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.

ENTRERÀ IN VIGORE NEL 2023

L'accordo raggiunto in Europa sulla Politica agricola comune 2023-2027, tra le diverse novità per il vino, apre la strada all'etichettatura elettronica su calorie e ingredienti, seguendo le proposte avanzate da UIV. Per il presidente Ernesto Abbona si tratta di una vittoria nel segno della trasparenza verso i consumatori. Le dichiarazioni di Sandro Sartor, vicepresidente UIV, e degli europarlamentari Paolo De Castro ed Herbert Dorfmann. E a settembre al via la sperimentazione sulla piattaforma Ceev

Nuova Pac: arriva l'e-label del vino

Dopo circa tre anni di lavoro nei quali l'Unione Italiana Vini ha definito la proposta di etichettatura volontaria per i prodotti vitivinicoli, arriva il via libera europeo a una riforma della Politica agricola comune (per il periodo 2023-2027) che cambierà il modo in cui le imprese comunicheranno ai consumatori. A partire dal 2023 (ma con un periodo transitorio all'interno del quale la Commissione dovrà definire le regole applicative), i vini europei, e italiani, dovranno riportare le informazioni nutrizionali (ingredienti e calorie). Ma non lo faranno snaturando le attuali label (dove compariranno le indicazioni del contenuto energetico), bensì sfruttando le moderne tecnologie digitali. Per l'UIV si tratta di una vittoria nel segno della trasparenza.

CONTINUA A PAGINA 2

VINI VALPOLICELLA, LA RIVOLUZIONE PARTE DAL SUPERIORE

Riflessioni e confronti nel webinar organizzato dal Consorzio a pagina 4

a pagina 13

ROSA, ROSATO, ROSÉ, ROSE: AGLI ENONAUTI PIACE SEMPRE DI PIÙ

Il comportamento di ricerca web dei consumatori di sette grandi mercati del vino

GLI ASPETTI ETICO-SOCIALI DELLA SOSTENIBILITÀ

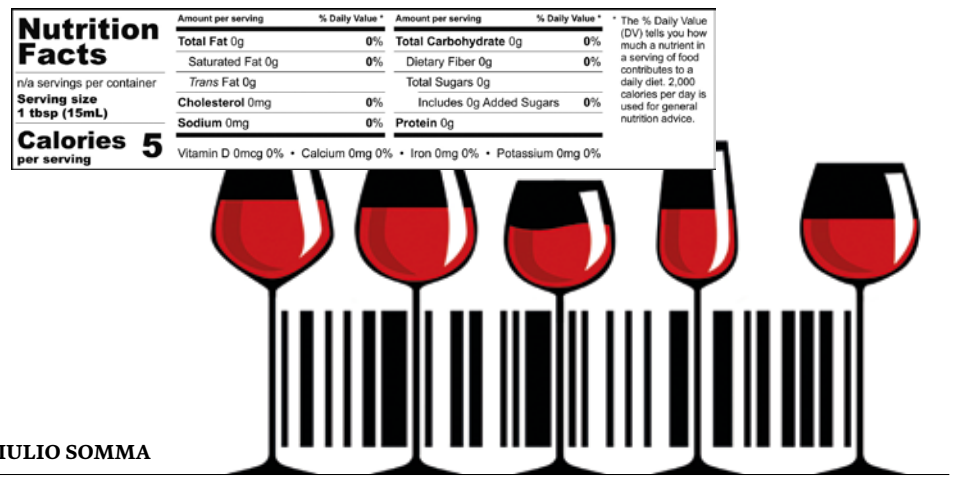
- Banfi e la SA 8000 a pagina 17
- L'esperienza della cantina I Vini di Maremma a pagina 18

DOPO QUARANT'ANNI LA PRESIDENZA TORNA AL NOSTRO PAESE

LUIGI MOIO NUOVO PRESIDENTE DELL'OIV

La guida dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino torna in Italia dopo 40 anni con l'elezione di Luigi Moio, professore di Enologia all'Università di Napoli, alla massima carica dell'organizzazione avvenuta nel corso della 19ª Assemblea generale. In singolare coincidenza con la vittoria calcistica ai campionati europei, il ritorno di un esponente di primo piano della cultura enoica tricolore alla guida dell'Oiv tiene alta la bandiera dell'Italia nel mondo e segna un passaggio cruciale di valorizzazione del nostro grande patrimonio vitivinicolo.

"Sono contento e orgoglioso di portare il messaggio e la cultura italiana del vino nel più importante consesso scientifico mondiale della vitivinicoltura – ha dichiarato **Luigi Moio** al nostro giornale all'indomani della sua elezione –. È un atto di riconoscimento della nostra grande tradizione produttiva, e dell'impegno profuso in questi anni dalla numerosa delegazione italiana all'Oiv. Il ruolo di questi organismi internazionali – ha proseguito Moio – diventa sempre più importante in un contesto globalizzato dove politica ed equilibri geopolitici condizionano in maniera crescente le dinamiche produttive e commerciali". Eletto con una ampia maggioranza tra i 48 Paesi membri, "la mia elezione – ha concluso Moio – testimonia una ritrovata compattezza e armonia tra i Paesi dei due emisferi, premessa per un grande lavoro da portare avanti tutti insieme per il prossimo triennio". Nel commentare la nomina, il presidente di UIV, **Ernesto Abbona** ha dichiarato: "Con la grande esperienza del professor Moio, il vino italiano assume la guida di questa importante organizzazione intergovernativa e tecnico-scientifica. Si tratta di un riconoscimento rilevante per il nostro settore soprattutto in questa fase declinata contemporaneamente al rilancio del prodotto tricolore sui mercati, da quello nazionale a quelli esteri, e al cambiamento con le nuove sfide da affrontare, a partire da quella della sostenibilità. Nel felicitarci del traguardo raggiunto, i nostri complimenti vanno anche al governo italiano – Mipaaf e Maeci – per l'impegno profuso e per questo risultato. Siamo certi che il presidente Moio saprà interpretare al meglio il suo nuovo incarico e gli auguriamo un buon lavoro".



di **GIULIO SOMMA**

Nuova Pac: arriva l'e-label del vino

L'accordo raggiunto in Europa sulla Politica agricola comune 2023-2027, tra le diverse novità per il vino, apre la strada all'etichettatura elettronica su calorie e ingredienti, seguendo le proposte avanzate da UIV. Per il presidente Ernesto Abbona si tratta di una vittoria nel segno della trasparenza verso i consumatori

