


IL CORRIERE VINICOLO PRESENTA
ICV VIDEO NEWS



SEGUI LA TV DEL CORRIERE VINICOLO SU



Dopo il grande successo di pubblico delle prime settimane, prosegue l'avventura del nuovo spazio di web TV: le **ICV video news** dove raccontiamo in modo diverso fatti e notizie che succedono dentro e attorno al nostro mondo. Nei prossimi giorni seguite le nostre interviste dall'Assemblea Generale di UIV e da Enovitis Extrême. E poi... durante l'estate continueremo i nostri video-racconti. La pagina linkedin non va in vacanza. **VI ASPETTIAMO NUMEROSI!**

[linkedin.com/company/corriere-vinicolo](https://www.linkedin.com/company/corriere-vinicolo)



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta).
Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro. Area internet: www.corrierevinicolo.com

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

INCHIESTA SULLA VITICOLTURA ESTREMA
DOPO TRE ANNI DIFFICILI

L'EROICA

Vince le crisi ma rimane (ancora) senza marchio



a pag. 6

Successo in Alto Adige per l'ultima edizione di Enovitis Extrême

Tecnologia, innovazione e macchinari d'avanguardia
per migliorare il lavoro nei vigneti "eroici"

L'universo di microimprese vitivinicole "estreme" opera in contesti ambientali straordinari, in cui però la meccanizzazione è difficile e i costi di gestione del vigneto arrivano fino a 10 volte quelli di pianura. Superate le crisi di questi anni, il settore chiede una diversa attenzione della politica. Necessari supporti promozionali "dedicati", ad iniziare dall'istituzione di un logo ministeriale di riconoscimento

DA PAGINA 2

Reportage

**enovitis**
IN CAMPO

IL FUTURO IN VIGNETO È SEMPRE PIÙ DIGITAL E SOSTENIBILE

Tante le novità e le ottimizzazioni di attrezzature già sul mercato, con un occhio attento alla tutela dell'ambiente. Spunti e prospettive dalla viva voce di titolari e tecnici delle aziende presenti







da pagina 11

TREND & CONSUMI

Il consumatore italiano scopre i "facenti funzione" del Prosecco

L'impennata dei prezzi partita nel 2022 e proseguita in questa prima parte dell'anno ha spinto verso prodotti alternativi, soprattutto al discount. Dove i "non Prosecco" sono arrivati al 59% contro il 51% di soli 4 anni fa. Fenomeno destinato a rientrare una volta spento l'incendio dei prezzi?



A pagina 10



**IL CAROVITA
MODIFICA
IL CARRELLO DELLA SPESA,
VINO IN DIFFICOLTÀ**

L'analisi dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy in supermercati e ipermercati evidenzia la caduta di alcuni punti forti del passato, dalle indicazioni geografiche alla certificazione biologica, e la crescita di nuove esigenze, dalla convenienza (ad alcune condizioni) agli aspetti salutistici

**OSSERVATORIO DEL VINO**



**OSSERVATORIO DEL VINO**



**SYNCRONCAP™
SERIES**

Noi siamo già nel futuro... E tu?

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

www.norton.it



L'universo di microimprese vitivinicole "estreme" opera in contesti ambientali straordinari, in cui però la meccanizzazione è difficile e i costi di gestione del vigneto arrivano fino a 10 volte quelli di pianura. Superate le crisi di questi anni, il settore chiede una diversa attenzione della politica. Necessari supporti promozionali "dedicati", ad iniziare dall'istituzione di un logo ministeriale di riconoscimento. Il successo di Enovitis Extrême e le nuove proposte di macchinari e tecnologie per i vigneti eroici



C O P E R T I N A

**INCHIESTA
SULLA VITICOLTURA
ESTREMA DOPO
TRE ANNI
DIFFICILI**

L'eroica vince le crisi ma rimane (ancora) senza marchio

Ha sofferto ma oggi è uscita dal tunnel di Covid e prime ripercussioni del conflitto russo-ucraino; nasce in contesti paesaggistici straordinari ma arriva sul mercato (quasi sempre locale) con difficoltà; combatte tutti i giorni con la fatica di costi gestionali del vigneto superiori anche di 10 volte rispetto alla pianura - scarsa meccanizzazione, mano d'opera introvabile, terreni impervi - cui si aggiunge una burocrazia soffocante. Infine, ha celebrato pochi anni fa il successo di una legge che, finalmente, la riconosce e ne fissa i criteri di identificazione ma rimane, ancora, incompleta perché non sta portando nessun supporto concreto che la metta in condizioni di competere sui mercati, primo tra tutti il marchio di riconoscimento. Tutto questo è oggi la viticoltura estrema, quel piccolo mondo del settore vitivinicolo del Paese che costituisce il baluardo socio-economico di territori "impossibili" ma dal fascino irresistibile.

Una storia particolare

La narrazione del vino in Italia non ha uguali al mondo. Dai terrazzamenti su declivi dalle pendenze impossibili, a vigne di montagna ben oltre i 1.000 metri d'altitudine, passando magari per piccole isole baciata dal sole e sferzate dal vento. La nostra terra è ricca di storie di vini estremi, figli della fatica, del sudore, della laboriosità dell'uomo. Opere a volte incredibili, di vignaioli tenaci, che hanno ricavato vigneti da fazzoletti di terra strappati alla montagna, alle rocce, al mare: luoghi dove solo pensare di poter fare una qualsiasi forma di agricoltura appare folle o, quantomeno, anacronistico. In un mondo sempre più veloce e meccanizzato, queste piccole grandi cantine hanno salvato dall'oblio vitigni antichi, sull'orlo dell'estinzione, e preservato un paesaggio straordinario, dall'alta valenza turistica e culturale, dove il legame uomo-natura è più forte che mai. Opere, quelle viticole, che modellano un territorio rurale, la cui esistenza è spesso garantita proprio grazie alla presenza stessa dei vigneti, antidoto naturale a un rischio di erosione ambientale sempre più allarmante. Parlare di valore economico o di business, in questi casi, diventa quasi secondario. Per tali vini è stato coniato un aggettivo: "eroici". Per definizione, sono considerati tali tutti quei vigneti che caratterizzano le aree viticole soggette a rischio di dissesto idrogeologico, oppure le zone viticole nelle quali le condizioni orografiche, o le particolari forme di allevamento, creano impedimenti alla meccanizzazione, inclusi i vigneti situati nelle piccole isole.

Il settore della vitivinicoltura eroica (e con esso quello della vitivinicoltura storica, fatta di vigneti piantati prima del 1960 e coltivati mediante l'utilizzo di pratiche e tecniche tradizionali) solo recentemente è stato finalmente codificato dal punto di vista legislativo: un Decreto ministeriale riconosce e disciplina (in maggior dettaglio rispetto al Testo Unico del Vino del 2016) regole e criteri operativi utili per individuare i vigneti interessati, al fine di renderli potenziali destinatari di finanziamenti mirati per interventi di ripristino, recupero e manutenzione. Perché non c'è dubbio che questo ambito rimane tanto eccellente in termini di identità, verticalità o biodiversità quanto fragile di fronte alle sfide del mercato globale. Un mercato che sembra essere molto lontano dai silenzi di quelle valli o terrazzamenti a picco sul mare ma che torna prepotente quando dalle piccole cantine sperdute in ambienti naturali mozzafiato escono le bottiglie per essere commercializzate. E proprio per questo abbiamo voluto approfondire con alcuni protagonisti "eroici" come è uscito questo piccolo mondo vitivinicolo dalla doppia crisi del Covid e della guerra e, soprattutto, capire se la nuova legge, che finalmente riconosce queste realtà, sta avendo gli effetti desiderati ... oppure serve altro.

Il mercato

Almeno dal punto di vista del mercato, il quadro che dipinge **Stefano Celi**, presidente del Cervim (*vedi articolo a pagina 3*) è molto positivo, grazie anche alle tendenze di consumo attuali, che vanno verso vini più snelli, "dritti", originali, cui si aggiunge l'obiettivo miglioramento negli ultimi anni della qualità media dei prodotti ottenuti da vigneti estremi. "Forse - spiega Celi - fino a poco tempo fa, c'era nel consumatore il timore che questi vini non fossero di qualità adeguata. Ora, invece, l'offerta media si è tarata su standard molto alti e questo la clientela lo ha capito. Anche perché, parlando di produzioni molto piccole, o facciamo qualità estrema o non possiamo che essere commercialmente perdenti. Siamo partiti, in generale, con vendite in ambito locale e nazionale; poi questo nuovo interesse per la vitivinicoltura di nicchia si è allargato anche ai mercati esteri, che forse erano un po' stanchi dei soliti vini, proposti per decenni. L'attenzione verso i vitigni autoctoni, spesso antichi e introvabili al di fuori di certe realtà, e il fatto che le nostre aziende si trovano in zone altamente vocate alla viticoltura, dove

ad esempio le questioni sanitarie hanno un aiuto naturale dalle condizioni ambientali (non serve tanto ricorso agli agrofarmaci), fa sì che la nostra sia un'immagine autentica e ad alto valore di sostenibilità: questo ci rende molto 'attraenti' agli occhi di una vasta fetta di consumatori e winelover sempre più attenti. Quanto alle tipologie di vini, nel nostro settore non vedo un trend specifico: bianchi, rosati, anche i rossi sono molto richiesti, perché se parliamo di vini di montagna, sono più snelli, acidi, freschi e vanno incontro alle ultime tendenze di consumo. Insomma, posso dire con soddisfazione di riscontrare un interesse generalizzato e crescente su un po' tutte le tipologie dei vini eroici".

Un unico aggettivo che, in realtà, nasconde realtà produttive molto diverse le une dalle altre, non tanto nella loro struttura imprenditoriale - quasi sempre micro aziende - ma per la grande diversità dei territori dove operano. Un'unica mission che però si declina in storie e ambienti molto differenti dove i percorsi viticoli e imprenditoriali seguono sentieri distinti, a volte unici e irripetibili. Leggiamone alcuni.

Abruzzo, la scommessa dei vitigni internazionali



Partiamo dall'Abruzzo dove, nell'Aquilano, è operativa una piccola cantina artigianale, che produce vini da vigneti posti ad altitudini superiori agli 800 m s.l.m., all'interno di un'area incontaminata del Parco nazionale del Gran Sasso. La particolarità? Il fatto di essere andati contro tendenza: laddove la stragrande maggioranza degli esempi di viticoltura eroica nazionale fanno riferimento a vitigni autoctoni, specifici delle singole zone di produzione, **Paolo Simoni** e sua moglie Manuela - titolari dell'azienda Castelsimoni di Preturo (Aq) - hanno deciso di puntare sui cosiddetti vitigni internazionali, piantandoli nel cuore delle montagne abruzzesi. "La vitivinicoltura, in Abruzzo, è nata sicuramente nell'entroterra, in luoghi di montagna - racconta Simoni - Nella nostra zona, abbiamo fatto dei ritrovamenti storici di vasche medievali, che testimoniano la produzione a queste altitudini: abbiamo trovato vitigni autoctoni abruzzesi, ma anche 'contaminazioni' da altre regioni, come la Toscana, l'Umbria o addirittura la Sardegna, a testimonianza degli scambi culturali e culturali che magari avvenivano tra pastori. La viticoltura di montagna



31° Concorso Mondial des Vins Extrêmes: al via le iscrizioni

Sono aperte le iscrizioni per la 31ª edizione del Mondial des Vins Extrêmes, l'unico concorso enologico al mondo specificatamente dedicato ai vini frutto di viticoltura estrema. Nella scorsa edizione i vini partecipanti sono stati più di 800, provenienti da 24 Paesi, di cui extra europei Armenia, Argentina, Brasile, Cile, Georgia, Kazakistan, Libano, Stato di Palestina e Usa. "L'alto numero di adesioni, in crescita di anno in anno – dichiara **Stefano Celi**, presidente del Cervim – conferma il prestigio di questo autorevole riconoscimento, che offre ai produttori visibilità su scala globale e la possibilità di condividere le loro storie con appassionati da tutto il mondo". Apposite commissioni d'assaggio, composte ciascuna da 3 enotecnici o enologi e da 2 degustatori esperti, si riuniranno in Valle d'Aosta per la valutazione dei vini in gara giovedì 28 e venerdì 29 settembre. I produttori potranno iscriversi i propri vini entro martedì 5 settembre sul sito www.mondialvinsextrêmes.com/concorso/iscrizione

A sinistra, nella foto grande: vigne eroiche a Furore. Qui sotto e in basso nella pagina accanto: vigneti sulle montagne abruzzesi



PAOLO SIMONI

fu abbandonata, sia per le oggettive difficoltà di lavorazione, sia perché il più importante dei nostri vitigni, il Montepulciano d'Abruzzo, a quelle quote non riusciva a maturare e dava vini imbevibili ed eccessivamente aspri. Oggi, con i cambiamenti climatici sotto gli occhi di tutti, ci si sta rendendo conto che alzandosi di quota, si possono ottenere prodotti molto interessanti. E quindi piccole realtà come la nostra, ma anche aziende di dimensioni maggiori, stanno valutando con grande attenzione questo ritorno alla viticoltura di montagna. Qui da noi – continua – il pericolo maggiore è rappresentato dalle gelate tardive, quelle di fine aprile e inizi di maggio, quando ormai la vite ha gettato e i danni sono irreparabili. Negli ultimi 10 anni, per capire, abbiamo perso il 100% del raccolto una volta e più della metà in altre 2-3 occasioni. Superato il momento delle gelate, il resto va in discesa, perché la lavorazione non è così complicata e dal punto di vista sanitario, ad esempio, siamo più protetti in maniera naturale. Certo, bisogna impiantare uve che maturano! Quindi le varietà autoctone abruzzesi più diffuse - Montepulciano e Trebbiano d'Abruzzo - non vanno bene, perché sono a maturazione lunga, lenta e tardiva. È fondamentale rivolgersi a varietà precoci: noi abbiamo individuato il Riesling e il Traminer aromatico, in tema di bianchi, e il Pinot nero tra i rossi. Stiamo provando anche varietà più 'vicine', e storicamente presenti alla luce di quei ritrovamenti di cui parlavo all'inizio, come il Ciliegio ad esempio. La cosa che ci dà forza è vedere un interesse crescente verso queste piccole produzioni: oggi tutto ciò che è di 'montagna', che sia vino, grano, miele, ecc. ha un grande appeal sulla gente, perché dà un'idea di naturalezza e genuinità, che è poi oggettivamente vera. Se le istituzioni ci daranno una mano, ad esempio istituendo il marchio di identificazione dei vini di montagna come previsto dalla legge, sono certo che le cose andranno sempre meglio". ♦♦

Vigneto dell'azienda di Stefano Celi, La Source, in Valle d'Aosta



La nicchia è il nostro futuro, però da sola non basta

DIALOGO CON STEFANO CELI, PRESIDENTE DEL CERVIM

Per capire dove va il mondo della viticoltura estrema, conoscere punti di forza e debolezza e comprendere cosa fare per aiutare questo microcosmo tanto affascinante quanto fragile, il passaggio obbligato è il Cervim (Centro di Ricerca, Studi, Salvaguardia, Coordinamento e Valorizzazione per la Viticoltura Montana), un organismo internazionale nato nel 1987 con lo specifico compito - sotto l'egida dell'Oiv - di promuovere e salvaguardare queste forme di viticoltura estrema. Il Cervim - oltre a svolgere una preziosa opera di lobby e rappresentanza di questo comparto presso le istituzioni nazionali ed europee - organizza da anni il più importante congresso scientifico internazionale interamente dedicato alla viticoltura di montagna, in forte pendenza e delle piccole isole: qui vengono presentati gli ultimi studi e lavori che riguardano storia, cultura e tecnologia delle produzioni viticole ed enologiche di nicchia, analisi sulle ricadute economiche, sociali e paesaggistiche dei territori interessati. Poi, sul fronte promozione e comunicazione, organizza il "Mondial des Vins Extrêmes" (*vedi box in alto*) e "Extrême Spirits International Contest", uniche manifestazioni al mondo specificamente dedicate ai vini prodotti in zone caratterizzate da viticulture eroiche e ai distillati eroici di origine vinica. Oggi, il presidente è **Stefano Celi**, vignaiolo valdostano (proprietario dell'azienda vitivinicola La Source), al quale abbiamo chiesto come è uscito questo mondo dalla doppia crisi di Covid e prime conseguenze del conflitto russo-ucraino e quali sono le sfide che attendono i viticoltori "estremi". "Il periodo del Covid è stato duro per tutto il settore del vino, e noi ne abbiamo subito il massimo impatto - esordisce Celi -. Siamo tutte aziende piccole o piccolissime, che fanno poche migliaia di bottiglie di vini di ottima qualità, e che lavorano in maniera quasi esclusiva con il settore Horeca: potete capire come con ristoranti e locali chiusi, le vendite in pratica sono state azzerate per due anni. Oggi, per certi versi, siamo un po' avvantaggiati:

alcuni mercati stanno affrontando problemi di eccedenza di produzione o di stanchezza verso determinate tipologie di vini, laddove noi, invece, siamo sempre più cercati da un pubblico progressivamente più ampio. Il mercato vuole qualcosa di diverso, qualcosa di originale, cerca delle nicchie, e noi rappresentiamo una risposta naturale in tal senso. Per contro - continua Celi - i nostri territori sono ancora abbastanza sconosciuti e se ne parla poco. Lo sforzo principale da fare, e come Cervim ci impegniamo da tempo con iniziative in tutta Italia, è proprio quello di far conoscere al consumatore, e anche al venditore che deve andare a proporre questi prodotti, che i nostri sono vini di grande qualità, ottenuti da territori bellissimi, da vitigni autoctoni antichi a bassissima resa, e che, se costano qualcosina in più, non è perché vogliamo arricchirci, ma perché ci sono costi di produzione e rischi di impresa molto più elevati. Quando si acquista una bottiglia di vino eroico, oltre alla grande qualità riconosciuta che queste produzioni hanno raggiunto, bisogna considerare nel prezzo finale la fatica per produrli, e il ruolo anche sociale e paesaggistico che quella bottiglia di vino rappresenta. L'essenza della viticoltura eroica non sta tanto nel suo prodotto finale, che è ovviamente il vino, ma nel ruolo di 'custodia' che ognuno di noi riveste: col nostro lavoro tuteliamo il territorio dal dissesto idrogeologico, preservando tutte quelle strutture, dai muretti a secco ai canali di scolo delle acque, che servono a proteggerlo. Salviamo così dall'abbandono e dalla distruzione paesaggi stupendi, a cui va riconosciuta un'alta valenza turistica e storica".

Le difficoltà e il peso della gestione viticola

Passando alla domanda sulle principali difficoltà che un piccolo viticoltore eroico è costretto ad affrontare, la risposta di Celi parte da un aspetto evidente, per puntare il dito però su un problema assai più "subdolo" e pervasivo. "La manodopera è la cosa che viene subito in mente a tutti: intanto, come è noto, è sempre più difficile trovare

personale specializzato. Questo è già un problema in condizioni, diciamo, normali; potete immaginare nelle nostre realtà, dove il contesto operativo e ambientale è estremamente più faticoso e complesso. Da noi, la meccanizzazione è praticamente assente: negli ultimi anni hanno sviluppato qualche nuova tecnologia, che mette a disposizione macchinari che si arrampicano su alte pendenze e che possono dare un piccolo aiuto, ma parliamo di interventi marginali. In territori di pianura ad alta intensità, dove è possibile una meccanizzazione al 100%, si hanno mediamente 100 ore di lavoro ad ettaro; da noi andiamo dalle 600 alle 1200. Senza contare la differenza di resa: praticando una viticoltura estrema, con vigneti spesso antichi e varietà autoctone non certo selezionate per la loro capacità di produzione, quando va bene, i più fortunati di noi arrivano ad un'ottantina di quintali per ettaro. In pratica, lavoriamo molto di più, per produrre meno uva. Metteteci poi i costi di mantenimento dei muretti a secco, dei sistemi di canalizzazione delle acque, e di tutte quelle strutture che ci sono state tramandate dai nostri avi e che orgogliosamente cerchiamo di preservare: lì non c'è mezzo che ti possa aiutare, spesso vai di pala e piccone, e lavori tutto a mano. Poi, dove la nuova tecnologia potrebbe darti una mano, ci pensano i regolamenti poco elastici ad ostacolarli. Faccio l'esempio del drone: sarebbe molto utile, specie nei territori più difficili, poterlo usare per fare i trattamenti antiparassitari. Peccato che una normativa europea impedisce di usare a tale scopo 'mezzi aerei': ma un conto è un elicottero che inquina e fa una nuvola enorme, un conto è un piccolo drone telecomandato, che viaggia mezzo metro sopra le viti e le spruzza in maniera mirata. Ciò non solo agevolerebbe il nostro lavoro, ma ne mitigherebbe anche alcuni rischi: se cade un drone in una vigna non succede nulla; se si ribalta un mezzo cingolato, perché sta lavorando troppo in pendenza, le conseguenze possono essere seriissime! Stiamo chiedendo deroghe a un loro uso, almeno a livello sperimentale, anche se di esperimenti positivi, in tal senso, ne sono ormai stati già fatti molti".

La burocrazia, nota dolente

Se alle difficoltà ambientali e di coltivazione il viticoltore eroico è abituato, il muro di fronte al quale, spesso, ogni sforzo è vano, e anche le più ferree motivazioni si arrendono, è quello delle incombenze burocratiche. "Quello della burocrazia - continua Celi - è senz'altro l'ostacolo più grande che ci troviamo ad affrontare. Vale per noi, come

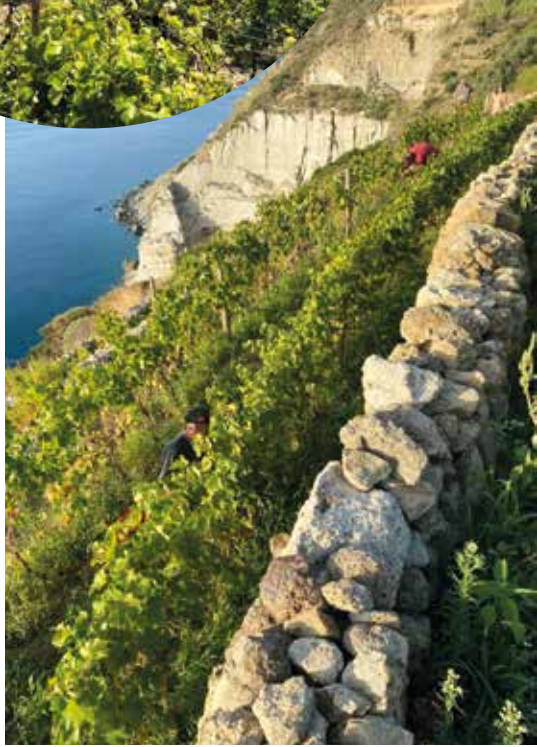
Punti di forza e debolezza della viticoltura estrema in lotta con costi di gestione in crescita, burocrazia e lentezze ministeriali. Il percorso incompiuto della normativa che la riconosce e la necessità di fare di più per sostenere questo mondo di microimprese

per tutte le piccole aziende in Italia. Il carico di lavoro, dai registri di cantina a tutto il resto, è lo stesso di chi fa milioni di bottiglie: le grandi aziende hanno personale dedicato, addestrato e pagato per fare solo quello; noi dobbiamo fare tutto da soli e inevitabilmente andiamo in difficoltà. Andrebbero studiate delle semplificazioni per le aziende piccole, che, nella maggior parte dei casi, lavorano solo le proprie uve. Alla fine, parliamo di realtà molto semplici". Il tema della burocrazia torna anche quando facciamo a Celi la doverosa domanda sugli effetti concreti dell'ultimo Decreto ministeriale, che, come accennato in apertura, avrebbe dovuto rappresentare un punto di svolta per il riconoscimento e la valorizzazione delle forme di viticoltura eroica e storica: "Dopo aver sistemato l'impalcatura teorica, sarebbe ora importante che venga dato un seguito a tutto quello che è stato messo nella legge. Effetti concreti, ad oggi, purtroppo ancora non ci sono stati: non sono arrivati finanziamenti focalizzati, non tutte le Regioni hanno istituito l'albo dei viticoltori eroici, e anche il marchio nazionale 'da viticoltura eroica', che è fondamentale per creare identità di prodotto e farlo riconoscere subito al consumatore, si è 'impantanato' sui tavoli ministeriali. Noi abbiamo un nostro marchio di riconoscimento che però senza supporto pubblico fa fatica ad affermarsi sui mercati. Abbiamo proposto al Ministero di adottarlo ma ancora attendiamo risposta. Se ne vogliono un altro a noi va bene comunque, basta che arrivi presto un logo che trasferisca al consumatore con immediatezza la riconoscibilità dei nostri vini perché solo così riusciremo ad ottenere quel posizionamento di prezzo adeguato al nostro valore di filiera assolutamente particolare. Avevamo portato avanti tutta una serie di ragionamenti, che tra cambi di Governo e di interlocutori, sono da riavviare da capo. La speranza è che si possano presto dare alle aziende tutti gli strumenti di cui hanno bisogno, per portare avanti al meglio questa difficile attività".





