approfondire l'argomento, abbiamo voluto ascoltare le parole di mons. Daniele Gianotti, vescovo di Crema e presidente del Comitato della Conferenza Episcopale Italiana per gli Studi superiori di teologia e gli Istituti superiori di scienze religiose.



Mosaico nel pavimento della cripta della Basilica di San Colombano a Bobbio (Pc)

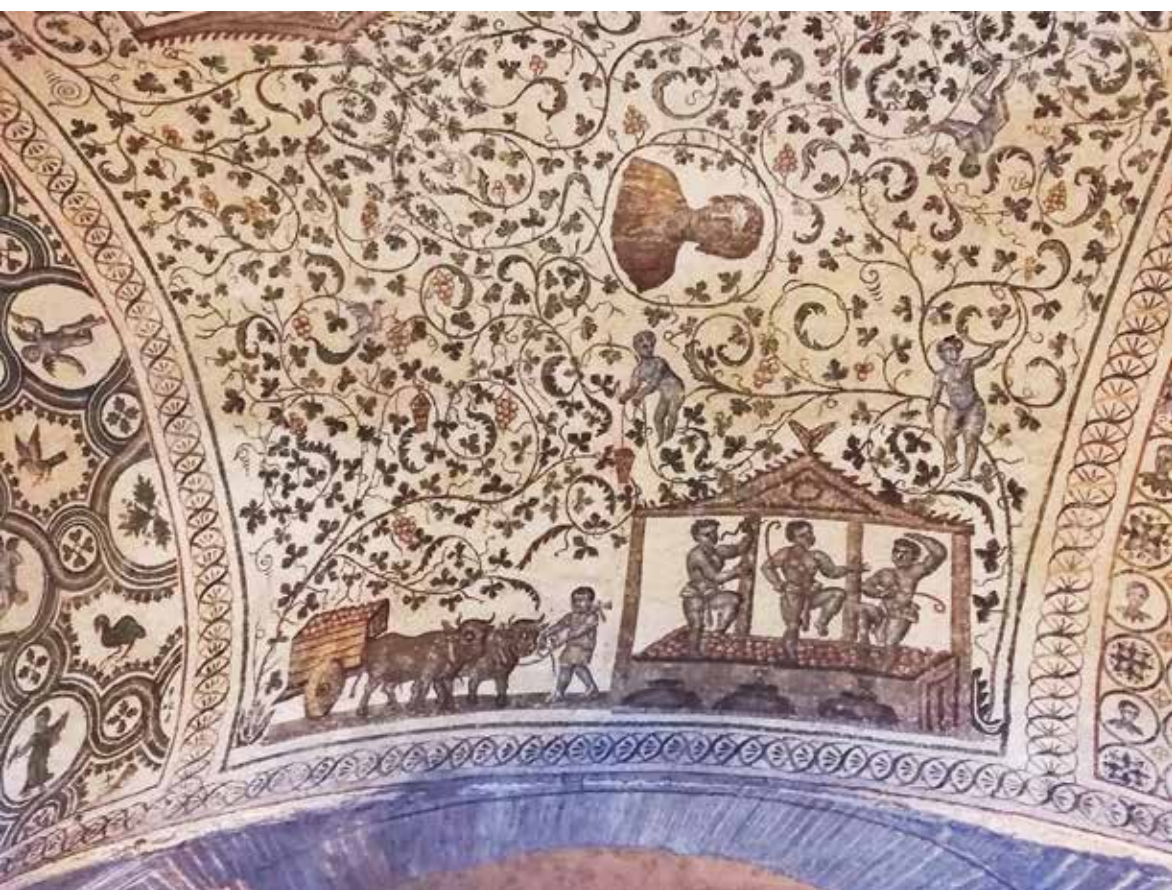
**Prima, durante la Preghiera eucaristica, il sacerdote pronunciava: “Prese il calice del vino e di nuovo rese grazie”. Ora, la formula recita: “Prese il calice colmo del frutto della vite”. Ci aiuti a comprendere le motivazioni che hanno portato alla sostituzione del termine “vino”, ricorrente nella letteratura cattolica, con la nuova dicitura per accompagnare i fedeli al banchetto eucaristico.**

In realtà, su dieci Preghiere eucaristiche presenti nel Messale, solo una – la prima delle due Preghiere eucaristiche per la Riconciliazione – usa l'espressione “il calice colmo del frutto della vite”. Ciascuna delle Preghiere eucaristiche usa espressioni diverse per riportare il gesto di Gesù: per lo più “prese il calice” (PE 2,3,4 e 5); poi “prese questo

glorioso calice...” (PE 1); “prese... il calice della benedizione” (PE Riconc. 2). Faccio notare che nella nuova traduzione nessuna Preghiera eucaristica, dove si riporta il racconto dell'Ultima Cena, usa l'espressione “il calice del vino” (che appariva invece nella versione precedente). Il motivo è semplice: nessuno dei racconti dell'Ultima Cena che troviamo nei vangeli di Matteo, Marco e Luca (e in san Paolo) parla esplicitamente del “vino”: tutti parlano della “coppa” (o “calice”), evidentemente pensando alla coppa col vino (è un caso classico di metonimia, quando cioè si allude al contenente per riferirsi al contenuto, come nella nostra espressione “bevo un bicchiere”). Per quanto riguarda “il calice colmo del frutto della vite”, traduce con esattezza le parole usate nel Messale latino; questo, a sua volta, riprende un'espressione presente nei Vangeli, e precisamente in una frase di Gesù che però non è stata ripresa nei testi liturgici. La riporto secondo il vangelo di Marco, ma si trova quasi identica anche in Matteo e Luca: “In verità io vi dico che non berrò mai più del frutto della vite fino al giorno in cui lo berrò nuovo, nel regno di Dio” (Mc 14,25). Questa parola di Gesù è importante, perché esprime la sua consapevolezza di essere ormai di fronte alla morte imminente, ma anche la sua fiducia in un “al di là” della morte, il “regno di Dio” nel quale si potrà ristabilire la piena comunione con i discepoli, che sta per essere spezzata dalla morte. Per quanto riguarda l'espressione “il frutto della vite”, si trova anche in qualche altro passo della Bibbia, per indicare tutti i “prodotti” della vite (così, infatti, spesso si traduce), dall'uva fino al vino e agli eventuali suoi derivati. D'altra parte, Gesù dice “bere del frutto della vite”: dunque è chiaro che si tratta del vino. La si può vedere anche come un'espressione poetica: per questo, forse, è stata inserita in una Preghiera eucaristica, perché il linguaggio della liturgia ha anche un valore poetico.

**Il vino, l'olio e il pane rappresentano i tre elementi sacramentali della Chiesa, il dono che Dio regala all'uomo attraverso la terra.**





Scene di vendemmia nei mosaici del Mausoleo di Santa Costanza della Basilica di Sant'Agnese Fuori le Mura a Roma



#### Mons. Daniele Gianotti, vescovo di Crema

Nato a Calerno di Sant'Ilario d'Enza (Re), diocesi di Reggio Emilia - Guastalla, il 14 settembre 1957; ordinato presbitero il 19 giugno 1982; eletto alla sede vescovile di Crema l'11 gennaio 2017; ordinato vescovo il 19 marzo 2017.

Attuali incarichi: membro della Commissione episcopale per l'educazione cattolica, la scuola e l'università; presidente del Comitato per gli studi superiori di teologia e di scienze religiose

#### Sostituendo la parola "vino" non si rischia di perdere la carica semantica e il profondo significato del valore umano?

Come ho detto, di "frutto della vite" si parla solo in una Preghiera eucaristica su dieci (tra l'altro, non si tratta di una delle Preghiere eucaristiche più usate): non è quindi una sostituzione sistematica. Se mai, può essere utile imbattersi, di tanto in tanto, con un'espressione insolita, poetica, che può sollecitare l'attenzione ed evitare l'abitudine. Del resto, si parla di "calice", il che, di nuovo, rimanda al gesto del bere (e sarebbe interessante sviluppare alcuni risvolti antropologici del "bere"): sarebbe abbastanza strano pensare a un calice pieno d'uva!

#### Il vino esprime un momento di festa, fa parte dei rituali e del rapporto di Dio con l'umanità. Il frutto della vite, ovvero l'uva, può avere la medesima autentica pregnanza spirituale?

È chiaro da quanto ho detto, penso, che il linguaggio della Bibbia (e della liturgia che lo riprende) intende con "frutto della vite" il vino, inteso appunto come un "prodotto" della vite. Osservo, d'altra parte, che nelle rappresentazioni pittoriche o di altro tipo, l'uva è molto spesso, insieme con il pane, un simbolo eucaristico (forse perché è più facile rappresentare l'uva, che non il vino!). Mi sembra che, per lo meno nell'ambito di chi frequenta la liturgia cristiana, sia abbastanza

chiaro che "pane e uva" sono segno trasparente del "pane e vino".

#### Queste modifiche del Messale Romano saranno introdotte definitivamente dalla prossima Pasqua?

Sì, per tutte le diocesi e parrocchie che sono in Italia l'uso della nuova edizione del Messale diventa obbligatorio a partire dalla domenica di Pasqua, 4 aprile 2021, anche se molte diocesi hanno anticipato l'uso corrente del nuovo Messale con l'inizio dell'Avvento, nello scorso novembre.

#### In che misura entrano nel Rito ambrosiano?

Diverse parti del Rito ambrosiano, soprattutto

per quanto riguarda le risposte dei fedeli, sono identiche al Rito romano: quindi il Rito ambrosiano ha assunto le nuove traduzioni di quello romano, in particolare il Padre nostro, anche perché può capitare ai fedeli di un rito di partecipare alla Messa nell'altro rito, ed è bene che le risposte che devono dire siano identiche.

*L'edizione del nuovo Messale Romano è arricchita da tavole disegnate dall'artista Mimmo Paladino (vedi immagini nella pagina a fianco). Il maestro settantunenne, originario del Beneventano, è considerato fra i maggiori artisti contemporanei di casa nostra più apprezzati a livello internazionale.*

# LALLZYME<sup>®</sup> BETA



## Aumentare l'espressione aromatica dei vini

Formulazione enzimatica ad elevata attività beta-glucosidasica per vini bianchi, rossi e rosati varietali

LIEVITI ENOLOGICI

BATTERI ENOLOGICI

NUTRIENTI E PROTETTORI

DERIVATI SPECIFICI DI LIEVITO

ENZIMI

CHITOSANO

SOLUZIONI PER IL VIGNETO







# Strategie di futuro tra logistica, canali e assortimenti

DOPO L'ANNO RECORD DI CRESCITA, LE PIATTAFORME GUARDANO AL DOMANI

di OMAR BISON

Complice la pandemia e il lockdown, l'utilizzo delle piattaforme tecnologiche da parte della popolazione mondiale è cresciuto vorticosamente. Un'impennata di smart working, webinar e didattica a distanza come mai si era registrata in precedenza. Nell'anno del Covid anche il numero delle transazioni commerciali on line è aumentato e più che raddoppiato l'e-commerce del vino rispetto al 2019, con una tendenza che sembrerebbe confermarsi nel 2021. Secondo Wine Monitor di Nomisma, nel 2020 in Italia l'e-commerce nel settore food è cresciuto del 70% rispetto all'anno precedente. Sugli scudi il vino, il cui giro d'affari è passato da pochi a quasi 200 milioni di euro. Otto milioni di italiani nel 2020 hanno acquistato on line bottiglie di vino (27% dei consumatori italiani contro il 17% dell'anno precedente). E c'è sempre più digitale. Secondo Idealo, piattaforma di shopping e confronti prezzi, tra gli acquirenti digitali a crescere maggiormente nel 2020 sono i giovani nella fascia di età tra i 18 e i 24 anni (+209,2%), seguiti dagli adulti tra i 35 e i 44 anni (+91,2%) e tra i 25 e 34 anni (+88,8%). Ad acquistare alcolici online sono soprattutto gli uomini, la cui percentuale è salita del +100,6%, rispetto alle donne, che nello stesso periodo hanno comunque segnato una crescita del 65%.

## PAROLA D'ORDINE OMNISCANALITÀ

I giganti del settore nel 2020 hanno fatto grassi affari e tra questi i grandi player del vino. Parliamo di fatturati raddoppiati, referenze a catalogo in continuo e rapido aumento, aperture di hub logistici e magazzini centralizzati, di negozi ed enoteche, di consegne ultrarapide di calici e bottiglie. Tutti impegnati a sfruttare il momento favorevole inseguendo processi di ottimizzazione delle infrastrutture tecnologiche, di razionalizzazione della rete distributiva, di integrazione dei canali on line e off line, di internazionalizzazione, di recruitment alla ricerca di nuovi e diversi partner finanziari. Ma nonostante i piani industriali pluriennali siano ambiziosi, per non dire aggressivi, parliamo sempre e comunque di una nicchia di mercato che vale il 2% del totale degli acquisti di vino. Tutto il resto è Horeca e distribuzione organizzata. C'è spazio per tanti in una competizione che più che tra rivali in uno stesso mercato appare sempre di più tra gli operatori del commercio fisico versus i big del commercio elettronico destinato, quest'ultimo, ad estendere rapidamente la propria fetta ma anche a invadere pesantemente il campo avversario fatto di enoteche e distribuzione organizzata. Omniscanaltà quindi e integrazione del virtuale con il fisico. Ma se per chi parte dagli scaffali digitali l'approdo al fisico appare consequenziale e piuttosto rapido, lo stesso probabilmente non può dirsi per chi dalla vetrina fisica ambirebbe a costruirsi una vetrina on line competitiva. Ne abbiamo parlato con Vino.com, Tannico, Winelivery e Bernabei e le novità emerse sono decisamente interessanti.



Omniscanaltà, integrazione on e off line, evoluzione logistica, servizi avanzati (delivery ultrarapido) e, soprattutto, contenimento dei costi ed espansione in nuovi mercati. Le piattaforme italiane di e-commerce e delivery vogliono consolidare la crescita vertiginosa dell'anno Covid puntando a una "nuova normalità" dove il canale digital rafforzerà le proprie posizioni. Le strategie future nelle parole di Andrea Nardi Dei (Vino.com), Marco Magnocavallo (Tannico), Andrea Antinori (Winelivery) e Francesco Giontella (Bernabei). Dove si aprono nuovi spazi per i produttori di vino: infatti gli assortimenti...

## VINO.COM

Il catalogo di Vino.com, ex vino75.com, ha una base di 4.000 etichette di oltre 1.000 produttori italiani e internazionali di vini, distillati e birre. Dai 9,5 milioni di euro di fatturato nel 2019 sono passati ai circa 30 milioni di euro del 2020. Nell'anno della pandemia hanno varato un piano di internazionalizzazione che li ha portati a presidiare i mercati di Belgio (+330% le vendite a novembre), Germania (+285%) e Olanda (+284%). La collaborazione rinnovata e potenziata con Google ha dato i suoi frutti: +300% di crescita sulle ricerche del brand e +68% di Roas (Return on Advertising Spend, il ritorno sull'investimento pubblicitario). Solo nel 2020 sono 3 milioni le bottiglie spedite in Italia, Europa e Cina. "Vino.com - commenta il presidente e amministratore delegato **Andrea Nardi Dei** - non è un semplice catalogo. Acquistiamo direttamente dai produttori e contiamo più di 600.000 bottiglie stoccate in magazzino, molte delle quali mantenute a temperatura controllata". Eppure, l'incidenza dei costi di logistica sul fatturato nel 2020 è diminuita "sebbene sia aumentata la voce del bilancio generale - puntualizza Nardi Dei - in parallelo con l'incremento dei volumi di vendita". "Credo che gli investimenti in tecnologia che abbiamo riservato a questo ambito - prosegue - ci abbiano comunque premiato. Ad esempio, è la piattaforma a stabilire in tempo reale, calcolando tra decine di variabili, tra cui la performance sul delivery in quel dato momento, quale sia il corriere migliore al quale assegnare una singola spedizione". Una piattaforma suddivisa in tre sezioni: quella che gestisce il front end, ovvero il catalogo e il motore di ricerca coadiuvato dal sommelier digitale; quella che coordina e agevola le operazioni di back office, dalla contabilità alla logistica; quella che estrae i dati di analisi e consente un costante monitoraggio sulla logistica e il delivery. "Proprio la nostra caratteristica di essere una azienda 'data-driven' - specifica Nardi Dei - ci consente di analizzare in tempo reale l'andamento del singolo prodotto o del singolo marchio. Il cuore della piattaforma resta ciò che non si vede, ovvero la piattaforma che integra e gestisce i diversi processi dell'e-commerce (dalla gestione dell'ordine automatizzata alla presenza sui principali marketplace)". Vino.com è il più grande merchant di vino su Amazon. "Ma lo siamo in Italia anche su Vivino e sul marketplace europeo Uvinum (diventato da poco Drinks&Co). Abbiamo inoltre una presenza molto stabile in Cina sulla piattaforma e-commerce Tmall del gruppo Alibaba, con due magazzini di prossimità a Hong Kong e a Shanghai. Tutto questo, ripeto, è completamente automatizzato e ci rende molto concorrenziali. Ad esempio, siamo in grado di consegnare al cliente finale tedesco in 24/48 ore



ANDREA NARDI DEI

risultando competitivi anche rispetto ai player locali". Tra gli obiettivi dell'azienda c'è l'ampliamento dell'offerta mantenendo gli stessi standard di servizio e operatività. "Dal 2021 ci concentreremo su questo. Non a caso abbiamo lanciato "Al fianco delle cantine", servizio dedicato a tutte le piccole cantine che vogliono avere una presenza nello scaffale digitale.