PAC: I PUNTI DI NOVITÀ PER IL VINO EUROPEO CON LA RIFORMA

- Mantenimento della specificità del Pns del vino, seppur nell'ambito del Piano strategico nazionale
- Possibilità di e-label per ingredienti del vino e tabella nutrizionale completa (tranne l'energia che va indicata in etichetta)
- Sistema autorizzazioni esteso dal 2030 al 2045; intervallo massimo per reimpianto passa da 3 a 6 anni; riconversione diritti in portafoglio entro 2025
- Possibilità di crescita della soglia di finanziamento pubblico per progetti Ocm promozione; passa da 5 a 8 anni il limite per azioni di consolidamento in un unico mercato extra-Ue
- Possibilità anche per i vini a Dop di essere prodotti a partire da varietà ibride
- Restano escluse dalla coltivazione le varietà ibride Noah, Othello, Isabelle, Jacquez, Clinton and Herbemont e quelle da Vitis labrusca
- Si a dealcolazione totale per i vini da tavola; per Dop e Igp sarà solo parziale
- I Consorzi potranno adottare accordi sulla condivisione del valore ripartendo costi e profitti senza essere assoggettati alle norme Ue sulla concorrenza

Segue dalla prima pagina

Se gli spirits rimangono ancora fuori dall'obbligo di una etichetta nutrizionale, "il vino - afferma il presidente di UIV, **Ernesto Abbona** - è l'ultimo tra i prodotti beverage a dotarsi di una propria normativa specifica in materia di etichettatura nutrizionale, ma lo farà con un sistema che pone il settore all'avanguardia nel sistema di comunicazione verso i consumatori. Accogliamo con grande soddisfazione, come Unione Italiana Vini, questa misura inserita nella nuova Pac - sottolinea - perché corona un lungo percorso di confronto all'interno del settore vitivinicolo europeo, nel quale siamo stati tra i più attivi protagonisti nel promuovere l'apertura delle etichette del vino a questa nuova forma di comunicazione. Lo faremo con un metodo innovativo, che rende conto della complessità del prodotto, rispettando le sue origini e peculiarità, aprendo alla possibilità di usare strumenti informatici assolutamente nuovi, che guardano al futuro per rendere il dialogo con i nostri consumatori più trasparente". Un sistema che, da un lato, come sottolinea il presidente Ernesto Abbona, salvaguarda e tutela la complessità delle informazioni sui prodotti vitivinicoli "senza ridurre l'etichetta a un bugiardino farmaceutico e, dall'altro lato, garantisce trasparenza". "Il successo è particolarmente importante - aggiunge il vicepresidente di UIV, Sandro Sartor - perché siamo riusciti a convincere gli interlocutori istituzionali più restii a usare il web come strumento di informazione".

Un iter lungo diversi anni

L'intesa politica sulla Pac 2023-2027 è stata raggiunta, dopo tre anni di trattative, lo scorso 24 e 25 giugno a livello di Trilogo (Commissione, Consiglio, Parlamento) ed è stata validata lunedì 28 giugno dal Consiglio dei ministri agricoli europei (Agrifish), durante il semestre di presidenza portoghese. Il prossimo autunno, l'accordo politico – che contiene al suo interno le nuove disposizioni per il settore vitivinicolo – dovrà essere ratificato dalla Commissione agricoltura presso il Parlamento Ue e, in seguito, dalla seduta plenaria. Poi ci sarà il via libera del Consiglio Ue. I documenti ufficiali non sono ancora stati resi noti e sono attesi nelle prossime settimane. Questa svolta della Pac corona un impegno del settore vitivinicolo in questo delicato ambito dell'etichettatura che risale ad alcuni anni fa, dopo che la Commissione, nel marzo 2017, in uno specifico report basato sul Regolamento Ue 1169/2011, chiese al comparto europeo di uniformarsi ad altri settori dell'agrifood ed elaborare una proposta di autoregolamentazione (self-regulatory proposal) che andasse verso l'indicazione di ingredienti e calorie di vini e spirits in etichetta. "Il percorso di condivisione tra le associazioni vitivinicole europee non fu affatto facile – ricorda **Sandro Sartor** - grazie al ruolo di spinta del nostro Paese, e di UIV in particolare, riuscimmo alla fine a concordare una proposta unitaria del comparto vinicolo europeo" che oggi la riforma della Pac ha recepito con l'obiettivo di garantire massima trasparenza ai consumatori, in linea con gli obiettivi del Piano d'azione europeo 2012-2020 promosso dall'Oms per la riduzione dell'abuso di alcolici.

Largo alla e-label

La riforma della Pac, per il vino, significa innanzitutto il mantenimento della specificità del settore all'interno degli strumenti finanziari dei nuovi piani strategici: quello europeo godrà di oltre un miliardo di euro l'anno e, in particolare, quello italiano (leader per volumi) avrà a disposizione 324 milioni di euro annui, più di quanto assegnato a Francia e Spagna. Tra le altre novità *(vedi box in alto)* assieme alla proroga fino al 2045 del sistema delle autorizzazioni sui nuovi impianti viticoli, c'è la normativa in materia di etichettatura. Tutti i vini (inclusi i parzialmente e totalmente dealcolati) dovranno indicare in retro-etichetta almeno il valore energetico dell'alimento, utilizzando il simbolo "E" per l'energia, calcolato sulla base di una media di 70 calorie per 100 millilitri. Per quanto riguarda la dichiarazione completa (valore energetico, carboidrati, grassi, proteine), le imprese potranno scegliere di sfruttare le tecnologie digitali (dematerializzazione) e ai produttori sarà chiesto di inserire un Qr code (o anche un codice a barre) che i consumatori potranno attivare attraverso gli smartphone, collegandosi a una piattaforma comune promossa dal Ceev, in modo da poter conoscere nella propria lingua madre anche l'elenco degli ingredienti. L'indicazione degli allergeni, invece, rimarrà in etichetta.

Evitata Babele di etichette

"Abbiamo rischiato di dover stampare le etichette in oltre 22 lingue e fare spedizioni differenziate per i mercati di destinazione", ha sottolineato il segretario generale di UIV, **Paolo Castelletti**, che ha accolto con favore anche la scelta, su base volontaria, di indicare sulla e-label alcuni pittogrammi sul consumo responsabile: "Simboli riconosciuti internazionalmente: dal logo di Wine in Moderation a quello della donna incinta e quello relativo al divieto di guida dopo aver consumato alcol, fino al divieto di consumo ai minori". Il vino farà di più, come ha ricordato Sandro Sartor: da settembre e su base volontaria, le aziende potranno testare le nuove etichette sulla piattaforma elettronica messa a punto dal Ceev e da Spirits Europe, per valutare l'impatto della norma sul fronte organizzativo e sulle linee produttive.