Vigneti dell'azienda Casale del Giglio a Ponza



Isola di Ponza, l'obiettivo di preservare un territorio



PAOLO TIEFENTHALER

Viticultura eroica non è solo quella di montagna, ma anche quella delle piccole isole, dove è oggettivamente difficile meccanizzare tante operazioni, e anche il trasporto crea qualche problematica in più. Parlando di dimensioni, dall'Elba in giù, tutti vigneti che crescono su territori isolani sono considerati eroici, indipendentemente da altitudini, pendenze, terrazzamenti. Ponza è senz'altro la più "glamour" e gettonata delle isole laziali: da qui, in zona Bagno Vecchio e sul Piano degli Scotti, la nota azienda laziale Casale del Giglio ricava un vino unico, che va sotto il nome di Faro della Guardia. L'uva è la Biancolella, varietà originaria della Campania, ora autoctona laziale, importata sull'isola di Ponza da Ischia nella meta del '700, ai tempi del Regno di Napoli. La coltivazione nel Lazio è ammessa solo nelle isole Ponziane e il vino che ne deriva è, per singolare e rispettosa scelta commerciale, venduto

solo sull'isola. Abbiamo sentito lo storico enologo della cantina, **Paolo Tiefenthaler**, che con la viticoltura eroica ha un legame viscerale: "Per me, che sono nato e vissuto sempre in Val di Cembra, in Trentino, la viticoltura non può che essere eroica: lì da noi c'è solo questo, muretti e terrazzamenti. Ma credo sia riduttivo parlare solo di vigneto e di vino: per me ad essere davvero eroico è il modo di interpretare il territorio, di preservarlo sotto l'aspetto idrogeologico, culturale e antropologico. In questi casi, il business è una questione del tutto secondaria: alle nuove generazioni non vorrei lasciare semplicemente una vigna, ma un terreno stabile e fertile, dove tra trent'anni magari il clima cambia e ci possono fare qualcos'altro. Abbiamo l'obbligo di preservare questi territori stabili e sani, per qualcosa che va oltre il discorso della coltivazione dell'uva: è un impegno che dobbiamo assumere verso le generazioni future". Tornando a parlare del progetto di Ponza, Tiefenthaler ricorda i motivi che lo portarono sull'isola insieme alla famiglia Santarelli, proprietaria di Casale del Giglio: "Quando siamo arrivati a Ponza, siamo stati

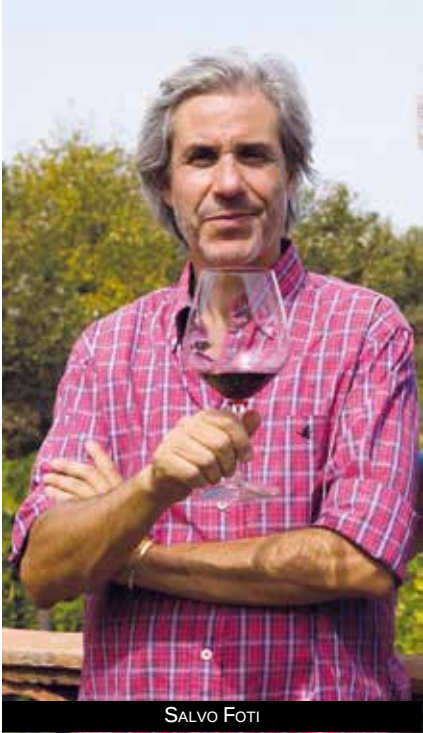
coinvolti da persone isolate che avevano vigne molto antiche, franche di piede, con una genetica molto vecchia. Pianta che si erano acclimatate negli anni, sviluppando una capacità unica di autodifesa dal sole. Potevo leggere nei loro occhi che perdere queste piccole vigne, a scapito del nascente business del turismo, era un qualcosa di profondamente doloroso. Il vero obiettivo di quel progetto era, allora, quello di preservare tutto questo patrimonio, cercando magari di stimolare qualche giovane a restare sull'isola e ad appassionarsi ad un lavoro indubbiamente duro, che in un contesto come quello ponziano è ancora più complicato. Una volta individuate le vigne giuste, ci siamo trovati ad affrontare il problema del lento, ma inesorabile, disfacimento dei terreni dell'isola. Il mantenimento dei muretti a secco ha un ruolo fondamentale per frenare questo processo, permettendo una corretta gestione della canalizzazione dell'acqua e un controllo dell'erosione. Oltre al naturale lavoro di stabilizzazione e supporto del terreno per cui sono stati concepiti, un aspetto importante, che viene spesso poco evidenziato, è quello della tutela della biodiver-

sità. A Ponza, se non ci fossero le 'parracine' (nome locale del classico muretto a secco), sparirebbero una miriade di specie di insetti e piante, che in quegli anfratti e buchi trovano il loro habitat ideale, ricavandone nutrimento e protezione. Un'altra funzione fondamentale è l'effetto 'termosifone' di questi manufatti: incamerano calore durante il giorno e lo rilascia-

no in certi periodi dell'anno, in cui magari un certo surplus di energia può essere determinante per favorire la maturazione delle uve. Ma ciò che rimane davvero fondamentale è lo studio idrogeologico: il rispetto dell'acqua, è fondamentale, specie su uno 'scoglio' come Ponza, dove le condizioni climatiche possono avere un impatto estremo".

Il pioniere dell'Etna

Quando si parla di viticoltura eroica, non si può non pensare all'Etna, che probabilmente rappresenta il territorio che più di ogni altro ha saputo giocare questa carta di esclusività, con ritorni di immagine e di mercato sotto gli occhi di tutti. Oggi i vini dell'Etna sono ricercati e apprezzati in tutto il mondo, con una domanda che sistematicamente supera l'offerta, facendo lievitare al rialzo prezzi e fatturati. Ma, anche qui, occorre fare molta attenzione: sono tanti i rischi dietro l'angolo e occorre fare chiarezza, come ammonisce **Salvo Foti** dell'azienda I Vigneri. "Quando è uscita la Direttiva ministeriale sui vigneti eroici e storici - ci racconta Foti, che con le sue viti centenarie e il suo progetto di salvaguardia è considerato il pioniere del nuovo corso dei vini etnei - ho cercato di capire se la Regione Sicilia avesse avviato una qualche forma di censimento, o almeno avesse predisposto una modulistica per rivendicare il fatto di possedere una vigna con tot anni, in una certa posizione, con certe caratteristiche: non ho avuto risposta. Silenzio assoluto. Tutti che parlano di territorio, di storicità, di eroicità, ma ho l'impressione che siano solo slogan e poi nessuno faccia nulla di concreto. La 'eroicità' è una caratteristica del vigneto e del luogo che lo ospita: il vino che ne deriva può cambiare, il produt-



SALVO FOTI

tore si può spostare, il vigneto no. Il marchio che speriamo di poter apporre presto sulle nostre etichette testimonierà, quindi, l'eroicità del vigneto, rendendolo riconoscibile anche nel caso in cui passi di proprietà così da portare avanti questa identità. Essere eroici - continua il produttore etneo - significa oggi saper mantenere e costruire le terrazze, con i muri a secco che non fanno portar via la terra da piogge sempre più violente, che arrivano anche fuori stagione. Per come stanno oggi le cose, ricevo più soldi se impianto un nuo-



Vigneti dell'azienda I Vigneri



vo vigneto classico a spalliera, che se lo faccio a terrazza. Gli sforzi e i costi maggiori non sono riconosciuti: facciamo un'opera di custodia e conservazione di un territorio che nessuno ti premia. Occorrerebbe riflettere semplicemente sul fatto che sto difendendo a monte anche ciò che sta a valle: ci dovrebbe essere una grande sensibilità verso queste cose, specie alla luce di quello che accade. Ma, di fatto, almeno nella nostra realtà non è così".

Per Foti c'è un solo modo di fare viticoltura eroica: vivere il territorio e difenderlo. "In alcune realtà possono servire anche 1.500 ore di lavoro per ettaro, e noi sull'Etna siamo già fortunati, perché le uve della nostra denominazione ce le pagano meglio che altrove. Se poi vedi situazioni in cui il valore dell'uva scende a 40-50 centesimi al chilogrammo, capisci che non può essere questo un sistema per valorizzare un territorio. Il costo dell'uva dipende per il 70% dalla manodopera, dal lavoro manuale che ti richiede: sei costretto a trovare le persone che fanno questo lavoro, devi dargli una professionalità e pagarla bene, perché è un lavoro che non è da tutti. La viticoltura eroica è molto legata alla presenza dell'uomo in quel posto. Per praticarla devi viverci, devi essere disposto ad attendere tempi lunghi e non puoi andare in vagna ogni tanto, ma spenderci almeno 200 giornate l'anno. Quindi occorre incentivare gente che sta sul territorio, che lo vive davvero, difendendoli dai progetti opportunistici o 'mordi e fuggi' di chi vuole realizzare tanto in poco tempo. Da parte del consumatore c'è infatti una ricerca di prodotti che abbiano una continuità col territorio e un legame più sostenibile con la terra da cui provengono. L'Etna ha fatto il salto di qualità quando ha iniziato a parlare di queste cose e a produrre vini che ne fossero la testimonianza. Questo ci ha permesso di chiedere un prezzo più remunerativo: da un lato, ciò ha permesso alle famiglie storiche di vivere dignitosamente e di continuare con questa attività; dall'altro, il rischio è quello di attirare chi è interessato a puro business, senza una visione territoriale, ma che guarda più ai numeri e ai fatturati. Da noi, come in altri territori estremi, un discorso simile non è possibile: milioni di bottiglie non le puoi fare, perché la manodopera non la trovi. Inoltre, aumentando troppo la produzione, a lungo termine puoi avere dei problemi: perché ora la richiesta è ancora più alta dell'offerta, ma se continua questa tendenza, anche il nostro mercato si saturerà".



Costiera Amalfitana, bella e impossibile



LA FAMIGLIA FERRAIOLI. IN PRIMO PIANO ANDREA

Tra viti e rocce a strapiombo sul mare di Furore, nel cuore della Costiera Amalfitana, altro nome assai noto agli appassionati di vino è quello delle Cantine Marisa Cuomo. **Andrea Ferraioli**, supportato dalla moglie a cui è intitolata l'azienda e dal noto enologo Luigi Moio, produce da anni vini dal sapore unico e straordinario, che da un territorio estremo traggono tutta la loro forza e carattere. Un progetto che è stato, innanzi tutto, di salvaguardia, per recuperare vitigni storici e sistemi di allevamento arcaici, che hanno preservato dall'abbandono. "Per noi la viticoltura è un grande dilemma - ci spiega Ferraioli -. Facciamo una fatica enorme, ma la portiamo avanti per un attaccamento viscerale alla terra. Io dico sempre che sono inchiodato a queste rocce e a questi terrazzamenti. La Costa di Amalfi è bella e impossibile, parafrasando la famosa canzone della Nannini: sono tutte vigne da cartolina, dove spesso è più breve la distanza orizzontale dal mare che l'altimetria, viste le pendenze. A volte, però, definire estremo questo territorio potrebbe essere addirittura riduttivo. Oltre alle pendenze, su cui è impossibile alcun tipo di meccanizzazione, qui a Furore andiamo oltre: il paese è sorto lungo la strada, non c'è un centro storico; ci sono case, vigne e strade che si alter-

nano; gli appezzamenti sono piccolissimi, arrivano sì e no a 2.000-2.500 metri quadrati, distanti uno dall'altro e c'è un'altissima polverizzazione delle proprietà, con tante teste che è difficile far ragionare all'unisono. Manca quindi anche la capacità di fare sistema".

Nelle parole di Ferraioli, torna la questione della carenza di manodopera, che però apre la strada anche a uno spiraglio di ottimismo: "Siamo in un territorio ad alta vocazione turistica, e il suolo di coltivazione diminuisce, per siccità, per danni, per abbandono... Dobbiamo preservarlo, ma trovare manodopera nel nostro territorio è una pura chimera: chi viene a Furore scappa via prima di mettere piede nelle vigne! Ha le vertigini! Ma se non convinciamo i giovani a lavorarci, se non creiamo loro un appetito di ritorno alla terra, remunerandoli in maniera più che congrua rispetto all'offerta che hanno dal settore turistico, come facciamo? Noi, nel nostro piccolo, cerchiamo di formare contadini, agricoltori, persone adatte a portare avanti queste lavorazioni. È difficile, ma abbiamo la soddisfazione di veder nascere uno spirito di emulazione nei nostri confronti, con tante piccole vigne nuove, da privati, che spero porteranno tanto di buono a tutta la Costa di Amalfi".



Cantine Marisa Cuomo, vedute dei vigneti in Costiera Amalfitana



ELIANA MAFFONE E SUO MARITO BRUNO POLLERO



Vigneti dell'azienda Tenuta Maffone a Pieve di Teco, nel Ponente ligure

Liguria, una viticoltura lenta e attenta



Una terra di viticoltura eroica che ha diverse similitudini con la Costiera Amalfitana è quella della costa ligure: da Levante a Ponente, il mare e il paesaggio hanno da sempre esercitato un'influenza molto importante sulla coltivazione e la produzione di vino in Liguria. Anche qui troviamo vigneti coltivati in scoscesi dirupi, che si affacciano con grandi pendenze verso il mare, ricavati su piccolissimi terrazzamenti contenuti dai muretti a secco e spesso privi di strade di accesso: ogni operazione non può che essere svolta a mano, trasportando le uve a spalla o, per i più "tecnologici", magari tramite un trenino a cremagliera che si arrampica su pendenze spesso impossibili. Il nostro "custode" locale è **Eliana Maffone**, dell'a-

zienda Tenuta Maffone, fondata nel 2009 insieme al marito Bruno, dopo un cambio di vita che li ha portati a raccogliere una lunga eredità di famiglia. Il comune è Pieve di Teco, frazione di Acquetico, sulla costa di Ponente: le vigne si trovano tra i 500 e i 700 metri di quota, in uno scenario più alpino che agricolo (non è raro incontrare cinghiali e caprioli), che venne definito da Mario Soldati "l'optimum per la qualità delle uve e del vino". I vigneti di proprietà della famiglia hanno oltre sessant'anni e la scelta è quella di mantenerli e coltivarli in modo tradizionale, non usando diserbanti e concimi chimici. "Di terra per l'agricoltura, qui in Liguria, ce n'è poca - esordisce Eliana -. Abbiamo il mare davanti e le montagne dietro:

la striscia di terreno più ampia sarà forse 35 km. Siamo in una terra di mezzo, dove in venti minuti vai a sciare e in altri venti vai a fare il bagno. La nostra è, a tutti gli effetti, una viticoltura di montagna: abbiamo vigneti storici, molto vecchi, addirittura prefillossera, con piante di 120-130 anni, di cui ancora non abbiamo capito fino in fondo le origini. Il vitigno che più ci contraddistingue è l'Ormeasco, un autoctono coltivato in un ristretto areale dell'Imperiese. In buona sostanza è un Dolcetto, con caratteristiche però molto diverse: ha una grande longevità, grande acidità e profumi intensissimi, per i quali diamo il giusto merito al terreno (prevalentemente calcareo), ma anche alle escursioni termiche di oltre venti gradi fra giorno

e notte, che ne favoriscono la complessità aromatica. La posizione particolarmente favorevole dei vigneti, molto areati in altitudine e ben esposti al sole, ci permette di fare pochissimi trattamenti e di condurre una coltivazione dell'uva molto rispettosa dell'ambiente e della natura che ci circonda. Le difficoltà principali - prosegue - sono quelle di tutte le zone eroiche, legate alla necessità di lavoro manuale e alla grande frammentazione dei terreni, che ti impongono una viticoltura lenta e attenta (ed è questo, invece, uno dei lati positivi). L'unico modo per salvare questo territorio, che il bosco sta mangiando pian piano, sono le coltivazioni terrazzate e i lavori di recupero che piccole aziende come la nostra

stanno facendo. Sono terre che continuano a soffrire l'abbandono, e queste attività sono le uniche che possono riportare a viverle". Un elemento nuovo della discussione, che emerge dalla piacevole chiacchierata con Eliana, è sulla questione dei diritti di impianto di nuovi vigneti: "Da noi, in Liguria, ma penso anche ad altre piccole regioni come la nostra vicina Valle d'Aosta, il problema è serio. Il diritto di impianto viene concesso in base alla percentuale del vitato esistente: ma un conto è l'uno per cento di 1.000 ettari, un conto è l'uno per cento di un milione! Per cui, anche se si trova qualche nuova azienda volenterosa, che vuole ricominciare a fare questo duro lavoro rubando un po' di terra al bosco, ci sono molti impedimenti burocratici, che a volte diventano veri e propri impedimenti. È un problema ligure, ma anche di tutte quelle regioni che hanno poca terra vitata. Auspichiamo maggiore flessibilità in tal senso, in modo da non frenare questi piccoli slanci imprenditoriali, che però hanno un valore vitale per tante realtà, che altrimenti rischiano di andare perdute per sempre".

Concludendo...

Dal Trentino-Alto Adige alla Sardegna, dalla Valle d'Aosta alle pendici dell'Etna, dalla Valtellina alla Costiera Amalfitana, passando per le Cinque Terre, per le montagne appenniniche e le isole tirreniche, l'Italia vanta mille storie di vigna e di uomini straordinari. Se è assodato che il vino, la vite e i territori viticoli, così come tutte quelle pratiche e tradizioni che sono alla base dell'attività vitivinicola, siano un patrimonio culturale da tutelare e valorizzare, a maggior ragione vanno protetti e aiutati questi vigneti eroici e storici. Piccoli lembi di terra coltivata, che caratterizzano spesso aree soggette a rischio di dissesto idrogeologico, oppure zone agricole disagiate, nelle quali le condizioni orografiche o le particolari forme di allevamento creano impedimenti alla meccanizzazione. Ma proprio da qui possono venir fuori vini rari, unici, carichi di storia e di suggestioni: prodotti che hanno in sé il dono dell'autenticità e dell'originalità, oggi tanto apprezzati in un mercato che è sempre meno di nicchia e sempre più esigente. Vanno tutelati e aiutati, non solo per sviluppare le performance economiche dei territori vitivinicoli interessati (sia come mera commercializzazione di prodotto, che, ancor di più, come ritorno positivo in termini d'immagine e attrattività turistica), ma anche per il valore culturale, sociale e ambientale che essi racchiudono.



Il presidente UIV, Lamberto Frescobaldi, all'inaugurazione della manifestazione

SUCCESSO DI PUBBLICO ALL'ULTIMA EDIZIONE DI ENOVITIS EXTREME

Innovazione e sostenibilità tra i vigneti alpini

Dalle oltre 80 aziende espositrici, sono state presentate "al lavoro" nei vigneti della Cantina Valle Isarco una serie di macchine operatrici e attrezzature destinate all'impiego in condizioni orografiche impervie, con alte pendenze e ristretti spazi di manovra. Obiettivo supportare il lavoro tra i filari "eroici" in maniera radicalmente diversa dal passato

Tecnologia, innovazione e macchinari d'avanguardia arrivano anche sui vigneti estremi che possono guardare al proprio futuro con un occhio diverso. All'ultima edizione di Enovitis Extrême, la manifestazione itinerante organizzata da Unione Italiana Vini in collaborazione con il Cervim (Centro di Ricerca, Studi, Salvaguardia, Coordinamento e Valorizzazione per la Viticoltura Montana) e il Consorzio Vini Alto Adige svoltasi nei giorni scorsi nei vigneti della Cantina Valle Isarco - Eisacktal a Chiusa in provincia di Bolzano, sono state presentate dalle 84 aziende espositrici una serie di macchine operatrici e attrezzature destinate all'impiego in condizioni orografiche impervie, con alte pendenze e ristretti spazi di manovra, ad alto contenuto di innovazione in grado di supportare il lavoro tra i filari in maniera radicalmente diversa dal passato. "L'innovazione e le tecnologie sono fondamentali per il futuro della viticoltura eroica - ha commentato **Stefano Celi**, presidente Cervim - sia per contenere i costi di produzione, mediamente maggiori nelle aree estreme, sia per dare una mano al lavoro dei viticoltori anche nell'ottica dei cambiamenti climatici in atto". Il grande successo di visitatori che nel corso della giornata hanno assistito alle numerose dimostrazioni in campo - sono state stimate ben oltre 1.000 presenze di viticoltori provenienti da diverse aree dell'arco alpino ma anche da Francia, Slovenia, Svizzera, Austria, Germania, Spagna e Ungheria - "dimostra - ha dichiarato **Paolo Castelletti**, segretario generale di Unione Italiana Vini - non solo la vitalità economica di questo particolare ambito produttivo, ma anche la qualità innovativa della proposta che abbiamo portato alla manifestazione,



Stefano Celi, presidente Cervim



Paolo Castelletti, segretario generale UIV



testimonianza di un rinnovato impegno dell'industria per le macchine e attrezzature del vigneto verso un segmento specializzato molto interessante. Con Enovitis Extrême puntiamo a sostenere e valorizzare realtà che operano in un contesto caratterizzato da altissimi costi di produzione, ma che possono trovare nell'innovazione tecnologica un supporto di grande importanza. Si tratta di una viticoltura che ha esigenze molto particolari, ma che svolge un ruolo storico sia sul fronte della produzione enologica che su quello della conservazione e manutenzione dei territori". In vetrina, trattori, mini cingolati, una speciale vendemmia-

trice per territori in pendenza, e, ancora, transporter (anche elettrici) e portattrezzi progettati, quasi su misura, da aziende spesso artigianali e specializzate in questa nicchia tecnologica che possono trovare applicazione anche in areali meno impervi dove si sviluppa ancora gran parte della nostra produzione viticola. Secondo l'indagine sulla filiera del vino in Italia realizzata dall'Osservatorio del Vino UIV-Vinitaly, infatti, il 51% dei vigneti nazionali si colloca sopra i 300 metri di quota, con il 42% in collina (301-700 metri) e il 9% in montagna (sopra i 700 metri). Nello specifico, si concentrano in montagna 6 su 10 vigneti in Valle d'Aosta e Ligu-

ria, mentre sono circa il 30% in Campania, Basilicata, Calabria, Molise e Piemonte. Sono invece 281 mila gli ettari complessivamente dedicati in Italia alla viticoltura collinare, che interessa soprattutto quelle abruzzese (96%), umbra (89%), marchigiana (85%) e toscana (81%), a cui si aggiungono le produzioni di alta collina in provincia di Bolzano (86%) e Trento (40%). Sempre nell'ambito della manifestazione si è svolta una degustazione riservata di vini dell'Alto Adige e una selezione di vini "eroici" provenienti da diversi Paesi esteri selezionati tra i vini vincitori dell'ultima edizione del Concorso Mondial des Vins Extrêmes.





**Omnia
Technologies**
Enabling Evolution

Nasce **Omnia Technologies**.
il Gruppo che unisce le competenze
dei migliori specialisti nelle tecnologie
per il settore del vino, distillati e bevande.

Il team di **specialisti** delle tecnologie integrate:
dal processo al confezionamento finale.
Un unico partner al servizio del cliente
per fornire soluzioni chiavi in mano e linee
di automazione sostenibili.