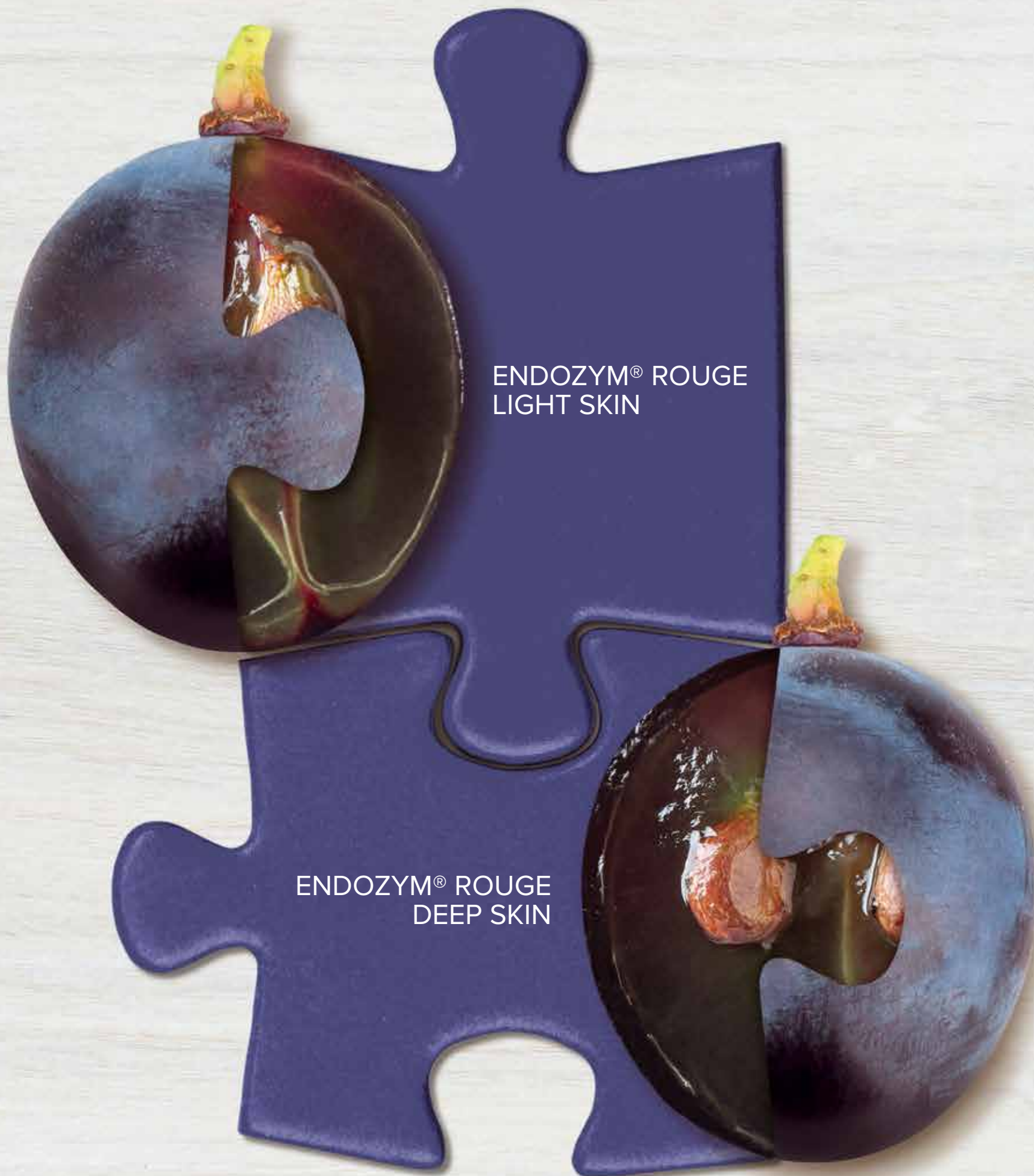
Complessivamente miriamo a eguagliare l'offerta di alcuni nostri competitor che arrivano anche a diecimila etichette in catalogo". Uno dei prossimi versanti di sviluppo riguardo alle consegne sarà il delivery ultrarapido. "Una consegna a domicilio a poche ore dall'ordine. Su questo stiamo lavorando sempre di più con nuovi partner, ma è solo uno dei nostri obiettivi di sviluppo. In questo momento stiamo facendo un percorso di internazionalizzazione della piattaforma e pensiamo che questa fase finale, l'ultimo miglio, debba essere fatto integrando partner logistici specializzati nel delivery, lasciando a operatori specializzati questi aspetti". Per quanto riguarda il mondo fisico, dopo la prima enoteca aperta a Firenze nel 2016, ce ne sarà a breve una seconda, sempre a Firenze in Piazza Castello in collaborazione con Nana Bianca, l'acceleratore fiorentino di Startup che è anche la sede. "Ma non vogliamo confondere fisico e digitale. Il locale è già pronto con enodispenser e con i nostri sommelier". Nuovi hub logistici e magazzini centralizzati? "Nel nostro piano industriale è previsto un hub che è quello attuale di Milano da dove serviamo tre Paesi e a breve serviremo anche Francia, Danimarca e Svezia. È chiaro che considerando l'aumento dei volumi e degli assortimenti sarà inevitabile aprire nuovi magazzini centralizzati per una questione di prossimità, cosa successa, come detto, per la Cina". Sull'andamento 2021 non si fanno previsioni. "Però se tanto mi dà tanto - sottolinea Nardi Dei - sulla fascia dei 40-45 milioni di fatturato dovremo arrivare, tanto più se il 2021 dovesse risultare simile al 2020. Questo non significa che ci apriremo all'ingresso di nuove partnership finanziarie o che verrà rivisto l'assetto societario non sentendo l'esigenza di pensare a una exit-strategy. C'è un mercato effervescente da questo punto di vista ma temo che molti non abbiano ancora chiaro quanto sia difficile portare reale innovazione in questo settore che è la chiave del successo". In conclusione, una riflessione sul mondo digitale. "Il produttore di vino italiano deve capire che l'e-commerce è un'opportunità che è già ineludibile per stare al passo con i tempi. Ma noto molta diffidenza per questo mondo. Come se il posizionamento conquistato sul mercato potesse risultare svilito dallo sbarco su determinate piattaforme on line. È già successo 30 40 anni fa con la Gdo dove alcuni si sono accorti troppo tardi che è un canale fondamentale da presidiare".

Continua a pagina 8 ➡



ENDOZYM® ROUGE  
DEEP SKIN & LIGHT SKIN

# A OGNI UVA IL SUO ENZIMA SPECIFICO



AEB ti offre ENDOZYM ROUGE DEEP SKIN e ENDOZYM ROUGE LIGHT SKIN, due **enzimi specifici** formulati in base allo **spessore della buccia dell'uva**, che consentono di ottenere **vini più ricchi di colore**. Sono in grado di esaltare sia i **vini giovani**, più freschi e fruttati, che i **vini da invecchiamento**, caratterizzati dalla presenza di sostanze polifenoliche, tannini nobili della buccia e aromi varietali. Infine permettono di **ridurre l'intensità delle follature** o dei **tempi di macerazione**, una delle cause principali dell'estrazione dei tannini amari.

Via Vittorio Arici, 104  
S. Polo 25134 Brescia  
+39 030 23071  
info@aeb-group.com  
aeb-group.com



**AEB®**  
IMPROVEMENT THROUGH BIOTECHNOLOGY



➡ Segue da pagina 6



I numeri del 2020 di Tannico, fondata nel 2013, sono stati straordinari: 37,5 milioni di euro il fatturato (+82% vs 2019), oltre 400.000 ordini e 2.500.000 bottiglie spedite (fino a 7500 in un solo giorno) tra 14mila etichette disponibili provenienti da 2.500 cantine. Cresciuta vertiginosamente durante il lockdown, è leader del mercato in Italia con una quota superiore al 30% e oltre 7 milioni di visitatori unici negli ultimi 12 mesi. Con l'ingresso di Campari Group nella società (49% delle quote) i piani di crescita sono lievitati passando per l'apertura a Milano di Tannico Bar, enoteca con cucina, e l'avvio del servizio Tannico Express per la consegna a Milano entro un'ora e mezza dall'ordine compresa una selezione di vini rari in bottiglia o al calice. Il 2021 per Tannico sarà l'anno del consolidamento, del perfezionamento dell'impostazione generale della piattaforma, della veste grafica e della modalità di erogazione del servizio. "Quello che più ci impegnerà quest'anno - puntualizza **Marco Magnocavallo**, fondatore e amministratore delegato - sarà il lavoro di selezione dei vini. Abbiamo in programma di ampliare la gamma degli esteri che importiamo direttamente da Francia, Germania e Spagna. Allo stesso tempo lavoreremo dando sempre più spazio a cantine di dimensioni minori. È una strada che pensiamo possa dare un ulteriore motivo di acquisto". Nessun stravolgimento sul pricing, nessuna novità per quanto riguarda la gestione di offerte e promozioni, anche perché "non sono aumentati i costi di spedizione - sottolinea Magnocavallo - e ci aspettiamo forti diminuzioni nei costi della logistica grazie anche al nuovo magazzino che andrà in funzione nella seconda metà dell'anno. Sarà il primo magazzino in Italia totalmente automatizzato, dedicato al mondo del vino". Nessuna novità anche per quanto riguarda gli ordinativi: "in alcuni casi, per ottimizzare i volumi, la gestione dei riordini e l'ampiezza dell'assortimento, continueremo a lavorare con conto deposito". La novità più rilevante sarà comunque l'attivazione del servizio di delivery Tannico Express su altre città oltre Milano. "Il nuovo servizio ci consentirà di mettere a disposizione dei clienti una selezione di vini- oltre 600 referenze tra vini e spirits, compresa anche una sezione di vini rari - al calice e in bottiglia a corretta temperatura di servizio ed entro un'ora dall'ordine. È un modello che ci sta dando soddisfazioni e che prevediamo di attivare in altre città nel 2021 tentando di accorciare ancora di più i tempi di consegna". Per quanto riguarda le tendenze 2021? "Questi primi 2 mesi del nuovo anno stanno confermando la crescita e i risultati raccolti nel 2020. Di sicuro - sottolinea Magnocavallo - aumenteremo le referenze provenienti da cantine di piccole dimensioni e artigianali e amplieremo la selezione dei vini naturali in tutti i canali di vendita di Tannico"



MARCO MAGNOCAVALLO

ANDREA ANTINORI



Winelivery chiude il 2020 con risultati ben più alti delle attese: oltre 750mila app scaricate e 7,5 milioni di euro di fatturato consolidato, sei volte quello del 2019. Gli standard di qualità parlano di consegna in 30 minuti e alla temperatura di servizio in oltre 60 città con servizio express dalla Sicilia all'Alto Adige. L'ultimo importante round di investimento conclusosi a dicembre, ha visto la riconferma della fiducia dei soci, tra cui Gellify Digital Investment (GDI) e l'ingresso di un pool ristretto di nuove realtà sinergiche al progetto. La raccolta ha consentito all'azienda di reperire le risorse necessarie alla costruzione di un piano di sviluppo ambizioso per il quadriennio 2021-2024. "Nel 2021 - afferma **Andrea Antinori**, co-founder e ufficio stampa - Winelivery darà corpo e sostanza alla nuova app studiata per garantire una user experience ancora più intuitiva e funzionale. Ma soprattutto inaugureremo il nuovo concept store, il Winelivery Pop, dove Pop sta per 'popular', oltre a ricordare il rumore di una bottiglia stappata. Si tratta di un progetto rivolto alle città meno densamente abitate. Parliamo di wine bar con mescita e abbinamento di taglieri di formaggi e affettati, in cui l'app di Winelivery diventerà un menù interattivo appena varcata la soglia del locale. L'assortimento presente sull'app di Winelivery è in continua evoluzione. Il catalogo varia da città in città con l'obiettivo di rispecchiare i gusti e le tendenze del mercato locale e allo stesso criterio risponderà la proposta nei Winelivery Pop". Dopo un anno di forte crescita non sono variate le modalità di approvvigionamento. "E nonostante siano notevolmente aumentati gli ordinativi vogliamo mantenere inalterato il livello dei prezzi". Anche per Winelivery i costi legati alla distribuzione e alla logistica non sono aumentati, anzi. "Data la natura del nostro business, ovvero la last mile delivery, cioè la consegna a domicilio in 30 minuti e alla temperatura ideale, siamo riusciti a ottimizzare i costi". Destinato a diminuire è il numero delle etichette mantenendo sempre anche una selezione estera che ritengono non possa mancare, ad esempio lo Champagne. "E questo perché rispetto all'e-commerce tradizionale che punta ad avere tante etichette a prezzi bassi - sottolinea Antinori - noi puntiamo soprattutto sul servizio cercando di capire quali siano le etichette più richieste dagli italiani a seconda della città". Per quanto riguarda il 2021, come anticipato, si stanno concentrando sull'apertura del Winelivery Pop "e per tutto il resto molto dipenderà dalla situazione pandemica generale. Sarebbe bello replicare i numeri del 2020 che ci ha visto aprire oltre 50 realtà. Altri 'Pop' potrebbero essere aperti ma sempre nelle città meno densamente abitate, diversamente dal winelivery tradizionale sempre avviato nelle città più popolate". Una sorta di franchising? "Noi già lavoriamo in affiliazione dando in gestione la logistica, un modello replicato in tutte le aperture di quest'anno. Anche per i Winelivery Pop, dopo aver aperto il primo locale pilota che sarà gestito in house, cercheremo dei collaboratori sul territorio ai quali affidarci. Noi dalla casa madre gestiamo studio del territorio, assortimento, app, tecnologia e comunicazione on line e off line. L'affiliato si occupa oltre che di sviluppo sul territorio anche della parte logistica dalla ricerca del magazzino alla gestione del personale". Il 2021? "Abbiamo avuto un gennaio veramente gratificante, sovrapponibile a dicembre e per questo si prospetta un anno di soddisfazioni".



Per Bernabei è stato un anno rivoluzionario. "E non immaginare un forte rimescolamento generale delle carte nel settore anche nel 2021 - evidenzia **Francesco Giontella**, general manager - sarebbe una follia. Quello che è successo nel 2020 ha stravolto qualsiasi analisi e considerazione pregressa per cui ci saranno sicuramente delle novità anche per noi a partire dall'implementazione di nuove tecnologie e di nuovi servizi. In particolare, l'estensione della consegna in giornata, ad oggi prevista solo su Roma e Milano, anche in altre città d'Italia mantenendo una politica di pricing molto competitiva. Avremo una presenza più capillare e una distribuzione più veloce. Sarà un servizio diverso che contemplerà anche una presenza sul proximity service con consegne entro mezz'ora dall'ordine". Cambieranno le politiche assortimentali? "Sul nostro segmento siamo quelli che sommano meno referenze in assoluto, tremila. Lo considero uno svantaggio ma nel 2021 implementeremo velocemente altre referenze. I 26 milioni di fatturato con cui abbiamo chiuso il 2020 li abbiamo tutti sviluppati online sulla nostra piattaforma senza affidarci in nessun caso a vendite tramite marketplace. Non intendiamo fermarci qui perché oggi come oggi non basta avere 10 tipologie di Brunello o Amarone, ce ne vogliono 40 perché anche nella singola denominazione i terroir variano. E poi dobbiamo aumentare il numero dei piccoli produttori. In definitiva il nostro progetto è quello di raddoppiare le referenze nell'arco di due anni anche con vini non italiani che resteranno comunque il nostro punto di for-



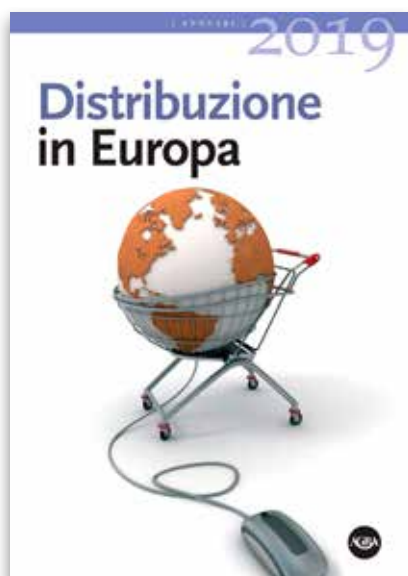
FRANCESCO GIONTELLA

za. E aumentare velocemente il fatturato". Nessun stravolgimento nella gestione delle offerte e delle promozioni? "No! Siamo conosciuti per essere competitivi comandando prezzi da buoni a rapidità di consegna soprattutto a Roma e Milano. E quindi la leva è quella di migliorare il servizio e rimanere coerenti con la politica commerciale". Nessun aumento neanche nei costi di logistica e trasporto? "Ci sono stati degli aumenti ma essendo cresciuti parecchio i volumi la situazione è rimasta invariata. Al momento siamo presenti con due logistiche su Roma e Milano con consegne che arrivano in giornata con ordini effettuati entro le 17:00 sia su Roma che su Milano. Questo servizio ci sta dando riscontri importanti e quindi è intuibile che se il servizio funziona, si implementa e per farlo dovremo strutturarci adeguatamente". Ingresso di altri soci o partner finanziari? "Noi abbiamo intenzioni molto serie con un piano industriale aggressivo. Non abbiamo ancora dei soci esterni o partnership con fondi di investimento. Presentare tassi di crescita paritari o migliori di alcuni nostri competitor che hanno già chiuso tre o quattro round di finanziamento, e che quindi hanno potuto disporre di liquidità importante, è stata una sfida difficile da combattere. Ma quello della pandemia è stato l'anno della svolta e adesso anche Bernabei valuta partnership in linea con gli obiettivi aziendali e le opportunità sul mercato".



## Una panoramica sulla distribuzione europea

L'Annuario Agra "Distribuzione in Europa 2019" propone una panoramica sulla distribuzione europea - food e non food - con dettagliate schede di circa 1.300 aziende di 36 Paesi: Albania, Austria, Belgio, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Montenegro, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Serbia, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ucraina, Ungheria. Di ogni Paese sono riportate dettagliate schede delle più importanti aziende della distribuzione, sia alimentare che non alimentare, sia succursalista che associata o in franchising. Uno specifico capitolo è dedicato alle centrali di acquisto europee. Il volume è uno strumento utile per avere una prima conoscenza del mercato ed è funzionale a piccole e grandi imprese per organizzare la propria presenza all'estero. Come tutti gli Annuari Agra, "Distribuzione in Europa 2019" è disponibile anche in versione Cd-Rom o Usb Card (305,00 euro Iva inclusa). Il software è particolarmente utile non solo per una veloce ricerca e selezione delle informazioni, ma anche per utilizzarle per scopi commerciali. Le possibilità offerte per gestire e stampare circolari, oltre che per stampare indirizzi su etichette, rappresentano un buon investimento e un grande potenziale di sviluppo commerciale attraverso operazioni di mailing mirato. Con questo strumento è possibile ottenere tutti i dati presenti nell'Annuario effettuando ricerche semplici (per format, insegna, gruppo, località) oppure ricerche complesse attraverso più chiavi di ricerca selezionabili direttamente dall'utilizzatore. Nelle nuove edizioni in Cd-Rom e Usb Card degli Annuari (catalogo completo su [www.agraeditrice.com](http://www.agraeditrice.com)) è riportato l'indirizzo Internet delle aziende: direttamente dal programma è stato creato un link che automaticamente avvia la connessione e apre tramite il browser la pagina web dell'azienda selezionata.



## Catering e ingrosso alimentare in Italia

Il fuori casa pesantemente colpito dalla pandemia rappresenta un settore con un giro di affari di oltre 80 miliardi di euro. A fotografare questo importante anello della filiera alimentare è l'Annuario "Catering & Ingrosso Alimentare in Italia", pubblicato da Agra editrice e giunto alla VIII edizione. L'Annuario si apre con un'approfondita analisi della ristorazione con indicazioni di scenario sui singoli comparti (giro di affari, tendenze, opportunità di sviluppo...). Si passa poi alla ristorazione moderna in cui si riportano, in ordine alfabetico, le schede di alcune centinaia di aziende operanti in tutti i comparti: collettiva, commerciale, sanitaria, scolastica, ferroviaria, navale, aeroportuale, servizi sostitutivi di mensa, ecc. Per ognuna, oltre ai dati di riferimento anagrafici (ragione sociale, indirizzo, telefono, fax, e-mail, sito web, sedi periferiche) sono fornite le principali informazioni di carattere economico e commerciale (collegamenti di gruppo, capitale sociale, fatturato, addetti, attività, marchi, insegne). Completano il quadro note su attività e programmi di sviluppo e il management. La seconda parte dell'Annuario comprende un repertorio delle più importanti imprese commerciali che svolgono in Italia attività di intermediazione all'ingrosso nel settore alimentare. Le circa 4.000 aziende inserite nel volume sono riportate in ordine alfabetico per area geografica (regioni e province) e suddivise per settori merceologici prevalenti di attività: non specializzate, bevande, carne, drogheria, ortofrutta, lattiero-caseario, ittico, alimenti surgelati e gelati. Anche di queste aziende vengono fornite le principali informazioni di carattere anagrafico e commerciale. Una sezione è poi dedicata al canale cash & carry (oltre 300 punti vendita di circa 60 aziende), una formula distributiva che sta registrando un notevole successo, un'altra al vending (oltre 500 aziende della distribuzione automatica). Tutti i dati dell'Annuario sono stati riversati in una versione digitale in Usb Key (305,00 euro Iva compresa) con un software particolarmente utile sia per effettuare ricerche, sia per impostare azioni di marketing con la possibilità di selezionare i dati, personalizzare e richiamare le note e stampare tabulati o lettere mirate per rendere possibile qualsiasi operazione di analisi, di mailing e di stampa delle informazioni contenute nel volume.



Per info: tel. 0644254205 - [info@agraeditrice.com](mailto:info@agraeditrice.com) - [www.agraeditrice.com](http://www.agraeditrice.com)

秀機

## Protezione antiossidante e antimicrobica

Hideki, che in giapponese significa **splendida opportunità**, è il nuovo tannino Enartis composto dalle frazioni molecolari ottenute per selezione e purificazione dei tannini gallici, ellagici e condensati più efficaci nel proteggere il vino dall'ossidazione e dagli effetti dello sviluppo di microrganismi indesiderati in modo naturale.



**enartis**

Inspiring innovation.