Secondo **Paolo De Castro**, coordinatore S&D della Commissione Agricoltura presso il Parlamento Ue, le misure sull'etichettatura del vino "rappresentano un importante traguardo per la trasparenza delle informazioni verso i consumatori, fortemente voluto dal settore, così come l'estensione a tutti prodotti Dop e Igp della possibilità di effettuare programmazione della produzione, per meglio rispondere alla sempre maggiore volatilità dei mercati, senza alcun rischio di violazione delle norme sulla concorrenza. In generale, per questa Pac sono serviti tre anni di negoziato ma possiamo dire che ne è valsa la pena, per una futura politica agricola forte, ambiziosa e davvero comune, più equa e più sostenibile". "Ci sono meno fondi – ha commentato **Herbert Dorfmann**, europarlamentare del Ppe, ponendo l'accento sui tagli alle risorse economiche - ma la proposta iniziale della Commissione prevedeva una riduzione del 20% mentre ora siamo al 12%. Quindi diventa importante dare i contributi a chi fa effettivamente agricoltura. In questo senso i Piani strategici nazionali saranno fondamentali per una equa distribuzione".

IL COMMENTO DEL VICE PRESIDENTE UIV ALLA GUIDA DI WINE IN MODERATION

SARTOR: "IL VINO ROMPE IL TABÙ DELLA E-LABEL"

"L'adozione della e-label è una vittoria del settore vino nell'ambito della riforma Pac, perché riprende a pieno il lavoro della nostra organizzazione". Non ha dubbi **Sandro Sartor**, vice presidente di UIV e presidente di Wine in Moderation (nonché coordinatore per diversi anni del Tavolo di lavoro UIV dedicato a "Vino e salute"), secondo cui il sistema rispetta l'esigenza di informare sull'apporto di energia (col marchio "E") e, attraverso un valore medio, garantisce un'ampia variabilità dei prodotti: "Non si dovrà cambiare etichetta per i diversi vini e a ogni nuovo imbottigliamento".

Tra i vantaggi dell'e-label sull'etichetta fisica c'è il fatto che si potranno dare più informazioni al consumatore, evitando di tradurle in retro-etichetta in base ai mercati. "Sarebbe stato un grave problema per noi produttori", aggiunge Sartor, ricordando che il vino è il primo settore a fare questo salto: "Rompiamo un tabù e apriamo una strada fondamentale che preserva l'etichetta unica europea, grande conquista dopo la creazione del mercato unico. Quindi, un consumatore tedesco in Italia userà il Qr code di una bottiglia accedendo a informazioni nella sua lingua madre". Inoltre, la e-label sarà continuamente aggiornabile e si potranno veicolare informazioni molto precise in base ai singoli vini.

Un ulteriore valore aggiunto della e-label è che le informazioni potranno essere calate nel contesto produttivo. "Il Qr code in etichetta – rileva Sartor - rimanderà esclusivamente a una piattaforma comune, promossa dal Ceev, che non sarà un luogo per fare marketing. Su quella piattaforma ci potrà essere un rimando al sito aziendale, nel caso il consumatore voglia sapere di più e passare dalle informazioni nutrizionali di legge a quelle produttive, compresa la tracciabilità del prodotto".

La e-label potrà essere anche il mezzo per veicolare i warning sulla salute: "Le aziende potranno impegnarsi a inserire alcuni pittogrammi sul bere responsabile nell'etichetta elettronica. Sarà argomento tutto da discutere, ma auspichiamo un impegno concreto da parte delle imprese e disponibilità da parte delle istituzioni". Intanto, la piattaforma elettronica Ceev è in fase di test: "L'attendiamo per settembre", conclude Sartor.

IL CORRIERE VINICOLO
Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

DIRETTORE EDITORIALE
ERNESTO ABBONA

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Fabio Ciarla, Clementina Palese, Teresa E. Baccini, Omar Bison, Maurizio Taglioni

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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

Unione Italiana Vini Servizi
aderisce al progetto europeo WINE in MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE

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

PRESENTATO IN WEBINAR IL XVII RAPPORTO CURATO DALL'ASSOCIAZIONE "CITTÀ DEL VINO"

ENOTURISMO E PANDEMIA
Ripresa, ma solo tra due anni si tornerà ai valori del 2019

di **FABIO CIARLA**

Molti gli aspetti da migliorare nell'offerta del nostro Paese: serve uno sforzo straordinario per ripartire, come sottolineato dal presidente UIV, Ernesto Abbona, nel suo intervento: "C'è bisogno di un piano di rilancio basato su accessibilità, accoglienza, esperienze innovative e coinvolgenti per i turisti e un forte impegno per la sostenibilità". Dalla politica e dalle istituzioni necessaria una maggior attenzione a un turismo non più "minore"

L'impatto della pandemia è stato devastante anche per l'enoturismo, che segue da vicino l'andamento del settore turistico generale, nonostante una capacità di risposta alla crisi leggermente migliore di altre destinazioni grazie agli spostamenti interni. Un tracollo di presenze e giro d'affari che solo tra due anni dovrebbe tornare ai livelli pre-pandemia, almeno secondo gli esperti intervistati dall'Associazione Città del Vino per il XVII Rapporto sul Turismo del Vino in Italia, presentato online nei giorni scorsi. L'impegno del sodalizio presieduto da Floriano Zambon ha visto coinvolti 100 tra enti territoriali, agenzie di promozione e consorzi del vino scelti a campione, lavoro che ha evidenziato come sarà molto difficile tornare ai 15 milioni di en<oturisti, che generavano un valore economico di 2,65 miliardi di euro (stime dell'Osservatorio di Città del Vino), del 2019.

Il Rapporto – come ha spiegato **Giuseppe Festa**, direttore del corso in "Wine Business" dell'Università di Salerno e coordinatore scientifico dell'Osservatorio di Città del Vino - evidenzia anche le tendenze future. In particolare si prevede l'arrivo di enoturisti sempre più rispettosi dell'ambiente e alla ricerca di esperienze attive e originali. Dalla bici al trekking, senza dimenticare l'arte e il tempo libero, con ben chiaro comunque un approccio che privilegia più del passato le attività all'aperto rispetto a quelle al chiuso, e in gruppi piccoli, evidentemente in linea con gli strascichi dell'emergenza sanitaria. La Toscana si conferma prima scelta tra le regioni sia per il turista italiano che per quello straniero, mentre è quasi unanime la richiesta di un piano straordinario di rilancio dell'enoturismo. Alle aziende è richiesto di perfezionare l'accoglienza e l'originalità dell'offerta, mantenendo elevati standard di sostenibilità, mentre al sistema Paese tocca il completamento delle infrastrutture e dell'accessibilità e l'implementazione della digitalizzazione dei territori rurali. Il tutto all'interno di un piano straordinario, come ha chiarito **Floriano Zambon**: "Si intravede la necessità di un tavolo di progettazione e di una cabina di regia che unisca le migliori intelligenze del pubblico e del privato per ridisegnare il rilancio del turismo del vino italiano, anche attingendo alle risorse che oggi ci mette a disposizione il Recovery plan, per dare slancio ed energia a un comparto che rappresenta la ricchezza di centinaia di territori e comunità rurali e che favorisce il mantenimento dell'ambiente, del paesaggio e della vitalità di aree già a rischio spopolamento".