PROCESSING

BOTTLING & PACKAGING

DELLA TOFFOLA

parmeare

SIRIO ALIBERTI

GIMAR

F2

FRILLI

**Primo
FOOD TECHNOLOGIES**

**Progema
engineering**

bertolaso



m° MAR.CO.
MARTINI COSTRUZIONI

Zitalia

omb

APE
packaging & palletizing

COMAS
The Liquid Filling Company

TECNO TREND
Aseptic Powder Machines

omniatechnologiesgroup.com

I DATI DEL NUOVO NUMERO DELL'OSSERVATORIO IMMAGINO DI

GS1
Italy

IL CAROVITA MODIFICA IL CARRELLO DELLA SPESA, VINO IN DIFFICOLTÀ



L'analisi in supermercati e ipermercati evidenzia la caduta di alcuni punti forti del passato, dalle indicazioni geografiche alla certificazione biologica, e la crescita di nuove esigenze, dalla convenienza (ad alcune condizioni) agli aspetti salutistici

di MANUELA SORESSI

Le indicazioni geografiche più blasonate, ma anche il made in Italy, l'origine regionale o la certificazione biologica non bastano più per convincere gli italiani a riempire il carrello della spesa. E se questo vale nel settore alimentare in generale, neppure il mondo dei vini sfugge alla nuova scala di valori del consumatore italiano che, stretto dalla morsa del carovita, è stato costretto a ripensare la lista della spesa. Questo l'ha portato a mettere in discussione caratteristiche, valori e plus dei prodotti che finora sembravano inattaccabili, con conseguenze importanti sul mercato. A raccontarle, entrando nel dettaglio dell'andamento dei claim presenti sulle etichette di oltre 132 mila prodotti confezionati venduti in supermercati e ipermercati, è il nuovo numero dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy. Anche in quest'edizione, la 13ª, questo monitoraggio conferma il suo approccio particolare: fotografare l'andamento di 12 carrelli della spesa "a tema" (come quelli dedicati al free from, alla sostenibilità o all'italianità), costruiti inserendo i prodotti presenti nel servizio Immagino che presentano in etichetta almeno un claim afferente a questi valori (oltre 100 quelli rilevati) e misurandone giro d'affari e consumi grazie ai dati NielsenIQ. Ma, vista l'eccezionalità dell'ultimo anno, introduce due novità: l'andamento delle vendite in volume e l'approfondimento sulla convenienza, sia come tema di comunicazione in etichetta sia come presenza e incidenza nelle diverse fasce di mercato.

Tre fenomeni da tenere d'occhio

Da quest'analisi, che copre tutto l'anno 2022, emergono tre fenomeni interessanti. Il primo è che la ricerca di una maggiore convenienza non è stata così generalizzata e uniforme come si sarebbe potuto pensare. Segmentando il mercato in base a tre fasce di prezzo, l'Osservatorio Immagino ha scoperto che sono stati i prodotti meno costosi a subire la maggior riduzione dei volumi (-6,1%) e non quelli più cari (-5,1%) o quelli con un posizionamento medio (-6,0%). Un segnale evidente che il carovita batte soprattutto sulle fasce sociali più deboli, quelle che, non potendo trovare prodotti meno costosi di quelli che acquistano normalmente, non hanno altra soluzione che evitare gli acquisti. Il secondo fenomeno rilevato dall'Osservatorio Immagino è l'esistenza di claim che sono stati capaci di sfuggire al taglio dei volumi, mostrando così di avere una considerazione presso i consumatori tale da non metterne in discussione l'acquisto. È quello che è accaduto ai prodotti di cui è segnalato il basso apporto di zuccheri, la ricchezza in proteine e l'assenza di lattosio, che hanno aumentato le vendite anche in volume e non solo a valore. E benché (in genere) abbiamo un prezzo più alto della media del loro mercato di riferimento. Il terzo fenomeno che fa riflettere è l'antitesi del precedente. Ed è lo scarso appealing che hanno alcune indicazioni in flora vincenti, come quelle relative alla tipicità, alla regionalità e alla naturalità. E qui i vini e gli spumanti vengono (pesantemente) chiamati in causa. Ma, nel panorama critico, emergono anche realtà che vanno controcorrente e per cui l'origine da un preciso territorio o l'indicazione "prodotto in Italia" restano ancora un motivo valido per comprarli. Vediamo nel dettaglio queste tendenze.

Convenienza

L'Osservatorio Immagino ha suddiviso l'assortimento grocery rilevato in tre fasce di prezzo: alta (prezzi superiori fino al 31% sul prezzo medio), media (86-130% di indice di prezzo) e bassa (prezzi inferiori almeno del 15% rispetto alla media). Nel 2022 il 43,5% delle vendite di supermercati e ipermercati è stato realizzato dalla fascia media, il 30,3 da quella alta e il 26,2% da quella bassa. Il bilancio migliore è stato quello dei prodotti top, che hanno aumentato di più il giro d'affari (+5,7%) e hanno perso meno volumi (-5,1%). Quelli di fascia media hanno tenuto e quelli più cheap sono crollati (-6,1% a volume e +4,6% a valore). Ma come si collocano i vini in queste tre fasce di mercato? Se consideriamo il paniere dei prodotti a indicazione d'origine, i vini Igt hanno una forte presenza nella fascia di prezzo più alta, che nel 2022 ha mantenuto il giro d'affari stabile ma ha visto ridursi del -6,5% i volumi. Una performance peggiore rispetto al paniere complessivo delle Igp e Igt, che ha mostrato uno spostamento degli acquisti verso la fascia di prezzo più bassa. Se passiamo a un altro paniere dove i vini giocano un ruolo da protagonisti, ossia quello dei prodotti che specificano in etichetta la regione di provenienza, allora scopriamo che la fascia top pricing è sovrallotata rispetto alla media, con vino, Champagne e spumanti tra i segmenti che pesano di più in termini di giro d'affari. Il bilancio 2022 non è roseo: questa fascia alta è stata l'unica a calare non solo a volume (-7,7%) ma anche a valore (-0,3%) mentre il



I NUMERI DEL MONDO DELL'ITALIANITÀ: LA SEGMENTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE

	% PRODOTTI	% VENDITE IN VALORE	TREND % VENDITE IN VALORE 2022 VS 2021	TREND % VENDITE IN VALORE 2021 VS 2020	TREND % VENDITE IN VOLUME 2022 VS 2021	PRESSIONE PROMO
Bandiera Italiana	15,9	16,8	6,5	-1,3	-4,0	27,0
100% italiano	8,6	12,3	9,2	-1,8	-5,0	31,7
Prodotto in Italia	6,8	4,0	0,4	-0,6	-7,1	31,3
Dop	1,3	1,8	6,2	-2,1	-2,5	26,1
Doc	2,4	1,4	-2,4	6,4	-7,7	37,6
Igp	1,3	1,3	2,0	0,0	-5,9	34,9
Docg	1,0	0,8	-6,4	13,2	-12,4	43,0
Igt	1,0	0,5	-1,6	-1,1	-6,0	36,8

Tutte le quote fanno riferimento al mondo alimentare dell'Osservatorio Immagino (92.280 prodotti)

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Franco Santini, Manuela Soressi, Omar Bison

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



aderisce al progetto europeo

WINE MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE

REALTÀ E TENDENZA DEI FENOMENI DI CONSUMO NEL FOOD

ITALIANITÀ	25.409 prodotti, 8 tra claim, icone e indicazioni geografiche europee, per 10,4 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +6,1% a valore, -5,0% a volume.
FREE FROM	13.951 prodotti, 16 claim riferiti alla minore presenza o all'assoluta assenza di un nutriente, 7,5 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +6,0% a valore, -5,2% a volume.
RICH-IN	10.091 prodotti, 12 claim riferiti alla presenza in assoluto o in forma maggiore di un composto nutrizionale, 4,4 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +7,8% a valore, -3,6% a volume.
INTOLLERANZE	10.736 prodotti, 6 tra claim e certificazioni, 4,6 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +6,0% a valore, -3,3% a volume.
LIFESTYLE	12.892 prodotti, 6 tra claim e certificazioni, 3,8 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +3,3% a valore, -7,9% a volume.
LOGHI E CERTIFICAZIONI	bollini, indicazioni e claim che forniscono garanzie precise, come la bandiera del paese d'origine (19.146 prodotti), il logo EU Organic (8.293) o le certificazioni in materia di Corporate Social Responsibility, come Fairtrade, Friend of the sea, FSC e Sustainable cleaning (quasi 12 mila).
INGREDIENTI BENEFICI	13.145 prodotti, 36 ingredienti benefici suddivisi in sette famiglie, 4,1 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +7,8% a valore, -4,7% a volume.
METODO DI LAVORAZIONE	3.756 prodotti, 9 tecniche produttive, 1,2 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +7,5% a valore, -5,2% a volume.
TEXTURE DEI PRODOTTI	7.213 prodotti, 11 claim o caratteristiche relativi alla loro consistenza, 3,4 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +6,1% a valore, -7,7% a volume.
SOSTENIBILITÀ	36.067 prodotti, 35 tra claim e certificazioni relative a quattro aree (management sostenibile delle risorse, agricoltura e allevamento sostenibili, responsabilità sociale, rispetto degli animali), 15,5 miliardi di euro di sell-out. Trend annuo: +8,6% a valore, -4,3% a volume.

Fonte: Osservatorio Immagino, dati 2022 su 2021, supermercati+ipermercati

paniere regionale nel suo complesso ha aumento del +1,7% gli incassi nonostante la perdita del -6,3% dei volumi. Anche in questo caso a soffrire di meno è stata la fascia di prezzo più bassa.

Italianità

L'Osservatorio Immagino ha individuato 25.409 prodotti che segnalano in etichetta un riferimento all'italianità (come i claim “made in Italy”, “prodotto in Italia”, “solo ingredienti italiani”, “100% italiano”, la bandiera italiana o le indicazioni geografiche europee). Nel 2022, in supermercati e ipermercati, hanno superato i 10 miliardi di euro di vendite mettendo a segno un aumento annuo del 6,1% nonostante un calo del 5,0% delle quantità vendute. Quindi, l'effetto dell'inflazione si è fatto sentire. Ma non sui vini e gli spumanti Doc o Docg e su quelli Igt, visto che hanno perso vendite non solo a volume ma anche a valore, e che, all'interno del paniere dei 4.367 prodotti a denominazione di origine, sono stati tra i prodotti più penalizzati dalle nuove scelte d'acquisto dei consumatori.

Il confronto con i dati di vendita del reparto enoteca forniti da altri osservatori non sarebbe corretto, perché le basi statistiche sono diverse, per cui non possiamo arrischiare comparazioni. Comunque, le evidenze emerse dall'Osservatorio Immagino sono significative. Nel 2022, su base annua, i 2.174 vini Doc rilevati hanno lasciato sul campo il 2,4% del loro sell-out e il 7,7% dei volumi transitati da super e ipermercati, e il 37,6% delle vendite è stato realizzato in promozione. Per i 962 vini Docg la riduzione è stata più drastica: -6,4 a valore e -12,4% a volume, nonostante l'elevata pressione promozionale, arrivata al 43% delle vendite. Quanto ai vini Igt/Igp, hanno registrato un -1,6% a valore (che arriva dopo il -1,1% del 2021) e un -6,0% a volume, con una pressione promozionale del 36,8%.

Regionalità

Sono 10.188 i prodotti confezionati acquistabili in supermercati e ipermercati accomunati dal fatto di segnalare sulle etichette la regione da cui provengono. Nel 2022 le loro vendite sono arrivate vicine ai 2,9 miliardi di euro: a valore sono cresciute meno di quelle del paniere “italiano” (+1,7%) mentre a volume sono calate in modo analogo (-6,3%). In questo paniere regionale i vini hanno un peso molto importante ma, sicuramente, sottostimato, perché l'Osservatorio Immagino rileva solo i nomi delle regioni e non quelli di zone o sottozone vinicole, anche di pregio. Per fare un paio di esempi, misura le vendite dei prodotti con le parole “Toscana” o “Veneto” in etichetta ma non quelli dov'è specificato “Chianti” oppure “Valdobbiadene”.

Fatta questa premessa, va detto che vini e spumanti non giocano un ruolo importante per tutte le regioni perché sono significativi (come incidenza o come dinamica di vendita) solo in 13 panieri regionali su 20. Ma in tutti i casi hanno subito un calo dei volumi, talvolta molto rilevante, rispetto ai dati del 2021, che è stato pesante soprattutto per le regioni in cui giocano un ruolo determinante nella produzione e nell'offerta in Gdo.

Vini Doc o Docg e spumante metodo classico sono tra i prodotti del Trentino-Alto Adige più colpiti dalla riduzione delle quantità acquistate. Fermo restando che questa regione continua a guadagnare la medaglia d'oro per numero complessivo di prodotti su cui è segnalata (983) e relativo giro d'affari (oltre 380 milioni di euro), comunque nel corso del 2022 ha tenuto a valore (+1,1%) ma ha ceduto a volume (-5,4%), e a questo trend il reparto vini ha dato un contributo importante.

Al secondo posto della classifica delle regioni si conferma la Sicilia, con 1.161 referenze e 364 milioni di euro di vendite (+3,1%).

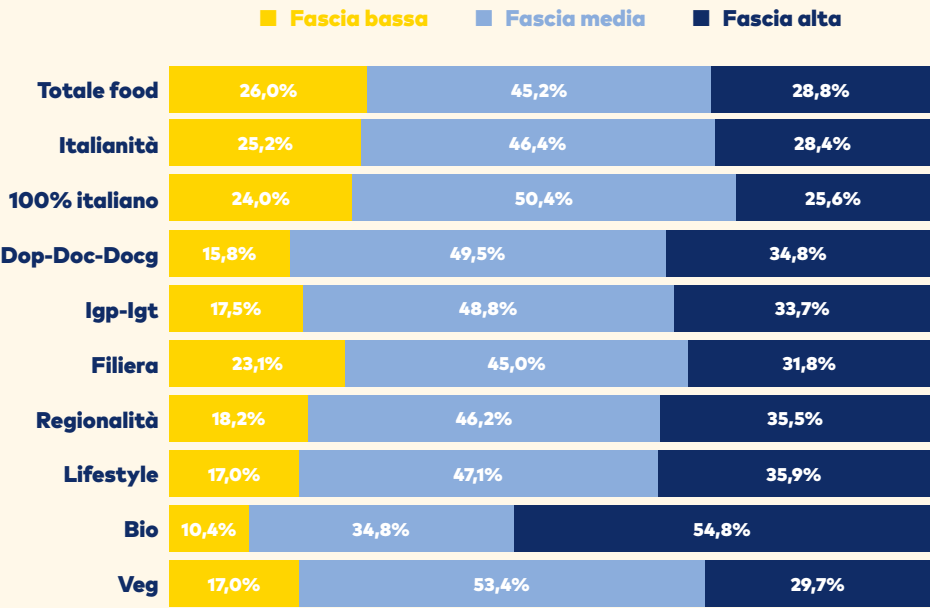
Una crescita che si deve tutta all'aumento dei prezzi, visto che i volumi sono calati del 6,9%. I vini Doc e Docg, assieme a sughi pronti e gelati multipack, sono stati tra i prodotti più colpiti dal taglio dei volumi

Nel 2022 il Piemonte si è guadagnato il terzo posto in classifica (contro il quarto del 2021), grazie a un giro d'affari superiore a 305 milioni di euro (+4,0% sul 2021). I volumi, invece, si sono ridotti del -3,4%, e a perdere sono stati soprattutto i vini Doc, lo spumante charmat dolce e il latte Uht.

Dove i vini hanno affossato il fatturato regionale è stato nel paniere targato Veneto, che ha accusato uno dei più alti cali a volume (-10,5%), in particolare nel prosecco e nei vini Doc, Docg e Igt. In totale i 792 prodotti di questa regione hanno comunque aumentato del 3,3% gli incassi, superando i 276 milioni di euro. Tengono botta, invece, i prezzi dei 1.190 prodotti targati Toscana (-0,6%), generando oltre 252 milioni di euro di sell-out, ma con volumi diminuiti del 6,7%. In questo caso i vini Doc e Docg perdono vendite su ogni fronte.

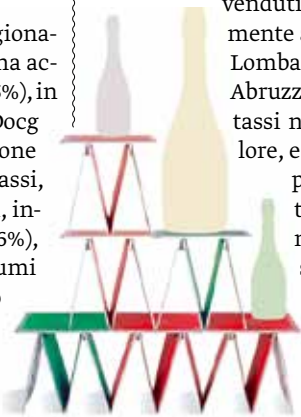
Fonte grafici e tabelle in queste pagine: Osservatorio Immagino 2023 di GSI Italia - 13ª edizione

L'ALLOCAZIONE DELLE VENDITE DEI FENOMENI DI CONSUMO NEL FOOD PER FASCE DI PREZZO



Incidenza % vendite per fasce di prezzo, dove 100 è il prezzo medio a volume della categoria. Fascia bassa: <= 85; Fascia media: da 86 a 130 ; Fascia alta: >=131 100%= vendite totale fenomeno/claim.

Vanno controcorrente i vini Doc e Docg (in particolare bianchi) rispetto al resto del paniere della Sardegna: sono tra i pochi prodotti di quest'isola ad aver subito un taglio dei volumi venduti mentre il totale ha registrato un +1,9%. A valore l'offerta targata Sardegna ha registrato un +12,2% nelle vendite. I vini Doc, Docg e Igt sono tra i prodotti a maggior diminuzione delle vendite anche nel paniere della Puglia, che però ha saputo tenere meglio delle altre regioni, registrando un calo sottomedia dei volumi (-1,2%) e una crescita del 7,3% del valore. Idem per le Marche: il calo del 2,4% dei volumi venduti dei 252 prodotti rilevati si deve principalmente alla contrazione dei vini Doc e Docg. Lombardia, Campania, Lazio, Friuli-Venezia Giulia e Abruzzo hanno mostrato andamenti analoghi, con tassi negativi nelle vendite sia a volume che a valore, e con i vini Doc e Docg che hanno registrato perdite più accentuate nelle quantità vendute. Una situazione che riguarda anche lo spumante metodo classico della Lombardia, lo spumante charmat secco del Friuli-Venezia Giulia e i vini rossi Doc e Docg dell'Abruzzo.



L'ANDAMENTO DELLE VENDITE DELL'ITALIANITÀ PER FASCE DI PREZZO

ITALIANITÀ	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*	100% italiano	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*
Totale	↑ 6,1	↓ -5,0	Totale	↑ 9,2	↓ -5,0
Fascia alta	↑ 5,7	↓ -4,5	Fascia alta	↑ 8,7	↓ -5,1
Fascia media	↑ 6,5	↓ -5,6	Fascia media	↑ 11,6	↓ -3,7
Fascia bassa	↑ 5,8	↓ -4,5	Fascia bassa	↑ 5,0	↓ -7,4
Dop-Doc-Docg	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*	Igp-Igt	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*
Totale	↑ 0,2	↓ -6,7	Totale	↑ 1,0	↓ -6,0
Fascia alta	↓ -2,6	↓ -9,3	Fascia alta	= 0,0	↓ -6,5
Fascia media	↑ 3,0	↓ -4,2	Fascia media	↑ 1,2	↓ -7,0
Fascia bassa	↓ -1,8	↓ -8,6	Fascia bassa	↑ 2,6	↓ -1,8

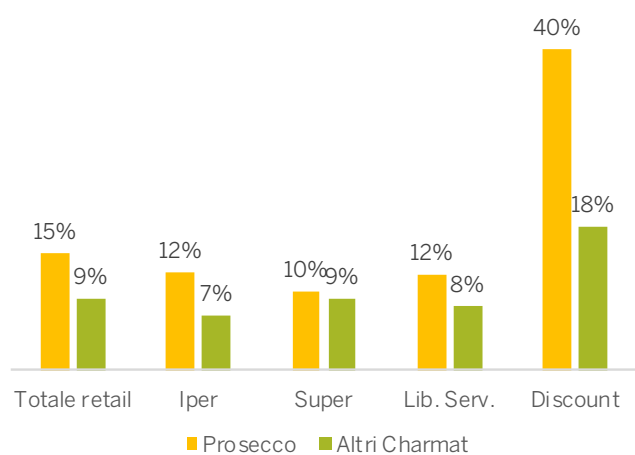
*Volumi: variazione vendite a prezzi costanti

L'ANDAMENTO DELLE VENDITE DI FILIERA E REGIONALITÀ PER FASCE DI PREZZO

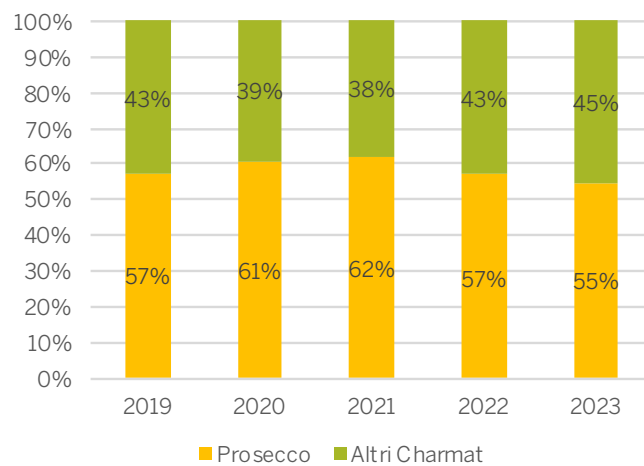
Filiera	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*	Regionalità	TREND % VENDITE VALORE	TREND % VENDITE VOLUME*
Totale	↑ 12,1	↓ -0,7	Totale	↑ 1,7	↓ -6,3
Fascia alta	↑ 6,1	↓ -4,3	Fascia alta	↓ -0,3	↓ -7,7
Fascia media	↑ 15,1	↓ -1,5	Fascia media	↑ 3,0	↓ -5,8
Fascia bassa	↑ 15,2	↑ 6,2	Fascia bassa	↑ 2,7	↓ -4,7

*Volumi: variazione vendite a prezzi costanti

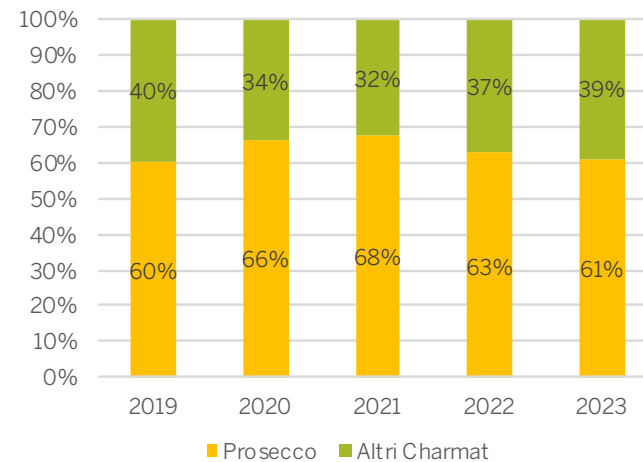
1. Evoluzione prezzi: var. 2023/19



2. Totale retail



3. Iper



LE VENDITE DI SPUMANTE IN GRANDE DISTRIBUZIONE

Il consumatore italiano scopre i “facenti funzione” del Prosecco



di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

Lo spumante è la tipologia di vino che sembra più in sofferenza oggi sul circuito della grande distribuzione italiana: mentre i fermi e frizzanti, pur chiudendo i primi sei mesi in calo (-4%), vedono comunque un aprile-giugno migliore rispetto al primo trimestre (da -7,5% si è saliti a -1,3%), le bollicine passano da +4,7% a -2,3%, chiudendo i conti del semestre a -1%.

Andando nel dettaglio, il Prosecco peggiora la situazione negativa di marzo (da -3% si scende a -6% volume, con picco di -13% sul discount, causa prezzi rimasti a +11%), mentre gli altri Charmat secchi restano in dinamica positiva, pur smorzando di 7 punti l'ampiezza della crescita (+9%, dovuto essenzialmente ad azzeramento dei volumi sul discount, che compensano le forti crescite negli altri canali). Dinamica negativa confermata per gli spumanti dolci (-6%, ma con Asti a +6%) e per i metodo classico, che però a marzo erano risultati positivi (+4%): nel dettaglio, Franciacorta a -4% e TrentoDoc a -21%, comunque meglio del -33% di marzo.