Nuovo Tannino

Hideki

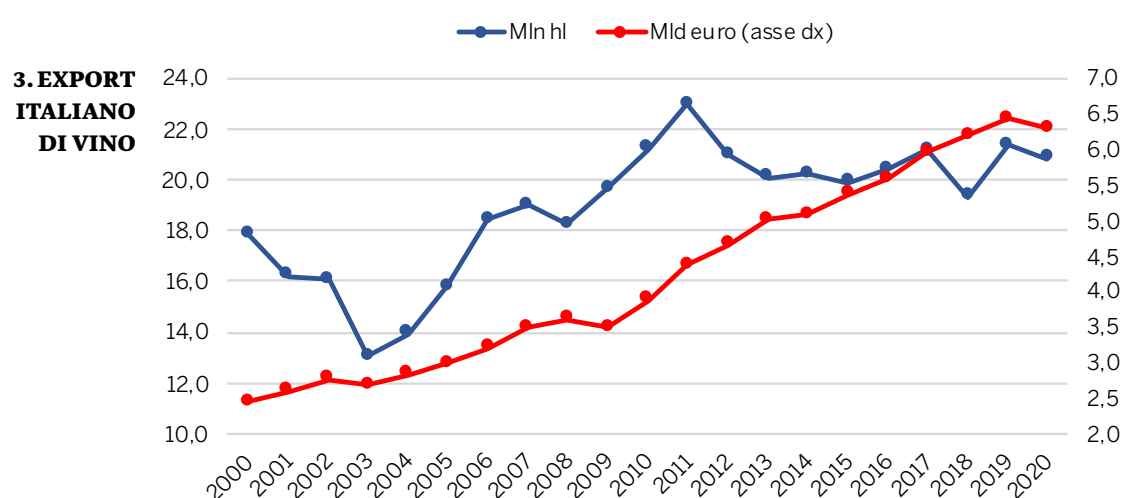


Saldo a -2%, con ripresa solo nel finale dell'anno. A categorie che vanno bene - come frizzanti e BiB - si contrappongono altre che stanno andando in sofferenza. In primis gli spumanti, ma anche i top wines, che scontano le incertezze della pandemia lato Horeca



OSSERVATORIO  
DEL VINO

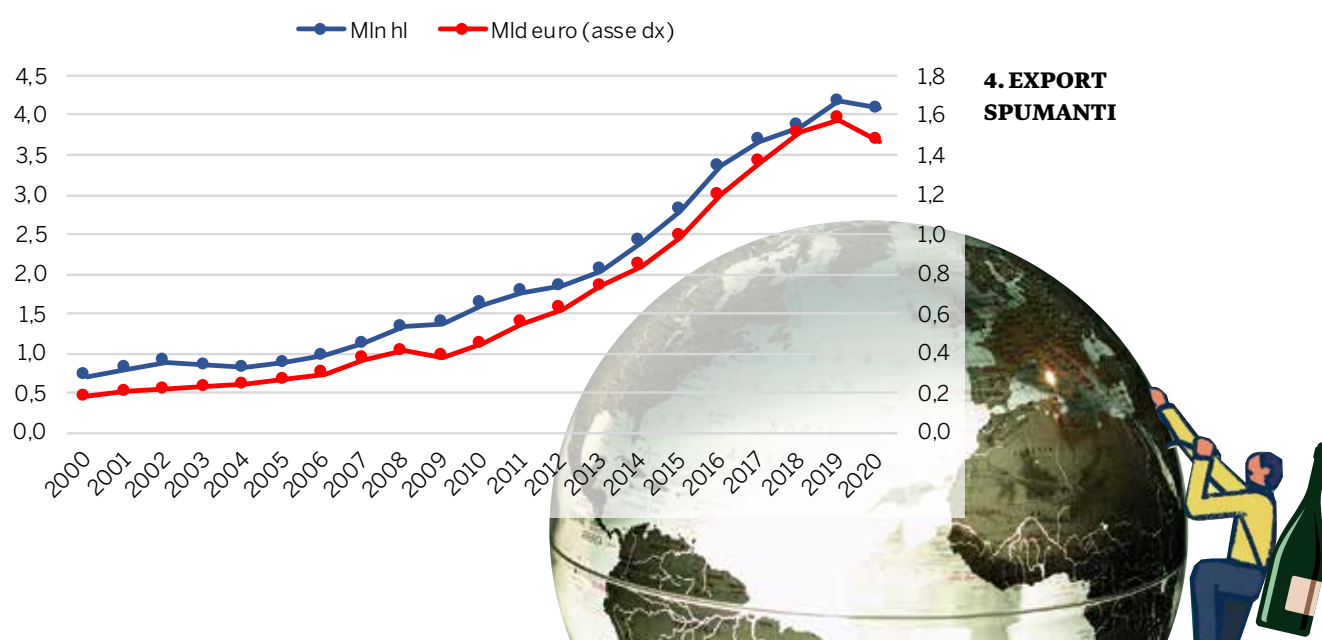
EXPORT ITALIA 2020



# ALLA FINE MEGLIO DEL PREVISTO

## Le criticità però non mancano

di CARLO FLAMINI



**È** stato il secondo quarto dell'anno a determinare in maniera decisiva il risultato dell'export italiano di vino del 2020: tra aprile e giugno, quando i lockdown incominciavano a venire attivati nei principali Paesi clienti, le oscillazioni delle nostre esportazioni hanno virato pericolosamente verso il meno, con punte di -17% a valore per lo spumante e -12% per i vini fermi e frizzanti confezionati (grafici 1 e 2). Situazione andata poi via via riprendendosi nel prosieguo dell'anno, con ritorno a timida crescita nel trimestre conclusivo ottobre-dicembre, attorno a +2%.

A fronte di questi movimenti, il saldo globale vede segno meno sui volumi e sui valori del 2%, per 21 milioni di ettolitri e 6,3 miliardi di euro. Di sicuro, si può affermare di averla scampata bella, considerando quello che è successo ai principali competitors, Francia e Spagna in testa, azzoppate dalle tariffe americane, ma anche Australia e Cile, funestati dalle dinamiche negative del mercato cinese, in forte depressione per tutto il 2020 e con la scure dell'embargo decretato da Pechino per il 2021 sui vini oceanici.

Guardando lo storico (grafico 3), se le oscillazioni verso il bas-

### VARIAZIONI % ANNUALI

— Volumi — Valori — Prezzo medio

GRAFICO 1

spumanti



GRAFICO 2

bottiglia



Nei grafici delle variazioni annuali sono calcolate le variazioni percentuali di un trimestre rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente: esempio, 1° trimestre 2014 su primo trimestre 2013 e così via



EXPORT ITALIANO DI VINO PER TIPOLOGIE - GENNAIO-DICEMBRE

|                     | Litri         |               |        | Euro          |               |        | Euro/litro |      |        |
|---------------------|---------------|---------------|--------|---------------|---------------|--------|------------|------|--------|
|                     | 2019          | 2020          | Var. % | 2019          | 2020          | Var. % | 2019       | 2020 | Var. % |
| Spumanti            | 417.917.785   | 408.236.806   | -2,3   | 1.579.026.502 | 1.470.632.166 | -6,9   | 3,78       | 3,60 | -4,7   |
| Bottiglia < 2 litri | 1.193.883.402 | 1.206.304.139 | 1,0    | 4.421.535.025 | 4.379.291.217 | -1,0   | 3,70       | 3,63 | -2,0   |
| Frizzanti           | 171.377.478   | 184.588.806   | 7,7    | 413.269.731   | 429.390.490   | 3,9    | 2,41       | 2,33 | -3,5   |
| Vini fermi          | 1.007.183.315 | 1.008.914.921 | 0,2    | 3.896.238.462 | 3.853.581.775 | -1,1   | 3,87       | 3,82 | -1,3   |
| Passiti e liquorosi | 5.794.712     | 6.645.038     | 14,7   | 54.191.478    | 62.153.702    | 14,7   | 9,35       | 9,35 | 0,0    |
| 2-10 litri          | 42.751.251    | 54.393.648    | 27,2   | 93.041.104    | 112.743.045   | 21,2   | 2,18       | 2,07 | -4,8   |
| Sfusi               | 453.523.076   | 385.279.729   | -15,0  | 293.823.771   | 270.774.582   | -7,8   | 0,65       | 0,70 | 8,5    |
| Mosti               | 27.714.065    | 29.273.133    | 5,6    | 44.195.200    | 51.248.317    | 16,0   | 1,59       | 1,75 | 9,8    |
| Totale              | 2.135.789.579 | 2.083.487.455 | -2,4   | 6.431.621.602 | 6.284.689.327 | -2,3   | 3,01       | 3,02 | 0,2    |

so sul fronte volume non sono una novità (ne abbiamo avute recentemente nel 2012/13 e nel 2018, causa scarsa vendemmia 2017), e sono tutte state compensate da aumenti sul lato valore (a eccezione del 2009, anno della grande crisi economica), la flessione registrata sui fatturati è la prima appunto dal 2009: quell'anno si fece -3%, e si potrebbe dire che la crisi finanziaria globale abbia picchiato solo un po' più duro di quella Covid, anche se stiamo parlando di punti percentuali. Di là dei decimali, resta il fatto che il vino italiano - nella sua generalità - denota segni di resistenza importanti ai grandi sconvolgimenti globali, e questo è un fattore che non tutte le filiere - sia agroalimentari, che di altri settori - possono vantare.

Il fiato corto della spumantistica

Di sicuro però per il nostro export, in questo contesto pur positivo, non vanno taciuti i segnali di criticità. Quello più evidente è che la spumantistica - ovvero 1/4 del valore generato all'estero dalle nostre aziende - ha smesso di correre come aveva fatto ininterrottamente fino al 2019 (grafico 4): il saldo volumico è di -2%, ma ancora più preoccupante è il -7% sui valori, che viene in successione a un primo rallentamento della curva di crescita registrato nel 2019 (+4% contro +11% del 2018/17). Per sintetizzare, l'anno Covid ha stoppato un trend che già di per sé stava dando segni di affaticamento.

EXPORT DI PROSECCO SPUMANTE PER PAESI - GENNAIO-DICEMBRE

|                 | Litri       |        | Euro          |        | Euro/litro |        |
|-----------------|-------------|--------|---------------|--------|------------|--------|
|                 | 2020        | Var. % | 2020          | Var. % | 2020       | Var. % |
| Regno Unito     | 92.929.624  | -1,7   | 288.768.210   | -10,0  | 3,11       | -8,4   |
| Stati Uniti     | 65.068.634  | -3,1   | 259.755.960   | -8,6   | 3,99       | -5,6   |
| Francia         | 16.163.229  | 17,7   | 54.388.447    | 4,8    | 3,36       | -11,0  |
| Germania        | 13.607.044  | 18,5   | 53.150.527    | 5,7    | 3,91       | -10,8  |
| Svizzera        | 10.011.877  | 8,3    | 45.391.345    | 5,8    | 4,53       | -2,3   |
| Svezia          | 9.143.465   | 22,4   | 34.767.780    | 14,7   | 3,80       | -6,3   |
| Belgio          | 9.858.171   | 17,4   | 32.410.334    | 9,6    | 3,29       | -6,6   |
| Canada          | 6.186.635   | -0,6   | 31.143.326    | -1,3   | 5,03       | -0,8   |
| Russia          | 6.641.201   | 35,7   | 24.655.226    | 27,6   | 3,71       | -6,0   |
| Austria         | 5.491.105   | 21,9   | 24.094.405    | 18,7   | 4,39       | -2,6   |
| Polonia         | 6.209.992   | 15,8   | 22.252.200    | 8,8    | 3,58       | -6,0   |
| Norvegia        | 3.093.148   | 17,6   | 13.506.435    | 11,7   | 4,37       | -5,0   |
| Paesi Bassi     | 2.546.834   | 40,6   | 10.285.719    | 23,2   | 4,04       | -12,4  |
| Ucraina         | 2.001.384   | 80,7   | 8.013.625     | 73,5   | 4,00       | -4,0   |
| Repubblica Ceca | 1.908.358   | 22,6   | 7.154.014     | 7,6    | 3,75       | -12,2  |
| Finlandia       | 1.624.619   | 15,2   | 7.105.054     | 15,7   | 4,37       | 0,5    |
| Giappone        | 1.149.731   | 9,0    | 5.415.749     | 4,8    | 4,71       | -3,8   |
| Altri           | 24.509.027  | -1,7   | 97.130.928    | -10,5  | 3,96       | -9,0   |
| Totale          | 278.144.078 | 4,0    | 1.019.389.284 | -3,2   | 3,66       | -6,9   |

# Scegliere E2U™!

## SafCEno™

SH 12 - New  
PR 106 - New

HD T18 • HD A54 • HD S62  
HD S135 • GV S107 • VR 44  
SC 22 • STG S101 • NDA 21  
CK S102 • BC S103

Tredici specifici ceppi di lievito a inoculo diretto o reidratabili a freddo

## SpringFiner™

Un agente chiarificante, estratto proteico da lievito, allergen free.

## ViniLiquid™

Innovativo ed efficiente derivato di lievito, nutriente per la fermentazione in forma liquida.

## SpringCell™ Color G2

Un prodotto funzionale per agire sull'intensità e la stabilità del colore.

## E2U™

EASY TO USE

La nostra innovativa gamma di lieviti E2U™ è stata creata per facilitare e migliorare il tuo processo di fermentazione. Queste nuove soluzioni biotecnologiche velocizzano il lavoro in cantina, migliorando i risultati qualitativi. Meno tempo, migliore qualità. **Fermentis, the obvious choice for beverage fermentation.**

Distributore esclusivo Fermentis per l'Italia: HTS enologia  
www.hts-enologia.com - info@hts-enologia.com







EXPORT SPUMANTI PER CATEGORIE - GENNAIO-DICEMBRE

|                 | Litri       |        | Euro          |        | Euro/litro |        |
|-----------------|-------------|--------|---------------|--------|------------|--------|
|                 | 2020        | Var. % | 2020          | Var. % | 2020       | Var. % |
| Champagne       | 781.972     | -34,9  | 20.465.892    | -35,4  | 26,17      | -0,9   |
| Cava            | 578.121     | 124,5  | 2.394.462     | 104,0  | 4,14       | -9,1   |
| Prosecco        | 278.144.078 | 4,0    | 1.019.389.284 | -3,2   | 3,66       | -6,9   |
| Asti            | 38.803.007  | -1,2   | 139.238.043   | -1,5   | 3,59       | -0,3   |
| Dop             | 16.360.076  | -38,0  | 86.059.822    | -31,0  | 5,26       | 11,3   |
| Igp             | 9.757.842   | -4,0   | 24.167.468    | -14,7  | 2,48       | -11,1  |
| Varietali       | 12.491.042  | -12,6  | 34.631.784    | -17,0  | 2,77       | -5,1   |
| Comuni          | 51.320.668  | -12,8  | 144.285.411   | -8,1   | 2,81       | 5,3    |
| Totale spumanti | 408.236.806 | -2,3   | 1.470.632.166 | -6,9   | 3,60       | -4,7   |

EXPORT SPUMANTI PER PAESI - GENNAIO-DICEMBRE

|                 | Litri       |        | Euro          |        | Euro/litro |        |
|-----------------|-------------|--------|---------------|--------|------------|--------|
|                 | 2020        | Var. % | 2020          | Var. % | 2020       | Var. % |
| Usa             | 87.158.769  | -2,5   | 345.810.240   | -7,5   | 3,97       | -5,2   |
| UK              | 105.001.444 | -5,4   | 324.056.102   | -13,2  | 3,09       | -8,2   |
| Germania        | 31.113.619  | -3,0   | 108.257.121   | 2,5    | 3,48       | 5,7    |
| Francia         | 19.457.680  | 4,8    | 68.288.488    | -0,5   | 3,51       | -5,0   |
| Svizzera        | 12.971.184  | 3,4    | 62.307.855    | 2,1    | 4,80       | -1,2   |
| Russia          | 18.456.868  | -1,8   | 56.408.309    | -2,6   | 3,06       | -0,9   |
| Svezia          | 13.270.782  | 16,6   | 50.559.383    | 11,6   | 3,81       | -4,3   |
| Belgio          | 13.925.444  | 10,7   | 44.755.241    | 3,3    | 3,21       | -6,7   |
| Canada          | 8.475.682   | 4,1    | 40.747.261    | 1,0    | 4,81       | -2,9   |
| Giappone        | 7.370.343   | -18,6  | 34.467.985    | -16,4  | 4,68       | 2,7    |
| Austria         | 7.654.510   | 12,8   | 32.044.517    | 10,7   | 4,19       | -1,9   |
| Polonia         | 8.122.072   | 1,7    | 28.133.946    | -1,4   | 3,46       | -3,0   |
| Paesi Bassi     | 3.933.413   | 27,8   | 20.045.290    | 0,7    | 5,10       | -21,2  |
| Norvegia        | 3.907.358   | 20,1   | 17.458.139    | 12,8   | 4,47       | -6,1   |
| Ucraina         | 3.904.387   | 48,7   | 14.273.639    | 43,9   | 3,66       | -3,3   |
| Cina            | 4.378.150   | -16,5  | 13.094.596    | -21,2  | 2,99       | -5,6   |
| Finlandia       | 2.649.850   | 15,5   | 11.056.192    | 17,8   | 4,17       | 2,0    |
| Spagna          | 6.560.749   | -5,6   | 10.938.636    | -33,6  | 1,67       | -29,6  |
| Danimarca       | 2.729.018   | -14,1  | 10.044.392    | -21,7  | 3,68       | -8,9   |
| Repubblica Ceca | 2.772.384   | 11,6   | 9.614.215     | 0,8    | 3,47       | -9,7   |
| Corea del Sud   | 1.031.352   | 13,3   | 4.121.358     | 12,7   | 4,00       | -0,5   |
| Altri           | 43.391.748  | -12,4  | 164.149.261   | -16,7  | 3,78       | -4,9   |
| Totale          | 408.236.806 | -2,3   | 1.470.632.166 | -6,9   | 3,60       | -4,7   |

Il bilancio negativo del 2020 è determinato dall'andamento non particolarmente brillante del Prosecco in UK (-10%) e Usa (-9%), pur controbilanciato dalle buone performance sui mercati secondari. Asti in saldo globale stabile, ma con forti crescite in Usa (+38%), Germania (+10%), a controbilanciare il calo registrato in Russia (-10%). Fortissime riduzioni si registrano per la spumantistica a denominazione d'origine, comprensiva del metodo classico (-30%), che si allineano alle performance negative dei parigrado Champagne e Cava. Se per gli spumanti di più alto livello il saldo negativo era stato già messo nei conti, considerando la loro esposizione quasi totale sul segmento Horeca, meno

immediata è l'associazione del segno meno per gli Charmat e segnatamente il Prosecco, bollicina da off-trade e che per tutto l'anno aveva fatto segnare sui supermercati britannici e americani crescite a doppia cifra. Evidentemente, le richieste cumulate a inizio pandemia, associate a un affievolimento dei consumi verso la coda d'anno, hanno determinato un overstocking di prodotto, da riassorbire nei primi mesi dell'anno in corso. Cosa - aprendo la parentesi UK - non proprio immediata, alla luce delle traversie che esportatori italiani e importatori britannici stanno vivendo di qua e di là della Manica in termini di impacci burocratici e grovigli logistici causati dall'entrata in vigore dei meccanismi post-Brexit.

Restando nel comparto bollicine, di tutt'altro colore lo scenario in cui si sono mossi i frizzanti: la categoria si dimostra quella ad aver registrato meno scombussolamenti sul mercato, anzi ad aver segnato performance di decisa crescita: a partire dagli Usa, primo mercato per i Lambruschi (+18% valore), e passare per il Messico, in forte ripresa rispetto a un 2019 altalenante, e la Repubblica Ceca, confermatasi al quarto posto tra i Paesi clienti (+13%).