"Una richiesta legittima", ha detto ancora Zambon che ha fatto da padrone di casa all'appuntamento al quale sono intervenuti anche Giorgio Palmucci, presidente di Enit; Paolo Morbidoni, presidente Strade del Vino dell'Olio e dei Sapori; Nicola D'Auria, presidente nazionale Movimento Turismo del Vino; Maria Elena Rossi, direttore marketing e promozione di Enit; Donatella Cinelli Colombini, presidente Associazione nazionale Donne del Vino; ed Ernesto Abbona, presidente Unione Italiana Vini.

Proprio **Ernesto Abbona**, raccontando dei riscontri giunti dalle diverse aziende aderenti all'UIV, ha parlato di un momento di ottimismo vista la ripresa delle visite e dei conseguenti acquisti in cantina, specificando dopo i saluti a tutti i presenti, come ci si trovi di fronte a una "sfida che vede coinvolti, ricordiamolo, tutti i grandi Paesi del mondo produttori di vino, un mondo che il web ha reso sempre più piccolo. Per vincere questa sfida i nostri operatori non devono essere lasciati soli. Per questo chiediamo alla politica e alle istituzioni un salto di qualità nell'impegno per l'organizzazione e la promozione del turismo del gusto del nostro Paese. Oggi la corsa alla ripartenza rende estremamente urgente e non più prorogabile l'assunzione di scelte verso questo comparto del turismo che non è più un 'turismo minore' ma rappresenta una delle principali motivazioni di scelta al viaggio nel nostro Paese. Purtroppo ancora non percepiamo questa consapevolezza nel mondo politico istituzionale – ha concluso Ernesto Abbona - che quindi invitiamo a una attenta e veloce riflessione".

Da sinistra: Giuseppe Festa, Floriano Zambon ed Ernesto Abbona

BILANCIO E RIFLESSIONI SULLA PRIMA MANIFESTAZIONE IN PRESENZA ORGANIZZATA DA VINITALY E WINE SPECTATOR

OPERAWINE: IL SORRISO DELLA RIPARTENZA

vinitaly

Wine Spectator

di **GIULIO SOMMA**

C'è una costante che ormai riappare in tutti i volti che torniamo a rivedere in questi primi eventi della cosiddetta ripartenza: il sorriso. Sorrisi di stupore misto a meraviglia per la ritrovata libertà, sorrisi di piacere nel rivedersi finalmente di persona, sorrisi di rinascita, di fuga dalla scampata clausura. Sorrisi che meglio di ogni parola raccontano la voglia di riapertura, il desiderio di rivincita su una pandemia che ha cercato di rubarci un anno di vita, la voglia di tornare a correre. Nel caso del vino, poi, a queste emozioni trasversali a tutti si aggiungono il ritrovato piacere di raccontare e raccontarsi di persona, di condividere pensieri sulla degustazione, di scambiarsi opinioni con diversi interlocutori in contemporanea, fuori da quella dinamica duale alla quale, bene o male, ci aveva costretti la logica del webinar.

Tutto questo, nella cronaca recente, ha un inequivocabile punto di partenza: OperaWine, l'evento di Vinitaly e Wine Spectator che con l'edizione del decennale (svoltasi a metà giugno) ha fatto da apripista per il ritorno di buyer e operatori nel nostro Paese. Sono stati oltre 300, provenienti da 13 nazioni portati in Italia da Veronafiere e Ice Agenzia, ad animare i banchi degustazione delle 186 imprese vitivinicole italiane, selezionate dalla rivista americana di settore più influente sui mercati internazionali (la squadra dei tradizionali top 100 delle altre edizioni è stata ampliata con gli "all timer", cioè i produttori scelti una o più volte nei dieci anni di OperaWine). Tra loro, diversi giornalisti italiani e stranieri insieme alle autorità (il sottosegretario degli Affari Esteri, Manlio Di Stefano, il presidente dell'Ice Agenzia, Carlo Maria Ferro, il sindaco di Verona, Federico Sboarina, e il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese) e al direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**, il vero vincitore di questa scommessa. "In una fase di grande cambiamento come quella attuale, il ritorno del trade in presenza a Vinitaly-OperaWine e a Vinitaly Preview (la manifestazione svoltasi il giorno successivo che ha visto la presenza di circa 70 cantine e diversi consorzi, ndr) è la risposta alle sfide che il settore sta affrontando sui mercati", ha dichiarato con malcelata soddisfazione Mantovani, che in una faticosa ascesa controcorrente (nel mondo del vino molti non credevano al valore della riapertura in presenza) è riuscito a riportare in Fiera – e di persona - i produttori di vino. Riaprendo un cammino dal quale non si vuole più tornare indietro. Ernesto Abbona, Lamberto Frescobaldi, Antonio Rallo, Chiara Lungarotti, Michele Bernetti, Luigi Moio, Francesca Planeta, insieme a Enrico Viglierchio, Marco Caprai, Andrea Lonardi, Alessio Del Savio, Daniela Mastroberardino, Antonio Santarelli, Angela Velenosi e Valentina Argiolas, incontrati insieme ad altri produttori tra una degustazione e l'altra nel tracciare un bilancio di questa prima "nuova" esperienza in presenza non hanno avuto la minima esitazione. Oggi non conta il numero di persone che incontriamo, hanno detto all'unisono: il solo fatto di vederci, riparlarci e tornare a condividere emozioni in presenza costituisce un risultato straordinario. Che ricorderemo come la nuova alba da cui siamo ripartiti.