Se i conti per la spumantistica metodo classico e quella dolce è presto per farli, in quanto il grosso delle vendite si concentra ancora nel periodo natalizio, per gli Charmat secchi e il Prosecco questi primi sei mesi offrono spunti di riflessione interessanti. Al di là della performance attuale, se si guarda all'andamento dei consumi negli ultimi quattro anni le cose sono profondamen-

te cambiate: l'impennata dei prezzi registrata a partire dal 2022 e proseguita per tutto questo primo scorcio dell'anno non è stata affatto neutra. Si può dire anzi che ha sfavorito il Prosecco e spinto le vendite degli Charmat alternativi.

Sui prezzi, intanto (grafico 1): in media, una bottiglia di Prosecco ha visto lievitare il valore del 15% rispetto al 2019 (7,44 euro per litro), mentre gli Charmat si sono mantenuti più freddi, attorno a +9%, sulla soglia dei 4,61 euro. Dinamiche differenziate su tutti i canali (con un solo allineamento sui super, a +9-10% di aumento), ma il vero strapiombo si è creato sul discount: mentre il Prosecco ha scavalcato la soglia classica dei 4 euro/litro portandosi a 5 nel 2022 per arrivare a 5,65 oggi, e gonfiandosi del 40% rispetto al 2019, gli Charmat hanno visto un aumento del 18%, il più robusto tra i canali, vero, ma ben sotto quello registrato dal cugino più popolare, e rimanendo - questo è fondamentale - nella soglia classica di prezzo dei 3 euro, 3,77 per la precisione.

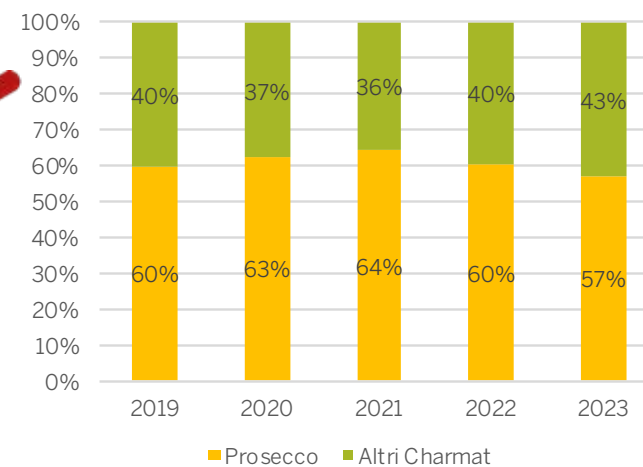
Sul canale discount, questo strappo il Prosecco l'ha pagato caro: 8 punti di quota persi rispetto al 2019, con discesa dal 49% mantenuto fino al 2021 al 44% del 2022 e al 41% odierno, contro il 59% raggiunto dagli Charmat. Charmat che sul totale retail vanno a guadagnare 2 punti, al 45%, con 3 punti strappati al Prosecco sul canale super e 1 sui liberi servizi. Il Prosecco alla fine ha guadagnato solo 1 punto di quota e in un solo circuito, quello degli iper, al 61% (grafici da 2 a 6). Per effetto di questi spostamenti, oggi il discount

L'impennata dei prezzi partita nel 2022 e proseguita in questa prima parte dell'anno ha spinto verso prodotti alternativi, soprattutto al discount. Dove i “non Prosecco” sono arrivati al 59% contro il 51% di soli 4 anni fa. Fenomeno destinato a rientrare una volta spento l'incendio dei prezzi?

è arrivato a veicolare circa ¼ del totale della galleria Charmat secchi, 3 punti in più rispetto al 2019 (grafico 7). Punti sottratti soprattutto al canale iper, sceso dal 34% al 31% di quota, mentre restano stabili i super (37%). Per il Prosecco, bene o male i pesi dei vari canali sono rimasti stabili, mentre sugli altri Charmat il discount ha guadagnato ben 5 punti di quota, superando il 30%, tutti erosi a super e iper (grafici 8 e 9).

Che questo sia l'inizio di una nuova dimensione della destagionalizzazione dei consumi è presto per dirlo. Di sicuro è stato un inizio forzato dalla situazione congiunturale. L'incognita è se si passerà da una dimensione di “costrizione” a una di “libero arbitrio”, ovvero di scelta consapevole di un prodotto che non sia necessariamente Prosecco ma che faccia in tutto e per tutto le sue funzioni.

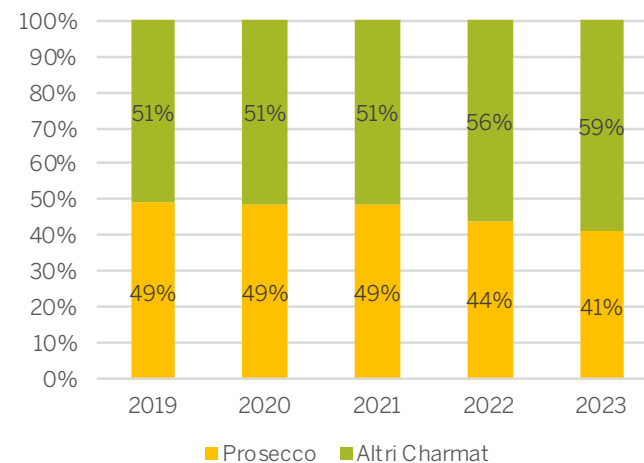
4. Super



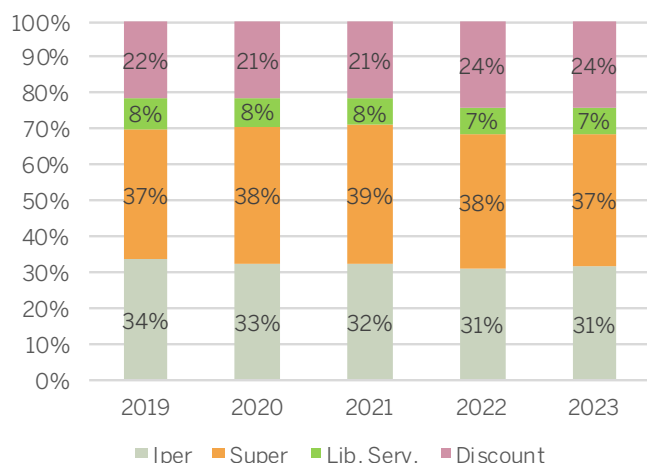
5. Liberi servizi



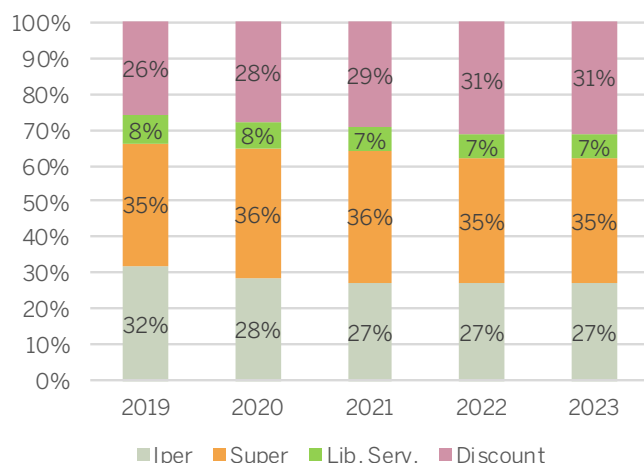
6. Discount



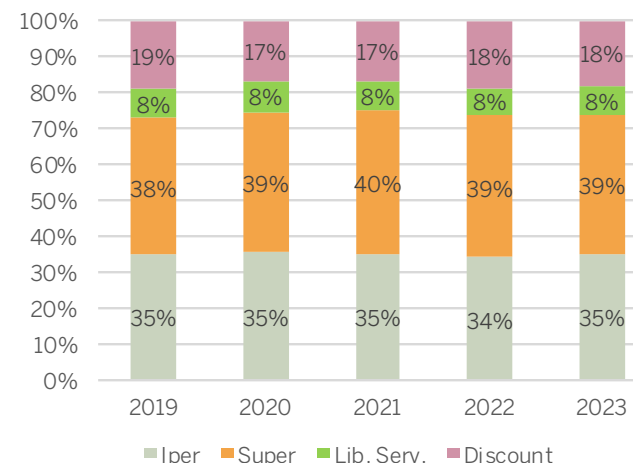
7. Totale Charmat e Prosecco



8. Charmat secchi



9. Prosecco



Fonte: Osservatorio del Vino su dati Ismea - NielsenIQ



**GIURISTI
& VINO**

U G I V I
UNIONE GIURISTI
DELLA VITE E DEL VINO
www.ugivi.org
segreteria@ugivi.org

**COMMENTI E
INTERPRETAZIONI**
INSERTO GIURIDICO
A CURA DI UGIVI
UNIONE GIURISTI
DELLA VITE E DEL VINO

IL CONTRATTO DI PRESTAZIONE OCCASIONALE IN AGRICOLTURA: regime transitorio tra divieto e ritorno al passato

di Avv. Bice Moretti

La Legge di Bilancio per l'anno 2023 (L. 197/2022) ha introdotto ulteriori modifiche alla disciplina delle prestazioni lavoro occasionale: da un lato ne ha ampliato il perimetro di applicazione, dall'altro ne ha vietato l'utilizzo da parte delle imprese agricole a far data dal 1/1/2023. Solo per il biennio 2023-2024, queste ultime potranno contare sul regime transitorio disciplinato dall'art. 1 commi 343-354 e introdotto al fine di mitigare i disagi conseguenti al suddetto divieto



Il contratto di lavoro occasionale è quel contratto, nato in sostituzione dei c.d. buoni lavoro o voucher lavoro introdotti con la Legge Biagi nel 2003, che consente di regolare, con modalità semplificate, prestazioni lavorative occasionali o saltuarie di ridotta entità. Sperimentati in occasione della vendemmia 2008, i voucher lavoro sono stati eliminati nel marzo 2017. Il vuoto normativo venutosi a creare per i piccoli lavori occasionali è stato colmato con l'introduzione dell'art. 54 bis del D.L. 50/17 che ha ripristinato, seppur con restrizioni, la possibilità di acquisire prestazioni di lavoro occasionale anche in agricoltura.

L'art. 2-bis, introdotto in sede di conversione del D.L. 87/18, ha poi apportato significative modifiche alla disciplina delle prestazioni di lavoro occasionale e che hanno interessato anche il settore dell'agricoltura.

Il consenso all'utilizzo di questo strumento contrattuale da parte delle imprese agricole era stato previsto solo per quelle occupanti non più di cinque dipendenti a tempo indeterminato, solo per de-

terminate categorie di lavoratori e con divieto di utilizzo nell'ambito di esecuzione di appalti o servizi. La Legge di Bilancio per l'anno 2023 (L. 197/2022) ha introdotto ulteriori modifiche alla disciplina delle prestazioni lavoro occasionale: da un lato ne ha ampliato il perimetro di applicazione, dall'altro ne ha vietato l'utilizzo da parte delle imprese agricole a far data dal 1/1/2023. Solo per il biennio 2023-2024, queste ultime potranno contare sul regime transitorio disciplinato dall'art. 1 commi 343-354 e introdotto al fine di mitigare i disagi conseguenti al suddetto divieto.

Nel dichiarato intento di salvaguardare la continuità produttiva delle imprese agricole e di creare le condizioni per facilitare il reperimento di manodopera stagionale, la normativa speciale consente loro di ricorrere a forme semplificate di utilizzo delle prestazioni di lavoro occasionale.

COSA CAMBIA

È stato innalzato il limite dimensionale per le imprese che possono ricorrere, per prestazioni stagionali, a contratti a tempo determinato e che passa da cinque a dieci lavoratori subordinati a tempo pieno. →



**RINNOVO
CARICHE
2023-2026**



UGIVI, Diego Saluzzo è il nuovo presidente

Si è tenuto lo scorso maggio a Marsala il primo Consiglio Direttivo UGIVI, eletto per il triennio 2023-2026 a conclusione dell'Assemblea dei soci, occasione di un confronto e di ampia discussione che anche quest'anno, anticipando l'inaugurazione di Vinitaly, si è tenuto a Verona il 1° aprile scorso. In primo piano, durante l'Assemblea, l'esame della proposta di modifica dello statuto dell'associazione che ha previsto, per la carica di presidente, l'inserimento di un limite di rieleggibilità per un solo mandato e l'inserimento di un nuovo articolo che ha istituito specifici gruppi di lavoro. Durante il Consiglio Direttivo è stato proclamato presidente all'unanimità l'Avv. Diego Saluzzo dello Studio Legale Grande Stevens, unitamente ai vice-presidenti, Avv. Floriana Risuglia (foro di Roma) e Avv. Filippo Moreschi (foro di Mantova), nonché l'Avv. Angela Quatela (foro di Bari) nel ruolo di segretario e l'Avv. Marco Didier (foro di Asti), in qualità di tesoriere dell'UGIVI. Nel suo intervento, l'Avv. Stefano Dindo – co-fondatore dell'associazione e presidente uscente che ha assunto la carica di past-president – ha sottolineato la crescita dell'UGIVI registrata negli ultimi anni nonché i numerosi incontri e le importanti occasioni di confronto organizzati dall'associazione sulle più attuali tematiche inerenti al diritto vitivinicolo, negli ultimi anni peraltro profondamente mutato. “Ringrazio il Consiglio Direttivo uscente per l'attività e per il proficuo lavoro svolto – ha detto l'Avv. Stefano Dindo – ed auguro al futuro presidente, al nuovo Consiglio Direttivo e alla nostra associazione buon lavoro, nel solco di quanto già realizzato ma anche nella prospettiva di raggiungere nuovi traguardi”.

Impegno a continuare a crescere

Il neo-presidente Avv. Diego Saluzzo, nel ringraziare il Consiglio Direttivo, ha confermato l'impegno e la volontà di proseguire nell'opera di costante crescita che, nei 25 anni dall'istituzione, ha caratterizzato il percorso dell'UGIVI. “Prendo un'eredità non facile, considerando il pregevole lavoro svolto negli ultimi anni, sotto la guida del mio predecessore, dal Consiglio Direttivo uscente – ha dichiarato l'Avv. Saluzzo –. Avrò il privilegio di presiedere il nuovo Direttivo rappresentato da 7 colleghe e 7 colleghi, con cui lavorerò per rafforzare il nostro ruolo di riferimento, di servizio e di collaborazione con gli enti che già contraddistinguono l'associazione, così come andremo avanti sul fronte dell'internazionalizzazione. Vorrei sottolineare – ha concluso – l'approccio multidisciplinare che caratterizza oggi l'UGIVI, un valore che, tenendo conto dei differenti punti di osservazione che caratterizzano il diritto vitivinicolo, si è rivelato fondamentale per offrire un reciproco e ampio confronto nonché una positiva contaminazione tra competenze ed esperienze differenti”.

Nuovo Consiglio Direttivo

Il nuovo Consiglio Direttivo 2023-2026 è inoltre composto dall'Avv. Ermenegildo Mario Appiano (Torino), Avv. Francesca Besana (Verona), Avv. Maria Filomena Buccolieri (Bari), Avv. Genny Teresa Carretta (Roma), Avv. Andrea Ferrari (Asti), Avv. Marco Giuri (Firenze), Avv. Alberto Iadanza (Verona), Avv. Mariangela Marrangoni, (Siena), Avv. Chiara Menchini (Verona) e dal Dr. Stefano Sequino (Roma).



Il contratto di prestazione occasionale in agricoltura
Regime transitorio tra divieto e ritorno al passato

La durata massima è di dodici mesi e per un periodo non superiore a 45 giornate annue effettive per ogni singolo lavoratore. Il contratto può essere stipulato con pensionati e con i soggetti indicati al comma 344 che non abbiano avuto un ordinario rapporto di lavoro subordinato in agricoltura nei tre anni precedenti all'instaurazione del rapporto. L'utilizzo del contratto di prestazione occasionale a tempo determinato è precluso alle imprese agricole che non rispettino i contratti collettivi maggiormente rappresentativi a qualsiasi livello. Quanto alla procedura, va segnalato l'obbligo preventivo, imposto alla parte datoriale, di acquisire dal lavoratore un'autocertificazione in ordine alla propria condizione soggettiva, nonché quello di inoltrare il modello UNILAV. Il compenso, calcolato in base alla retribuzione prevista dai contratti collettivi nazionali e provinciali di lavoro stipulati dalle organizzazioni sindacali più rappresentative, dovrà essere erogato al lavoratore con strumenti di pagamento tracciabili, pena l'applicazione della sanzione pecuniaria da 1.000 a 5.000 euro già prevista dall'art. 1 c. 913 L. 205/2017. Il compenso è esente da imposizione fiscale ma non dalla contribuzione previdenziale agricola. Va prestata particolare attenzione alle sanzioni: il superamento del limite di durata del rapporto comporta la conversione del rapporto in contratto a tempo indeterminato, sin dall'inizio, con conseguente recupero della contribuzione previdenziale ed assistenziale. Il mancato invio del modello UNILAV, così come l'utilizzo di soggetti diversi da quelli indicati nel comma 344, comporta una sanzione amministrativa pecuniaria da 500 a 2.500 euro per ogni giornata di violazione.

Avv. Bice Moretti

Considerato l'elevato numero di fattori da tener presenti per l'adozione di pratiche sostenibili, ed il fatto che i requisiti "green" devono essere attendibili, verificabili e dimostrabili, esiste purtroppo un concreto rischio di greenwashing anche nel settore del vino, attualmente uno dei più virtuosi. Il caso dell'ordinanza del 25 novembre 2021 del Tribunale Civile di Gorizia



AZIENDE DEL VINO, ATTENZIONE A NON CADERE NEL GREENWASHING



Di Avv. Valentina Pontetti

Il termine Greenwashing fu utilizzato per la prima volta nel 1986 dall'ambientalista Jay Westerveld e il relativo fenomeno - che consiste in un'indebita appropriazione di virtù ambientaliste finalizzata alla creazione di un'immagine verde, fenomeno allarmante anche per le Nazioni Unite tanto da presentare raccomandazioni pratiche per evitarlo in occasione dell'ultima Cop27 - nasce come tentativo, quasi sempre fallimentare, delle aziende di accontentare le richieste dei consumatori, sempre più attenti alle tematiche ambientali, alla sostenibilità ed al rispetto della biodiversità, senza nel concreto cambiare nulla nei propri prodotti o nel proprio modo di operare. Ma che significa fare sostenibilità nel settore del vino? La risposta è alquanto complessa, perché il vino è di fatto una filiera, che parte dalla vigna e termina sulla tavola. In campo bisogna occuparsi di gestire il suolo, promuovere la biodiversità, usare consapevolmente i farmaci e cautamente l'acqua, senza tralasciare le emissioni in atmosfera legate all'uso di combustibili fossili per le macchine agricole. L'uso dell'acqua torna, poi, anche per

le attività in cantina, insieme all'uso di energia rinnovabile, al packaging riciclabile, per chiudere il cerchio con un'attenzione anche ai veicoli scelti per il trasporto. Diciamo che un'azienda vitivinicola può definirsi sostenibile se rispetta i tre pilastri indipendenti della sostenibilità: ambientale, economica e sociale. La visione integrata di queste tre dimensioni si concretizza nell'Agenda Onu 2030 per lo sviluppo sostenibile, in cui sono definite, ma intersecate, proprio queste tre dimensioni: economica intesa come uso efficiente delle risorse, ambientale intesa come riproducibilità delle risorse, e sociale nel senso di equità nella distribuzione del benessere all'interno della società.

Possibili rischi

A dare una mano alle aziende del settore sono intervenute, negli ultimi anni, alcune importanti innovazioni normative. Già nel 2016 il nostro bel Paese ha contribuito all'adozione della Risoluzione CST 518-2016 che detta i principi generali dell'Oiv (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino) sulla vitivinicoltura sostenibile - aspetti ambientali, sociali,

economici e culturali. La strada è proseguita poi con l'adozione, da parte del Ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, del Decreto Sostenibilità (n. 124900 del 16/03/2022). Considerato l'elevato numero di fattori da tener presenti per l'adozione di pratiche sostenibili, ed il fatto che i requisiti "green" devono essere attendibili, verificabili e dimostrabili, esiste comunque un concreto rischio di greenwashing anche nel settore del vino (attualmente uno dei più virtuosi). Nelle pratiche di greenwashing vengono fornite al consumatore informazioni alterate, amplificate o totalmente infondate sui benefici ecologici dei prodotti o dei sistemi di produzione; in queste situazioni l'azienda sfrutta semplicemente l'idea di sostenibilità solo per aumentare consenso e profitto. Ma praticare il greenwashing può solo avere ripercussioni negative sul brand, che possono rischiare seriamente di ricevere sanzioni e subire un danno di immagine. Si è fatta in tal senso strada l'ordinanza del 25 novembre 2021 a mezzo del quale il Tribunale Civile di Gorizia ha così statuito "la comuni-

cazione commerciale che dichiara od evoca benefici di carattere ambientale od ecologico deve basarsi su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili. Tale comunicazione deve consentire di comprendere chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata i benefici vantati si riferiscono. Le campagne pubblicitarie che, lungi dal presentare tali caratteristiche, utilizzino - al contrario - slogan generici, che creano nel consumatore un'immagine 'green' dell'azienda, senza dar conto effettivamente di quali siano le politiche aziendali che consentono un maggior rispetto per l'ambiente e riducano fattivamente l'impatto che la produzione e commercializzazione del prodotto pubblicizzato possano determinare in senso positivo sull'ambiente e sul suo rispetto, integrano il c.d. 'ecologismo di facciata' rilevante in termini di concorrenza sleale e pubblicità ingannevole". Quindi cosa deve fare un'azienda vitivinicola per evitare di incappare nel greenwashing? Semplice: raccontare al consumatore, ma prima a sé stessa, la nuda e cruda verità sul suo essere "green", o sul non esserlo.

L'OBBLIGO ITALIANO DI AUTORIZZAZIONE CONSORTILE AL VAGLIO DELLA MAGISTRATURA



Di Avv. Stefano Senatore

Il Tribunale di Ancona, con la sentenza 21 luglio 2022, n. 921, offre lo spunto per una breve riflessione attorno alla seguente domanda: se e a quali condizioni è consentito associare il nome di una Dop o Igp vitivinicola a un diverso alimento (come un salume, un prodotto da forno o un gelato) per comunicare l'utilizzo del vino designato da tale Dop o Igp come ingrediente del prodotto?

IL QUADRO NORMATIVO

Il problema si pone in quanto la normativa europea sulla tutela delle Dop e Igp vitivinicole, all'articolo 103 del regolamento (UE) 1308/2013, vieta - per quanto qui rileva - qualsiasi uso commerciale di una denominazione protetta, nella misura in cui esso sfrutti, indebolisca o svisgorisca la notorietà della Dop o della Igp. Peraltro, in esito alle modifiche introdotte al testo con l'ultima riforma della Pac, l'operatività di tale divieto è stata espressamente confermata anche per il caso in cui l'impiego dei nomi registrati sia riferito a "prodotti utilizzati come ingrediente", così allineando la disciplina vitivinicola alle regole già stabilite di cui all'articolo 13 del regolamento (UE) 1151/2012 per la generalità dei prodotti alimentari. Le suddette disposizioni unionali, tuttavia,

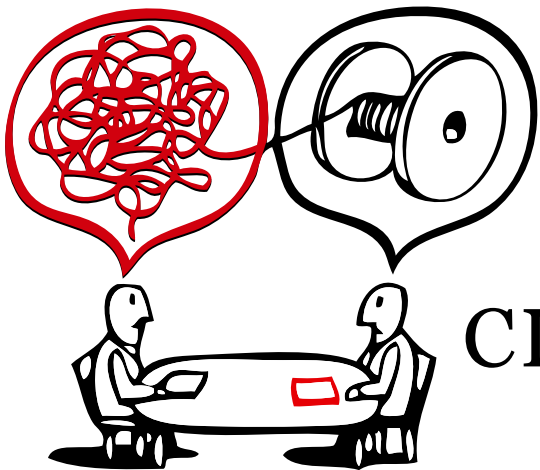
non sono accompagnate - né nell'ambito del regime generale, né in quello vitivinicolo - da criteri specifici che consentano di distinguere i riferimenti legittimi agli ingredienti Dop e Igp dagli usi non consentiti (in quanto volti a sfruttare o pregiudicare la notorietà delle denominazioni protette). A fronte di tale lacuna normativa, da tempo il Legislatore italiano ha adottato una propria, peculiare disciplina sul tema, formulata in termini pressoché analoghi per i prodotti agroalimentari, con l'articolo 1 del decreto legislativo n. 297/2004, e per il settore vitivinicolo, con l'articolo 20 del decreto legislativo n. 61/2010, oggi sostituito dall'articolo 44 della legge 238/2016 (il c.d. Testo unico della vite e del vino). Tali disposizioni, in sintesi, ammettono il riferimento ad una Dop o Igp nell'etichettatura, nella presentazione e nella pubblicità dei prodotti derivati, a condizione che l'utilizzatore sia stato

appositamente autorizzato dal Consorzio di tutela riconosciuto o, in sua assenza, dal Ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf). L'autorizzazione non è comunque necessaria qualora il nome protetto sia riportato esclusivamente nell'elenco degli ingredienti, nonché in altre ipotesi tassativamente previste.