# Scegli il lievito giusto!



Tredici specifici ceppi di lievito a inoculo diretto o reidratabili a freddo

- SafCEno™ SH 12 - New

Ideale per vini bianchi e rosati ricchi in precursori tiolici
- SafCEno™ PR 106 - New

Per vini spumanti Premium, ideale per prosecco
- SafCEno™ HD T18

Esalta i bianchi terpenici piacevoli ed eleganti
- SafCEno™ CK S102

Il ceppo ideale per i vini aromatici bianchi e rosé
- SafCEno™ BC S103

Il ceppo ideale per tutte le fermentazioni primarie e rifermentazioni
- SafCEno™ STG S101

Per vini rossi e rosati intensamente fruttati

- SafCEno™ HD A54

Produce intensi aromi fruttati
- SafCEno™ GV S107

Ideale per vini bianchi Premium
- SafCEno™ HS S135

Ibrido per rossi con corpo ma morbidi
- SafCEno™ SC 22

Ideale per esaltare l'origine e il varietale
- SafCEno™ HD 62

Il ceppo ibrido per rossi intensi e strutturati
- SafCEno™ NDA 21

La scelta per rossi fruttati e eleganti
- SafCEno™ VR 44

Per fermentazioni sicure e rifermentazioni

La nostra innovativa gamma di lieviti E2U™ è stata creata per facilitare e migliorare il tuo processo di fermentazione. Queste nuove soluzioni biotecnologiche velocizzano il lavoro in cantina, migliorando i risultati qualitativi. Meno tempo, migliore qualità. **Fermentis, the obvious choice for beverage fermentation.**

Distributore esclusivo Fermentis per l'Italia: HTS enologia  
www.hts-enologia.com - info@hts-enologia.com







EXPORT FRIZZANTI  
PER PAESI  
GENNAIO-DICEMBRE

|                 | Litri       |        | Euro        |        | Euro/litro |        |
|-----------------|-------------|--------|-------------|--------|------------|--------|
|                 | 2020        | Var. % | 2020        | Var. % | 2020       | Var. % |
| Usa             | 34.963.459  | 18,9   | 102.602.362 | 17,6   | 2,93       | -1,1   |
| Germania        | 48.436.266  | -0,8   | 97.943.931  | -9,7   | 2,02       | -8,9   |
| Messico         | 12.615.110  | 52,5   | 26.767.561  | 46,0   | 2,12       | -4,2   |
| Repubblica Ceca | 7.122.282   | 21,0   | 16.921.008  | 13,3   | 2,38       | -6,3   |
| UK              | 6.778.930   | 15,6   | 16.890.988  | 4,8    | 2,49       | -9,4   |
| Austria         | 7.626.091   | -7,6   | 16.769.079  | -12,4  | 2,20       | -5,2   |
| Paesi Bassi     | 6.103.631   | 1,4    | 14.032.403  | -2,0   | 2,30       | -3,4   |
| Francia         | 6.537.995   | -4,8   | 12.696.449  | -12,2  | 1,94       | -7,8   |
| Irlanda         | 3.890.834   | 43,9   | 11.718.769  | 28,8   | 3,01       | -10,5  |
| Russia          | 7.606.776   | -3,9   | 10.081.347  | -3,6   | 1,33       | 0,3    |
| Spagna          | 6.014.970   | -10,1  | 9.297.152   | -12,1  | 1,55       | -2,1   |
| Giappone        | 2.610.055   | -13,3  | 8.518.857   | -0,4   | 3,26       | 14,9   |
| Polonia         | 2.963.763   | 14,1   | 8.014.841   | 6,4    | 2,70       | -6,7   |
| Svizzera        | 1.537.921   | -2,1   | 6.418.924   | 0,0    | 4,17       | 2,1    |
| Canada          | 1.986.262   | 39,6   | 6.382.143   | 10,2   | 3,21       | -21,1  |
| Cina            | 1.590.834   | -26,5  | 5.652.323   | -30,2  | 3,55       | -5,1   |
| Altri           | 26.203.627  | 9,6    | 58.682.353  | 9,1    | 2,24       | -0,4   |
| Totale          | 184.588.806 | 7,7    | 429.390.490 | 3,9    | 2,33       | -3,5   |



## Anno nero per i grandi vini

Veniamo ai vini fermi, che chiudono un anno interlocutorio: il saldo di relativa stabilità è generato da spinte negative (Usa, UK, Canada, Giappone, Francia) e positive, soprattutto sul mercato continentale europeo e scandinavo.

Tra le categorie, ottima la performance dei bianchi a denominazione (saldo +8% volume), contro il -4% dei rossi, dovuto alle magre performance in Usa di toscani (-20%), piemontesi (-10%) e veneti (-12%), che avevano registrato un'impennata degli acquisti nel primo bimestre, dettata dal timore degli importatori che questi vini finissero per pagare i dazi aggiuntivi, timore poi scivolato via, con conseguente riduzione delle richieste in corso d'anno.

Di contro, lato bianchi a Do, i veneti e trentini (quindi Pinot grigio) incrociano performance differenziate sui principali mercati: in Usa saldo positivo per i trentini (+12%) e negativo per i veneti (-10%), mentre in UK i ruoli si invertono: -2% per i trentini e +15% per i ♦♦



EXPORT DI VINO IN BOTTIGLIA <2 LITRI PER CATEGORIE - GENNAIO-DICEMBRE

|                          | Litri         |        | Euro          |        | Euro/litro |        |
|--------------------------|---------------|--------|---------------|--------|------------|--------|
|                          | 2020          | Var. % | 2020          | Var. % | 2020       | Var. % |
| Frizzanti Dop            | 68.966.252    | 8,2    | 188.682.699   | 0,3    | 2,74       | -7,2   |
| Frizzanti Igp            | 82.765.474    | 8,5    | 175.643.741   | 11,1   | 2,12       | 2,5    |
| Frizzanti varietali      | 2.064.469     | 11,3   | 4.278.268     | -21,3  | 2,07       | -29,3  |
| Frizzanti comuni         | 30.792.611    | 4,6    | 60.785.782    | -1,5   | 1,97       | -5,8   |
| Totale frizzanti         | 184.588.806   | 7,7    | 429.390.490   | 3,9    | 2,33       | -3,5   |
| Bianchi Dop              | 294.793.043   | 8,0    | 937.601.871   | 2,9    | 3,18       | -4,8   |
| Rossi Dop                | 273.214.288   | -3,7   | 1.537.675.767 | -3,7   | 5,63       | 0,0    |
| Totale Dop               | 568.007.331   | 2,0    | 2.475.277.638 | -1,3   | 4,36       | -3,3   |
| Bianchi Igp              | 111.874.565   | -6,4   | 281.887.609   | -9,4   | 2,52       | -3,3   |
| Rossi Igp                | 231.295.755   | 5,4    | 891.643.131   | 3,7    | 3,85       | -1,6   |
| Totale Igp               | 343.170.320   | 1,2    | 1.173.530.740 | 0,2    | 3,42       | -1,0   |
| Bianchi varietali        | 14.747.122    | -17,2  | 16.244.796    | -35,2  | 1,10       | -21,7  |
| Rossi varietali          | 9.374.057     | -12,1  | 25.601.140    | -14,8  | 2,73       | -3,1   |
| Totale varietali         | 24.121.179    | -15,3  | 41.845.936    | -24,1  | 1,73       | -10,3  |
| Bianchi comuni           | 28.917.851    | -22,3  | 42.453.183    | -12,3  | 1,47       | 12,8   |
| Rossi comuni             | 44.698.240    | -2,5   | 120.474.278   | 6,7    | 2,70       | 9,4    |
| Totale comuni            | 73.616.091    | -11,4  | 162.927.461   | 1,0    | 2,21       | 13,9   |
| Totale vini fermi        | 1.008.914.921 | 0,2    | 3.853.581.775 | -1,1   | 3,82       | -1,3   |
| Marsala                  | 2.187.689     | -8,8   | 7.430.055     | -5,8   | 3,40       | 3,3    |
| Dop-Igp > 15°            | 3.501.732     | 20,8   | 51.280.721    | 16,4   | 14,64      | -3,7   |
| Comuni > 15°             | 955.617       | 91,8   | 3.442.926     | 54,4   | 3,60       | -19,5  |
| Tot. liquorosi e passiti | 6.645.038     | 14,7   | 62.153.702    | 14,7   | 9,35       | 0,0    |
| Riexport                 | 6.155.374     | -35,4  | 34.165.250    | -40,9  | 5,55       | -8,6   |
| Totale                   | 1.206.304.139 | 1,0    | 4.379.291.217 | -1,0   | 3,63       | -2,0   |

EXPORT VINI DOP BOTTIGLIA - .000 DI EURO

| Paese         | Bianchi Sicilia | Var. % | Bianchi TAA-FVG | Var. % | Bianchi Veneto | Var. % | Rossi Piemonte | Var. % | Rossi Sicilia | Var. % | Rossi Toscana | Var. % | Rossi Veneto | Var. % |
|---------------|-----------------|--------|-----------------|--------|----------------|--------|----------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|--------------|--------|
| Germania      | 8.975           | 14     | 32.396          | 16     | 54.046         | 4      | 33.930         | 24     | 16.048        | -18    | 65.306        | 1      | 30.924       | -12    |
| UK            | 1.477           | -51    | 17.510          | -2     | 47.198         | 15     | 29.166         | 13     | 5.185         | -28    | 33.288        | 8      | 16.705       | -1     |
| Francia       | 366             | -14    | 1.548           | -13    | 2.797          | 26     | 5.908          | -5     | 2.042         | -26    | 17.106        | 0      | 4.696        | -36    |
| Paesi Bassi   | 1.224           | -26    | 10.584          | 66     | 12.201         | 29     | 11.457         | 65     | 2.748         | 7      | 9.822         | 1      | 16.620       | 25     |
| Irlanda       | 53              | -52    | 450             | -48    | 3.029          | -10    | 804            | -10    | 386           | -31    | 2.167         | 0      | 2.529        | -3     |
| Polonia       | 493             | 23     | 653             | -37    | 1.279          | -28    | 520            | -47    | 716           | -1     | 4.018         | -7     | 1.107        | -32    |
| Danimarca     | 308             | 69     | 696             | -35    | 1.958          | -28    | 14.432         | 16     | 738           | -13    | 10.960        | 20     | 27.458       | 13     |
| Spagna        | 54              | -40    | 405             | -47    | 354            | -44    | 991            | -1     | 183           | -54    | 1.930         | 4      | 322          | -58    |
| Belgio        | 1.655           | -24    | 3.908           | 12     | 2.934          | -11    | 8.284          | 33     | 2.534         | -25    | 9.148         | -12    | 4.155        | 0      |
| Svezia        | 121             | 124    | 935             | 0      | 1.783          | 25     | 14.508         | 10     | 729           | -41    | 6.989         | 3      | 23.166       | -1     |
| Finlandia     | 22              | -6     | 315             | -5     | 1.695          | 28     | 2.193          | 15     | 280           | -21    | 1.572         | 6      | 5.260        | 6      |
| Austria       | 38              | -49    | 2.918           | -10    | 2.737          | -2     | 3.569          | 28     | 487           | -13    | 6.286         | -5     | 1.985        | -25    |
| Norvegia      | 108             | -51    | 661             | 4      | 2.712          | 3      | 22.331         | 42     | 964           | -39    | 7.149         | 29     | 17.566       | 33     |
| Svizzera      | 924             | 6      | 3.675           | -10    | 1.974          | -15    | 17.950         | 12     | 3.317         | 36     | 38.266        | -8     | 32.114       | -3     |
| Russia        | 517             | -10    | 3.185           | -22    | 8.185          | 52     | 1.805          | -26    | 2.156         | 36     | 7.478         | 23     | 2.148        | -24    |
| Usa           | 2.113           | -23    | 119.131         | 12     | 98.474         | -10    | 72.270         | -10    | 7.635         | -26    | 169.866       | -20    | 31.374       | -12    |
| Canada        | 457             | -46    | 16.152          | -10    | 22.825         | -10    | 14.663         | -14    | 1.952         | -31    | 49.025        | -1     | 35.041       | -4     |
| Cina          | 405             | 77     | 438             | -56    | 1.084          | -31    | 5.738          | 5      | 2.269         | -8     | 8.532         | -31    | 4.432        | -26    |
| Corea del Sud | 154             | 132    | 154             | 21     | 224            | 46     | 2.466          | 42     | 373           | 72     | 4.063         | 58     | 1.266        | 39     |
| Giappone      | 1.455           | -7     | 2.389           | -25    | 2.546          | -16    | 9.696          | -22    | 2.059         | -13    | 14.107        | -15    | 3.363        | -8     |
| Totale        | 22.867          | -8     | 228.583         | 6      | 288.651        | 0      | 291.346        | 6      | 57.978        | -15    | 504.268       | -9     | 276.829      | -4     |

## 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  
Ketty Magni, Omar Bison, Camilla De Paolis, Gaetano Pio Liscio, Alberto Caudana, Vincenzo Gerbi

GRAFICA  
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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







| EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA PER PAESI - GENNAIO-DICEMBRE |               |        |               |        |            |        |
|-------------------------------------------------------------|---------------|--------|---------------|--------|------------|--------|
|                                                             | Litri         |        | Euro          |        | Euro/litro |        |
|                                                             | 2020          | Var. % | 2020          | Var. % | 2020       | Var. % |
| Usa                                                         | 201.822.516   | -3,6   | 934.399.219   | -7,9   | 4,63       | -4,4   |
| Germania                                                    | 222.403.688   | 5,9    | 712.076.674   | 6,9    | 3,20       | 0,9    |
| UK                                                          | 138.899.728   | -1,7   | 342.626.362   | -0,9   | 2,47       | 0,8    |
| Canada                                                      | 60.004.223    | -3,2   | 284.277.013   | -0,7   | 4,74       | 2,6    |
| Svizzera                                                    | 41.088.909    | 6,9    | 273.600.603   | 7,1    | 6,66       | 0,2    |
| Paesi Bassi                                                 | 43.109.596    | 23,5   | 152.763.234   | 24,2   | 3,54       | 0,5    |
| Danimarca                                                   | 27.684.694    | 9,1    | 119.899.467   | 2,4    | 4,33       | -6,2   |
| Giappone                                                    | 25.848.271    | -20,2  | 104.173.393   | -16,3  | 4,03       | 4,9    |
| Svezia                                                      | 21.582.950    | 5,6    | 96.756.903    | -0,3   | 4,48       | -5,5   |
| Belgio                                                      | 30.091.283    | 25,6   | 93.021.368    | 5,3    | 3,09       | -16,1  |
| Francia                                                     | 19.575.607    | -26,8  | 78.507.950    | -18,6  | 4,01       | 11,1   |
| Norvegia                                                    | 14.375.066    | 20,8   | 74.314.546    | 22,4   | 5,17       | 1,4    |
| Cina                                                        | 16.728.949    | -33,6  | 70.596.593    | -26,3  | 4,22       | 11,0   |
| Russia                                                      | 23.886.546    | -4,0   | 58.386.165    | -3,6   | 2,44       | 0,5    |
| Austria                                                     | 14.545.315    | -1,6   | 45.003.582    | -3,7   | 3,09       | -2,1   |
| Corea del Sud                                               | 5.824.108     | 35,5   | 34.701.992    | 41,5   | 5,96       | 4,5    |
| Polonia                                                     | 12.279.374    | 10,9   | 32.823.102    | -1,4   | 2,67       | -11,1  |
| Finlandia                                                   | 6.446.519     | 10,4   | 27.439.085    | 5,2    | 4,26       | -4,7   |
| Brasile                                                     | 7.304.342     | 5,4    | 23.763.752    | -2,9   | 3,25       | -7,9   |
| Irlanda                                                     | 7.713.801     | -2,7   | 19.985.614    | -7,3   | 2,59       | -4,8   |
| Repubblica Ceca                                             | 6.303.147     | -1,2   | 18.238.219    | -8,3   | 2,89       | -7,1   |
| Hong Kong                                                   | 1.467.364     | -15,5  | 15.701.001    | -11,2  | 10,70      | 5,0    |
| Spagna                                                      | 1.614.073     | -38,8  | 10.292.624    | -26,6  | 6,38       | 20,0   |
| Messico                                                     | 2.275.273     | -7,7   | 6.301.238     | -21,3  | 2,77       | -14,7  |
| Altri                                                       | 56.039.579    | -0,4   | 223.932.076   | -2,1   | 4,00       | -1,7   |
| Totale                                                      | 1.008.914.921 | 0,2    | 3.853.581.775 | -1,1   | 3,82       | -1,3   |

## Bene il box, fiammate per lo sfuso bianco Dop

Grazie alla pandemia, che ha spinto i consumatori verso la ricerca di formati pratici per le scorte domestiche, i vini in bag-in-box portano a casa una performance di +30% volume, dettata sia dai principali mercati (gli scandinavi e UK), ma anche da quelli minori, come il Canada (oltre 300% di crescita), la Svizzera e gli stessi Usa, balzati al quarto posto grazie a una crescita del 30% a valore. Sullo sfuso, si ritrova segno positivo sulla colonna dei prezzi medi, ma le quantità esportate sono relativamente minori, dato il confronto con l'annata 2019, che aveva dovuto smaltire la sovrabbon-

veneti, con riallineamento della positività verso il mercato tedesco.

Da rimarcare il segno prevalentemente negativo per tutti i Dop regionali sul mercato giapponese, nonostante il free trade attivo da un anno, con punte di -22% per i piemontesi, -15% per i toscani e -8% per i veneti, a cui si affiancano i -14%, -1% e -4% sul mercato canadese. Male anche il consuntivo per i rossi siciliani (-15% globale, dettato dal -26% degli Usa e dal -18% della Germania), mentre sul fronte bianchi alla performance positiva del mercato tedesco (+14%), fanno da contraltare il -23% e il -51% sui mercati statunitense e britannico.

dante produzione del 2018. Alla fine, oltre a mandar fuori meno prodotto, si è guadagnato pure meno (i comuni a -8%), mentre in controtendenza è il dato dei bianchi a denominazione: molto Pinot grigio è partito sfuso alla volta di Germania, Usa e Regno Unito (+20% medio il volume, con picchi di +25% verso Londra), ma per rispondere alla richiesta dei buyer si è dovuto scontare fortemente sulla colonna prezzi (-8%, a 89 cents di media), portando a casa un saldo positivo a valore di +10%.

Carlo Flamini

| EXPORT VINO 2-10 LITRI PER CATEGORIE - GENNAIO-DICEMBRE |            |        |             |        |            |        |
|---------------------------------------------------------|------------|--------|-------------|--------|------------|--------|
|                                                         | Litri      |        | Euro        |        | Euro/litro |        |
|                                                         | 2020       | Var. % | 2020        | Var. % | 2020       | Var. % |
| Frizzanti                                               | 3.010.662  | 37,7   | 4.868.913   | 48,6   | 1,62       | 8,0    |
| Piemonte Dop                                            | 3.466.636  | 105,7  | 9.117.707   | 102,2  | 2,63       | -1,7   |
| Bianchi Dop                                             | 8.746.267  | 105,7  | 20.612.644  | 154,6  | 2,36       | 23,8   |
| Rossi Dop                                               | 4.299.585  | 31,4   | 11.192.402  | 23,4   | 2,60       | -6,1   |
| Totale Dop                                              | 16.512.488 | 79,3   | 40.922.753  | 88,8   | 2,48       | 5,3    |
| Bianchi Igp                                             | 10.247.883 | 58,8   | 13.907.816  | 50,3   | 1,36       | -5,3   |
| Rossi Igp                                               | 14.444.552 | 7,4    | 38.056.614  | 1,7    | 2,63       | -5,3   |
| Totale Igp                                              | 24.692.435 | 24,1   | 51.964.430  | 11,3   | 2,10       | -10,3  |
| Bianchi varietali                                       | 2.290.490  | 8,8    | 3.991.388   | 11,2   | 1,74       | 2,3    |
| Rossi varietali                                         | 907.123    | -0,3   | 1.354.233   | 1,8    | 1,49       | 2,1    |
| Totale varietali                                        | 3.197.613  | 6,0    | 5.345.621   | 8,7    | 1,67       | 2,5    |
| Bianchi comuni                                          | 2.867.963  | -34,9  | 2.716.551   | -69,5  | 0,95       | -53,1  |
| Rossi comuni                                            | 3.841.880  | 3,0    | 5.782.438   | 8,3    | 1,51       | 5,1    |
| Totale comuni                                           | 6.709.843  | -17,5  | 8.498.989   | -40,3  | 1,27       | -27,6  |
| Dop-Igp > 15°                                           | 37.258     | 6,7    | 650.809     | 15,1   | 17,47      | 7,9    |
| Comuni > 15°                                            | 43.755     | -28,6  | 87.311      | -25,8  | 2,00       | 3,8    |
| Vini > 15°                                              | 81.013     | -15,8  | 738.120     | 8,1    | 9,11       | 28,3   |
| Riexport                                                | 189.594    | -7,2   | 404.219     | -74,3  | 2,13       | -72,3  |
| Totale 2-10 litri                                       | 54.393.648 | 27,2   | 112.743.045 | 21,2   | 2,07       | -4,8   |