RIFLESSIONI E CONFRONTI NEL WEBINAR ORGANIZZATO DAL CONSORZIO

Vini Valpolicella, la rivoluzione parte dal Superiore

Christian Marchesini

Presentato il primo Valpolicella Annual Report con cui il Consorzio fa il punto sulla Denominazione per tracciarne anche le strade di sviluppo. In primo piano il futuro del Superiore, che potrebbe rappresentare l'opportunità per ridare equilibrio distributivo, creare valore, immagine e reputazione per tutti i vini. A patto però di costruire un'identità di chiaro stampo territoriale e lavorare per un idoneo posizionamento

di **CLEMENTINA PALESE**

Ci può essere un futuro nuovo (e diverso) per il Valpolicella Superiore? Nello scacchiere della Doc Valpolicella quale spazio potrà ritagliarsi tra Amarone (con il Recioto) e Ripasso da un lato, e il Valpolicella dall'altro? Il carattere distintivo potrà giocarsi sul binomio "Vini di metodo vs Vini di territorio" lanciato lo scorso febbraio dal Consorzio della famosa Doc rossa del Veneto *(vedi articolo su CV 10/2021)*?

Queste domande sono state il filo conduttore del dibattito sviluppatosi in occasione dell'evento digitale "Valpolicella Superiore - A Territory Opportunity", organizzato a fine giugno dal Consorzio, dove è stato fatto il punto sul Superiore, vino attualmente dai numeri esigui, ma che avrebbe grandi potenzialità secondo i produttori: è, infatti, il vino che più si identifica con il territorio, in particolare senza la mediazione dell'appassimento e, quindi, prodotto adeguato a interpretare la volontà del Consorzio (con una vision condivisa tra tutti i produttori) di valorizzarlo costruendo un'identità di prodotto di chiaro stampo territoriale.

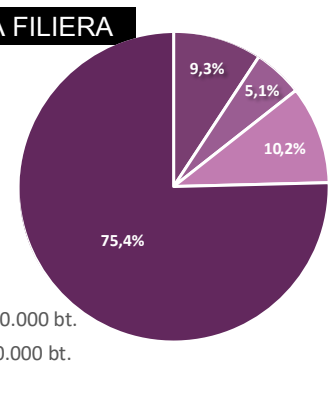
Questo l'indirizzo emerso da un dettagliato dossier sulle denominazioni Valpolicella, prodotto dal Consorzio e dai risultati di una indagine presso i produttori circa il Valpolicella Superiore, illustrati e discussi dal presidente dal presidente del Consorzio, **Christian Marchesini**, intervistato dal direttore del Corriere Vinicolo, **Giulio Somma**, nel corso del webinar. L'incontro – come ha sottolineato Giulio Somma – ha inaugurato non solo un percorso, ma probabilmente anche un modo nuovo di vedere il territorio vitivinicolo della Valpolicella. Peraltro con una modalità innovativa, quella del webinar on line, che rende possibile un confronto, una connessione diretta, tra mondo interno ed esterno al Consorzio, tra produttori, operatori e stampa nazionale e internazionale sulle problematiche e sui progetti di sviluppo della denominazione "secondo una modalità improntata a trasparenza e coraggio che rappresenta una novità nel panorama consortile del nostro Paese", ha sottolineato il direttore del Corriere Vinicolo.

I presupposti per la valorizzazione del Valpolicella Superiore

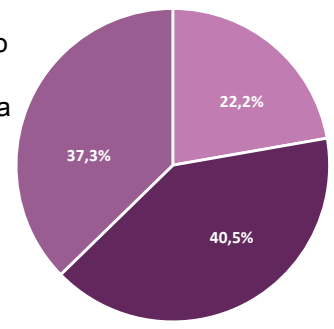
"Il dossier – spiega Marchesini – completo dei trend di produzione e dell'andamento climatico degli ultimi 50 anni, con un focus sugli ultimi anni di mercato, rappresenta lo strumento di monitoraggio dell'ecosistema socioeconomico della denominazione da cui discenderanno le scelte future. Competitività, sostenibilità ambientale ed economica, qualità, sono valori che oggi i Consorzi di tutela hanno il dovere di perseguire per mantenere in equilibrio la filiera. Per il Valpolicella Superiore abbiamo intrapreso un percorso estremamente trasparente in base a un questionario sottoposto ai produttori i cui risultati sono stati davvero interessanti. Compilandolo loro stessi hanno preso coscienza del fatto che spesso mettono in competizione i loro Ripasso e Valpolicella Superiore, vini che non hanno ancora una corretta segmentazione di mercato e una precisa identità distintiva di prodotto". Più della metà delle imprese (54,5%) ha, infatti, riconosciuto il peso della molteplicità di stili nella tipologia, ma anche della concorrenza di altri vini della Valpolicella (43,6%, con il Ripasso come principale "indiziato") o la mancanza di un segmento commerciale definito (43,6%), fattori che sembrano avere un peso importante anche sui mercati esteri.

SEGMENTAZIONE DELLA FILIERA

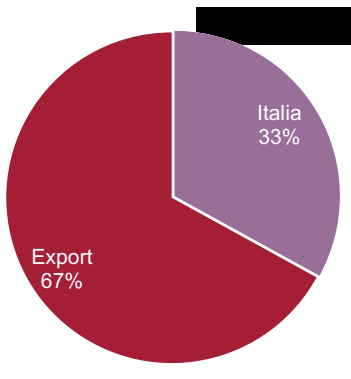
Suddivisione dell'imbottigliato complessivo dell'anno solare 2020 per tipologia di azienda
(Elaborazione dati Siquria)



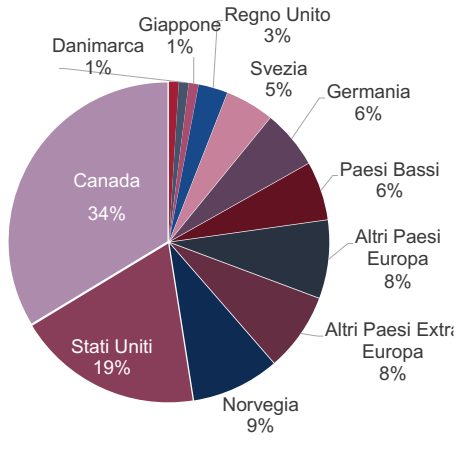
Suddivisione dell'imbottigliato complessivo dell'anno solare 2020 per categoria di azienda
(Elaborazione dati Siquria)



PRINCIPALI MERCATI



Ripartizione vendite Italia-Estero e mercati target del Valpolicella Doc, anno 2020, % in valore
(Fonte: stime Nomisma Winemonitor)



"Il Valpolicella Superiore – continua il presidente - rappresentando solo il 6% della produzione della denominazione ben si presta per un'azione di salvaguardia e valorizzazione che potrà essere colta in particolare dalle piccole aziende che, come emerge dal dossier, sono quelle che più ci credono e più ne producono". Per le medio piccole aziende, infatti, il paniere dell'imbottigliato è composto da Ripasso (44,6%), Valpolicella (30,7%), poi Amarone/Recioto (24,7%); per le medio-grandi il Ripasso sale al 57,8% dei volumi, con Amarone/Recioto al 24,7% e il Valpolicella al 17,6% della produzione.