LA PRONUNCIA DEL TRIBUNALE DI ANCONA

Dall'applicazione dell'articolo 44 del Testo unico della vite e del vino trae origine, per l'appunto, la decisione del Tribunale di Ancona n. 921/2022, avente ad oggetto l'opposizione contro la sanzione amministrativa pecuniaria inflitta al produttore di un salume che incorporava, come ingrediente, il vino a Denominazione di origine protetta "Lacrima di Morro d'Alba". All'operatore era contestato l'impiego del nome della Dop nell'etichetta del suo





PER UNA SEMPLIFICAZIONE DELLE PROCEDURE

di Avv. Alessandro Grangiotti

DISCIPLINARI DI PRODUZIONE, CLASSIFICAZIONE DELLE MODIFICHE IN ORDINARIE E UNIONALI

CON LE RECENTI DISPOSIZIONI RELATIVE ALLE MODIFICHE DEL DISCIPLINARE DI PRODUZIONE, CHE HANNO INTRODOTTO LA NUOVA CLASSIFICAZIONE DISTINGUENDO TRA QUELLE MERITEVOLI DI UN SINDACATO SOSTANZIALE IN SEDE EUROPEA E QUELLE PER LE QUALI ALLA COMMISSIONE È RISERVATO UN CONTROLLO EMINENTEMENTE FORMALE, SI È RIUSCITI A FORNIRE UNA PRIMA RISPOSTA ALLA COMUNE ESIGENZA DI NON OSTACOLARE LA POSSIBILITÀ DEI PRODUTTORI DI REAGIRE IN MODO PIÙ EFFICACE AL MERCATO

L 11 gennaio 2019 sono stati pubblicati sulla Gazzetta ufficiale dell’Unione europea il Regolamento delegato (UE) 33/2019 ed il Regolamento di esecuzione (UE) 34/2019 della Commissione in materia di protezione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche. Il regolatore europeo ha stabilito, mediante i suddetti atti applicativi adottati sulla base giuridica di quanto previsto nel Regolamento 1308/2013 (l’Ocm unica), nuove norme procedurali per la presentazione e l’esame delle domande di protezione delle Do e delle Ig dei prodotti vitivinicoli e per la modifica dei disciplinari di produzione, sostituendo e abrogando il Regolamento (CE) n. 607/2009, che in applicazione della Ocm vino precedentemente vigente aveva fissato regole comuni in materia. Alla base dell’intervento riformatore del 2019, ispirato al principio di sussidiarietà espressamente richiamato in diversi dei Considerando riportati in premessa, a distanza di anni dall’entrata in vigore della Ocm unica del 2013, vi sono svariate ragioni, e tra esse in primis l’esigenza di poter disporre di più efficienti procedure di registrazione, modifica e cancellazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche. In aggiunta alla necessità di uno strumento idoneo a modificare il disciplinare di produzione in maniera adeguata alle previsioni della attuale organizzazione comune di mercato, coerentemente alla Pac in vigore al momento dell’adozione dei regolamenti, in cui risultava accresciuto il tasso di discrezionalità degli Stati membri, oltre ad un migliore allineamento della tutela delle Do e Ig a quella prevista per gli altri diritti di proprietà industriale sulla scia delle innovazioni apportate dal cosiddetto Pacchetto Qualità (Regolamento (UE) n. 1151/2012).

SEMPLIFICARE LE PROCEDURE

Con riferimento alle modifiche dei disciplinari di produzione, l’obiettivo immediato è quello di semplificare le procedure del previgente regolamento 607, troppo “onerose e dispendiose in termini di tempo” (Considerando (2) del Regolamento n. 33/2019). Si è così proceduto ad una diversa attribuzione delle competenze, partendo dall’assunto che “Le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche sono intrinsecamente collegate al territorio degli Stati membri” e che, pertanto, “Le autorità nazionali e locali dispongono delle migliori competenze e conoscenze in materia” (Considerando (3) del Regolamento n. 33/2019). Da essa è derivato un modello nuovo, in cui la competenza concorrente degli Stati membri esce indubbiamente ampliata, in applicazione dei principi di sussidiarietà e di proporzionalità, attraverso un processo di

rinazionalizzazione di molte delle competenze concorrenti a beneficio dei produttori, mentre il ruolo della Commissione europea, in ragione delle maggiori competenze e conoscenze degli Stati membri, rimane circoscritto alla fase di controllo formale, con l’esclusione dell’esame nel merito ove non previsto: “Per ridurre le fasi di tali procedure e applicare il principio della sussidiarietà in questo settore, le decisioni sulle modifiche non riguardanti elementi essenziali del disciplinare dovrebbero essere approvate a livello di Stato membro. Ai produttori dovrebbe essere data la possibilità di applicare tali modifiche appena è conclusa la procedura nazionale. Non dovrebbe essere previsto il riesame della domanda a fini di approvazione a livello dell’Unione” (Considerando (15) del Regolamento n. 33/2019).

Scopo mediato dei regolamenti applicativi del 2019, va da sé, è garantire una maggiore efficienza così da permettere ai produttori di vini a Do e Ig di apportare più agevolmente quelle modifiche ai disciplinari di produzione che possano aumentare la competitività del prodotto per adattarlo alle mutevoli esigenze di un mercato in rapida evoluzione, anche in conseguenza dei repentini mutamenti della domanda e dei cambiamenti climatici in corso.

MODIFICHE UNIONALI E ORDINARIE

Come noto, i vini che possono fregiarsi del segno Dop o Igp non sono certo identificati sulla base di valutazioni soggettive, bensì devono il riconoscimento del loro valore qualitativamente inteso ad elementi specifici, predeterminati su basi oggettive e corrispondenti a caratteristiche intrinseche consolidate dalla tradizione di un territorio, i quali vengono codificati in un documento appositamente predisposto a tale scopo: la denominazione d’origine o l’indicazione geografica, pertanto, trovano la propria legittimazione giuridica nel disciplinare contenente tutte quelle prescrizioni di natura tecnica inerenti le diverse fasi della produzione quale fonte normativa secondaria. I regolamenti 33 e 34 semplificano la procedura per la presentazione e l’esame delle domande di modifica del disciplinare di produzione attraverso la nuova classificazione delle domande in unionali e ordinarie, sulla base della rilevanza del contenuto della modifica richiesta.

Ai sensi dell’articolo 14 del regolamento 33 è da ricomprendersi tra le modifiche unionali ogni domanda: che include una variazione del nome della denominazione di origine protetta o dell’indicazione geografica protetta; che consiste nella variazione, soppressione o aggiunta di una categoria di prodotti vitivinicoli (di cui all’allegato VII, parte II, del Regolamento (UE) n. 1308/2013); che sia suscettibile di invalidare il lega-

me con il territorio (di cui all’articolo 93, paragrafo 1, lettera a), punto i), o lettera b), punto i), del Regolamento (UE) n. 1308/2013); che comporti ulteriori restrizioni alla commercializzazione del prodotto. In via residuale, ogni altra modifica diversa da quelle testé individuate rientra tra le modifiche ordinarie.

Per le domande di modifica di tipo unionale i regolamenti 33 e 34 prevedono, sia per la procedura preliminare nazionale che per quella europea, disposizioni analoghe a quelle per le domande di protezione delle Do e delle Ig. Diversamente, per le modifiche ordinarie è stata prevista una procedura semplificata, che si conclude con un’approvazione in sede nazionale e la successiva applicazione (a livello nazionale) subito dopo la pubblicazione, con conseguente comunicazione alla Commissione europea, entro un mese dalla pubblicazione nazionale, così da consentire a loro volta la pubblicazione da parte della Commissione entro tre mesi dalla presentazione ed entrare quindi in vigore sull’intero territorio dell’Unione europea.

CONCLUSO IL PERIODO TRANSITORIO

Da poco più di un anno può considerarsi concluso il periodo transitorio con l’emanazione del DM 6 dicembre 2021, attuativo a livello nazionale delle disposizioni dei regolamenti 33 e 34. Infatti, il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (oggi Masaf) aveva emanato, nelle more dell’adozione di un decreto applicativo degli articoli 32, 34 e 36 della legge organica (L. 238/2016) e dei regolamenti in esame, una circolare contenente disposizioni transitorie applicabili alla procedura nazionale di esame delle domande di protezione delle Do e delle Ig e di modifica dei disciplinari di produzione, stabilendo la continuità applicativa del Decreto 7 novembre 2012, da considerarsi a tutti gli effetti ancora in vigore fino alla pubblicazione del nuovo provvedimento.

Con specifico riferimento alla classificazione delle modifiche del disciplinare di produzione in ordinarie e unionali, il decreto ministeriale del 2021, recependo le prescrizioni europee al secondo comma dell’articolo 11 classifica come “...«modifica dell’Unione» quella che: a) include una variazione del nome o parte del nome della denominazione di origine protetta o indicazione geografica protetta; b) consiste nella variazione, soppressione o aggiunta di una categoria di prodotti vitivinicoli, di cui Parte II dell’allegato VII del regolamento (UE) n 1308/2013; c) può potenzialmente invalidare il legame con l’ambiente geografico di cui alla lettera a), punto i) o alla lettera b), punto i) dell’art. 93, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1308/2013; d) comporta ulteriori restrizioni alla commercializzazione del prodotto”. ➔

prodotto, al di fuori dell’elenco degli ingredienti, avvenuto prima del rilascio dell’autorizzazione del competente Consorzio di tutela. La sentenza accoglie l’opposizione, dichiarando illegittimo il provvedimento sanzionatorio per una pluralità di motivazioni. L’argomento di maggior interesse però, ad avviso di chi scrive, è quello che coinvolge direttamente l’articolo 44 della legge 238/2016, il quale viene dichiarato in contrasto con il diritto dell’Unione europea, proprio nella parte in cui impone il conseguimento di un’autorizzazione preventiva. Nello specifico, il Giudice marchigiano evidenzia come il regime di tutela delle Dop e Igp di cui all’articolo 103 del regolamento (UE) 1308/2013 – già richiamato in precedenza – debba necessariamente essere interpretato in conformità alle indicazioni fornite dalla Corte di Giustizia dell’Unione europea, sulla base della nota pronuncia resa il 20 dicembre 2017 sul caso “Champagner Sorbet”. In quest’ultimo provvedimento è stato difatti chiarito che, in relazione ad un sorbetto contenente vino Champagne Dop come ingrediente, l’inserimento del nome della Dop vitivinicola nella denominazione

di vendita “Champagner Sorbet” non costituisce, di per sé, un indebito sfruttamento della notorietà della Dop, vietato ai sensi dell’articolo 103. Secondo la Corte di Giustizia, in particolare, il riferimento all’ingrediente Dop deve considerarsi legittimo ogni qual volta il prodotto finito abbia, “come caratteristica essenziale, un gusto conferito principalmente dalla presenza di tale ingrediente nella sua composizione”. Muovendo da tale principio, il Tribunale di Ancona afferma quindi che l’unica condizione necessaria per l’utilizzo delle Dop nell’etichettatura degli alimenti derivati, secondo il diritto dell’Unione europea, è che l’ingrediente citato conferisca una caratteristica essenziale al prodotto finito. Di qui, l’illegittimità dell’articolo 44 del Testo unico della vite e del vino, laddove pretende di imporre l’autorizzazione consortile quale ulteriore requisito a livello nazionale. Inevitabile conseguenza, sul piano operativo, è la disapplicazione da parte del Giudice della disposizione italiana in contrasto con il diritto europeo. La norma dunque, pur rimanendo formalmente vigente nel nostro ordinamento, viene considerata priva di qualunque effetto nel caso

concreto. Di qui, l’annullamento della sanzione amministrativa impugnata, essendo venuto meno il fondamento giuridico che giustificava la contestazione.

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

La decisione del Tribunale di Ancona rappresenta senz’altro un precedente interessante, quanto meno, come monito al Legislatore italiano rispetto alle conseguenze cui sono esposte le normative interne che si pongano in conflitto con il diritto dell’Unione europea. La disapplicazione delle regole nazionali costituisce, difatti, un principio ormai consolidato nella giurisprudenza, destinato ad operare – come avvenuto nella fattispecie in esame – anche nel caso di contrasto con una pronuncia interpretativa della Corte di Giustizia (in tal senso, si veda la sentenza della Corte Costituzionale, n. 113/1985). Ciò che può eventualmente destare perplessità nella posizione del Giudice marchigiano, a modesto parere di chi scrive, è la valutazione di radicale incompatibilità dell’obbligo di autorizzazione consortile rispetto alla decisione “Champagner Sorbet”, che non risulta essere stata preceduta da un’attenta verifica circa la possibilità di interpretare la norma interna in senso

conforme al diritto unionale (come invece richiesto dalla Corte di Giustizia Ue, con la pronuncia del 4 febbraio 1988 sulla causa C-157/86). Si ritiene infatti che avrebbe potuto esservi spazio, nel caso in esame, per una lettura “adequatrice” dell’articolo 44 del Testo unico della vite e del vino, che considerasse l’autorizzazione del Consorzio di tutela non come un ulteriore requisito sostanziale imposto dall’Italia ma, al contrario, quale mero strumento di controllo formale, volto a consentire una verifica preventiva circa il rispetto delle condizioni stabilite dal diritto europeo per l’uso delle denominazioni protette (in un senso analogo, si era del resto già pronunciata la giurisprudenza nazionale, con la sentenza della Corte di Appello di Genova, n. 287/2018). Ferme le precedenti considerazioni, è comunque opportuno evidenziare che ogni eventuale conflitto tra la disciplina nazionale e quella europea potrebbe comunque essere risolto, in radice, dalla prossima riforma del sistema delle Dop e Igp, il cui iter legislativo è attualmente in corso, tenuto conto che il testo attualmente approvato dal Parlamento europeo recepisce e legittima, esplicitamente, il sistema italiano delle autorizzazioni consortili.



LA TUTELA PENALE DELLE DOP E IGP

Il punto della Cassazione tra normativa vigente e nuove esigenze di riforma

Di Avv. Angelo Lerario

L'art. 3 del Trattato Ue prevede che quest'ultima vigili "sulla salvaguardia e sullo sviluppo del patrimonio culturale europeo". Il primo "considerando" del Reg. Ue sulla tutela dei prodotti alimentari di qualità, stabilisce che "la qualità e la varietà della produzione agricola, ittica e dell'acquacoltura dell'Unione rappresentano un punto di forza e un vantaggio competitivo importante per i produttori dell'Unione e sono parte integrante del suo patrimonio culturale e gastronomico vivo". Per l'effetto, l'Ue e, a cascata, gli Stati membri, hanno l'obbligo di vigilare sulla salvaguardia dei prodotti alimentari Dop/Igp, mediante un'adequata tutela legale offerta anche dal sistema penale che, seppur in extrema ratio, deve fornire uno strumento efficace di contrasto alle frodi alimentari. Nel tentativo, dunque, di "tastare il polso" dell'attuale normativa penale a tutela dei vini Dop e Igp, si deve necessariamente osservare come la giurisprudenza ha governato le norme poste dal codice penale a tutela dell'industria e del commercio del vino.

Le indicazioni in etichetta delle uve impiegate

Negli ultimi anni sono approdate in Cassazione diverse vicende aventi ad oggetto tali precetti, tra le quali, in prima battuta si richiama la nota pronuncia n. 28354/2016, afferente alla violazione dell'art. 517 quater c.p. Tale reato, teso a garantire una specifica protezione ai prodotti agroalimentari Dop e Igp, punisce "chiunque contraffà o comunque altera indicazioni geografiche o denominazioni di origine di prodotti agroalimentari". Nello specifico, la Suprema Corte ha affrontato la questione delle indicazioni in etichetta delle uve impiegate per la produzione di vino, risultate difformi rispetto all'effettiva composizione intrinseco-qualitativa e alla reale provenienza geografica (in particolare era stata indicata la presenza dei vitigni corvino, croatina e rondinella, poi risultati assenti). Con questa prima decisione, la Cassazione ha fornito dei parametri interpretativi a cui è stata ricondotta l'operatività della norma: infatti, l'art. 517 quater c.p. non richiede che le indicazioni fallaci siano idonee ad ingannare il consumatore, essendo la stessa finalizzata a proteggere l'interesse dei produttori, titolati ad utilizzare le medesime indicazioni o denominazioni; né esige che l'origine del prodotto sia tutelata, ai sensi dell'art. 11 D.Lgs. n. 30/2005, attraverso la registrazione di un marchio collettivo, la cui contraffazione può pertanto integrare anche i reati di cui agli artt. 473 o 474 c.p. Nel caso di specie, tuttavia, la Corte ha ritenuto non corretta la contestazione dell'art. 517 quater c.p., poiché l'etichetta del vino in questione non recava alcuna indicazione geografica o una denominazione d'origine, bensì soltanto i vitigni a base di questi ultimi. Per tale ragione, in luogo del reato sopra escluso, il Collegio ha ritenuto comunque sussistente la tentata frode in commercio, punita dall'art. 515 c.p., data la diversa composizione del vino destinato al commercio, rispetto a quanto indicato nelle etichette.

Il disciplinare di produzione del prodotto agroalimentare

Con la recente sentenza n. 49889/2019, invece, la terza sezione della Suprema Corte ha posto l'attenzione sul disciplinare di produzione del prodotto agroalimentare, di fatto considerandolo a tutti gli effetti un elemento costitutivo dell'art. 517 quater c.p. Nello specifico, si contestava ad un imprenditore pugliese di non essere in grado di tracciare documentalmente la provenienza di mosto di uve da tavola nella filiera dei mosti di uve da vino destinata alla produzione di "aceto balsamico di Modena", nonché il fatto che la società risultasse autorizzata all'esclusiva lavorazione delle uve da vino e/o degli altri prodotti vitivinicoli da queste derivanti. Sicchè, la Cassazione, stabiliva che l'art. 517 quater c.p. è configurabile non solo nel caso di falsificazione del marchio Igp/Dop, ma anche quando non sia rispettato il relativo disciplinare di produzione, con riferimento alle materie prime utilizzate, al luogo di produzione, al metodo di ottenimento e alle principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche e organolettiche del prodotto. Per l'effetto, il Collegio confermava il sequestro di mosto di uve da tavola destinato alla produzione di aceto balsamico di Modena Igp, diverso da quello prodotto con specifici vitigni, secondo le previsioni del disciplinare (che per la produzione dell'aceto balsamico consente l'impiego esclusivo di determinate varietà di uva, che appartengono notoriamente alla categoria di uva da vino).

Conclusioni

Ebbene, con il proprio orientamento, la Cassazione sembra aver recepito appieno i precetti impartiti dalle sopra citate fonti comunitarie, offrendo una risposta rigorosa alle esigenze di tutela dei prodotti Dop e Igp. Tuttavia, de iure condendo, gli sforzi immani delle autorità di vigilanza e giudiziarie nell'accertamento dei molteplici "assalti alla diligenza" a danno dei prodotti Dop o Igp italiani potrebbero rivelarsi irrisori, se non si intenda procedere a un aggiornamento delle vigenti norme a tutela degli stessi, specie quelle di natura penale. Scelta questa che si rende attuale alla luce dell'economia globale che offre sempre più opportunità di guadagno, utilizzando appieno le nuove tecnologie e sfruttando le falle dei precetti normativi in essere.



DISCIPLINARI DI PRODUZIONE, CLASSIFICAZIONE DELLE MODIFICHE IN ORDINARIE E UNIONALI

Può pertanto concludersi che ogni volta in cui una modifica del disciplinare non abbia ad oggetto alcuna delle fattispecie tipizzate dalla norma le modifiche devono essere considerate ordinarie, e cioè di competenza nazionale, come espressamente disposto dal successivo terzo comma, che dispone che "tutte le modifiche diverse da quelle di cui al comma 2 sono considerate «modifiche ordinarie» e le relative domande seguono la procedura nazionale di cui all'art. 13".

QUALI VANTAGGI?

Ebbene, con le recenti disposizioni relative alle modifiche del disciplinare di produzione, che hanno introdotto la nuova classificazione distinguendo tra quelle meritevoli di un sindacato sostanziale in sede europea e quelle per le quali alla Commissione è riservato un controllo eminentemente formale, si è riusciti a fornire una prima risposta alla comune

esigenza di non ostacolare la possibilità dei produttori di reagire in modo più efficace al mercato, come testimoniato anche dal numero di domande presentate al Ministero competente.

Appare chiaro lo spostamento, o meglio l'ampliamento, delle preoccupazioni del regolatore, rispetto al decennio precedente in cui l'esigenza primaria era quella di garantire il corretto funzionamento del mercato (interno) attraverso l'armonizzazione delle regole relative ai prodotti vitivinicoli, verso l'impatto che aspetti quali il mutamento della domanda, i cambiamenti del clima o il progresso tecnologico possono avere sul mercato stesso, a dimostrazione di come – in un sistema che ambisce a realizzare gli obiettivi che si pone – le norme talora seguono e talaltra tentano di anticipare gli eventi, ma non dovrebbero mai prescindere da un collegamento costante con l'evoluzione dei fenomeni che intendono disciplinare. *Avv. Alessandro Grangiotti*



La normativa irlandese circa le avvertenze sanitarie in etichetta

Le disposizioni sull'etichettatura, già notificate dall'Irlanda alla Commissione europea nel giugno del 2022 nel quadro della c.d. procedura TRIS e all'Organizzazione mondiale del commercio nel febbraio 2023, si applicano a decorrere dal 22 maggio 2023; è previsto un periodo transitorio di tre anni per adeguare l'etichettatura e la presentazione delle bevande alcoliche immesse sul mercato irlandese. La legge diventerà realmente operativa a partire dal 22 maggio 2026

Di Avv. Giacomo Montecuoillo

In data 22 maggio 2023, il ministro alla Salute della Repubblica d'Irlanda, Stephen Donnelly, ha firmato il Public Health (Alcohol) (Labelling) Regulations 2023 con il quale ha convertito in legge il regolamento che prevede l'etichettatura degli alcolici con avvertenze sanitarie. La Sezione 12 e i Regolamenti sull'etichettatura introducono un'etichettatura sanitaria completa dei prodotti alcolici venduti in Irlanda e prevedono che informazioni sanitarie simili siano disponibili per i clienti nei locali autorizzati. La legge prevede che le etichette dei prodotti alcolici indichino il contenuto calorico ed i grammi di alcol presenti nel prodotto. Le etichette segneranno il rischio di consumo di alcol in gravidanza ed il rischio di malattie epatiche e tumori mortali dovuti al consumo di alcol, oltre ad indirizzare il consumatore al sito web dell'HSE, www.askaboutalcohol.ie, per ulteriori informazioni. In buona sostanza, le disposizioni sull'etichettatura, già notificate dall'Irlanda alla Commissione europea nel giugno del 2022 nel quadro della c.d. procedura TRIS e all'Organizzazione mondiale del commercio (Omc) nel febbraio 2023, si applicano a decorrere dal 22 maggio 2023; è previsto un periodo transitorio di tre anni per adeguare l'etichettatura e la presentazione delle bevande alcoliche immesse sul mercato irlandese. La legge diventerà, dunque, realmente operativa a partire dal 22 maggio 2026.