| EXPORT VINO 2-10 LITRI PER PAESI - GENNAIO-DICEMBRE |            |        |             |        |            |        |
|-----------------------------------------------------|------------|--------|-------------|--------|------------|--------|
|                                                     | Litri      |        | Euro        |        | Euro/litro |        |
|                                                     | 2020       | Var. % | 2020        | Var. % | 2020       | Var. % |
| Svezia                                              | 9.789.602  | 11,0   | 24.475.799  | 10,0   | 2,50       | -0,9   |
| Norvegia                                            | 8.004.111  | 69,7   | 18.463.243  | 70,4   | 2,31       | 0,4    |
| UK                                                  | 10.801.293 | 81,1   | 14.169.042  | 70,0   | 1,31       | -6,2   |
| Usa                                                 | 5.296.446  | 16,3   | 11.168.218  | 27,9   | 2,11       | 9,9    |
| Germania                                            | 4.837.099  | -4,1   | 10.159.110  | -11,2  | 2,10       | -7,4   |
| Canada                                              | 1.462.928  | 333,6  | 5.300.946   | 282,1  | 3,62       | -11,9  |
| Danimarca                                           | 2.077.677  | 8,3    | 4.136.298   | 4,3    | 1,99       | -3,7   |
| Svizzera                                            | 1.242.344  | 65,4   | 3.140.462   | -14,0  | 2,53       | -48,0  |
| Finlandia                                           | 1.226.302  | 19,5   | 2.959.205   | 21,9   | 2,41       | 2,0    |
| Repubblica Ceca                                     | 2.297.180  | -2,5   | 2.677.813   | -5,8   | 1,17       | -3,4   |
| Francia                                             | 600.701    | -15,7  | 1.676.304   | -6,4   | 2,79       | 11,0   |
| Altri                                               | 6.757.965  | 3,1    | 14.416.605  | -6,3   | 2,13       | -9,1   |
| Totale                                              | 54.393.648 | 27,2   | 112.743.045 | 21,2   | 2,07       | -4,8   |

|                   | Litri       |        | Euro        |        | Euro/litro |        |
|-------------------|-------------|--------|-------------|--------|------------|--------|
|                   | 2020        | Var. % | 2020        | Var. % | 2020       | Var. % |
| Frizzanti         | 2.796.388   | -51,6  | 4.757.255   | -43,2  | 1,70       | 17,5   |
| Bianchi Dop       | 32.973.248  | 18,5   | 29.467.050  | 9,5    | 0,89       | -7,6   |
| Rossi Dop         | 8.891.320   | -4,1   | 15.208.441  | -1,2   | 1,71       | 3,0    |
| Totale Dop        | 41.864.568  | 12,9   | 44.675.491  | 5,6    | 1,07       | -6,4   |
| Bianchi Igp       | 22.666.889  | 0,9    | 21.216.939  | -6,7   | 0,94       | -7,5   |
| Rossi Igp         | 34.508.941  | -5,7   | 52.774.226  | -4,1   | 1,53       | 1,7    |
| Totale Igp        | 57.175.830  | -3,2   | 73.991.165  | -4,9   | 1,29       | -1,7   |
| Bianchi varietali | 29.122.281  | -40,7  | 15.532.443  | -27,6  | 0,53       | 22,1   |
| Rossi varietali   | 5.791.448   | -5,3   | 5.197.691   | -19,1  | 0,90       | -14,6  |
| Totale varietali  | 34.913.729  | -36,7  | 20.730.134  | -25,6  | 0,59       | 17,6   |
| Bianchi comuni    | 152.294.764 | -15,6  | 63.552.256  | -11,6  | 0,42       | 4,7    |
| Rossi comuni      | 87.937.181  | -15,8  | 49.758.530  | -3,3   | 0,57       | 14,9   |
| Totale comuni     | 240.231.945 | -15,7  | 113.310.786 | -8,2   | 0,47       | 9,0    |
| Dop-Igp > 15°     | 375.451     | -39,0  | 1.471.193   | -39,3  | 3,92       | -0,5   |
| Comuni > 15°      | 6.128.071   | -22,7  | 2.317.776   | -0,9   | 0,38       | 28,2   |
| Totale vini > 15° | 6.503.522   | -23,9  | 3.788.969   | -20,4  | 0,58       | 4,6    |
| Riexport          | 1.793.747   | -37,1  | 9.520.782   | 1,8    | 5,31       | 61,7   |
| Totale            | 385.279.729 | -15,0  | 270.774.582 | -7,8   | 0,70       | 8,5    |

|                 | Litri       |        | Euro        |        | Euro/litro |        |
|-----------------|-------------|--------|-------------|--------|------------|--------|
|                 | 2020        | Var. % | 2020        | Var. % | 2020       | Var. % |
| Germania        | 243.304.267 | -10,5  | 129.646.985 | 0,7    | 0,53       | 12,5   |
| Svizzera        | 17.257.614  | -9,1   | 25.752.154  | -9,4   | 1,49       | -0,4   |
| Francia         | 27.384.915  | -36,5  | 15.498.211  | -32,9  | 0,57       | 5,7    |
| Svezia          | 12.815.959  | 35,5   | 14.858.430  | 18,2   | 1,16       | -12,8  |
| Usa             | 3.171.404   | 11,8   | 11.553.539  | 15,3   | 3,64       | 3,1    |
| UK              | 12.100.248  | -15,1  | 10.194.449  | -28,1  | 0,84       | -15,3  |
| Norvegia        | 4.490.149   | 68,5   | 9.333.620   | 60,4   | 2,08       | -4,8   |
| Austria         | 14.153.323  | -18,7  | 8.646.722   | -13,3  | 0,61       | 6,7    |
| Danimarca       | 5.267.857   | -19,0  | 6.511.425   | -24,3  | 1,24       | -6,5   |
| Repubblica Ceca | 10.494.711  | -2,5   | 5.168.502   | -2,6   | 0,49       | 0,0    |
| Canada          | 5.822.464   | 5,9    | 5.152.215   | 11,1   | 0,88       | 5,0    |
| Spagna          | 3.979.196   | -41,5  | 3.700.842   | -29,6  | 0,93       | 20,3   |
| Giappone        | 2.340.660   | 10,1   | 2.951.317   | -8,0   | 1,26       | -16,4  |
| Polonia         | 2.289.080   | -28,7  | 2.355.553   | -26,6  | 1,03       | 3,0    |
| Belgio          | 1.609.933   | -35,9  | 2.116.703   | -39,2  | 1,31       | -5,0   |
| Paesi Bassi     | 1.439.656   | -42,8  | 1.916.355   | -42,0  | 1,33       | 1,4    |
| Altri           | 17.358.293  | -47,3  | 15.417.560  | -35,7  | 0,89       | 22,1   |
| Totale          | 385.279.729 | -15,0  | 270.774.582 | -7,8   | 0,70       | 8,5    |





# Enzimi Experzyme. Forza resistenza energia.



**ExperZyme**

L'uva contiene ciò che ti occorre.  
Gli enzimi ti aiutano ad esprimerlo al meglio.  
Con la gamma **Experzyme**  
oggi anche ad un costo sostenibile.

## ENZIMI EXPERZYME

**ExperZyme** rappresenta il perfezionamento della proposta di Tebaldi: nuovi enzimi - preparati granulari facilmente solubili, FCE, stabilizzati a pH bassi, e in grado di mantenere l'attività significativa anche a bassa temperatura.

Macerazione, pressatura, flottazione e chiarifica, estrazione ed esaltazione degli aromi: sono queste le principali attività degli enzimi **ExperZyme**, per portare ogni giorno soluzioni e innovazione ai nostri clienti.

**Tebaldi.it**

Innovatori per passione



Via Colomba, 14  
37030 Colognola Ai Colli (VR)  
Tel. 045 7675023 - Fax 045 7675380  
[www.tebaldi.it](http://www.tebaldi.it)



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

| Mese   | Generale<br>(con tabacchi) | Alimentari<br>e bevande<br>analcoliche | Pane e<br>cereali | Pasta | Carni | Pesci e<br>prodotti ittici | Latte<br>formaggi e<br>uova | Oli e<br>grassi | Frutta | Vegetali | Generale<br>bevande<br>analcoliche | Acque<br>minerali | Generale<br>bevande<br>alcoliche | Alcolici | Vini  | Birre |
|--------|----------------------------|----------------------------------------|-------------------|-------|-------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|--------|----------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------|-------|
| feb-20 | 0,3%                       | 0,3%                                   | 0,4%              | -0,3% | 1,7%  | 1,0%                       | 0,9%                        | -1,6%           | 3,9%   | -4,2%    | -0,1%                              | 1,3%              | 0,4%                             | 1,8%     | 0,4%  | -0,1% |
| mar-20 | 0,1%                       | 1,1%                                   | 1,1%              | 1,6%  | 2,0%  | 2,0%                       | 1,6%                        | -0,8%           | 3,7%   | -2,0%    | 0,2%                               | 0,8%              | 0,9%                             | 1,8%     | 0,9%  | 0,7%  |
| apr-20 | 0,0%                       | 2,8%                                   | 1,7%              | 4,3%  | 2,5%  | 2,3%                       | 2,0%                        | 0,6%            | 8,5%   | 4,7%     | 1,2%                               | 2,5%              | 1,3%                             | 2,4%     | 1,3%  | 0,6%  |
| mag-20 | -0,2%                      | 2,6%                                   | 1,5%              | 3,3%  | 2,7%  | 2,1%                       | 1,8%                        | 0,2%            | 7,1%   | 3,8%     | 0,8%                               | 2,0%              | 1,1%                             | 2,3%     | 1,1%  | 0,4%  |
| giu-20 | -0,2%                      | 2,4%                                   | 1,3%              | 2,6%  | 2,6%  | 1,9%                       | 1,4%                        | -0,9%           | 10,1%  | 3,0%     | 0,5%                               | 1,3%              | 0,0%                             | 1,8%     | 0,3%  | -1,4% |
| lug-20 | -0,4%                      | 1,4%                                   | 0,6%              | 2,2%  | 2,3%  | 1,7%                       | 1,1%                        | -2,3%           | 7,1%   | 0,1%     | -0,5%                              | 0,1%              | -0,4%                            | 1,5%     | -0,5% | -1,0% |
| ago-20 | -0,5%                      | 1,1%                                   | 0,3%              | 1,0%  | 2,3%  | 1,7%                       | 0,7%                        | -3,2%           | 7,2%   | -1,4%    | -0,6%                              | 0,2%              | -0,3%                            | 1,2%     | -0,1% | -1,2% |
| set-20 | -0,6%                      | 1,2%                                   | 0,2%              | 1,5%  | 1,9%  | 1,9%                       | 0,5%                        | -3,2%           | 9,0%   | -0,2%    | -0,8%                              | 0,0%              | -0,8%                            | 0,8%     | -1,1% | -0,6% |
| ott-20 | -0,3%                      | 1,4%                                   | 0,2%              | 0,2%  | 1,5%  | 1,9%                       | 0,0%                        | -2,8%           | 8,7%   | 3,0%     | -1,0%                              | 0,0%              | -0,9%                            | 0,8%     | -1,1% | -1,3% |
| nov-20 | -0,2%                      | 1,3%                                   | 0,3%              | 1,2%  | 1,4%  | 1,2%                       | 0,1%                        | -3,9%           | 5,0%   | 5,2%     | -0,3%                              | 1,1%              | -1,0%                            | 0,7%     | -1,5% | -0,4% |
| dic-20 | -0,2%                      | 0,8%                                   | 0,6%              | 1,6%  | 1,3%  | 1,3%                       | 0,2%                        | -3,8%           | 3,3%   | 1,2%     | 0,2%                               | 1,8%              | -1,3%                            | -0,3%    | -1,9% | -0,1% |
| gen-21 | 0,5%                       | 0,7%                                   | 0,6%              | 2,1%  | 1,2%  | 0,6%                       | 0,0%                        | -3,3%           | 2,5%   | 0,6%     | 0,2%                               | 1,8%              | -1,4%                            | -0,6%    | -1,9% | -0,7% |
| feb-21 | 0,6%                       | 0,4%                                   | 0,2%              | 1,5%  | 1,0%  | 0,8%                       | -0,2%                       | -1,8%           | 1,5%   | 0,0%     | 0,0%                               | 1,0%              | -1,2%                            | -0,3%    | -2,0% | 0,0%  |

Fonte grafici  
e tabelle:  
elaborazioni  
Corriere Vinicolo  
su dati Istat

FEBBRAIO VINI  
ANCORA IN CRISI

Senza gli ordinativi della ristorazione, sia in Italia che all'estero, i prezzi dei vini di maggior pregio sono scesi del 2,8%. Una tendenza solo leggermente più moderata si osserva anche per gli spumanti, che arretrano del 2,6%



L'Italia entra in una fase di reflazione. I tecnici ricorrono a questo termine quando descrivono una moderata ripresa inflazionistica dopo una fase di crescita negativa dei prezzi al consumo. E i dati Istat lo confermano, indicando a febbraio un'accelerazione del caro-vita al più 0,6%, dallo 0,5% di gennaio. Per trovare una crescita analoga bisogna risalire la serie storica fino a giugno del 2019, quando l'inflazione era al più 0,7%. Ma soprattutto bisogna scavallare un periodo di deflazione protrattosi per otto mesi, da maggio a dicembre 2020.

La reflazione, quella in atto, non è tuttavia l'espressione di una ripresa economica, in un contesto al contrario ancora caratterizzato da un contenimento delle spese delle famiglie sia in servizi che in beni non alimentari. L'elemento inflazionistico va ancora ricercato, dunque, nella componente energetica, se si considera che, con la stretta deliberata in ambito Opec-plus alla produzione di greggio, il prezzo del barile è tornato nei giorni scorsi sopra la soglia dei 70 dollari (la quotazione è riferita al Brent, petrolio di riferimento europeo), sia pure in un contesto volatile. Quanto basta per spiegare l'inversione di tendenza dei prezzi dei servizi

X-PRO<sup>®</sup>

Finesse

Bactoclean

Identity Red

Grapes

Identity White

Protection

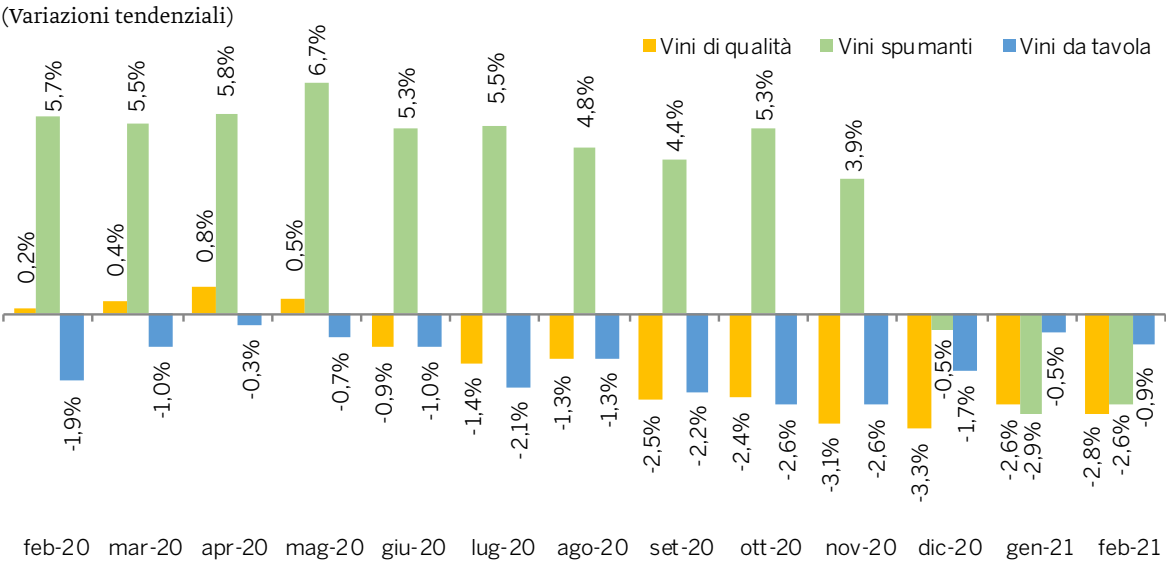
LA RISPOSTA NATURALE  
PER ESALTARE E PROTEGGERE  
L'IDENTITÀ DEL VINO

ENOLOGICA  
VASON<sup>®</sup>

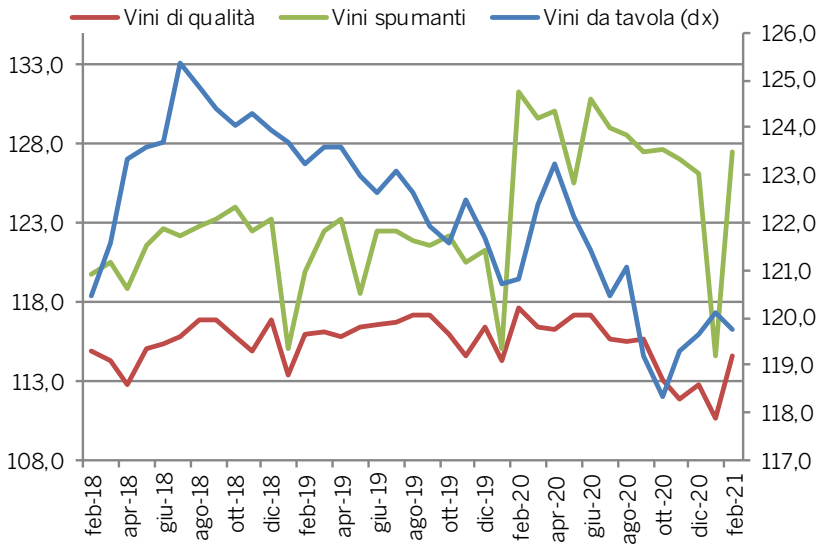
vason.com



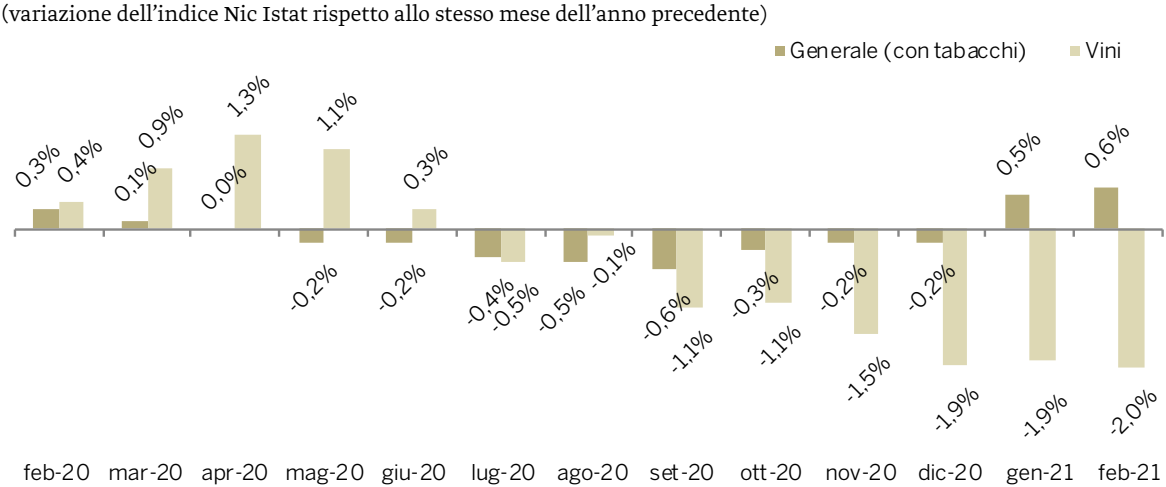
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA



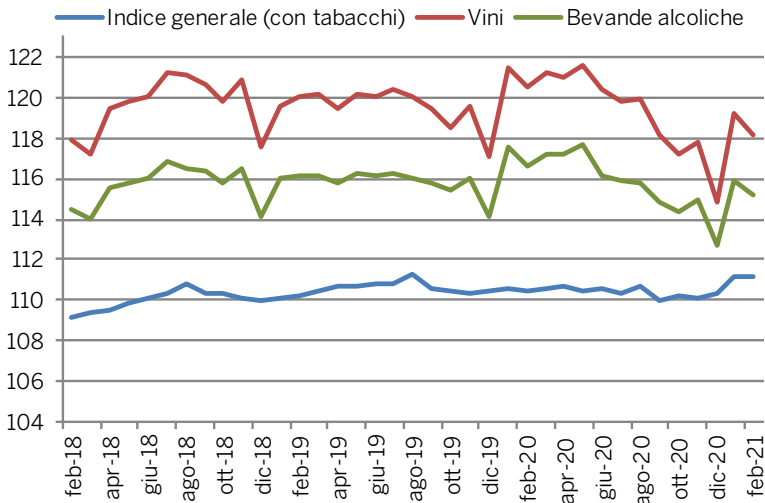
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA



DINAMICA TENDENZIALE DEI PREZZI AL CONSUMO



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



di trasporto registrata a febbraio (da -0,1% a +1%), solo in parte compensata dal rallentamento dei beni alimentari (da +0,6% a +0,2%).