L'indagine sul Valpolicella Superiore ha coinvolto un campione di circa un terzo dei produttori/imbottigliatori (100 su 300) del territorio. Un campione soddisfacente sia in relazione alla reattività media degli iscritti ai Consorzio in generale, sia e soprattutto perché rappresentativo di oltre il 65% della produzione del Sistema Valpolicella. Secondo i produttori, i principali punti di forza del Valpolicella Superiore sono il profilo organolettico (indicato dal 52,5% delle imprese per il mercato interno e dal 46,5% per quello estero) e la versatilità di abbinamento (47,5% in Italia e 38,6% all'estero). Particolarmente interessanti risultano alcuni elementi emersi dall'indagine. Il 93% dei produttori ritiene che il Superiore sia il prodotto su cui puntare, pur dovendo lavorare sul fronte della conoscenza. Il 60% delle aziende non intende più fare appassimento delle uve per produrlo, a fronte del restante 40% che ritiene utile solo un breve passaggio. Il 94% delle aziende che lo producono o commercializzano ritengono che abbia un elevato potenziale inespresso, a partire dalla riconoscibilità e dal posizionamento.

"Per affrontare il tema dell'identità del Valpolicella Superiore – racconta Marchesini – svilupperemo in collaborazione con il professor Maurizio Ugliano dell'Università di Verona una sperimentazione circa i profili sensoriali e analitici dei vini in funzione della cernita e dell'appassimento, visto che dal questionario non è emersa una linea preponderante su questo aspetto. Confronteremo le microvinificazioni di uve provenienti da vigneti dedicati solo al Valpolicella Superiore fresche o sottoposte a breve appassimento (15-20 gg) o da uve fresche di vigneti in cui ci sia stata una parziale raccolta di uva destinata alla messa a riposo. Tutto questo in diverse aree della Valpolicella".

Allo stato attuale queste indagini non faranno riferimento alle 6 Unità di Paesaggio, identificate nella zonazione della Valpolicella (A. Scienza, L. Toninato, D. Bacchiega, R. Pastore, R. Minelli, N.Bottura, Consorzio Tutela Vini Valpolicella 2008) conclusasi "prematuramente" nel 2008 senza produrre un manuale d'uso del territorio con le indicazioni viticole-agronomiche né uno strumento per la sua valorizzazione a livello promozionale. "Le variabili dovute al territorio – afferma a questo proposito Marchesini – probabilmente non corrisponderanno alle Unità di paesaggio individuate che sono diffuse a macchia di leopardo nelle diverse aree. Decideremo più avanti quando avremo le idee più chiare come declinare le sottozone, se come comuni, unità geografiche aggiuntive (uga) o secondo le vallate in cui si articola il territorio di produzione. Ritengo comunque che, qualsiasi sarà la scelta, il loro numero debba essere contenuto per costituire realmente uno

L'IDENTIFICAZIONE DEL PROFILO ORGANOLETTICO

La visione dei produttori circa il Superiore è emersa in maniera chiara dall'indagine, anche se in modo non sufficientemente stringente: a caratterizzarlo è il territorio, inteso come area di provenienza, e non la tecnica di produzione, che si rivela escludendo l'appassimento e utilizzando esclusivamente i vitigni autoctoni. Una visione che ha trovato sponda nei pareri dei tre grandi wine critics **Gabriele Gorelli**, primo Master of Wine italiano, **Filippo Bartolotta** e **Jean-Charles Viens**, giornalisti e italian wine expert, che nella seconda parte del webinar hanno degustato 8 campioni rappresentativi dei vari stili di Superiore sul mercato. Nella metà dei vini hanno ravvisato una interpretazione aderente al territorio e alle caratteristiche aromatiche tipiche degli autoctoni Corvina, Corvinone, Molinara, Rondinella e dell'altra decina di vitigni autoctoni autorizzati, senza l'interferenza dell'appassimento, che con il cambiamento climatico ha perso la sua funzione di supporto alla maturazione delle uve. "La degustazione ha evidenziato che il Valpolicella Superiore del futuro si dovrà distinguere per finezza ed eleganza – racconta **Mauro Bustaggi** dell'azienda Corte Figaretto e vicepresidente del Consorzio -. Dovremo lavorare sull'individuazione delle sottozone: ogni vallata dà vini con caratteristiche particolari e sarebbe interessante e giusto evidenziarle. Per esempio i Superiori della Valpantena sono freschi e presentano note di fiori di campo e marasca. In quelli della Valle di Marano prevalgono aromi di ciliegia matura e croccante, mentre in quella di Negrar i vini si presentano più austeri e più scuri. Queste differenze sono ascrivibili non tanto alle caratteristiche pedologiche, quanto alle condizioni climatiche. L'influenza dei Monti Lessini è, infatti, molto importante. Nelle vallate strette che si dispongono perpendicolarmente a questi rilievi, come la Valpantena, le valli di Fumane e Illasi, l'aria fresca scende non trovando ostacoli, mentre le altre vallate sono protette da alcune colline. E questo determina, per esempio, delle similitudini tra le caratteristiche dei vini di Fumane e della Valpantena. Certo poi la conduzione del vigneto e la mano del produttore fanno la loro parte".

Mauro Bustaggi

Tutti i grafici in queste pagine e la cartina sono tratti dal Valpolicella Annual Report 2021

strumento di valorizzazione. Una commissione all'interno del Cda studierà le possibili applicazioni di una nuova zonazione".
E il tema della distinzione delle zone di provenienza, cioè dell'individuazione di sottozone e/o di "cru" non potrà che investire anche gli altri vini della Valpolicella.
"La Valpolicella non può perdere l'occasione di trovare la sua strada di caratterizzazione del territorio – sottolinea **Andrea Lonardi**, vicepresidente del Consorzio e direttore operativo di Bertani Domains -. Non deve rincorrere modelli preconfezionati, come le uga o le classificazioni comunali, perché probabilmente queste non rispondono alle sue caratteristiche. E anche la suddivisione in vallate, che da un certo punto di vista potrebbe essere la più identitaria, non collega tutta la denominazione. Tuttavia quest'ultima, secondo la mia opinione personale, potrebbe essere la più giusta perché in Valpolicella non è possibile, guardando agli aspetti tecnici emersi dalla zonazione fatta a suo tempo, fare una classificazione di merito dei vigneti in base all'altimetria. Questo deve essere ben chiaro e meritevole di grande attenzione. Per cui non sarà facile, ma credo che unendo il distinguo delle vallate ad alcuni altri aspetti potrebbero uscire profili identitari specifici. E per farlo si potrebbe individuare un 'Vigneto Valpolicella Superiore', un catasto di vigneti dedicati esclusivamente al Superiore, che non può essere il quarto vino prodotto dallo stesso vigneto. Così potremmo colmare il gap attuale nella capacità di creare valore".