L'adozione da parte del ministro irlandese è avvenuta nonostante Croazia, Repubblica Ceca, Francia, Ungheria, Italia, Portogallo, Romania, Slovacchia e Spagna abbiano trasmesso alla Commissione europea un parere circostanziato, mentre Danimarca, Grecia, Lettonia, Polonia avevano inviato commenti per manifestare anch'essi le proprie riserve. Parimenti, nell'ambito della notifica ai sensi del regolamento UE n. 1169/2011, in occasione della riunione di settembre del Comitato permanente per le piante, gli animali, gli alimenti e i mangimi (PAFF) Italia, Francia, Germania, Grecia e Ungheria e Danimarca avevano espresso riserve. Ciononostante, a dicembre 2022 la Commissione non aveva ritenuto di dover procedere nei confronti della Repubblica d'Irlanda, dando di

fatto un via libera a procedere. Nella comunicazione che ha accompagnato l'approvazione del provvedimento, le autorità irlandesi, premettendo che le prove mediche dimostrerebbero chiaramente che il rischio di cancro esiste anche per consumi moderati di alcol, hanno sottolineato di essere il primo Paese al mondo ad adottare un'etichettatura sanitaria completa per le bevande alcoliche, invitando altri Paesi a intraprendere iniziative simili. In effetti, il bere compulsivo (binge drinking) o gli episodi di consumo eccessivo sono una problematica emergente soprattutto nel Nord Europa, l'Irlanda è il settimo Paese al mondo per numero di forti bevitori e, sempre secondo i dati forniti dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, al secondo posto al mondo per binge drinking.

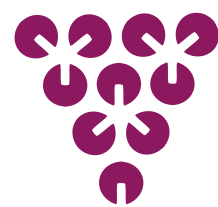
Tuttavia, è da precisare che i dati assunti dall'Organizzazione Mondiale della Sanità si basano su un controverso studio Lancet risalente a cinque anni fa, il cosiddetto "Global Burden of Diseases" (www.thelancet.com/gbd). Non solo, quindi, dati parziali e datati, ma che paradossalmente non tengono conto di altri dati della stessa Oms sull'aspettativa di vita, secondo cui in Europa, Svizzera, Spagna, Italia e Francia – tra i principali consumatori di vino – sono nella top 5 europea per longevità. C'è anche da dire, infine, che il voto dell'Europarlamento del febbraio 2022 sul Cancer Plan, proposto dalla Commissione Beca, ha scagionato l'assunzione del vino tout court da tale demonizzazione, introducendo la tesi secondo cui sarebbe l'abuso e non il semplice consumo ad avere effetti negativi.

COSA PREVEDE LA NORMATIVA

La norma irlandese stabilisce che, nell'etichettatura e presentazione delle bevande alcoliche, debbano comparire:

- a)** L'indicazione delle calorie per contenitore;
- b)** L'indicazione dei grammi di alcol per contenitore;
- c)** La dicitura "Drinking alcohol causes liver disease";
- d)** Il pittogramma della donna incinta;
- e)** La dicitura "There is a direct link between alcohol and fatal cancers";
- f)** L'indicazione "Visit askaboutalcohol.ie" che rimanda al portale <https://www2.hse.ie/alcohol/>.

Sono, altresì, state stabilite precise modalità e dimensioni con cui indicare le richiamate avvertenze e, più esattamente, l'area grafica riservata alle richiamate indicazioni dovrà avere una larghezza non inferiore a 60 millimetri ed un'altezza non inferiore a 30 millimetri; peraltro, le indicazioni dovranno apparire direttamente nell'etichetta o in uno spazio diverso, ma sempre sul recipiente, per il tramite di adesivi. La norma prevede, altresì, l'obbligo per i venditori di bevande alcoliche di esporre presso i propri locali un avviso contenente le stesse indicazioni, oltre a mettere a disposizione dei clienti un documento informativo aggiuntivo. Tale obbligo si applica anche al canale di vendita on line.



enovitis

IN CAMPO



In questo reportage alcuni dei prodotti e servizi presentati nell'edizione 2023 della "due giorni in vigna" di Enovitis in campo, andata in scena in Valtènesi. Tante le novità e le ottimizzazioni di attrezzature già sul mercato, con un occhio attento alla tutela dell'ambiente, alla sicurezza e alla sostenibilità delle operazioni agronomiche, a cui danno un sostanziale contributo le opportunità offerte dalle tecnologie di ultima generazione come la robotica e le applicazioni dell'intelligenza artificiale. Spunti e prospettive dalla viva voce di titolari e tecnici delle aziende presenti

di OMAR BISON



IL FUTURO IN VIGNETO È SEMPRE PIÙ DIGITAL E SOSTENIBILE

Dopo l'edizione 2022 svoltasi in Friuli Venezia Giulia, per l'edizione 2023 Enovitis in campo ha scelto la Lombardia. In piena Valtènesi, sulle rive del lago di Garda al confine con la Franciacorta, la Cantina Bottanago dell'Azienda agricola Erian a Polpenazze del Garda (Bs) è stata il palcoscenico dove lo scorso giugno oltre 170 esposi-

tori hanno mostrato open air e raccontato a 5.500 visitatori italiani e stranieri (Germania, Slovenia e Kazakistan i Paesi più rappresentati) le più avveniristiche novità per la viticoltura, nell'ambito delle diverse fasi della gestione del vigneto, convenzionale e biologico, attingendo alle opportunità offerte dalla tecnologia di ultima generazione come la robotica e le applicazioni dell'intelligenza artificiale.

Un mondo di opportunità e di soluzioni in grado di adattarsi alle più disparate condizioni climatiche, geografiche, orografiche, geologiche delle superfici vitate nonché alle diverse strategie produttive dei viticoltori. Un mondo che punta anche a diventare sempre più sostenibile sotto il profilo ambientale e sempre più socialmente responsabile. Dall'impianto vigneto alla nutrizione e protezione fitosanitaria fino alla gestione del suolo, della chioma e della vendemmia, le innovazioni tecnologiche proposte dalle aziende guardano sempre più alle attività in vigneto come a un processo proiettato a rispondere agli obiettivi dell'Agenda 2030. Soddisfazione tra gli operatori presenti sia per la location che per l'organizzazione considerata, in genere, adeguata e funzionale alle relazioni sia con i clienti che con i fornitori.

Dall'impianto vigneto...

Partendo dall'impianto vigneto, VIGNETINOX, brand del Molificio Bortolussi, produce pali, fili e accessori per vigneti da oltre quarant'anni con più di 30 brevetti ancora attivi. "Negli ultimi anni - sottolinea **Elisa Vagnoni**, responsabile marketing - sono nati prodotti nuovi per imprenditori che vivono il campo giorno per giorno. Cerchiamo di aiutare l'evoluzione della viticoltura manuale cercando di renderla meno faticosa e meno dispendiosa possibile in termini di ore - lavoro e di costo a ettaro. In particolare ad Enovitis abbiamo portato un ammortizzatore presentato da poco, che completa la nostra gamma di brevetti sulla categoria. L'esigenza era quella di sdoppiare il rullino che consente la regolazione destra - sinistra del filo senza necessitare di un operatore troppo preparato. Recentemente abbiamo poi brevettato una macchina, disponibile anche per il noleggio, per raddrizzare i tondini con l'idea di riutilizzare tutto quanto è in campo".

Dalle attrezzature ai prodotti, VITIS RAUSCEDO resta un punto di riferimento per quanto riguarda lo studio e la ricerca scientifica. È una cooperativa agricola nata nel 1985 che produce e commercializza nel mondo sei milioni di barbatelle



divise in diverse linee produttive, tra cui Vitis Piwi (vitigni resistenti) e Vitis Bio (la linea biologica). "Quest'ultima linea - evidenzia **Graziano Manenti**, tecnico commerciale - è un progetto partito nel 2009 e diventato produttivo nel 2018 sul quale stiamo puntando molto e che stiamo cercando di evolvere nel migliore dei modi. ➡





Ci sono voluti molti anni per mettere a punto la parte tecnica di difesa del vivaio bio e poi per preparare la certificazione biologica: ci vuole terreno bio, gemme certificate bio, portainnesto bio. Tutto ciò ha comportato un grosso cambiamento in azienda a partire dalla costituzione di un team specializzato. Ci incoraggia il fatto che i numeri nel mercato sono in crescita. Considerato che la viticoltura biologica in Italia rappresenta il 20% del totale ed è in aumento, si prospetta un buon futuro per questo progetto green e sostenibile”.

...alla difesa e nutrizione: il futuro è più green e sostenibile

La necessità di ridurre, anche nell'ottica delle nuove Direttive europee, l'impiego e le quantità di sostanze attive utilizzate in agricoltura resta l'obiettivo principale di quanti, come ADAMA, si occupano di diserbo e di difesa. **Tiziano Baldo**, field marketing coordinator di Adama Italia, ha evidenziato l'importanza di appartenere a un gruppo internazionale “che fa della capacità industriale - ha sottolineato - il suo punto di forza insieme alla capacità di ricerca e di innovazione. Abbiamo a catalogo la maggior parte dei principi attivi autorizzati a livello mondiale e poter continuamente studiare e sperimentare nuove formulazioni ci permette di essere competitivi”. Presente anche nell'Area Bio di Enovitis in campo, Adama ha presentato in particolare prodotti a base di folpet per la difesa dalla peronospora e dalla flavescenza dorata. È stato poi lanciato Folpan Energy, miscela di folpet e fosfonato di potassio, prossimamente sul mercato. “Inoltre - racconta Baldo - abbiamo portato Mastercop in anteprima nell'Area Bio con nuova tecnologia formulativa che permette di migliorare le performance dei suoi principi attivi e che speriamo possa andare sul mercato nel 2024: un fungicida rameico in soluzione acquosa per l'utilizzo di dosi molto ridotte di rame metallo (massimo 240 g/ha per trattamento). Per quanto riguarda Enovitis - conclude - siamo soddisfatti. È un momento molto importante perché ci permette di confrontarci con tutti i players del mercato”.

Oltre a soluzioni innovative di sintesi, anche BAYER ha presentato proposte di origine naturale ammesse in agricoltura biologica insieme a sistemi digitali finalizzati a ottimizza-

re l'applicazione dei prodotti. Nello specifico, si tratta di: GrapeVision, DSS che, sfruttando i dati meteorologici di campo e le informazioni scientifiche sulla biologia dei funghi, riesce a prevederne i cicli, determinando il livello di rischio fitosanitario durante ogni fase della stagione indicando il rischio di attacchi di peronospora, oidio, botrite e black-rot e supporta il viticoltore nelle scelte; CroppingView monitora invece la presenza delle popolazioni di cocciniglie e fornisce indicazioni sui trattamenti insetticidi. “E questo - sostiene **Simone Locardi**, responsabile del canale distributivo in Italia e in Grecia - per accompagnare sempre più e meglio il viticoltore verso scelte produttive sempre più sostenibili”. Guardando al futuro si lavora a una strategia specifica a base di feromoni per la confusione sessuale: “Lanciamo nel 2024 una nuova gamma prodotto col marchio Vynyty con feromoni specifici contro la *Lobesia botrana* su vite. È una strategia innovativa che abbiamo sviluppato internamente con la quale copriremo sia la vite che il pesco e il melo nel 2025 e 2026 e poi entro il 2030 tutte le frutticole”.

GOWAN ITALIA, parte di un gruppo internazionale con sede negli Usa, opera nella fornitura di agrofarmaci e fertilizzanti speciali. “Per noi - sottolinea **Luca Sangiorgi**, communication specialist - la vite è un settore molto importante. Abbiamo un catalogo molto ampio dedicato alla viticoltura, compresa una gamma di prodotti rameici che ci permette di rivolgerci indistintamente a quella convenzionale e a quella biologica, che integrano i prodotti di utilizzo tradizionale nelle strategie di difesa come Ibisco (elicatore delle difese delle piante in formulazione liquida per il controllo dell'oidio della vite, della fragola, delle orticole e del brusone del riso), Mago (coadiuvante per trattamenti fungicidi e insetticidi) e Polyversum (fungicida biologico a base di *Pythium oligandrum* Ceppo M1)”. Inoltre, era presente tutta la linea Gowan, tra cui il Fantic F, fungicida a base folpet e benalxyl-M con una miscela complementare e sinergica, che quest'anno l'azienda ha rilanciato con alcune particolarità.

Dalla difesa alla nutrizione, ICL ITALY, filiale italiana della multinazionale ICL, azienda chimica di stato israeliana, che ha partecipato ad Enovitis “con



una proposta specifica di concimazione per la vite - illustra **Mario Schippa**, agronomist & developer business - che abbiamo reso pratica, efficiente e versatile. In dettaglio, si chiama Polysulphate ed è costituito da polyhalite, minerale proveniente dallo strato polialitico di rocce estratte da miniere naturali. Disponibile nel suo stato naturale, è particolarmente indicato per il settore biologico, per quanto sia funzionale anche per quello convenzionale. È un fertilizzante con importanti apporti di zolfo, potassio, calcio e magnesio. Noi lo definiamo un concime multi-nutriente policationico”. In fiera anche le linee di nutrizione del terreno con prodotti granulari e sistemi di fertirrigazione in funzione dell'obiettivo enologico: “A seconda che si voglia produrre uno spumante o un rosso da invecchiamento - sottolinea Schippa - bisogna operare, e quindi anche nutrire, in maniera differente per avere uve adatte allo scopo. Siamo un'azienda riconosciuta sul segmento dei concimi fosfatici e potassici. In particolare sui concimi potassici abbiamo la possibilità di offrire sia potassio nitrato che potassio solfato che potassio cloruro, e quest'ultimo se utilizzato secondo dosaggi corretti può consentire risparmi significativi, almeno del 30%, rispetto al potassio nitrato. Questo ci permette di garantire una razionalizzazione massima dei costi mantenendo efficacia nutrizionale”.

Macchinari adeguati e innovativi per una difesa “di precisione”

È quindi una questione di utilizzo di “precisione” dei prodotti, ma anche di utilizzo di strumenti adeguati, come ato-



LE NOSTRE LAVORAZIONI

- SERIGRAFIA METALLI PREZIOSI
- STAMPA INDIRETTA
- APPLICAZIONI PERSONALIZZATE
- EFFETTI SPECIALI
- CMCV²: CAMBIO MOLECOLARE DEL COLORE DEL VETRO
- CAMBIO MOLECOLARE CON COLORI VETRIFICABILI

L'ARTE CHE VALORIZZA E RENDE UNICO IL TUO PRODOTTO

Strada Canelli 111Bis, Costigliole d'Asti (AT) Tel. +39 0141 843504 info@pppromotion.it
www.pppromotion.it



mizzatori e irroratrici di ultima generazione, in grado di massimizzare con accuratezza le strategie di difesa. Un'azienda sul mercato da decenni come CIMA si è concentrata, ad Enovitis, sul focus che da sempre ne contraddistingue la competitività: il basso volume pneumatico per trattamenti fitosanitari specifici con testate di distribuzione adattabili alla conformazione della vegetazione, al fine di ottenere un risparmio d'acqua, guadagnando in rapidità e tempestività di intervento. "Oltre agli atomizzatori pneumatici a basso volume che ci consentono di garantire attrezzature e lavorazioni sempre più sostenibili sotto diversi aspetti - afferma l'ad dell'azienda, **Monica Smeraldi** - abbiamo presentato anche il sistema VRT, la nostra ultima novità, che funziona a rateo variabile (modulazione della distribuzione di agrofarmaco in funzione della dimensione delle chiome). Con la nostra Erogazione Proporzionale di Avanzamento (EPA), il Cima - Kit VRT per Easy Farm è un sistema elettronico che memorizza e

sodatori. "Parliamo di macchinari ad altissima tecnologia - sottolinea Ucci - sui cui stiamo lavorando intensamente, consapevoli che l'innovazione non può limitarsi al solo prodotto". Uno degli obiettivi di Maschio Gaspardo è infatti anche la sperimentazione e la promozione di nuove tecniche agronomiche per rendere i processi complessivamente più sostenibili alla luce dei cambiamenti climatici in essere. "Ad Enovitis in particolare - puntualizza Ucci - abbiamo portato Icaro X4, robot ibrido completamente autonomo per il trattamento dei vigneti contro le malattie fungine mediante l'uso di raggi ultravioletti UV-C. Riduce le emissioni di CO₂, l'utilizzo di fitofarmaci e i costi dell'operatore addetto alla guida".

Forti dell'Arcobaleno, prima e consolidata irroratrice a tunnel con un sistema di ventilazione con vortice d'aria che migliora la penetrazione e la distribuzione del prodotto recuperando in modo efficace i fitofarmaci non intercettati dalla vegetazione, BERTONI GREEN TECHNOLOGY

nuova componentistica digitale ed elettronica, in ottica 4.0".

Tra le proposte di MARTIGNANI ad Enovitis troviamo Newport20, atomizzatore carrellato snodato, utilizzabile in situazioni con spazi di manovra molto limitati, per trattamenti in vigneti collinari con passaggi stretti, il nebulizzatore trainato Cognac e il nebulizzatore polivalente Whirlwind M612 "Turbo 4", presentato - quest'ultimo - insieme a New Holland, per trattamenti ad altissima produttività in viticoltura su 2, 3, 4 e fino a 6 filari per ogni passaggio. Ma non solo, Whirlwind M612 "Turbo 4" è adattabile su qualsiasi vendemmiatrice semovente polivalente sul mercato. "Enovitis è l'unica manifestazione all'aperto che continuiamo a fare. Siamo soddisfatti anche quest'anno - sostiene **Jessica Parra**, responsabile marketing - nonostante il meteo non sia sempre stato clemente. In sessant'anni non ci siamo mai fermati. Abbiamo sempre cercato di innovare ed essere sostenibili fa parte del nostro Dna aziendale".

sibile cambiare 48 marce e 16 velocità, che per ogni combinazione sono robotizzate e completamente automatizzabili; più un sistema advanced travel system che irrigidisce lo sterzo con l'aumentare della velocità e contrasta le forze che farebbero deviare le ruote, permettendo di stare in traiettoria e offrendo maggior comfort all'operatore e senza dimenticare il

sistema di cabina sospesa, sala anteriore sospesa, sedile sospeso il tutto all'interno di un trattore da frutteti e vigneti. In più, abbiamo presentato anche il Rex 4 Full Hybrid, un'evoluzione con il motore elettrico che lavora in parallelo col motore endotermico, ulteriore tassello nel percorso verso la maggiore sostenibilità ambientale dei mezzi da lavoro". ➡



Trattori gommati e cingoli per tutte le esigenze

I trattori e le loro prove tra i filari rappresentano sempre un focus di attrazione importante a Enovitis in campo. Con i brand Landini, McCormick e Valpadana, ARGO TRACTORS è presente in tutta Europa e nel resto del mondo con una gamma di trattori che va da 25 a oltre 310 HP, nelle famiglie a 3, 4 e 6 cilindri da campo aperto,

utilizza mappe di prescrizione. Alla fine si possono stampare da pc o tablet ottenendo un vero e proprio report di lavoro".

Il mondo va avanti e bisogna adattarsi ai tempi e ormai la robotica è entrata in agricoltura. Con questa premessa **Gianluca Ucci**, uno dei responsabili vendite di MASCHIO GASPARD, spiega la presenza dell'azienda ad Enovitis con quanto di specifico ha a catalogo: trinciatrici, seminatrici, atomizzatori e dis-

si è presentata ad Enovitis con un carico di ottimismo nonostante la recente alluvione in Romagna li abbia penalizzati. "Enovitis è una bella manifestazione - sostiene **Roberto Bertoni** - perché ci permette di avere un contatto con i clienti ma anche con i colleghi e concorrenti. Per quanto ci riguarda, a livello di innovazione presentiamo una serie di migliorie su macchine già presenti sul mercato. Ne abbiamo upgradato le performance, introducendo

frutteto, vigneto, cingolati, utility e isodiametrici. Ad Enovitis ha portato il Landini Trekker 3 0-85 Compact, nuovo trattore cingolato da 75 cavalli che per compattezza e larghezza fuori tutto molto contenuta, risulta estremamente maneggevole e manovrabile in vigneti in condizioni estreme. "Oltre a questo - sottolinea **Antonio Salvatera**, marketing director - abbiamo portato il Landini Rex 4 RoboShift con cambio robotizzato. dove da joystick è pos-

Bottiglia Cilindrica? Conica? Quadrata? Sagomata?

ETICHETTATRICI MULTIFORMATO *anche su misura!*

SCOPRI TUTTA LA GAMMA

TECH49
AUTOMATICA 1800 bph

MHIRA
AUTOMATICA 1500 bph

ALPHA PRO
MANUALE 600 bph

DMC srl | Via Camuncoli, 2
42018 San Martino in Rio (RE)
Tel./ Fax: +39 0522 272834
www.dmclabeling.it
info@dmc-online.it



Restando in tema di trattori specialistici, CARRARO TRACTORS manifesta soddisfazione per il format Enovitis. “Si sposa con il nostro approccio - sostiene **Laura Bassi**, sales and business development manager - nel portare in campo i nostri prodotti. Abbiamo una flotta di trattori dedicata esclusivamente alle esibizioni fieristiche e quest'anno con l'iniziativa ‘Azienda per Azienda’ mettiamo a disposizione dei nostri concessionari tutta la gamma dei nostri prodotti, sia la serie Compact che la nuova serie Agricube Pro, per permettere ai clienti di provarli presso la propria azienda con le proprie attrezzature”. In fiera era presente, in fase di lancio, la nuova serie Agricube Pro che è la serie di trattori specialistici tradizionali che sostituisce la precedente sempre con motore FPT Stage V. Inoltre, la Compact Stage V entrata nel mercato nel 2021. “Si completano - sottolinea Bassi - perché entrambe specifiche per un segmento specialistico come vigneto e frutteto; i trattori hanno dimensioni diverse ma sono sempre pensati in un'ottica professionale per supportare tutte le attrezzature che si utilizzano tra i filari. Nel prossimo futuro, in chiave di sostenibilità, si profila per determinate aziende - e penso soprattutto a realtà che lavorano nel biologico - un interesse crescente per i veicoli elettrici”.

La previsione di un aumento di investimenti per prodotti sempre più tecnologici ed elettrificati, in un contesto di mercato che va assestandosi, tuttavia, su numeri inferiori a quelli del 2021 e 2022, arriva anche da **Nicola Lusvardi**, marketing product specialist NEW HOLLAND. “Ad Enovitis abbiamo presentato tutta la nostra gamma di trattori da frutteto e vigneto. In particolare due cingolati, di cui uno con cabina da pieno campo che però - con un fuori tutto di un metro e settanta - può essere adatta anche per vigneti e frutteti in pendenza”. In esposizione anche tutta la gamma gommata in tutti gli allestimenti e, per la prima volta in campo, i nuovi modelli T4 Low Profile (LP) in versione sia con piattaforma sia con cabina per complessivi cinque modelli. “Si tratta di una macchina che abbiamo aggiornato a livello di trasmissione, motore e idraulica - specifica Lusvardi - e si differenzia dalla precedente per gli assali che permettono di arrivare ad una altezza massima di due metri e cinquanta”. Presentata anche la serie Bassotto per le macchine senza cabina. “È la macchina con piattaforma più importante che abbiamo perché e quella con altezza parafranghi e cofano più bassa ed è fondamentale per quando si lavora, ad esempio, all'interno dei tendoni. E per quanto riguarda le macchine senza cabina presentiamo per la prima volta in campo anche il nuovo T4FS. Una macchina che a livello di altezza si avvicina al Bassotto ma è più economica”.