Si configura dunque una situazione che sta avendo riflessi inflazionistici anche sui noli marittimi e più in generale sul trasporto merci. Ma che rischia di peggiorare la redditività di comparti, a iniziare da quello vitivinicolo, che non riescono a trasferire sui prezzi di vendita questa componente di extra-cost.

La realtà nel segmento enologico è addirittura tutt'altra, con i prezzi che non seguono il percorso di risalita dell'indice generale del caro-vita, ma che ripiegano di ben 2 punti percentuali, accentuando la dinamica deflattiva di gennaio (-1,9%). Vini e spumanti restano la componente più debole, in questa fase, in tutto il reparto degli alcolici, considerando che a febbraio le birre hanno annullato la tendenza al ribasso di inizio anno, chiudendo con una crescita zero dei prezzi retail (era al meno 0,7% a gennaio) e gli spirits hanno dimezzato la discesa allo 0,3% tendenziale (il confronto è con lo stesso mese dell'anno scorso), dallo 0,6% sempre negativo, di gennaio.

L'insieme delle bevande analcoliche mantengono un andamento deflattivo dell'1,2%, recuperando però due decimi di punto sulla dinamica di inizio anno (-1,4%). La crisi che sta vivendo il comparto vinicolo, invece, che per via del surplus d'offerta generato dal fermo Horeca ha subito una pesante battuta d'arresto, è visibile in tutte le sotto categorie rilevate dall'Istat. Senza gli ordinativi della ristorazione, sia in Italia che all'estero, i prezzi dei vini di maggior pregio sono scesi a febbraio del 2,8%. Una tendenza solo leggermente più moderata si osserva anche per gli spumanti, che arretrano del 2,6%, mentre resta frazionale il calo dei prezzi al consumo dei vini da tavola, che in media hanno perso lo 0,9%, contro il meno 0,5% di gennaio. *p.f.*



VENDITE  
IN GDO  
4 settimane  
al 21/2/2021



| Totale Italia Iper+super+LSP<br>(da 100 a 399 mq) | Litri      | Var. % rispetto<br>anno prec. | Euro        | Var. % rispetto<br>anno prec. | Euro/<br>litro | Var. % rispetto<br>anno prec. |
|---------------------------------------------------|------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|----------------|-------------------------------|
| Totale vino confezionato                          | 40.274.896 | 6,3                           | 146.279.536 | 15,3                          | 3,63           | 8,5                           |
| Totale fino a 0,75                                | 22.607.748 | 12,1                          | 116.722.520 | 19,6                          | 5,16           | 6,7                           |
| Vetro 0,375                                       | 70.384     | -5,1                          | 643.301     | -2,9                          | 9,14           | 2,3                           |
| Vetro 0,75                                        | 22.491.130 | 12,2                          | 115.743.552 | 19,8                          | 5,15           | 6,8                           |
| da 0,76 a 2                                       | 2.840.894  | -5,3                          | 7.065.424   | -3,7                          | 2,49           | 1,7                           |
| altri formati                                     | 1.346.551  | 13,9                          | 2.252.159   | 14,6                          | 1,67           | 0,6                           |
| brik                                              | 10.841.966 | -1,0                          | 15.966.367  | -0,9                          | 1,47           | 0,1                           |
| Bag In Box                                        | 1.495.720  | 5,9                           | 2.650.839   | 16,0                          | 1,77           | 9,6                           |
| plastica                                          | 1.142.017  | -3,4                          | 1.622.230   | 2,0                           | 1,42           | 5,5                           |
| Chianti 0,75                                      | 1.314.008  | 18,1                          | 6.402.389   | 19,8                          | 4,87           | 1,4                           |
| Barbera 0,75                                      | 825.748    | 3,6                           | 3.854.530   | 10,5                          | 4,67           | 6,7                           |
| Montepulciano d'Abruzzo 0,75                      | 877.462    | 0,8                           | 3.554.772   | 15,4                          | 4,05           | 14,5                          |
| Vermentino 0,75                                   | 414.761    | 33,2                          | 2.990.249   | 41,8                          | 7,21           | 6,4                           |
| Chardonnay 0,75                                   | 621.739    | 7,2                           | 2.933.413   | 8,4                           | 4,72           | 1,1                           |
| Traminer 0,75                                     | 263.943    | 43,0                          | 2.620.240   | 46,6                          | 9,93           | 2,6                           |
| Primitivo 0,75                                    | 427.755    | 17,6                          | 2.560.839   | 31,0                          | 5,99           | 11,4                          |
| Bonarda 0,75                                      | 673.423    | 7,0                           | 2.542.584   | 9,6                           | 3,78           | 2,4                           |
| Sangiovese 0,75                                   | 624.175    | 20,8                          | 2.349.950   | 22,3                          | 3,76           | 1,3                           |
| Altro 0,75                                        | 5.746.402  | 8,1                           | 28.877.656  | 20,2                          | 5,03           | 11,2                          |
| Totale frizzante                                  | 4.942.129  | 9,5                           | 17.728.274  | 12,3                          | 3,59           | 2,6                           |
| Prosecco                                          | 211.114    | 36,2                          | 1.517.113   | 32,2                          | 7,19           | -2,9                          |
| Lambrusco                                         | 1.792.961  | 9,4                           | 5.646.444   | 8,8                           | 3,15           | -0,5                          |
| Totale private label                              | 5.831.021  | 9,3                           | 14.781.478  | 17,1                          | 2,53           | 7,2                           |
| Totale spumanti                                   | 4.874.390  | 29,0                          | 33.503.698  | 34,6                          | 6,87           | 4,4                           |
| Prosecco                                          | 2.755.938  | 33,8                          | 18.754.952  | 35,5                          | 6,81           | 1,3                           |
| Asti                                              | 95.300     | 11,7                          | 673.752     | 8,3                           | 7,07           | -3,0                          |
| Metodo Classico italiano                          | 319.796    | 50,0                          | 5.877.295   | 58,3                          | 18,38          | 5,5                           |
| Totale spumanti private label                     | 296.301    | 40,0                          | 2.137.324   | 41,0                          | 7,21           | 0,7                           |

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

| Mese   | Abbigliamento<br>e calzature | Abitazione<br>acqua, elettricità<br>e combustibili | Mobili, articoli<br>e servizi<br>per la casa | Servizi sanitari<br>e spese per la<br>salute | Trasporti | Comunicazioni | Ricreazione,<br>spettacoli<br>e cultura | Istruzione | Alberghi,<br>ristoranti e<br>pubblici esercizi | Altri beni<br>e servizi |
|--------|------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------|---------------|-----------------------------------------|------------|------------------------------------------------|-------------------------|
| feb-20 | 0.8%                         | -2.8%                                              | 0.4%                                         | 0.6%                                         | 1.6%      | -4.3%         | -1.4%                                   | 1.2%       | 1.4%                                           | 1.7%                    |
| mar-20 | 0.6%                         | -2.9%                                              | 0.6%                                         | 0.7%                                         | -0.3%     | -5.8%         | -0.2%                                   | 1.2%       | 0.8%                                           | 1.9%                    |
| apr-20 | 0.9%                         | -4.2%                                              | 0.8%                                         | 0.6%                                         | -2.5%     | -3.4%         | -0.1%                                   | 1.2%       | 1.0%                                           | 1.4%                    |
| mag-20 | 0.8%                         | -4.4%                                              | 0.8%                                         | 0.5%                                         | -4.1%     | -3.8%         | -0.2%                                   | 1.2%       | 0.9%                                           | 1.6%                    |
| giu-20 | 0.9%                         | -4.4%                                              | 0.7%                                         | 0.6%                                         | -3.7%     | -3.0%         | 0.5%                                    | 1.2%       | -0.2%                                          | 1.7%                    |
| lug-20 | 1.0%                         | -4.0%                                              | 0.9%                                         | 0.6%                                         | -3.3%     | -4.4%         | 0.0%                                    | 1.2%       | -0.2%                                          | 1.6%                    |
| ago-20 | 0.8%                         | -3.9%                                              | 0.8%                                         | 0.6%                                         | -3.9%     | -5.8%         | -0.7%                                   | 1.2%       | 0.4%                                           | 1.8%                    |
| set-20 | 0.5%                         | -4.0%                                              | 0.6%                                         | 0.7%                                         | -3.3%     | -6.4%         | -0.2%                                   | 1.1%       | -0.7%                                          | 1.7%                    |
| ott-20 | 0.7%                         | -2.1%                                              | 0.8%                                         | 0.7%                                         | -4.0%     | -5.1%         | 0.3%                                    | -3.5%      | 0.0%                                           | 2.0%                    |
| nov-20 | 0.7%                         | -2.0%                                              | 0.4%                                         | 0.8%                                         | -3.7%     | -4.9%         | 0.2%                                    | -3.7%      | 0.8%                                           | 1.9%                    |
| dic-20 | 0.6%                         | -2.0%                                              | 0.6%                                         | 0.9%                                         | -2.8%     | -5.1%         | 0.7%                                    | -3.7%      | 0.8%                                           | 1.9%                    |
| gen-21 | 0.6%                         | -0.4%                                              | 0.8%                                         | 0.9%                                         | -1.8%     | -3.9%         | 1.4%                                    | -3.7%      | 1.2%                                           | 1.8%                    |
| feb-21 | 0.5%                         | -0.4%                                              | 0.6%                                         | 0.9%                                         | 0.0%      | -3.3%         | 1.6%                                    | -3.5%      | 1.2%                                           | 1.9%                    |



## BIBLIOGRAFIA

► Aguera E., Picou C., Perez M., Sablayrolles J.M. (2005). **Tecniche di microvinificazione (100L). Parte I: La fermentazione differita all'Inra Pech Rouge**. Infowine, Rivista Internet di Viticoltura ed Enologia, 6/1, 1-6.  
► Granes D., Medina E., Blateyron L., Romero C., Bru E., Roux C., Bonnefond C., Piperno A., Rouanet M., Oui T. (2008). **Alimentazione azotata dei lieviti**. Infowine- Rivista internet di viticoltura ed enologia, 8/1, 1-6.  
► Kensy F., Engelbrecht C., Büchs J. (2009). **Scale-up from microtiter plate to laboratory fermenter: evaluation by online**

**monitoring techniques of growth and protein expression in Escherichia coli and Hansenula polymorpha fermentations**. Microbial Cell Factories, 8, 1-15.  
► Liccioli T., Tran T. M. T., Cozzolino D., Jiranek V., Chambers P. J., Schmidt S. A. (2011). **Microvinification- How small we can go?** Appl Microbiol Biotechnol, 89, 1621-1628.  
► Raimondi S., Valota G., Schneider A. (2009). **Lo studio dei vitigni autoctoni minori nella collezione ampelografica di Grinzane Cavour**. Quaderni della Regione Piemonte- Agricoltura, 62, 20-24.  
► Registro Nazionale delle Varietà di Vite: www.catalogoviti.

politicheagricole.it  
► Ribéreau-Gayon P., D.Dubourdieu, B.Donéche, A.Lonvaud, (2007). **Trattato di enologia I**. Edagricole, Bologna  
► Schneider A. and Mannini F. (2006). **Vitigni del Piemonte. Varietà e cloni**. Quaderni della Regione Piemonte - Agricoltura I, Torino.  
► www.agrea.it/IT/Informazioni/News/Microvinificazione-nel-Centro-di-Saggio-AGREA  
► www.agristorecosenza.it/blog/microfermentazione-e-minifermentazione  
► www.cirve.unipd.it/it/ricerca/microspumantizzazione

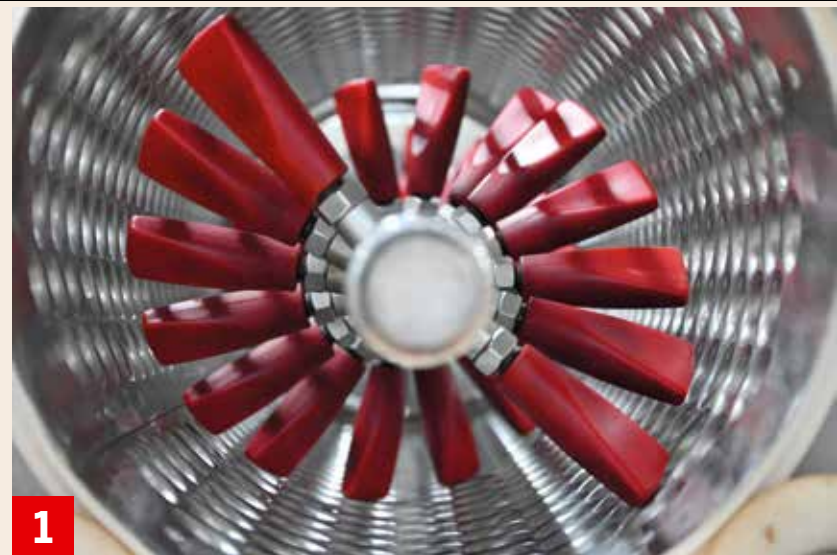
# La microvinificazione come strumento per la ricerca enologica

di DE PAOLIS C.\*, LISCIO G.P.\*, CAUDANA A.\*, GERBI V.\*\*

\*Cantina Sperimentale Bonafous - Università di Torino, Chieri

\*\* DISAFA - Università di Torino

Vere e proprie vinificazioni, impostate per riprodurre esattamente ciò che avverrà in scala industriale, consentono, oltre ai controlli analitici e strumentali, l'esame sensoriale dei prodotti, così come l'applicazione di elaborazioni statistiche ai risultati ottenuti. Molteplici gli obiettivi per cui possono essere adottate: dalla valutazione dei potenziali di cloni e vitigni alla misurazione delle performance dei lieviti



1

Interno di una diraspa pigiatrice di piccole dimensioni. Particolare della gabbia forata in acciaio inox e dell'albero battitore con palette in gomma (Cantina Sperimentale Bonafous DISAFA).

La viticoltura e l'enologia, nonostante abbiano una storia ultra millenaria, hanno un continuo bisogno di innovazione per rispondere alle esigenze dei consumatori che mutano con lo scorrere del tempo e l'evoluzione culturale. La ricerca enologica, per la limitata disponibilità di finanziamenti, ha grandi difficoltà a sostenere ricerche di lunga durata e su larga scala, privilegiando sempre più spesso tecniche che consentano risposte rapide e su piccola scala, analizzando un grande numero di campioni in maniera rapida e precisa. Al momento svolgono un importante ruolo le piastre per le micro titolazioni (MTP). Queste vengono utilizzate nei laboratori come vasi di coltura per lo screening fenotipico di alcune colture, ma grazie alla loro sostenibilità e versatilità possono essere utilizzate per un grande numero di applicazioni (Liccioli et al., 2011). In enologia permettono di effettuare prove e sperimentazioni con circa 200 ml di prodotto minimizzando le spese in termini di tempo, lavoro (Kensy et al., 2009). È necessario però che la precisione e la ripetibilità che caratterizzano la scala di laboratorio, siano riproducibili anche quando si passa dalla piccolissima scala alla produzione su scala industriale. Perciò spesso viene realizzato un passaggio intermedio tra le prove svolte in laboratorio e la produzione industriale. Questo anello di congiunzione è rappresentato dalle "microvinificazioni" svolte nelle cantine sperimentali. Rimane il vincolo della stagionalità, ma rispetto alla vinificazione a scala reale si possono annullare tutte le variabili ambientali e il rischio di variazioni nelle condizioni operative, che possono essere rigorosamente standardizzate (Aguera et al., 2005).

Le microvinificazioni sono quindi delle vere e proprie vinificazioni, impostate per riprodurre esattamente ciò che avverrà in scala industriale. A seconda del tipo di vinificazione si adottano volumi da 5 a 100 litri con una gestione delle operazioni che le renda rigorosamente riproducibili, realizzate con attrezzature e tecniche simili a quelle delle grandi cantine, ma con dimensioni decisamente più piccole. A differenza delle microprove di laboratorio, le microvinificazioni consentono, oltre ai con-

trolli analitici e strumentali, l'esame sensoriale dei prodotti, che consente di completare il giudizio sulla accettabilità del materiale messo a confronto. Aspetto rilevante è che le microvinificazioni permettono di avere adeguati numeri di repliche nelle stesse condizioni, confrontabili in tutte le fasi del processo (fermentazione, conservazione e stabilizzazione), consentendo l'applicazione di elaborazioni statistiche ai risultati ottenuti.

## La valutazione delle attitudini enologiche

Le microvinificazioni possono essere adottate per raggiungere molteplici obiettivi. Negli ultimi anni è sempre più evidente l'importanza del patrimonio genetico costituito dalle varietà autoctone o tradizionali delle diverse regioni del nostro Paese, una ricchezza inestimabile di biodiversità. Per poter continuare a studiare alcune realtà hanno costituito dei vigneti atti alla conservazione del germoplasma, che costituiscono vere e proprie collezioni ampelografiche, create per raccogliere, mantenere e conservare il materiale genetico di vitigni minori, rari e in via di abbandono, altrimenti destinati a scomparire. Le collezioni ampelografiche sono anche un utilissimo supporto per le attività didattiche e per gli operatori di settore, come vivaisti o addetti ai controlli varietali nei vigneti, che hanno particolare interesse per l'ampelografia applicata. Si riportano alcuni esempi riferiti alla realtà piemontese, ma estendibili come valore applicativo a qualunque altra realtà vitivinicola.

Un esempio di queste collezioni ampelografiche è la collezione di Grinzane Cavour. Questa, tra le più importanti d'Europa, raccoglie tutte le varietà di vite minori e rare del Piemonte e di regioni vicine come Liguria e Valle d'Aosta. Inoltre, al suo interno si trovano anche tutte le varietà di riferimento, non solo piemontesi, ma anche nazionali ed internazionali, per un totale di oltre 450 vitigni su una superficie di 1,2 ettari (Raimondi et al., 2009). In tali condizioni è stato possibile ai ricercatori realizzare la caratterizzazione genetica, morfologica e lo studio delle caratteristiche agronomiche delle varietà rare piemontesi. Di alcuni vitigni, di maggiore interesse, sono anche state realizzate microvinificazioni in purezza

che hanno permesso di valutarne le attitudini enologiche e in alcuni casi hanno portato alla loro iscrizione al Registro Nazionale delle Varietà di Vite (Schneider et al., 2006). Infatti per l'iscrizione di nuove varietà al registro non è sufficiente che le sue attitudini colturali, in condizioni normali, siano comparabili a quelle di varietà già iscritte o che i caratteri morfologici e fisiologici vengano descritti, ma anche che le sue uve siano sottoposte per tre anni consecutivi a microvinificazione per poter disporre di un profilo sensoriale, che, insieme alla conoscenza dei parametri analitici dei mosti e dei vini, permetta di valutarne le potenzialità enologiche.

Un esempio di processo di riscoperta di varietà minori e di tutela della biodiversità è il "Baratucià". Un vitigno autoctono della Valle di Susa, ritrovato nelle località di Almese e Chiomonte. Fu menzionato per la prima volta nel 1877, dove venne definito un vitigno coltivato principalmente come uva da tavola a causa del vigore della pianta. Infatti, questa, non solo matura tardivamente, ma produce grandi quantitativi di uva che difficilmente riesce a portare a maturazione. L'arrivo della fillossera portò quasi alla scomparsa di questa varietà. Solo negli anni '90, grazie ad una fortunata collaborazione tra CNR e Università, ne furono studiate le caratteristiche viticole ed enologiche, con un rigido protocollo di vinificazione, per descriverne le potenzialità e per definirne un profilo sensoriale. Nel 2008 è stato iscritto al Registro Nazionale delle Varietà di Vite e ad oggi è sicuramente il vitigno a bacca bianca più rappresentativo della Val di Susa.

Le microvinificazioni consentono anche di mettere a confronto l'attitudine di particolari combinazioni vitigni-territorio. In collaborazione con una importante cooperativa astigiana sono stati messi a confronto le produzioni di piante potenzialmente selezionabili per la propagazione per un triennio in ambienti diversi. È stato un lavoro lungo, ma ha consentito di operare scelte su materiale adattato al territorio, fattore che viene giudicato ormai come fondamentale per la difesa della biodiversità.