Andrea Lonardi

Un'opportunità per riequilibrare le denominazioni
Dunque si profila un nuovo assetto per le Do Valpolicella, che dovrà basarsi su valutazioni approfondite, coraggio di correggere una rotta che è un po' sfuggita di mano e tempo, forse tanto.
I dati dei vini Valpolicella relativi ai primi 5 mesi del 2021 sono buoni: l'imbottigliamento è cresciuto a 30 milioni di bottiglie (+18% sullo stesso periodo del 2020, ma soprattutto +14% sul 2019) con l'Amarone volato a + 38%; l'aumento del prezzo dello sfuso (+4,5%) e la diminuzione delle giacenze in tutte le tipologie e in particolare per Amarone e Recioto, con un trend del -8%. Tuttavia esistono delle criticità. "In questo periodo nonostante il Covid – osserva Lonardi – il sistema Valpolicella ha dimostrato una grande tenuta, ma è caratterizzato da una forte concentrazione delle vendite in termini di aziende, di Paesi di destinazione e di canali distributivi. Ripasso e Amarone sono sempre più forti in alcuni mercati, come quelli del Nord Europa (Scandinavia) e del Nord America (Canada) nei quali il canale off trade, quello del consumo in casa, la fa da padrone. Situazione che si verifica anche in Italia nella Gdo, in cui Ripasso e Amarone sono tra le denominazioni che crescono maggiormente ad opera di grandi player (Amarone +94,5% vol e Ripasso +47% vol – Fonte dati IRI alla data indicata rispetto allo scorso anno - 17° settimana). E siccome un sistema è forte solo se è equilibrato, dobbiamo dare peso ai piccoli produttori, a quelli che raccontano il territorio in maniera puntuale, che sono posizionati bene nell'Horeca e che non hanno strumenti per raggiungere i grandi listing dei Monopoli e delle strutture organizzate".

Quantitativi di Contrassegni di Stato, afferenti alle D.O. della Valpolicella, distribuiti nell'anno solare 2020
Fonte: Siquria spa

Principali figure che rappresentano la denominazione

I valori della denominazione

Per ridare equilibrio distributivo, creare valore, immagine e reputazione per tutte le denominazioni, il Valpolicella Superiore si configura come una grande opportunità, ma a condizione che abbia una identità spiccata riconosciuta da parte dei grandi opinion leader internazionali e un posizionamento di prezzo elevato nel canale del fuori casa.
"In questo percorso il posizionamento elevato del Superiore determinerà la soluzione del problema – conferma Marchesini -. Dovrà essere valorizzato nell'Horeca, dove le etichette delle piccole aziende sono più presenti di quelle dei grandi imbottigliatori, che vanno alla Gdo o ai monopoli del Nord Europa".
L'obiettivo è porre fine alla "sovrapposizione" con il Ripasso generata dal grande successo di quest'ultimo, che ha portato a incrementi volumetrici e non posizionamenti adeguatamente alti di prezzo, e dalla voglia dei produttori di elevare il livello qualitativo dei loro vini. "Per rimediare a questa situazione – prosegue Lonardi - abbiamo due opzioni a livello di strategia commerciale: segmentare il Ripasso verso l'alto, cosa che al contrario negli ultimi anni è avvenuta all'opposto, oppure puntare ad attirare l'interesse di opinion leader, sommelier, wine buyer e stampa, verso un vino che abbia requisiti di eccellenza e strumenti in grado di creare valore sulla supply chain".

Verso un cambiamento dei disciplinari
È assolutamente prematuro affermarlo, ma è facilmente immaginabile che la strada imboccata del Consorzio Valpolicella per caratterizzare verso l'alto il Valpolicella Superiore "di territorio" si concluda con un cambiamento del disciplinare. E probabilmente non solo di quello dei Valpolicella, base e Superiore, ma anche di quelli delle altre tipologie, visto che tutte possono essere prodotte dallo stesso vigneto. "L'ipotesi di modificare il disciplinare è realistica – concorda Marchesini - ma ora non siamo in grado di definire come. Mi pare che alcuni indirizzi ci siano, come quello del vigneto dedicato, ma devono essere supportati da tutte le sperimentazioni che stiamo mettendo in cantiere e dalle considerazioni che faremo. Poi c'è da considerare la salvaguardia di tutti i diritti acquisiti di coloro che producono attualmente il Ripasso Superiore e le eventuali opposizioni".
Si può, quindi, immaginare l'inserimento di un Valpolicella Superiore con una identificazione territoriale che abbia caratteristiche e regole di produzione diverse da quelle attuali. "Ciò che è certo – afferma Lonardi - è che se vogliamo collocarci in una fascia di qualità elevata che porti il nome della vigna e della zona, è chiaro che è necessario fare un percorso qualitativo e delle scelte forti. Personalmente suggerirei vigneti dedicati, varietà autoctone, vinificazione da sole uve fresche, ma anche una riduzione delle rese (attualmente 120 q/ha, *ndr*) al fine di valorizzare gli elementi identitari del territorio". E ancora, è necessario allargare la riflessione al fratello beverino Valpolicella "base" che attualmente - come spiega Marchesini "è segmentato in modo corretto e ha delle caratteristiche definite: alcol intorno ai 12.5 gradi, leggero e fruttato".
Se l'"operazione Superiore" riuscirà, come potrà convivere con un vino "da tutti i giorni" che porta quasi lo stesso nome? In Valpolicella è stato fatto un grande lavoro e per il suo prosieguo per il Consorzio, come suggerito da Giulio Somma, potrebbe essere interessante dialogare con giornalisti e stakeholder che potrebbero avere un ruolo nel suggerire idee, stimolare riflessioni in grado di dare gambe più forti ai disegni di crescita di questa complessa realtà produttiva. "Credo sia utile per tutte le denominazioni – commenta Lonardi - avere un laboratorio in cui possano confluire le idee di tutti i player e attraverso strumenti di marketing analysis elaborare strategie di sviluppo e prioritizzazione delle scelte e dei valori da comunicare. Un laboratorio in cui oltre alla produzione, siano coinvolti il trade, chi fa comunicazione e opinione".