Bcs progetta, costruisce e distribuisce trattori e macchine per la manutenzione del verde con i marchi commerciali Bcs, Ferrari e Pasquali. “Abbiamo portato - illustra **Andrea Negro**, responsabile immagine e comunicazione del Gruppo - tutta la gamma di trattori specializzati isodiametrici e a ruote differenziate caratterizzati da dimensioni compatte, raggi di volta estremamente ridotti e contenuti tecnologici esclusivi. Parliamo di macchine da 25 fino a 100 cavalli di potenza e macchine a ruote leggermente differenziate, passo stretto e motore a sbalzo. Sono macchine che per la loro conformazione sono manovrabili per lavorare anche in vigneti estremamente ristretti e con spazi a fine capezzagna molto ridotti”. Novità, già mostrate in maniera statica in altri eventi, sono state il nuovo trattore iper-specializzato Ferrari Cobram 60 AR Micro, con una larghezza fuori tutto di soli 95 centimetri sia per lavorare nei vigneti più stretti sia sotto le serre nel settore del florovivaismo. “L'impianto idraulico è prestante - puntualizza Negro - la postazione di guida reversibile di serie e i parafranghi essenziali e con profilo in gomma morbida. Presentiamo anche la gamma alta che abbiamo chiamato Model Year 24, che ha tutta una serie di migliorie rispetto alla gamma 85 attualmente in produzione: comfort abitativo migliorato, idraulica migliorata e cabine pressurizzate e omologate in categoria 4 per trattamenti in tutta sicurezza”. La direzione resta sempre

e comunque quella della magisteria sostenibilità, così come le opportunità offerte dalle nuove tecnologie: “L'intelligenza artificiale a servizio dell'agricoltura per noi si traduce in AI tractor, gamma di trattori isodiametrici di alta gamma, in cui grazie alla sensoristica a bordo, il sistema è in grado di analizzare in continuo lo stato della macchina e dell'ambiente in cui opera, controllando molteplici funzionalità”.

Nuove tecnologie per la lavorazione suolo e gestione chioma

Le nuove tecnologie fanno il loro ingresso anche nelle varie fasi - e quindi nei macchinari e le attrezzature - per la gestione e lavorazione del vigneto. Di lavorazione del terreno e gestione chioma si occupa la tedesca CLEMENS, presente ad Enovitis con alcune novità. “In particolare - sostiene **Paolo Leonardi**, responsabile per il mercato italiano - per quanto riguarda la lavorazione del suolo abbiamo lanciato con Radius D, un nuovo sistema di tastatore a doppio effetto che ci permette di lavorare con due attrezzi sempre più richiesti: l'aratro scalzatore e la dischiera motorizzata per terreni con forte presenza di infestanti, riducendo l'utilizzo di erbicidi e potendo intervenire con minore frequenza. Abbiamo anche stelle rinalzatrici e sarchiatrici a dita oltre a un rullo pacciamatore”. Il focus di Clemens per i prossimi anni, sarà sicuramente sull'implementazione delle interconnessioni tra trattori e attrezzature per trovare collegamenti che permettano

di avere macchine che collaborano, implementando l'utilizzo di sensori ottici, e lavorazioni sempre più semplici e precise. “Il futuro - afferma - manterrà le attrezzature e le lavorazioni classiche ma con l'ottica di integrare sempre di più software, elettrificazione e sensoristica digitale su quelli che sono i tastatori e i sistemi di gestione delle singole macchine”.

Dalla lavorazione suolo alla gestione chioma, ad Enovitis RINIERI ha esibito Turbo Evo, gruppo scavatore elettroidraulico su telaio portato anteriore o posteriore, dotato di centralina idraulica indipendente e di ruote di appoggio regolabili dove si possono montare lame, aratri, dischi scalzatori e rinalzatori, erpici rotanti, mini trincia e spollonatrice e un utensile nuovo chiamato BRT, che è una testata di lavoro che serve per scalzare e ripianare i terreni dopo una rinalzatura. In primo piano, inoltre, la testata defogliatrice DRF a turbina con il telaio reversibile che permette di lavorare solo su un lato del filare, completa di barra falciante anteriore bilame per il taglio delle femminelle. “La macchina - puntualizza **Carlo Rinieri** - è montata su un telaio Tower e quindi posizionata nella parte centrale del trattore. Poi abbiamo anche una cimatrice CRL Vision 2, con coltelli nuovi che hanno una sagomatura che serve per mantenere maggiormente pulita la zona di taglio. Sono coltelli di acciaio inox che ci permettono una maggior rapidità e precisione nelle lavorazioni”.



Guide parallele, Gps, sistemi di controllo e di mappatura

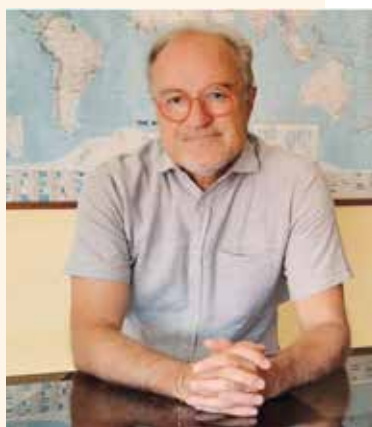
Restando in ambito di innovazione della meccanica agraria, grazie alla tecnologia più avanzata, per fornire ai viticoltori strumenti per una concreta viticoltura di precisione, ARVATEC, che nasce nel 2002 come spin off dell'Istituto di ingegneria agraria di Milano, dal 2001 ha iniziato a sviluppare - e poi commercializzare - un sistema di guida parallela Gps, cui hanno fatto seguito sistemi di guida automatica evoluti poi in sistemi di controllo automatico di macchine trapiantatrici, pianta viti e pianta pali. “In seguito - evidenzia **Savio Landonio**, socio fondatore e amministratore di Arvatec - abbiamo preso la licenza per l'importazione, la vendita e la distribuzione di alcuni marchi tra cui AgLeader Technology, azienda americana leader nell'agricoltura di precisione, e abbiamo introdotto anche sistemi di controllo delle macchine diserbatrici, seminatrici, spandiconcime ecc., e sistemi di mappatura delle produzioni. Disponiamo di sistemi di mappatura del vigore vegetativo con sistemi infrarossi, montabili sia su quad che su trattori normali, così da costruire mappe di vigore da utilizzare sia per la gestione della concimazione sia per la potatura e il diradamento dei grappoli fino alla vendemmia differenziata”. Ultimamente Arvatec ha fatto il suo ingresso anche nel campo della robotica, con la distribuzione di Slopehelper dall'azienda slovena PeK Automotive, trattore a guida autonoma, veicolo semovente elettrico a cingoli, dotato di un sistema di controllo frontale e una piattaforma di carico, con la possibilità di accoppiare diverse attrezzature grazie ad agganci nella parte anteriore e posteriore. La presenza dei cingoli inoltre permette a questo robot di operare in situazioni di pendenza notevole, anche di 40°. “La tecnologia applicata all'agricoltura va verso la robotizzazione - dice Landonio - soprattutto quella elettrica. Noi lavoriamo quasi esclusivamente con macchine autonome al 100%, grazie a pannelli fotovoltaici. Il futuro sarà fatto da flotte di macchine piccole e leggere e completamente autonome sotto il profilo dell'energia e dell'alimentazione”.



MED. & A.

Carlo Miravalle è il nuovo presidente

È **Carlo Miravalle** il nuovo presidente di Med.&A., l'Associazione Nazionale Agenti d'Affari in Mediazione e Agenti di Commercio affiliata a Unione Italiana Vini che, durante l'ultima assemblea elettiva a Roma lo scorso 11 luglio, ha riconfermato il Consiglio direttivo che ha poi eletto all'unanimità il nuovo presidente e i due vicepresidenti, Andrea Braconi e Patric Lorenzon. Il direttivo della compagine - che tutela la categoria nel commercio dei vini sfusi per un complessivo di circa 15 milioni di ettolitri di venduto tra mosti, vini ed alcol per un controvalore che sfiora il miliardo di euro - sarà in carica fino al 2025 con la seguente composizione: Carlo Miravalle (Miravalle 1926 Sas di Carlo Miravalle), presidente; Andrea Braconi (Braconi Mediazioni Sas) vicepresidente; Patric Lorenzon (Patric Lorenzon & Partners Srl), vicepresidente; Federico Repetto (L'Agenzia Vini Repetto S.R.L.), consigliere; Andrea Verlicchi (Impex srl), consigliere. "L'associazione - ha commentato Miravalle - deve rappresentare un punto di riferimento per il settore non solo nella veste di intermediari, ma anche come consulenti propositivi, formati ai massimi livelli professionali. L'obiettivo è continuare a valorizzare e realizzare il potenziale, talvolta ancora inespresso, del comparto, insistendo anche sul posizionamento estero di centinaia di vitigni autoctoni. Desidero infine ringraziare - ha concluso - il presidente uscente, Andrea Verlicchi, per l'importante lavoro svolto in questo triennio". "Voglio esprimere i migliori auguri a Carlo Miravalle per il nuovo incarico - ha risposto **Andrea Verlicchi** - Ringrazio l'intero Consiglio direttivo per l'operato realizzato e la preziosa collaborazione in questi tre anni difficili, segnati dalla pandemia e da condizioni congiunturali che hanno messo alla prova tutto il settore. Grazie anche a Unione Italiana Vini per il supporto".

**SISTEMA PROSECCO****Nuova presidente Elvira Bortolomiol**

Prosegue il progetto di Sistema Prosecco, la società nata nel 2016 dalla comune volontà dei tre Consorzi del Mondo Prosecco - Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg, Consorzio Prosecco Doc, Consorzio Asolo Prosecco Docg - di mettere insieme le forze nella direzione di una sempre più serrata lotta alla contraffazione, e questo percorso verrà sostenuto dalla nuova presidente eletta, Elvira Bortolomiol, già alla presidenza del Consorzio del Conegliano Valdobbiadene. Al suo fianco il vicepresidente, Ugo Zamperoni (presidente del

Consorzio dell'Asolo) e i Consiglieri Stefano Zanette (presidente del Consorzio Prosecco), Giancarlo Moretti Polegato, Franco Varaschin, Diego Tomasi (direttore Consorzio Conegliano Valdobbiadene) e Luca Giavi (direttore Consorzio Prosecco Doc).

"Mi riprometto di continuare il prezioso lavoro di chi mi ha preceduto. Solo restando uniti, avendo uno scopo comune, ossia la tutela delle Denominazioni, potremo collaborare al meglio, insieme, arginando così fenomeni dannosi e garantendo la massima trasparenza e informazione chiara al consumatore finale" ha dichiarato **Elvira Bortolomiol** - Ringraziamo le istituzioni e le forze dell'ordine con le quali collaboriamo a livello nazionale e internazionale come Masaf, Icqr, Commissione Europea, Mise, Europol, Agenzia delle Dogane e Interpol per il continuo e prezioso supporto".

**CONSORZIO MORELLINO****Bernardo Guicciardini Calamai riconfermato al vertice**

Bernardo Guicciardini Calamai è stato riconfermato presidente del Consorzio del Morellino di Scansano per un altro triennio. Toscano, classe 1966, Guicciardini Calamai lavora da tempo all'interno delle aziende di

famiglia, inclusa Massi di Mandorlaia la tenuta che produce vino all'interno della denominazione maremmana. Ad affiancarlo in questo nuovo mandato ci saranno i vicepresidenti Alessandro Fiorini (Cantina Vignaioli di Scansano) e Ranieri Luigi Moris (Morisfarms), che sono stati riconfermati nelle loro cariche, e il direttore Alessio Durazzi. Il Cda rinnovato vede invece l'ingresso di due nuovi membri: Andrea Cecchi (Casa Vinicola Cecchi) e Giulia Milanese (I Lecci) che si aggiungono ai rieletti Gaia Cerrito (Pietramora), Moreno Bruni (Az. Agr. Bruni), Leonardo Rossi (Poggio Brigante), Paolo Gobbi (Cantina Coop. Vignaioli), Giuseppe Mantellassi (Fattoria Mantellassi) e Rossano Teglielli (Tenuta Ghiaccio Forte). "Ci aspetta un nuovo corso - ha affermato Guicciardini Calamai - nel quale dare sviluppo a quanto sinora fatto per affermare il Morellino di Scansano tra le denominazioni toscane di riferimento sia in Italia che all'estero. Lo spirito di coesione che ha animato il consiglio di amministrazione e tutti i soci nell'ultimo triennio sarà ancor più fondamentale per il lavoro che ci attende".



L'ETICHETTA FA LA DIFFERENZA

Operiamo nel settore dell'etichetta fin dal lontano 1953, specializzati nel settore vini e liquori, dove l'elemento essenziale è la qualità delle realizzazioni.

Possiamo fornire ai nostri clienti lavorazioni sofisticate con la massima flessibilità nelle tirature, mantenendo prezzi competitivi sia per le grandi che per le piccole quantità. Siamo in grado di svolgere internamente tutte le fasi di studio, pre-stampa, stampa e imballaggio: dalla progettazione dei bozzetti e delle bozze a colori, alla stampa su carte tecniche antispappolo e antimuffa, con lavorazioni particolari di finitura come oro in polvere, oro lamina a caldo, in rilievo, e verniciature lucide e opache antigraffio. Le nostre attrezzature e macchinari per ogni fase della lavorazione sono sempre all'avanguardia e costantemente aggiornati per seguire lo sviluppo tecnologico.

Mettiamo a disposizione della nostra clientela tutta l'esperienza maturata in oltre cinquanta anni di attività.

PROGETTAZIONE**PRE-STAMPA****STAMPA****IMBALLAGGIO****gb grafiche baglio srl***soluzioni per il progetto e la stampa di etichette*

www.grafichebaglio.it

Via Melegnano, 22 - 20019 Settimo Milanese
Tel. 02.48920060 r.a. Fax 02.47996377 - info@grafichebaglio.it



La firma dell'accordo. Da sinistra: Angelo Radica e Paolo Pennisi



LA VENDEMMIA TURISTICA DA OGGI È REGOLAMENTATA

Siglato protocollo d'intesa tra Città del Vino e Ispettorato del Lavoro

La vendemmia turistica è da oggi regolamentata grazie al protocollo d'intesa sottoscritto a Roma fra l'Ispettorato Nazionale del Lavoro e l'Associazione Nazionale Città del Vino, e firmato da Paolo Pennisi, direttore generale dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro, e da Angelo Radica, presidente di Città del Vino. Nel documento sottoscritto, viene precisato che la vendemmia turistica non può considerarsi un rapporto di lavoro, ma "si intende l'attività di raccolta dell'uva, non retribuita, di breve durata, episodica, circoscritta ad appositi spazi, avente carattere culturale e ricreativo,

svolta da turisti e correlata preferibilmente al soggiorno in strutture ricettive del territorio e/o alla visita e degustazione delle cantine locali nell'ambito di un'offerta turistica di tipo integrato". Si precisa anche che "per lo svolgimento della vendemmia turistica non può essere corrisposto ai turisti alla stessa partecipanti alcun emolumento comunque denominato, né in denaro né in natura. L'attività è ristretta a poche ore alternativamente nella fascia oraria antimeridiana o postmeridiana e non può ripetersi per più di 2 volte nella stessa azienda vitivinicola nell'arco della stessa settimana". Inoltre - si legge ancora nel

protocollo - "i filari della vendemmia turistica devono essere resi riconoscibili e distinguibili dai luoghi ove i vendemmiatori professionisti svolgono la vendemmia ordinaria, con l'apposizione di idonei cartelli, inoltre andrà indicato nella dichiarazione al S.U.A.P. o sportello equipollente, le coordinate mappali (foglio e particella) avendo cura di escludere in maniera tassativa lo svolgimento promiscuo delle due attività". La vendemmia turistica si svolge sotto la supervisione continuativa dei referenti aziendali/tutor qualificati ovvero di personale aziendale dotato di adeguata e specifica formazione, nel rispetto delle norma-

tive locali di riferimento, che dovranno vigilare sul rispetto delle prescrizioni in materia di sicurezza e garantire il perseguimento delle finalità culturali e ricreative dell'evento. Ogni referente aziendale/tutor potrà seguire un numero di turisti non superiore a 8, salva diversa disposizione della normativa locale di riferimento. I referenti aziendali/tutor e i turisti impegnati nella vendemmia turistica dovranno indossare obbligatoriamente un cartellino identificativo o braccialetto identificativo rispettivamente con la scritta "tutor" e "vendemmiatore turista". La vendemmia turistica dovrà svolgersi con modalità che assi-

curino la salute e sicurezza dei turisti, anche con riferimento alle attrezzature messe a disposizione degli stessi nonché agli indumenti e alle calzature indossate. Prima dell'inizio dell'attività di vendemmia, il tutor aziendale dovrà fornire al turista, le istruzioni adeguate sull'utilizzo delle attrezzature e i comportamenti da tenere durante le operazioni, vigilando, in presenza, sul rispetto delle istruzioni impartite. Ai turisti impegnati nella vendemmia turistica deve comunque essere interdetto sia l'utilizzo di qualsiasi macchina agricola sia lo svolgimento delle operazioni di carico e scarico delle cassette da uva.



VINI PREGIATI, L'ITALIA CONTINUA A TRAINARE IL SETTORE

L'Italia, dopo un I trimestre da protagonista (+2,2%), continua a trainare il settore dei vini pregiati: registra infatti una crescita nel I semestre 2023 del +3,3% trascinata dalle regioni Toscana (+3,3%) e Piemonte (+2,6%), oltre che da specifiche produzioni locali presenti sul territorio nazionale rappresentate dall'indice "Rest Of Italy" (+ 5,9%), dove spiccano Trentino-Alto Adige e Veneto. Questo in sintesi quanto emerge dall'osservatorio eWibe, che fotografa l'andamento del mercato dei fine wines nel primo semestre 2023, il cui indice - che include tutte le principali etichette da investimento dei Paesi più rappresentativi del settore - in tale periodo ha registrato un +1,7%. In particolare, come anticipato sopra, Toscana e Piemonte continuano a ottenere grande apprezzamento alla luce della presentazione dell'annata 2020, soprattutto in Toscana, che segue la storica vendemmia 2019. Allargando lo sguardo agli ultimi 12 mesi, si confermano ottime le performance di Italia (+5,4%), Toscana (+6,7%), Piemonte (+2,8%). Bene anche la regione dello Champagne (+2,5%), mentre rallenta un po' la Francia (-1,1%). eWibe, che ha da poco compiuto il suo primo compleanno, è già arrivata a contare sul live market circa 10.000 bottiglie, per un valore pari a 4 milioni di euro, e oltre 6.000 utenti.



Credits: Consorzio Doc Sicilia

IL CONSORZIO DOC SICILIA NEL GRUPPO DI LAVORO PER IL NUOVO PIANO VITIVINICOLO SICILIANO

Accrescimento del posizionamento, ingresso all'interno di nuovi mercati e rafforzamento di un modello che sappia coniugare i tratti tipici e distintivi dei vitigni della Sicilia e dei suoi territori. Queste saranno le coordinate che guideranno la creazione del nuovo Piano Vitivinicolo Regionale, progetto fortemente voluto dall'assessore Luca Sammartino e pronto a prendere il via, con l'impegno in prima linea del Consorzio di tutela Vini Doc Sicilia. Il Progetto rappresenta un'unione di questo percorso di tutela dell'isola e altre organizzazioni del settore, coordinati dall'Assessorato dell'Agricoltura della Regione Siciliana e dall'Istituto Regionale Vino e Olio di Sicilia. Il Consorzio Doc Sicilia lavorerà al piano con l'obiettivo di esaltare sempre di più la produzione siciliana, composta da vitigni autoctoni sempre più centrali e di rilievo come Nero D'Avola e Grillo. Uve che danno vita a vini di altissima qualità e che, grazie anche al nuovo Piano Vitivinicolo, potranno penetrare sempre di più nel mercato.

AL VIA IL PROGETTO "EDUSOSTAIN": LA SOSTENIBILITÀ PER L'EQUITÀ SOCIALE

Si chiama "EduSOSTain" e si protrarrà per circa un anno, con un programma di lavoro dedicato al processo produttivo agricolo sostenibile. È il progetto che sigla la partnership tra Fondazione SOSTain Sicilia e Fondazione Allianz Umana Mente e nasce dalla volontà di offrire opportunità di crescita formativa e professionale nel settore agricolo per soggetti vulnerabili. Sono infatti 12 persone con disagio psichico che stanno seguendo percorsi riabilitativi presso il Club Itaca Palermo e 10 minori, in età compresa tra 11 e 16 anni, in condizioni di vulnerabilità sociale ed economica che seguono le attività educative e ludico-ricreative dell'associazione Yolk, i beneficiari di questo percorso di apprendimento, teorico e pratico, finalizzato all'acquisizione di conoscenze e tecniche riguardanti principalmente l'agricoltura sostenibile, il marketing e la comunicazione dei prodotti agricoli e le tecniche di vendita e di commercializzazione. L'approccio a tematiche sensibili e attuali, come quelle legate alla sostenibilità, si evolverà dunque in un'opportunità di autonomia professionale. Il progetto prevede poi un'altra fase, nei successivi 6 mesi, che proseguirà con l'allestimento di un orto biologico, la progettazione di azioni di marketing utili all'amplificazione del progetto e la gestione di un punto di ritiro a Villa Adriana e di mercati itineranti per la vendita dei prodotti agricoli.



ACCORDO FEDERAZIONE STRADE DEL VINO E TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Valorizzare e promuovere le eccellenze della Toscana a livello nazionale e internazionale e migliorare l'accoglienza del turista enogastronomico, questi gli obiettivi dell'accordo siglato tra la Federazione delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori di Toscana e Toscana Promozione Turistica in occasione della Quarta Conferenza Regionale dell'Agricoltura. Le iniziative previste riguardano l'accoglienza e la promozione turistica dei territori legati alle produzioni rappresentative della Regione Toscana, come l'olio, il vino, i salumi, i formaggi, e comprende servizi di promozione turistica ed incoming, educational tour per buyers e giornalisti, mostre, fiere, esibizioni ed eventi. L'accordo prevede inoltre lo scambio di buone pratiche, la condivisione di materiali, informazioni e dati e l'incentivazione di standard di qualità, oltre alla ricerca di risorse per progetti condivisi a livello nazionale e comunitario. La collaborazione ha già al suo attivo alcuni progetti condivisi come Toscana Wine Architecture, la rete d'impresa, costituita nel 2017, che riunisce importanti cantine di design, primo esempio in Italia a valorizzare vino, architettura e turismo e la StraFesta Toscana un calendario ricco di appuntamenti organizzati e promossi dalle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori di Toscana in collaborazione con Vetrina Toscana.

Francesco Tapinassi, direttore di Toscana Promozione, e Pier Paolo Lorieri, presidente Federazione Strade del Vino Toscana



Un momento dell'incontro: Da sinistra, Francesco Appiano, Giulio Somma, Mauro Rossetto e Ketty Magni

L'arte del ricevere da Milano a Torino

"Tutelare il patrimonio culturale del vino dagli attacchi oscurantisti di organizzazioni internazionali che, agitando fantasmi pseudo-scientifici, vorrebbe ridurre il "frutto della vite", come viene chiamato il vino nei Vangeli, ad una miscela molto idro e poco alcolica dannosa per la salute, è un tema che riguarda non solo i produttori o il settore ma tutto il nostro Paese. È in gioco un pezzo importante della nostra storia e identità culturale. Il valore del vino fin dall'antica Grecia, travalica, infatti, i confini di mero prodotto alimentare investendo un vasto mondo simbolico e rappresentativo che attraversa tutti gli ambiti della produzione culturale umana. Una storia affascinante che continua ancora oggi e che dobbiamo preservare per le generazioni future". Con queste parole, il direttore de Il Corriere Vinicolo, Giulio Somma, ha concluso il suo intervento nel corso dell'incontro dal titolo "Cocktail al Museo - L'arte di ricevere da Milano a Torino" - organizzato dal Comune di Lecco nell'ambito della Notte Bianca -, moderato da Mauro Rossetto, direttore del Museo Manzoni di Lecco, dove sono intervenuti Ketty Magni, scrittrice e giornalista culturale e il produttore di Vermouth di Torino, Federico Appiano. Grande successo per la serata, a cui hanno partecipato 120 persone, che si è conclusa con la degustazione di vini, dessert e liquori storici nelle cantine del museo, accompagnata da un'esibizione al pianoforte Francesco Augurio. Oltre 50 ulteriori visitatori hanno percorso le stanze della casa museo di Alessandro Manzoni, mentre oltre 80 hanno scelto di visitare Palazzo Belgiojoso. Di questi, una cinquantina hanno preso parte alle attività didattiche promosse al museo naturalistico, al museo storico e al museo archeologico. Oltre 200 le presenze registrate al Palazzo delle Paure, anche qui con una cinquantina di partecipazioni alle attività didattiche "Alla scoperta dell'incisione" e "Alla scoperta di Pablo Atchugarry". 275 infine gli accessi alla Torre Viscontea. Così l'assessore alla Cultura del Comune di Lecco, Simona Piazza: "Il cocktail al museo, evento che ha trattato in maniera inedita il collegamento tra l'arte culinaria e la storia della nostra città, è piaciuto ai numerosi partecipanti all'iniziativa promossa dallo staff del Simul e ha regalato loro una serata sui generis nella casa museo dello scrittore simbolo della nostra città".