## La misurazione delle performance dei lieviti

La valutazione del potenziale di vitigni o cloni non è l'unico

## Ottieni il credito di imposta INDUSTRIA 4.0

SENZA CAMBIARE IL TUO MODO DI LAVORARE  
CON O SENZA SOFTWARE GESTIONALE

La soluzione WINE MONITORING DSS BY SORDATO ti permette di ottenere il credito di imposta 4.0 su impianti, serbatoi, vinificatori, autoclavi e macchine di terze parti.



TUTTI I PARAMETRI FUNZIONALI, DI PERFORMANCE E ALLARMISTICA in un unico punto di controllo autonomo o integrato al tuo ERP



SCANSIONA IL QR CODE  
O VAI SUL SITO  
WWW.SORDATO.IT





► [www.fmach.it/CTT/Sperimentazione/Chimica-Vitenologica-e-Agroalimentare/Cantina-Sperimentale-di-Microvinificazione](http://www.fmach.it/CTT/Sperimentazione/Chimica-Vitenologica-e-Agroalimentare/Cantina-Sperimentale-di-Microvinificazione)  
 ► [www.ilpiacenza.it/economia/con-la-cantina-di-micro-vinificazione-prepariamo-il-mondo-del-vino-ai-cambiamenti-climatici](http://www.ilpiacenza.it/economia/con-la-cantina-di-micro-vinificazione-prepariamo-il-mondo-del-vino-ai-cambiamenti-climatici)  
 ► [www.ipsp.cnr.it](http://www.ipsp.cnr.it)  
 ► [www.lallemandwine.com](http://www.lallemandwine.com)  
 ► [www.registronazionalevarietavite.it](http://www.registronazionalevarietavite.it)  
 ► [www.saporidelpiemonte.net/blog/ricerca-tra-eno-archeologia-e-sperimentazione-ecco-le-micro-vinificazioni-da-cloni-storici-di-barbera](http://www.saporidelpiemonte.net/blog/ricerca-tra-eno-archeologia-e-sperimentazione-ecco-le-micro-vinificazioni-da-cloni-storici-di-barbera)  
 ► [www.vivairauscedo.com/sperimentazione](http://www.vivairauscedo.com/sperimentazione)



**Pressa pneumatica (Cantina Sperimentale Bonafous DISAFA).**

**Sistema di condizionamento termico a piastre (Cantina Sperimentale Bonafous DISAFA).**



**Cella termocondizionata (Cantina Sperimentale Bonafous DISAFA).**



## LA CANTINA SPERIMENTALE BONAFOUS DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

obiettivo delle microvinificazioni. Infatti vengono impiegate anche per misurare le performances di lieviti, indigeni o già selezionati, l'effetto di attivamente di fermentazione e di additivi enologici. Anche nel caso dei lieviti l'origine territoriale è giudicata importante per garantire diversità e unicità ai vini a denominazione.

Infatti, si tratta di lieviti, presenti in determinati vigneti e cantine, che si sono adattati per lungo tempo all'ambiente circostante e alle condizioni dell'uva e dei mosti della specifica varietà su cui sono cresciuti. Grazie all'adattamento permettono di ottenere vini con risultati soddisfacenti e con peculiarità che derivano dalla sinergia del lievito con i metaboliti secondari delle uve. In questi lavori si parte da numeri di isolati molto elevati che in laboratorio sono sottoposti a diversi test per escludere gli identici ed eliminare i produttori di metaboliti indesiderabili. Alla fase di cantina arrivano normalmente una decina di lieviti messi a confronto in microvinificazione. Seguono serati confronti analitici e sensoriali. Un esempio di questa tipologia è la selezione del ceppo Lalvin BRL97 per la cui selezione si partì da 600 isolati per arrivare in microvinificazione con 12 potenziali ceppi.

Un altro fattore estremamente importante affinché la fermentazione alcolica sia portata a termine con buoni risultati è la composizione del mosto, dal quale i lieviti ricavano le sostanze nutritive. L'attività metabolica dei lieviti, infatti, è condizionata non solo da glucosio e fruttosio, che rappresentano fonti di carbonio e di energia per il lievito, ma anche dai composti azotati. I costituenti azotati, che sono fattori indispensabili per l'attività e per la crescita, devono essere forniti al lievito nelle giuste quantità e al momento più opportuno durante la fermentazione alcolica per evitarne rallentamenti o arresti. In commercio si trovano molti formulati che offrono una vasta gamma di composti in grado di fornire azoto ai lieviti (Granes et al., 2008). Anche questa tipologia di prodotti prima di essere commercializzata viene testata, non solo nei laboratori aziendali dove vengono studiati i preparati, ma anche in fermentazione su piccola scala, in modo da misurare le differenze tra i prodotti con risultati trasferibili a quelli delle grandi realtà produttive.

**S**volgere vinificazioni su piccola scala spesso può essere un lavoro molto complesso, non solo perché implica grande precisione e meditati protocolli, ma anche per l'utilizzo di specifiche attrezzature. Per questo esistono centri di ricerca specializzati. Nel 2004 presso il centro Bonafous di Chieri, sito sulla Collina Torinese, nasce la Cantina Sperimentale dell'Università di Torino. Un moderno centro di ricerca del dipartimento di Scienze agrarie forestali ed alimentari (DISAFA) dedicato allo svolgimento di microvinificazioni e alle sperimentazioni scientifiche in campo enologico.

Per riuscite ad ottenere vini simili a quelli aziendali è necessario che attrezzature e tecniche siano simili a quelle delle grandi cantine ma con dimensioni decisamente più piccole. La cantina sperimentale dispone di una serie di attrezzature di piccole dimensioni studiate appositamente per svolgere questo tipo di sperimentazione, come, una piccola diraspa pigiatrice in grado di trattare anche solo 20 kg di uva (Fig.1), una pressa pneumatica (Fig.2), identica a quella utilizzata nelle aziende del settore, capace di pressare da 30 a 300 kg di uva o di vinaccia.

Il condizionamento termico deve essere essenziale, perché i piccoli recipienti non possono avere una attrezzatura completa come quelli grandi, ma efficace, veloce e semplice da utilizzare. Ad esempio, le temperature possono essere controllate tramite un sistema di raffreddamento a piastre (Fig.3), le quali vengono inserite direttamente nei serbatoi.

Le operazioni di rottura e bagnatura del cappello di vinaccia invece vengono eseguite manualmente con strumenti idonei. Il controllo dei processi di fermentazione è quotidiano o addirittura continuo, ove possibile. Per proteggere i vini dalle ossidazioni, durante i loro trasferimenti dai diversi recipienti, sono utilizzati gas inerti come l'azoto. Questi gas sono usati anche in altre operazioni come la filtrazione, che viene condotta attraverso strumenti adattati, come il filtro monostrato che permette di filtrare anche solo 25L in condizioni di massima protezione dall'ossigeno. Le celle termocondizionate sono però la vera anima della cantina sperimentale: si possono utilizzare per prove di disidratazione delle uve a diverse condizioni di temperatura ed umidità, per mantenere prove in fermentazione in condizioni

controllate o per effettuare la stabilità tartarica dei vini (Fig.4).

I recipienti per le fermentazioni e per lo stoccaggio sono abbastanza semplici e con dimensioni ridotte, principalmente vasche in acciaio inox tipo sempre pieno da 50-100 L (Fig.5). Partire infatti da 100 kg di uva permette di operare con quantitativi, prima di mosto e poi di vino, che permettono di replicare abbastanza fedelmente le condizioni e i processi delle grandi cantine. Inoltre, consente di arrivare ad ottenere un numero di bottiglie sufficiente per l'analisi chimica e sensoriale, e per la loro conservazione nel tempo. La cantina sperimentale dispone infatti di una cella climatizzata che funge da archivio storico di tutte le prove svolte. Questo dà la possibilità di riassaggiare le prove sperimentali anche dopo diversi anni, analizzando la loro evoluzione nel tempo. Una cantina sperimentale, come quella

dell'Università di Torino, ha infine anche una importante funzione didattica, essendo una palestra per i ragazzi che si trovano ad affrontare le prime vendemmie e che per la prima volta si affacciano al mondo enologico. Può essere sede di tirocini, ma anche luogo di ricerca, per gli studenti dei corsi di laurea.

Tutto questo rende una cantina un ambiente giovane e dinamico che permette di applicare ed approfondire varie innovazioni della vitivinicoltura.

### RINGRAZIAMENTI

La Cantina Sperimentale Bonafous dell'Università degli Studi di Torino ed i suoi collaboratori, ringraziano i partner:



**Recipienti di fermentazione in acciaio inox per microvinificazioni (Cantina Sperimentale Bonafous DISAFA).**



**Erbslöh**  
i più grandi  
esperti di  
**bentonite!**

**Blancobent UF**

Bentonite  
specifica per ultra  
filtrazione

**NaCalif® PORE-TEC**

Bentonite sodico-  
calcica di qualità  
superiore

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

**ERBSLÖH**



# ROAD TO GOAL

COMPLESSITÀ E LONGEVITÀ  
**HARMONY FULL**



CONTROLLARE IL  
BRETTANOMYCES  
**BRETTKILL**



RIDURRE L'IMPIEGO DI SO<sub>2</sub>  
**INFINITY VERT**



RIMUOVERE IL DIFETTO DI RIDOTTO  
**MER-CAPTA**

Ø difetti -SO<sub>2</sub> +frutta  
**= *Piacevolezza&Bevibilità***



**RT-LAB WINE SENSORY**  
UNIONE ITALIANA VINI

 IL NUOVO PROGRAMMA RT-LAB PER LA FORMAZIONE E IL  
 MONITORAGGIO DELLE TUE ABILITÀ SENSORIALI

# RING TEST ANALISI SENSORIALE

## La formazione è anche a distanza

È stata lanciata l'ultima versione del programma RT - LAB Wine Sensory di Unione Italiana Vini, che prevede di poter di gestire autonomamente il Ring Test anche nella fase iniziale, direttamente in azienda, fornendo ai partecipanti tutto l'occorrente per l'addestramento

**C**onoscere, valutare, comunicare le caratteristiche del prodotto dentro e fuori l'azienda: per chi opera nel settore vitivinicolo l'analisi sensoriale è uno strumento strategico per monitorare la qualità del vino, esplorare nuove nicchie di mercato, potenziare i canali di vendita, educare e avvicinare i consumatori. Ma soprattutto la crescita delle proprie competenze sensoriali rappresenta il primo passo per porre le basi di un linguaggio comune del vino, allineando i panel aziendali al contesto normativo internazionale.

I laboratori UIV di Verona gestiscono da oltre 25 anni circuiti di Ring dedicati a tutti gli stakeholders della filiera, garantendo indipendenza e riservatezza dei dati raccolti e analizzati, l'applicazione di metodi statistici rigorosi, per orientare le aziende del vino (e non solo) nella valutazione delle proprie performance sensoriali verso i trend di oggi. Proprio recentemente è stata lanciata l'ultima versione del programma RT - LAB Wine Sensory con importanti novità. Ad illustrarla è **Viola Brunaccioli**, enologa, membro dello staff del Reparto ring test e coordinatore del circuito RT Wine Sensory.

### L'innovazione dell'analisi a partire dal packaging

"Il programma costituisce un ritorno alle origini dei nostri Ring Test Sensoriale ma con un approccio del tutto innovativo. Abbiamo colto nel settore l'esigenza di un addestramento di base, sia da parte di aziende strutturate che di quelle che non hanno al loro interno un panel di esperti - spiega Brunaccioli -. Tuttavia, dato il periodo di emergenza dovuto alla pandemia, l'attivazione di un training in presenza non era possibile. La soluzione? Sviluppare una proposta 'a distanza' che permettesse di gestire autonomamente il Ring Test anche nella fase iniziale, direttamente in azienda, fornendo ai partecipanti tutto l'occorrente per l'addestramento. Per realizzarla abbiamo contattato un'azienda del Regno Unito, FlavorActiV, specializzata a livello mondiale nella produzione di aromi per il settore food and beverage, con la quale è nata una collaborazione esclusiva in Italia. Il ri-



sultato è un pack innovativo, sicuro e funzionale per effettuare i test in azienda. In sostanza: chi aderisce al nostro programma riceve un blister Training Pack contenente gli aromi oggetto dei successivi ring test. I descrittori sono contenuti in pratiche capsule con certificazione GMP (Good Manufacturing Practices) con una serie di vantaggi: hanno una shelf life nettamente superiore a quella del classico campione preallestito in laboratorio, non sono suscettibili agli stress termici e fisici del trasporto, garantiscono integrità e omogeneità degli aromi con durata fino a un anno; inoltre i descrittori possono essere valutati non solo olfattivamente ma anche gustativamente, permettendo così un riconoscimento più completo delle loro caratteristiche. Infine l'allestimento in autonomia dei campioni consente all'azienda maggiore libertà nelle tempistiche e nella modalità di organizzazione delle sessioni formative."

### Il Training Pack

Nello specifico il Training Pack contiene 8 capsule, ciascuna con un descrittore aromatico tipico (Tca, terra umida, cavolo marcio, floreale, etilfenolo...). Lo accompagnano due capsule di controllo da utilizzare per drogare il vino di riferimento. "Una cantina che produce vini rossi e bianchi potrà, ad esempio, testare 4 descrittori su ciascuna delle due tipologie di prodotto e riservare le due capsule di controllo alle due bottiglie di

riferimento, una di vino rosso e una di vino bianco - continua Brunaccioli -. Il round di formazione permette di familiarizzare con i descrittori che saranno oggetto dei successivi Ring Test, imparando ad associare correttamente l'odore e il sapore al nome dell'aroma. A questo primo training seguono 4 ulteriori round, Proficiency Test, nei quali vengono forniti gli stessi aromi utilizzati per l'addestramento a due a due (una capsula da utilizzare per la sessione di Ring Test e l'altra per la sessione di richiamo una volta pubblicati i risultati), oltre ovviamente alle 2 capsule di controllo. Le capsule con i descrittori non hanno etichette: durante il Ring Test ciascun partecipante analizza alla cieca la propria matrice rispondendo a delle semplici domande circa il riconoscimento o meno di un dato aroma. I risultati vengono inviati a RT-LAB UIV ed elaborati statisticamente ottenendo così una valutazione delle prestazioni dei partecipanti".

### Più conosco meglio comunico

L'analisi sensoriale è a tutti gli effetti una disciplina scientifica, uno strumento robusto da affiancare alle analisi chimiche e microbiologiche nella valutazione e nel monitoraggio della qualità del prodotto, nonché un elemento di marketing a vantaggio di produttore e consumatore. "La formazione che proponiamo dà l'opportunità di degustare difetti che difficilmente si trovano puri in un

vino, permettendo di impararli nella mente e di riconoscerli con maggiore efficacia - sottolinea Brunaccioli -. Il programma RT - LAB UIV offre l'occasione di mettere alla prova le abilità sensoriali di tutte le figure che in azienda, a diversi livelli, sono deputate alla degustazione e valutazione del vino ed è funzionale anche per chi, pur essendo già esperto, desidera approfondire e ampliare la conoscenza di uno specifico descrittore o difetto. Non solo. Negli ultimi anni è cresciuto l'interesse da parte di soggetti lontani dai classici target: come i suggerifici, interessati ad accrescere la propria consapevolezza per meglio relazionarsi con le cantine clienti, oppure il settore delle aziende produttrici di coadiuvanti del vino, che adottano l'analisi sensoriale per monitorare l'impatto dei propri prodotti sia in termini di ottimizzazione dei processi di fermentazione che di arricchimento del profilo aromatico. Per quanto riguarda infine le cantine è importante non dimenticare il ruolo chiave di commerciali, addetti al marketing e alla comunicazione. Per loro, che quotidianamente sono a contatto con consumatori e clienti, un buon addestramento permette di comunicare il vino in modo ancora più incisivo: in questo modo tutti gli attori coinvolti contribuiscono a raggiungere insieme il comune obiettivo di migliorare progressivamente le performances della propria azienda sul mercato italiano e internazionale". Z.L.

### MONDODEL VINO Il valore aggiunto di un metodo ancora più robusto e oggettivo

Il panel è come una macchina: per funzionare deve essere costantemente mantenuto. Non si impara mai abbastanza e l'addestramento promosso dal Ring Test per noi è fondamentale. Per funzionare occorre seguire un metodo che sia analitico, robusto, scientifico. È questo il punto di forza del programma promosso da RT-LAB UIV. Abbiamo scelto di investire sull'analisi sensoriale perché siamo convinti svolga un ruolo strategico per la nostra azienda, soprattutto per prendere decisioni basate su dati oggettivi. Per esempio comparare le performance qualitative di diversi tappi e poter scegliere con più sicurezza e consapevolezza. Ma l'analisi sensoriale entra in gioco anche per individuare l'impatto di una nuova ricetta, per approfondire gli effetti sulla qualità del vino se si riduce la solforosa o si modifica la concentrazione di un determinato ingrediente, per confrontare il nostro prodotto con quello di aziende competitor del settore. Infine è un'occasione per affacciarsi a un contesto più ampio di panel attivi a livello nazionale, mantenendo sempre attive le competenze e l'esperienza acquisita, oltre che per monitorare la qualità del nostro operato e garantire così efficienza e standard costanti nel tempo.

LUCA CHIUSANO, *PhD, Responsabile Ricerca e Sviluppo, Sensory Analysis - Panel Leader, Sustainability, Mondodelvino SpA*

### ITALSUGHERO Un'occasione di confronto e per sviluppare nuove competenze

In laboratorio qualità siamo tutti chimici, una scelta dettata dal tipo di attrezzature che vengono utilizzate e dai controlli che vengono effettuati sui nostri prodotti. Gran parte del lavoro è quindi svolto dagli strumenti: dove però le macchine non sono in grado di arrivare entrano in gioco i sensi a rivelare difetti che le attrezzature non sono in grado di percepire. Questo ruolo complementare è svolto proprio dall'analisi sensoriale. Da due anni aderiamo alle proposte dei Laboratori di Unione Italiana Vini e vista l'esperienza positiva abbiamo deciso di iscriverci al nuovo programma di Ring Test. Per noi è un'opportunità per sviluppare nuove competenze, confrontarci con i nostri clienti, allinearci alle loro richieste, confermare o meno il feedback che ci viene dato e sentirci più competenti. Ma non solo: quello del Ring Test è anche un'occasione particolare di aggregazione: vengono coinvolte figure che in azienda lavorano in ambiti completamente differenti e che qui si possono incontrare. Ai nostri Ring Test partecipano anche la responsabile del personale, l'ingegnere gestionale che si occupa del controllo di produzione e persino il nostro titolare. Per noi è un momento importante di scambio di idee, "contaminazione" tra settori, e perché no, anche di divertimento!

ELISA CAMPANI, *Responsabile Laboratorio controllo qualità - Italsughero*

### RUFFINO Uno strumento per aumentare il nostro know how nel controllo qualità nelle fasi più delicate del processo produttivo

Aderiamo da 5 anni al circuito Ring Test di UIV. Tutto è iniziato con la formazione in azienda da parte dello staff dei laboratori UIV al gruppo che è poi diventato il nostro panel interno. Siamo partiti con un obiettivo preciso: utilizzare l'analisi sensoriale per aumentare il nostro know how nel controllo qualità dei tappi. Effettuiamo infatti su tutte le partite di tappi in ricezione l'analisi organolettica, così da poter individuare e bloccare le partite con anomalie sensoriali ed evitare che arrivino al consumatore. I risultati non sono tardati a venire e grazie all'addestramento oggi possiamo effettuare una valutazione più precisa ed efficace per soddisfare appieno le esigenze dei consumatori e garantire alti standard ai nostri vini. L'adesione al programma ha permesso una formazione continua e l'ampliamento delle competenze anche nell'ambito del riconoscimento dei difetti del vino, particolarmente importante soprattutto per il Team enologico, che fa parte del panel, nel controllo qualità delle fasi più delicate del processo produttivo, come l'imbottigliamento o l'affinamento in legno, oppure il monitoraggio della shelf life dei nostri vini, in particolare per garantire la costanza delle caratteristiche organolettiche nelle partite che restano più a lungo in magazzino. Per tutti questi motivi abbiamo deciso di aderire al nuovo programma RT-LAB Wine Sensory perché in questi anni ci siamo trovati bene e ci fidiamo della competenza dello staff dei Laboratori UIV: siamo sicuri quindi che anche questa nuova esperienza non ci deluderà.

FRANCESCA RUFFINI, *Quality Manager, Ruffino*

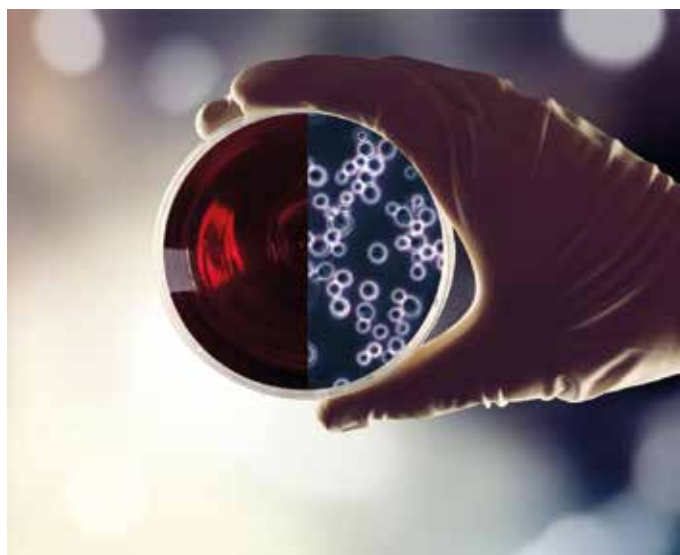
### MUREDdu SUGHERI Confronto e sinergia, indispensabili per mantenere sempre alto il livello di Qualità

Quando il Laboratorio di Unione Italiana Vini, ormai diversi anni fa, attraverso la dottoressa Michela Cipriani ci ha proposto di aderire al progetto del SensoryLab e del relativo circuito Ring Test, abbiamo subito accettato. I motivi che ci hanno spinto a voler introdurre nei nostri processi produttivi e di controllo qualità l'utilizzo dell'analisi sensoriale sono stati molteplici, ma sicuramente in cima alla lista c'è l'importanza nel sughero proprio dell'aspetto sensoriale, che è la chiave del nostro settore. Il RT-LAB Wine Sensory si è rivelato uno strumento importante per diversi scopi, innanzitutto permette di mettere a confronto tutti gli attori della filiera, sicuramente per accrescere la nostra conoscenza tecnica ma anche per tenere costantemente sotto controllo la precisione sia dei nostri strumenti analitici che del personale tecnico che opera nel nostro Laboratorio Qualità: una struttura quest'ultima che è il fiore all'occhiello della nostra azienda, e in esso operano sei tecnici qualificati. Sono sempre del parere che il confronto e la sinergia tra le parti sia indispensabile per mantenere sempre alto il livello di Qualità, soprattutto se si parla di prodotti naturali, come lo sono il vino e il sughero, dove non c'è un anonimo rapporto cliente-fornitore ma una vera e propria partnership, fatta di consulenza e crescita reciproca.

FEDERICA PAVAN, *Plant Manager, Mureddu Sugheri*



# Biotechnologie in cantina



## AEB GROUP

### Una gamma di lieviti enologici per qualsiasi tipologia di vino

Come ottenere i migliori **lieviti enologici** e proporre un'offerta specifica per tutte le tipologie di vino? Grazie ad un'attività di ricerca e sviluppo rigorosa, frutto di un'esperienza pluriennale e un know-how maturati negli anni. Le verifiche messe in atto da AEB consistono in un processo consolidato che comprende analisi chimiche, microbiologiche e funzionali, che tiene conto sia delle normative vigenti che delle performance

fermentative.

Accanto ai controlli chimici e microbiologici previsti dalla normativa, AEB ha sviluppato accurate analisi funzionali in considerazione dell'applicazione finale di natura fermentativa: i controlli vanno oltre la semplice vitalità cellulare, in quanto vengono esaminate anche le cellule morte, il cui rapporto rispetto a quelle vive rappresenta un importante indicatore della *shelf life* e della qualità dei lieviti. Le verifiche

svolte sono molto restrittive, in quanto considerano come parametro minimo di cellule vitali, esattamente il doppio delle cellule stabilite dalla legislazione vigente. La gamma di lieviti enologici AEB può contare su oltre 50 referenze, pensate appositamente in funzione del vino che si desidera produrre. La capacità di esaltare i precursori delle uve e la garanzia di una fermentazione alcolica ottimale per qualsiasi tipologia di vino sono aspetti cruciali che

guidano il nostro impegno nel proporre costantemente lieviti secchi attivi di qualità. L'offerta AEB consente di rispondere a qualsiasi esigenza e comprende lieviti: per vini bianchi, rosati e rossi leggeri, rossi strutturati, spumanti, polivalenti (adatti a diverse tipologie di vino), lieviti incapsulati in microbiglie (adatti per la spumantizzazione o per passiti), e lieviti con attività specifica.

Scopri di più su

[www.aeb-group.com](http://www.aeb-group.com)

## DAL CIN Lunga vita a bianchi e rosati!

L'esperienza Dal Cin per costruire la longevità del colore e degli aromi di vini bianchi e rosati ottimizzando la chiarifica, l'affinamento e la rifinitura pre-imbottigliamento. Proteggere dalle ossidazioni, limitare l'impiego di SO<sub>2</sub> ed eliminare i difetti di ridotto: **Harmony Vitality**, le proprietà del derivato di lievito per consumare l'O<sub>2</sub> disciolto e proteggere sia i profumi sia il colore da fenomeni di invecchiamento ossidativo. Si impiega durante le fasi di affinamento e stoccaggio. **Infinity Fruity White** e **Infinity Fruity Red**, prima dell'imbottigliamento per eliminare le note ridotte, abbassare il potenziale red-ox ed esaltare le note fruttate. Prevenire il "gusto di luce" nei vini imbottigliati in vetro chiaro: **Kolirex Go Fresh**, il chiarificante che previene il difetto "gusto di luce" rimuovendo la riboflavina dai vini e conferendo maggiore pulizia aromatica. Indispensabile per tutti i prodotti, bianchi e rosati, destinati alla bottiglia bianca. **Redox Longevity**: il

trattamento pre-imbottigliamento che agisce contro il gusto di luce grazie meccanismi sia preventivi sia curativi. Anche nei vini non a rischio di sviluppare il "gusto di luce", Redox Longevity stabilizza il colore nel tempo, prolungando la freschezza e la longevità del vino.



Harmony Vitality ha preservato il colore dall'imbrunimento più efficacemente rispetto a SO<sub>2</sub> e GSH (foto dopo 3 mesi di conservazione).

## ENARTIS

### Hideki, una "splendida opportunità" per proteggere il vino in modo naturale

Hideki, che in giapponese significa splendida opportunità, è il nuovo tannino Enartis nato da una ricerca finalizzata a studiare le proprietà antiossidanti e antimicrobiche di tannini diversi per composizione, struttura chimica e dimensione. Dapprima, per ciascuna delle categorie in cui si dividono i tannini - gallici, ellagici e condensati - sono stati selezionati quelli più efficaci in ambito enologico. In seguito, la separazione e purificazione di frazioni a diverso peso molecolare ha evidenziato la possibilità di amplificare l'efficacia dei tannini precedentemente selezionati. Hideki, quindi, è un prodotto speciale poiché composto dalle frazioni mole-

colari ottenute per selezione e purificazione dei tannini gallici, ellagici e condensati più efficaci per azione antiossidante e microbiostatica. Grazie a queste straordinarie caratteristiche, Hideki è ideale per: garantire una completa protezione antiossidante. La sua applicazione in alternativa o in sinergia all'anidride solforosa permette di conservare nel vino un aroma e una colorazione più freschi; prevenire le alterazioni di origine microbica. Hideki rallenta la crescita di microrganismi che possono alterare la composizione e la



qualità organolettica del vino. La combinazione di tannini differenti per composizione e struttura chimica che in natura svolgono la loro azione microbiostatica nei confronti di patogeni diversi, rende Hideki uno strumento efficace in un ampio intervallo di pH.

## ERBSLÖH

### FermoBent® PORE-TEC in fermentazione, per vini più puliti e con aromi più evidenti

FermoBent® PORE-TEC è una bentonite calcico-sodica a impiego diretto, indicata sia per mosto che per vino. L'aggiunta di FermoBent® PORE-TEC durante la fermentazione riduce significativamente il fabbisogno totale di bentonite. Ha un'eccellente capacità di assorbire le proteine e renderle stabili fin dall'inizio. Il suo impiego durante la fermentazione permette di avere vini più puliti e con aromi più evidenti. Aiuta il lievito per una migliore filtrazione specialmente con mosti con

pochi Ntu. Il suo impiego in fermentazione permette un maggior rispetto del vino e conservazione del corredo aromatico. Il lievito è meno soggetto a stress fermentativi. Si riduce il rischio di colpo di luce, invecchiamento precoce e pinking. FermoBent® PORE-TEC influenza positivamente: fermentazione e disponibilità di ossigeno per i lieviti; ha un contenuto in Fe <0,05, in assoluto uno tra i più bassi sul mercato; per una bentonite tradizionale si parla di un tempo di contatto di poche ore, per questa di settimane; non esiste rischio di incremento di Fe; l'impiego di FermoBent è necessario per l'incremento di proteine dovuto al cambiamento climatico; la fermentazione con la bentonite

fa risparmiare tempo e riduce il numero di travasi e filtrazioni; se il dosaggio in fermentazione è sufficiente in

genere si possono evitare ulteriori aggiunte, ridurre i prodotti di finitura e stressare meno il vino e perdere meno aromi.



## HTS ENOLOGIA

### ViniLiquid® per la fermentazione di mosti difficili

Lieviti e derivati di lievito E2U™ sono stati creati per offrire soluzioni biotecnologiche d'avanguardia per risultati qualitativi di eccellenza. La facilità d'uso e l'immediatezza con la quale queste specialità si integrano nel mezzo, velocizzano il lavoro in cantina migliorando la qualità dei risultati tecnologici. **ViniLiquid®** è un innovativo ed efficiente attivatore di fermentazione, autolisato totale in forma liquida, in grado di assicurare al lievito una completa composizione nutrizionale, derivante

dalla sinergia ottimizzata tra le parti solubili e insolubili di un lievito. Per la sua composizione in amminoacidi, vitamine minerali, fattori di sopravvivenza e di supporto, ViniLiquid® è consigliato quale nutriente del lievito per la fermentazione di mosti difficili, ricchi in zuccheri fermentescibili, poveri in azoto assimilabile, vitamine, fattori di sopravvivenza. L'equilibrio ottimizzato dei suoi componenti, consentono al lievito di raggiungere una migliore performance con riduzione dei tempi della fermenta-

zione, particolarmente interessante per tutte le cantine che devono affrontare problematiche riconducibili alla riduzione dei tempi operativi. La forma liquida semplifica l'impiego in cantina garantendo al contempo: operatività, sicurezza, salubrità e sostenibilità. ViniLiquid® è stabile ed omogeneo, può essere impiegato, fra l'altro, sia con sistemi per la gestione automatica della fermentazione primaria o spumantizzazione quali Bionica®, oppure con Avaferm®, sistema per la nutrizione automatica del lievito.







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



**LAFFORT**

## Ampia gamma di preparati enzimatici in forma liquida: efficacia, versatilità e rapidità di azione

**L**affort ha messo a punto una gamma di preparati enzimatici in forma liquida che si caratterizzano per efficacia, versatilità e rapidità di azione. Questo grazie all'elevata concentrazione delle attività utili ed alla naturale bassa concentrazione delle attività indesiderate. **Lafase XL Clarification:** è una preparazione enzimatica in forma liquida specificamente formulata per la chiarifica dei mosti da uve bianche e nere, e per la produzione di rosati, dotato di rapida azione depectinizzante può essere aggiunto immediatamente alla pigiatura oppure sui mosti di sgrondo, all'uscita della pressa od al riempimento dei sistemi di decantazione. **Lafase XL Flot:** preparazione enzimatica liquida specificamente messa a punto per la depectinizzazione rapida dei mosti destinati alla flottazione. Aggiunto ai mosti in uscita dalla pressa, appena possibile, consente il rapido ed efficace illimpidimento per mezzo della flottazione. **Lafase XL Press:** è una preparazione enzimatica pectolitica purificata, in forma liquida. Ricca in attività secondarie utili, consente l'efficace estrazione dei succhi e dei precursori d'aroma. La sua applicazione permette di ottimizzare l'operazione di pressatura migliorandone le rese ed accorciandone i tempi. È raccomandata sulle uve destinate all'elaborazione dei vini bianchi e rosati. **Lafase XL Extraction rouge:** è un preparato enzimatico pectolitico ricco in attività secondarie utili alla degradazione delle pareti cellulari della buccia dell'uva allo scopo di favorire la macerazione durante la vinificazione in rosso. Ottimizza l'estrazione delle componenti polifenoliche e polisaccaridiche favorendo nel contempo il rilascio dei succhi.

## LALLEMAND Lieviti specifici inattivi e Beta glicosidasi per vini di qualità

**N**umerosi studi hanno ormai ampiamente dimostrato l'impatto positivo che i lieviti esercitano sul profilo organolettico del vino dopo la fine della fermentazione alcolica. Nel corso degli anni Lallemmand ha sviluppato tre lieviti specifici inattivi messi a punto per la loro unicità: **Pure-Lees Longevity™**, abile nel migliorare la freschezza e la longevità dei vini bianchi, rosati e delle basi spumante grazie all'elevata capacità di assorbimento dell'ossigeno disciolto durante l'affinamento; **Noblesse®**, sviluppato in collaborazione con l'ICV, rappre-



**LALLEMAND OENOLOGY**

*Original by culture*

senta il prodotto di riferimento sul mercato per incrementare rotondità, morbidezza e limitare l'astringenza e le note amare dei vini; **Reduless™** che, grazie alla presenza di rame chelato, cura e previene i difetti indotti da odori solforati negativi e, in sinergia con i due prodotti precedenti, ottimizzare pulizia e freschezza aromatica. A proposito di aromi, recenti ricer-

che hanno confermato l'efficacia di **Lallzyme Beta™** (enzima specifico ad alto contenuto in pectinasi, β-glucosidasi e altre attività glicosidasiche) nell'aumentare l'espressione aromatica dei vini grazie alla liberazione di terpeni norisoprenoidi apportando una maggiore complessità e intensità aromatica. **Lallzyme Beta™** è impiegato prima dell'imbottigliamento su vini bianchi, rosati e rosati con tempistiche di contatto differenti in funzione dell'obiettivo ricercato.

Per maggiori informazioni visita il nostro sito [www.lallemmandwine.com](http://www.lallemmandwine.com)

## PERDOMINI-IOC

### Ampia gamma di coadiuvanti di flottazione

**P**erdomini-IOC propone strumenti e prodotti che consentono di svolgere con successo il processo di flottazione. La flottazione può essere utilizzata per trattare mosti bianchi e rosati, ma anche mosti rossi termo-trattati. Si tratta di un sistema di sfeciatura dinamica che consiste nel separare le particelle in sospensione nei mosti facendole aderire attorno a bollicine di gas. A differenza della chiarifica statica, le particelle risalgono in superficie concentrandosi in una schiuma. Per applicare efficacemente questa tecnica, è importante utilizzare sia degli enzimi per ridurre la viscosità del mosto e permettere la risalita delle particelle in superficie, sia specifici coadiuvanti di chiarifica che permettano la corretta flocculazione. Nel processo di flottazione è indispensabile infatti, un'efficace depectinizzazione dei mosti prima di procedere con la chiarifica. Questa si ottiene



con l'aggiunta di enzimi pectolitici specificatamente studiati per questo scopo, come **Zimopec 2Flottoflash**, che consente di ridurre la viscosità del mosto e facilitare l'aggregazione delle particelle. Gli enzimi devono essere aggiunti il prima possibile e lasciati in contatto per 2 o 3 ore in

funzione della temperatura, del dosaggio, ma anche del tenore in pectine. Per contribuire attivamente alla migrazione rapida in superficie delle particelle e aumentare significativamente l'efficacia della flottazione, Perdomini-IOC ha sviluppato delle specifiche formulazioni liquide per la flottazione, pronte all'uso, idonee alla vinificazione biologica ed esenti da prodotti di origine animale: **Q' fine Mes**, **Q'up XC Mes**, **Inofine V Mes** e **Easy-Up**. La flottazione inoltre può essere coadiuvata grazie all'impiego di **Bent'Up**, una bentonite specificatamente pensata per questo processo.

**L'**azienda Tebaldi ha scelto di portare soluzioni biotecnologiche ai suoi clienti adatte per le esigenze di ogni vino. Tebaldi propone gli enzimi **ExperZyme**, una gamma di preparati granulari facilmente solubili, FCE, stabilizzati a pH bassi, e in grado di mantenere l'attività significativa anche a bassa temperatura. Prerogativa di **ExperZyme S** (settling) è la chiarifica statica dei mosti bianchi, anche per condizioni difficili, quali alto contenuto di pectine, pH basso e bassa temperatura. Per la macerazione pellicolare e la pressatura di uve bianche Tebaldi propone **ExperZyme P** (pressing), un pool di attività enzimatiche per migliorare l'estrazione

di elevate quantità di mosto e di facile applicazione: gli enzimi liquidi pectolitici **ExperZyme L-GP**, per la flottazione e la chiarifica di mosti bianchi, ed **ExperZyme L-GR**, arricchito di attività secondarie tra cui cellulase ed emicellulasica per la vinificazione in rosso. Info: [www.tebaldi.it](http://www.tebaldi.it) - [tebaldi@tebaldi.it](mailto:tebaldi@tebaldi.it)

## TEBALDI Enzimi ExperZyme, soluzioni biotecnologiche consolidate



di elevate quantità di mosto e di facile applicazione: gli enzimi liquidi pectolitici **ExperZyme L-GP**, per la flottazione e la chiarifica di mosti bianchi, ed **ExperZyme L-GR**, arricchito di attività secondarie tra cui cellulase ed emicellulasica per la vinificazione in rosso. Info: [www.tebaldi.it](http://www.tebaldi.it) - [tebaldi@tebaldi.it](mailto:tebaldi@tebaldi.it)

## VASONGROUP Zimaflow: facilitare l'illimpidimento naturale e la microfiltrazione su cartucce

**L**a composizione di alcuni vini di pregio, dotati di estratto e persistenza sul palato, annovera una serie di macromolecole che possono ostacolare l'illimpidimento naturale o le operazioni di filtrazione del vino stesso. Il Dipartimento R&D del VasonGroup, concentrato nello studio di questi meccanismi, ha identificato alcune attività enzimatiche risolutive nella gestione di questi aspetti: il risultato è **Zimaflow**, un pool enzimatico liquido in grado di demolire in modo specifico pectine, glucani e polisaccaridi presenti, nel totale rispetto di struttura e integrità dei vini trattati. Vengono migliorati in questo modo sia l'illimpidimento spontaneo, che le performances di chiarifica e di filtrazione.

Se Zimaflow viene impiegato in pre-imbottigliamento, migliora gli indici di filtrabilità dei vini in modo da favorire la loro filtrazione finale, anche con cartucce di microfiltrazione. Le attività descritte hanno luogo in modo efficace in un ampio range di temperature di cantina: ad esempio, a 15 °C sono sufficienti 1-5 mL/L di Zimaflow (a seconda delle caratteristiche del vino) per ottenere ottimi risultati già in una sola settimana, mentre a temperature fra 10° e 15°C i tempi si allungano fino a raddoppiare, ma in ogni caso ottenendo risultati paragonabili. La valutazione del processo è favorita dall'utilizzo dei QFT Ju.Cla.S., strumenti che definiscono con certezza e ripetibilità gli indici di filtrabilità dei vini (*Tab1*).

**TABELLA 1** – Valori di torbidità e di indici di filtrabilità di un vino Cabernet 2019, prima e a seguito di 20 giorni dal trattamento con 3 mL/hL di Zimaflow a una temperatura di 15°C

| Campione                                       | Torbidità (NTU) | Indici di filtrabilità (QFT Touch Ju.Cla.S) |      |      |
|------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------|------|------|
|                                                |                 | IF                                          | IFM  | Vmax |
| Cabernet 2019                                  | 18.3            | 31,3                                        | 26,3 | 1088 |
| Cabernet 2019 trattato con 3 mL/hL di Zimaflow | 0.88            | 6,9                                         | 6,6  | 3032 |



CHIARIFICA

# GUIDA ALLA FLOTTAZIONE

Contattaci per scoprire le nostre soluzioni



[perdomini-ioc.com](http://perdomini-ioc.com)



Biotechnologie, coadiuvanti, detergenti e filtrazione per l'enologia