ETICHETTATURA & MARCATURA

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



DMC
Etichettatrice
automatica
lineare Mhira
versione
Champagne

Sarà presentata al Viteff di Epernay, dal 10 al 13 ottobre prossimo, il modello di etichettatrice automatica lineare Mhira versione Champagne, una soluzione di confezionamento compatta e performante, adatta ai piccoli e medi produttori di bollicine, in cui sono state integrate le principali features tecniche dedicate al settore champagne già presenti sulle altre macchine etichettatrici della linea spumante by DMC. Questa versione è equipaggiata con il distributore di capsuloni con doppio orientamento abbinato al gruppo di stiratura mediante monotesta. La coclea è multiformato ed è predisposta per i tre formati classici di bottiglia da 0,375 l - 0,75 l - 1,5 l, ma è possibile lavorare con un range di diametri da 35 mm a 120 mm, senza nessun costo di cambio formato per contenitori supplementari: è sufficiente infatti configurare le dimensioni e la tipologia della confezione sul touch screen del pannello operatore e tutti i gruppi funzionali della macchina si adattano automaticamente. La stazione del collarino permette la gestione sia del collarone spumante che del collarino orizzontale abbinato alle capsule corte tipo prosecco. Grazie alla possibilità di angolare tutte le stazioni di etichettatura la macchina è adatta anche per il confezionamento di bottiglie leggermente coniche con etichetta e retro etichetta o di bottiglie cilindriche con etichette semi-avvolgenti. Infine è possibile attrezzare l'etichettatrice con un'unità di marcatura ink-jet ideale per la stampa di codici a barre, qr-code, contatori variabili, piccole grafiche. La produzione oraria si attesta sui 1.500 bph senza orientamento, con ricerca spot o tacca sul fondo si riduce a 1.100 bph.



GRAFICHE BAGLIO

Dalla progettazione alla stampa, gusto estetico e know how

La GB Grafiche Baglio Srl opera nel settore grafico dal 1953 con la serietà di chi ha saputo conciliare attentamente l'artigianalità e la qualità dei propri prodotti con le esigenze del settore. Nel corso degli anni l'Azienda ha indirizzato la propria produzione nell'ambito del labelling enologico e dei distillati, offrendo ai propri clienti un servizio completo e professionale, dallo studio preliminare del prodotto, grafico e normativo, alla progettazione esecutiva sino alla stampa. Grafiche Baglio è in grado di assecondare

le aspettative dei committenti più esigenti attraverso la stampa di etichette sia con metodo tradizionale carta e colla che autoadesive. Può offrire, inoltre, a costi competitivi senza rinunciare a un prodotto di qualità, la stampa digitale, adatta per piccole quantità. Non solo gusto estetico ma anche il consolidato know-how, il costante rinnovamento del parco macchine con la recente installazione di un'ulteriore unità semirobotizzata di ultima generazione, la ricerca di nuovi materiali e l'avvento dello smart manufacturing aziendale rappresentano per le Grafiche Baglio la costante quotidiana per un management vincente. L'ottenimento della certificazione ISO9001 non sarà per Grafiche Baglio solo sinonimo di garanzia in termini di qualità e cura di quanto prodotto ma diverrà un nuovo inizio per affrontare le sfide e le richieste di un mercato in continua evoluzione all'interno del quale l'Azienda intende ritagliarsi il proprio ruolo.

MAXIDATA uve2k.Blue: le funzioni dedicate a etichettatura e logistica



Uve2k.Blue, il software gestionale specifico per il settore vitivinicolo, consente di seguire l'intera produzione del vino fino all'ottenimento della bottiglia finita pronta per essere immessa sul mercato. In particolare, grazie alle procedure guidate disponibili nel programma, è possibile tenere sotto controllo agevolmente l'apposizione di etichette e fascette sulle bottiglie (con il dettaglio di serie e numero) e il relativo scarico dei componenti utilizzati. In seguito, dal gestionale si può avviare la stampa delle etichette logistiche, sia per i cartoni che per i bancali, per identificare univocamente il singolo pallet mediante un codice SSCC con tutte le relative informazioni (numero di lotto, di imballi, di bottiglie contenute, etc.). Gli operatori di magazzino potranno quindi effettuare l'inventario dei prodotti o evadere gli ordini utilizzando un terminale wireless che comunicherà direttamente al gestionale in ufficio la chiusura di ciascun ordine grazie alle procedure di Picking. Per rendere più immediato l'intero processo, è possibile interfacciare il software con l'etichettatrice (oltre che con altri macchinari per la gestione avanzata e integrata dei processi produttivi), così da garantire uno scambio di dati tra di essi e prevedere la generazione automatica delle etichette logistiche. Per l'acquisto delle procedure software di uve2k.Blue dedicate all'industria 4.0 è ancora possibile sfruttare le agevolazioni basate sul credito d'imposta pari al 20% per i beni immateriali fino al 31 dicembre 2023.

GUALA CLOSURES

“Sustainable Together 2030” è il nuovo piano di sostenibilità del Gruppo

Guala Closures Group, che di recente ha pubblicato il suo 12° Report di sviluppo sostenibile, ha presentato “Sustainable Together 2030”, il nuovo programma di sostenibilità 2023-2030 che pone chiari ed ambiziosi obiettivi aziendali che si concretizzeranno all'interno di tre ambiti principali: l'Ambiente, le Persone e la Governance. Nel 2022 il Gruppo ha ridotto sia le emissioni Scope 1 che Scope 2 del 12,6% e del 19,1%. Parallelamente, ha raggiunto il 42% dell'elettricità totale consumata con energia da fonti rinnovabili. Per il futuro si impegna a ridurre del 44% le emissioni assolute di gas serra Scope 1 e 2 entro il 2030 rispetto al 2020 e le emissioni Scope 3 del 25% per ogni milione di chiusure prodotte. “Abbiamo in programma - ha spiegato **Paolo Lavazza**, direttore qualità e sostenibilità di Guala Closures Group - anche progetti di efficientamento energetico, come i postcombustori a recupero di calore e nuove linee di litografia con asciugatura a raggi ultravioletti e piani di produzione e acquisto di energia rinnovabile”. Infine, l'efficientamento del consumo idrico ha permesso di raggiungere nel 2020 l'obiettivo di riduzione di acqua della strategia 2016-2022. Entro il 2030, il Gruppo si impegna a ridurre ulteriormente l'intensità idrica totale del 15% e del 25% nei Paesi in cui le risorse disponibili sono inferiori. Su fronte delle “Persone”, accanto all'obiettivo “zero infortuni”, “Sustainable Together 2030” mira a favorire una cultura aziendale fondata su inclusione, diversità e pari opportunità di genere. Ad esempio, nel 2022 la percentuale di donne assunte dal Gruppo ha raggiunto il 24,5%, mentre quella di donne che detengono posizioni di leadership è passata dal 20,8% (2020) al 22,8% (2022). L'ultima parte del “Sustainable Together 2030” è dedicata alla Governance e il Gruppo ha incluso due target di “governance responsabile”: il primo prevede la promozione dei valori di integrità e responsabilità lungo tutta la catena produttiva, a partire dalla valutazione e monitoraggio dell'attività di tutti i fornitori strategici che dovranno sottoscrivere il nuovo Codice Etico del Gruppo. Il secondo, invece, riguarda l'impegno a monitorare e valutare le performance di sostenibilità dei propri fornitori tramite l'utilizzo di piattaforme di rating Esg.



CHIUSURE ESTIVE UIV

VERONA

Uffici amministrativi
DAL 7 AL 20 AGOSTO

Ufficio Giuridico
DAL 7 AL 20 AGOSTO

Consulenza e formazione
DAL 7 AL 20 AGOSTO

Promozione
NO CHIUSURA

Laboratorio
NO CHIUSURA

Laboratorio TAVARNELLE
DAL 4 AL 21 AGOSTO

ROMA
DAL 7 AL 20 AGOSTO

MILANO
DAL 31 LUGLIO
AL 20 AGOSTO

Il Corriere Vinicolo riprenderà le pubblicazioni il 28 agosto con il n. 26 Dossier Frizzanti. A tutti i nostri lettori auguriamo serene vacanze.





MERCATO DELLO SFUSO A PORTATA DI CLIC

Scopri le funzionalità della nuova piattaforma Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini: la banca dati – unica in Italia - contiene le rilevazioni di oltre 460 tipologie di vino quotate settimanalmente dal 2010 a oggi da Med.&A., l'associazione dei mediatori di vino affiliata a Unione Italiana Vini. Il sistema consente sia ricerche puntuali (per settimane e annata di produzione) sia di elaborare trend storici, creando medie annuali su singolo prodotto o comparative su prodotti diversi. Sono presenti sia i vini (Dop, Igp, varietali, comuni), sia i mosti, raggruppati per territorio/piazza di quotazione, sia le uve, quotate quotidianamente per tutto il periodo della vendemmia. Sul sito **www.osservatoriodelvino.it** la possibilità di fare un free trial di 48 ore e approfittare dell'offerta lancio, che prevede particolari scontistiche anche per gli altri due database: Commercio mondiale e Potenziale produttivo (superfici, produzioni, giacenze e gli imbottigliamenti di tutte le Do e Ig italiane).

MERCATI VINICOLI

QUOTAZIONI E ANDAMENTI DEL VINO SFUSO SITUAZIONE AL 13 LUGLIO 2023

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

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



rilevazioni a cura di MED.&A.

SITUAZIONE IN SICILIA E IN SARDEGNA

In Sardegna per la prossima vendemmia si prevede una produzione normale o leggermente più scarsa su pressoché tutto il territorio sardo, con situazioni più complicate solo nella zona di Oliena/Dorgali (a causa di forti grandinate), Cagliari\Dolianova e Mogoro (causa grandinate e peronospora). Peronospora comunque presente ovunque, in quantità però tale da non destare toppa preoccupazione per il momento. Dal punto di vista del vino sfuso, sono importanti le rimanenze di prodotto (specialmente a denominazione). Pesano i ritardi dei ritiri ed i limitatissimi o addirittura assenti acquisti di sfuso da parte di alcuni grandi imbottigiatori della penisola, con le cantine spinte a proporre i propri prodotti con prezzi in ribasso. Si registrano quindi ad oggi, soprattutto nei vini a Do, prezzi inferiori rispetto allo scorso anno del 20-30% e tale situazione pone le basi per un prezzo delle uve sensibilmente più basso per la vendemmia 2023. In Sicilia, il bianco è stata la tipologia predominante sul mercato, sia per i prodotti convenzionali che per quelli biologici, con vendite maggiori per i generici e Igp. Anche se la quantità in cantina è ancora buona, anche a causa di prodotto non ritirato per criticità del mercato, a oggi le vendite segnano +5-6%. Per i rossi si evidenziano criticità differenti: vendite stabili rispetto all'anno scorso, ma il decrescere della domanda si accentua di anno in anno, creando forti squilibri tra il vino prodotto e le giacenze. Mediamente le vendite sono circa del 35-40% in meno rispetto allo scorso anno. Per la vendemmia, le intense piogge, in particolare durante la fioritura, hanno rallentato e posticipato i piani di trattamento, facilitando la proliferazione delle malattie, peronospora e in seconda battuta oidio. Oggi è ancora presto per riuscire a quantificare il danno, ma si presume un -30-35% di uva nera e un -10-15% per le bianche convenzionali. Estremamente difficile la situazione del bio. L'attuale situazione di incertezza produttiva comporta un'ulteriore incertezza sul mercato: per la vendemmia, si prevede una crescita di prezzo rispetto alle quotazioni attuali sia per il bianco generico o con denominazione, sia per il rosso, nonostante le forti giacenze. Andrea Verlicchi, Impex Srl, in collaborazione con Agrivin Srl

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

PIEMONTE

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

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

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

Asti		Mosto (kg)				
Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2022		0,95	-13,6%	1,15	-4,2%

FRIULI - VENEZIA GIULIA

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

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

LOMBARDIA

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

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,90		1,10
Provincia di Pavia Croatina	12	1,00		1,30
Provincia di Pavia Moscato		1,00		1,25
Provincia di Pavia Pinot grigio		1,10		1,20

EMILIA

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

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

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

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0,6)				
Mosto muto Lancellotta	11-12	4,20		4,60

ROMAGNA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Bianco	9,5-11	3,80		4,00
Bianco termocondiz.	10,5-12	4,30		4,50
Bianco term. base spum	9-10	4,40		4,60
Rosso	11-12	3,50		4,00

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

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0,6)				
Mosto muto	9-11	3,20		3,40

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)				
MCR	65-67	3,80		3,90

PUGLIA - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco	10,5-12	3,00		3,20	
Bianco termovinificato	10,5-12	3,50		3,80	
Rosso	10,5-12	3,10	10,7%	3,60	9,1%
Rosso da Lambrusco	12,5-13,5	4,10	7,9%	4,60	7,0%
Rosso da Montepulciano	11-12	3,10	10,7%	3,60	9,1%

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Daunia Sangiovese	11-11,5	3,00		3,40	
Puglia Lambrusco	10-11,5	3,70		3,90	
Puglia Lamb. frizzant.	10-11	4,10		4,30	
Puglia Malvasia bianca	12-12,5	3,60		4,00	
Puglia rosato	11-12,5	3,60		4,00	
Puglia Sangiovese	11-11,5	3,30	10,0%	3,70	8,8%
Puglia Trebbiano	11-12	3,30		4,00	

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Puglia Chardonnay	11-12	0,50		0,55
Puglia Pinot bianco	11-12,5	0,50		0,55
Puglia Pinot grigio	11,5-12,5	0,80		0,85
Puglia Primitivo	13-15	0,75		1,15
Puglia Primitivo rosato	11,5-13	0,85		0,95

Mosto annata 2022 (gr. Bé q.le)				
Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	33-35	3,70		4,00
Mosto conc.bianco	33-35	3,90		4,00
Mosto conc. rosso	33-35	3,70		4,00
Mosto muto bianco	10-11	2,90		3,00
Mosto muto rosso	11-12	2,70		2,90

(segue) Mosto annata 2022 (gr. Bé q.le)				
Mosto muto rosso Lambrusco	12-13	nq		nq

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)				
MCR	65-67	3,80		3,90

Mosto annata 2022 (kg)				
Mosto da uve aromatiche Moscato	11-12	nq		nq

PUGLIA - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Rosso	12-13	3,30		4,00

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

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

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

(segue) Vino Igp annata 2022 (litro)				
Salento Primitivo	14-15	0,85		1,25
Salento rosato	13-14	0,65		0,75
Tarantino Merlot	13-14	0,80		0,90

V E N E T O						
V E R O N A						
Vino comune (ettogrado)						
Bianco	2022	9,5-12	4,50		5,00	-9,1%
Vino Dop (ettogrado)						
Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50	
Vino Dop (litro)						
Bardolino	2022		1,00		1,05	
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15	
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20	
Custoza	2022		0,85		0,90	
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80	
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00	
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20	
Lugana	2022		3,70		3,90	
Pinot grigio d.Venezie	2022	12-12,5	1,00	-4,8%	1,15	-4,2%
Soave Classico	2022	11,5-12,5	1,00		1,15	
Valdadige Pinot grigio	2022	12-12,5	nq		nq	
Vino atto Amar. e Recioto	2020		11,00		12,00	
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00	
Vino atto Amar. Cl.e Recioto	2020		11,50		12,50	
Vinoatto Amar. Cl.e Recioto	2021		11,00		11,50	
Valpolicella	2022		2,20		2,40	
Valpolicella Classico	2022		2,30		2,80	
Valpolicella Ripasso	2020	13-13,5	3,40		3,60	
Valpolicella Ripasso	2021	13-13,5	3,20		3,40	
Valpolicella atto Super.	2022		2,30		2,60	
Valpol. Classico Ripasso	2020	13-13,5	3,60		3,90	
Valpolicella Classico Ripasso	2021	13-13,5	3,60		3,90	
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10	
Vino Igp (ettogrado)						
Merlot	2022	11-12,5	nq		nq	
Provincia di VR bianco	2022	10-13	nq		nq	
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00	
Provincia di VR rosso	2022	10-12	nq		nq	
Vino Igp (litro)						
Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90	
Durello	2022		nq		nq	
T R E V I S O						
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Delle Venezie bianco		12	0,65		0,75	
Piave Cabernet		12-12,5	0,90		1,00	
Piave Merlot		11,5-12	0,80		0,90	
Pinot grigio delle Venezie		10-12	1,00		1,10	
Pinot nero atto taglio			1,00		1,10	
Prosecco rosé						
Prosecco Valdobb. Cartizze Docg		9-10	8,00		9,00	
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Rive Docg		9,5-10	2,85		3,05	
Prosecco Coneg. Valdobb. Docg		9-10	2,80		3,00	
Prosecco Asolo Docg		9,5-10	2,05		2,25	
Prosecco Doc		9-10	1,95	-2,5%	2,15	
Venezia Pinot grigio		11-12	1,05		1,15	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Cabernet Franc		10-12	6,00		7,00	
Cabernet Sauvignon		10-12	6,00		7,00	
Chardonnay		10-12	6,00		6,30	
Glera		9,5-10	5,80		6,00	
Marca Trevigiana Tai		10,5-12	5,80		6,00	
Marca Trevigiana/Veneto/ Trevenezie rosso		10-11	nq		nq	
Merlot		10-12	4,30		5,00	
Pinot bianco		10-12	6,00		6,50	
Raboso rosato		9,5-10,5	6,00		6,50	
Raboso rosso		9,5-10,5	6,00		6,50	
Refosco		10-12	6,00		6,50	
Sauvignon		10-12	8,00		10,00	
Veneto/ Trevenezie bianco		10-11	5,00		5,30	
Verduzzo		10-11	5,30		5,80	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Pinot nero		10,5-12	0,85		0,90	
Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)						
Mosto concentrato rettificato Bx 65/68° (origine Italia)		65-68	3,80		4,10	



Vino Dop (litro)						
Rosso Piceno	2021	13-14	0,90		1,10	
Rosso Piceno Sup.	2021	13,5-14	1,00		1,20	
Montepulciano d'Ab.	2022	13-14,5	1,10		1,20	
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11,5-12,5	0,65		0,75	
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75	
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	0,95		1,15	
Pinot gr. delle Venezie TV	2022		1,10		1,30	
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60	
Prosecco Doc	2022		2,10		2,25	
Soave	2022	11,5-12,5	1,00		1,20	
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60	
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,30	
Valpolicella	2022		3,00		3,50	
Valpolicella Classico	2022		3,00		3,40	

Vino Igp (litro)						
Marche Sangiovese	2022	13,5-14,5	0,80		1,00	
Terre di Chieti Passerina	2022	11-12,5	nq		nq	
Terre di Chieti Pecorino	2022	12-13	nq		nq	
Terre di Chieti Pinot gr	2022	11,5-13	nq		nq	
Puglia Chardonnay	2022	11-12,5	0,80		0,90	
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	1,00		1,10	
Puglia Primitivo	2022	13-15	0,95		1,35	
Puglia Sangiovese	2022	11-12,5	0,50		0,60	
Salento Primitivo	2022	13-15	1,05		1,35	
Chardonnay (Sicilia)	2022	12-13	1,00		1,10	
Terre Siciliane Pinot g	2022	12-13	0,95		1,10	

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

U M B R I A						
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Orvieto		12	0,70		0,80	
Orvieto Classico		12	0,75		0,85	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Umbria bianco		11-12	3,70	-7,5%	4,00	-11,1%
Umbria rosso		12-12,5	3,50		4,00	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Umbria Chardonnay		12-12,5	0,75		0,80	-5,9%
Umbria Grechetto		12	0,65	-13,3%	0,75	-11,8%
Umbria Pinot grigio		12	0,75	-6,3%	0,85	-5,6%

L A Z I O						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco		11-12	3,40	-2,9%	4,00	
Rosso		11-12	3,00		3,50	
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Castelli Romani bianco		11	0,50		0,60	
Castelli Romani rosso		12	0,60		0,65	
Frascati		12	0,70		0,75	
Roma bianco		12	0,80		1,00	
Roma rosso		13	1,20		1,40	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Lazio bianco		12	4,00		4,50	
Lazio rosso		12	3,50		4,00	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Lazio Chardonnay		12	0,65	-7,1%	0,75	-6,3%
Lazio Pinot grigio		12	0,85		0,90	

A B R U Z Z O - M O L I S E						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco		10-11,5	nq		nq	
Bianco termocondiz.		9,5-13,5	3,50		4,00	
Rosso		11-12	3,50		3,80	
Rosso		12,5-13,5	4,00		5,50	
Vino Dop annata 2022 (ettogrado)						
Trebbiano d'Abruzzo		11-12,5	3,80		4,00	
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Montepulciano d'Abruzzo		12-13,5	0,58		0,65	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Chardonnay		10,5-13	4,80		5,00	
Sangiovese		11-12,5	nq		nq	
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Terre di Chieti Passerina		11-12,5	0,72		0,75	
Terre di Chieti Pecorino		12-13	0,72		0,75	
Terre di Chieti Pinot gr		11,5-13	nq		nq	

S I C I L I A						
Vino comune annata 2022 (ettogrado)						
Bianco		10,5-12	3,00		3,20	
Bianco termocondizionato		12-12,5	3,30		4,00	
Rosso		12,5-14,5	4,50		6,50	
Vino Dop annata 2022 (litro)						
Sicilia Cabernet		13-14,5	1,00		1,20	
Sicilia Grillo		12,5-13,5	0,60		0,70	
Sicilia Merlot		13-14,5	0,90		1,10	
Sicilia Nero d'Avola		13-14,5	0,80		1,10	
Sicilia Syrah		13-14,5	0,70		1,00	
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)						
Catarratto		11-12,5	3,70		4,00	
Grecanico		11-12,5	3,70		4,20	
Inzolia		11,5-12,5	3,70		4,20	5,0%
Vino Igp annata 2022 (litro)						
Cabernet		13-14,5	1,00		1,20	
Chardonnay		12,5-13,5	0,90		1,00	
Merlot		13-14,5	0,85		1,05	
Pinot grigio		12-13	0,85		1,00	
Syrah		13-14,5	0,68		0,95	
Zibibbo		11,5-13,5	0,90		1,00	
Mosto annata 2022 (gr. Babo x q.le)						
Mosto muto bianco 16-17°		15-17	1,80		1,90	
Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)						
MCR		65-67	3,80		3,90	

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

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)
LOMBARDIA
Federico Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
VENETO
VERONA: Severino Carlo Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)
TRENTINO-ALTO ADIGE
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRIULI-VENEZIA GIULIA
Fabrizio Gava (Quotavini srl)
ROMAGNA ED EMILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)
TOSCANA
Federico Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
LAZIO E UMBRIA
Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)
MARCHE
Emidio Fazzini



GREEN COLLECTION

uniscono la versatilità della capsula all'esigenza di proporsi sul mercato
con un prodotto che punta ad un ambiente più verde



Tel: +39 0421 331266
www.metaluxcapsule.it
info@metaluxcapsule.it | info@metaluxsa.com