OenoFoss™ Go
Informazioni immediate - business incrementato
- Un laboratorio FTIR "pronto all'uso" facile da gestire
- Installazione guidata con manuale d'uso multimediale
- Dati decisivi su uve e vino in meno di tre minuti senza uso di reattivi
- Ritorno dell'investimento immediato e duraturo
- Dimensioni ridotte (28,5 x 34,5 x 28 cm)

ANALYTICS BEYOND MEASURE
www.foss.it

PASSION IS NOT ENOUGH.

Polsinelli mette a disposizione dei suoi clienti le migliori attrezzature per la produzione di vino, olio e birra, in Italia e nel mondo sia per i professionisti e sia per gli appassionati. Il lavoro, la passione e la fiducia degli oltre 100.000 nostri clienti in 70 paesi nel mondo scrivono ogni giorno la storia della qualità e dell'innovazione.

www.polsinelli.it

POLSINELLI WINEMAKING | POLSINELLI OLIVE OIL | POLSINELLI BREWING

POLSINELLI
PASSION IS NOT ENOUGH

enovitis IN CAMPO 2021

SOSTENIBILITÀ, EFFICIENZA AGRONOMICA, AGRICOLTURA DI PRECISIONE

Le parole chiave della tecnologia in vigneto

Giro d'interviste tra gli stand di Enovitis in campo per scoprire quali sono oggi le tendenze più innovative in viticoltura

di **TERESA E. BACCINI**

Morbide colline sotto il sole, filari a perdita d'occhio, un allegro movimento di persone tra gli stand all'aria aperta, rigorosamente dotate di mascherina nei momenti di maggiore affollamento accanto alle macchine in fase dimostrativa. Un insperato senso di libertà è l'atmosfera che si è respirata ad Enovitis in Campo l'1 e 2 luglio scorsi tra i vigneti di Mombaruzzo (At) per la prima fiera di settore a riaprire in presenza dopo lo stop forzato del 2020.

L'azienda Pico Maccario è stata il palcoscenico della 15a edizione della manifestazione; una fiera dinamica, per così dire, dedicata alla tecnologia in campo - il sottotitolo recita opportunamente "tecnologia in movimento" - che quest'anno ha segnato una vera e propria ripartenza dopo il blocco della pandemia da Covid-19.

Entusiasta il titolare dell'azienda **Vitaliano Maccario** per la nutrita presenza di visitatori. "Questa grande affluenza ci riempie di gioia - dichiara -. Dopo un momento così difficile, noi volevamo proprio questo: avere tanti colleghi e amici nelle nostre vigne per vedere quello che Enovitis ha fatto: innovazione e coraggio, soprattutto in un anno così complicato. Mettersi in gioco è stata per tutti noi una bella scommessa, ma ha funzionato. La mia famiglia è onorata di potere ospitare nuovamente Enovitis in campo dopo la prima edizione in Piemonte svolta nel 2006; per la seconda volta nella nostra Regione ci hanno fatto questo grande regalo e sono tornati da noi. Quindi, per noi questa edizione è ancora più importante della prima, perché è vedere la luce fuori dal tunnel. Rivedere colleghi, persone che hanno voglia di tornare ad investire nelle loro attività - e lo stanno dimostrando - è molto importante per tutto il Piemonte e per tutto il nostro tessuto territoriale".

Entusiasmo ribadito anche da **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini organizzatrice dell'evento, che nel saluto inaugurale ha voluto sottolineare l'impegno di lunga data dell'Associazione nell'organizzare manifestazioni dedicate alla tecnologia per il vigneto e la cantina promuovendo lo scambio e l'incontro tra domanda ed offerta finalizzate a sviluppare innovazione nelle filiere delle forniture. "Il nostro impegno nel favorire la ricerca e l'innovazione attraverso manifestazioni come Enovitis in campo è stato determinante nel promuovere lo sviluppo tecnologico e, quindi, la crescita qualitativa del vigneto grazie alla quale si è rafforzata la competitività mondiale dei nostri vini. Una competitività che ha collegato le filiere vitivinicole e quelle di produzione dei macchinari e dei prodotti per il vigneto e la cantina dove il nostro Paese mantiene una leadership internazionale incontrastata. Forte di comparti produttivi all'avanguardia pronti a nuove sfide di crescita dove la ricerca di livelli di maggiore efficienza produttiva deve combinarsi con il tema della sostenibilità, diventato orizzonte di sviluppo prioritario per la vitivinicoltura mondiale".

UN MOMENTO DELL'INAUGURAZIONE DI ENOVITIS IN CAMPO 2021. DA SINISTRA: ERNESTO ABBONA, PRESIDENTE UIV; MARCO PROTOPAPA, ASSESSORE REGIONALE ALL'AGRICOLTURA DEL PIEMONTE; VITALIANO MACCARIO, TITOLARE INSIEME AL FRATELLO PICO DELLA PICO MACCARIO CHE HA OSPITATO LA MANIFESTAZIONE; GIOVANNI DOMENICO SPANDONARO, SINDACO DI MOMBARUZZO (AT)

enovitis IN CAMPO 2021

L'INNOVAZIONE PROTAGONISTA IN VIGNETO

Sostenibilità, efficienza agronomica, agricoltura di precisione sono state un po' le parole chiave di questa edizione della manifestazione che da sempre valorizza l'innovazione in un'ottica di miglioramento del lavoro in vigna e di minore impatto ambientale. Non a caso in questa edizione il biologico ha debuttato a Enovitis in campo con la collaborazione di FederBio Servizi, la società di consulenza specializzata nell'assistenza colturale, tecnica ed economica alla filiera biologica, che ha evidenziato con 36 contrassegni le proposte degli espositori più interessanti per i conduttori in biologico.

Molte le novità in campo a Enovitis 2021 che spiegano la crescita del settore delle macchine agricole anche nel 2020 (+7,5%) nonostante le vicende della pandemia, anche perché si sa: la vigna non si ferma.

C'è anche chi ha scelto di presentare ad Enovitis in campo il nuovo assetto societario e il nuovo marchio come la Goldoni-Keestrack che, dopo la recente acquisizione del marchio emiliano da parte dell'azienda belga di movimento terra, ha presentato il nuovo modello Q110 che dà una decisa sterzata all'immagine basica degli storici trattori arancione: cabina comfort, monitor con doppia retrocamera e soluzioni informatizzate che mantengono in costante collegamento il trattore con l'azienda e consentono di geolocalizzare il mezzo in campo. **Andrea Ugatti**, responsabile commerciale e marketing della nuova società ci dice: "Oggi siamo qui come prima uscita aziendale, presentando le nuove macchine e il nostro Q110 che è una macchina importante nel settore vitivinicolo e per rilanciare il marchio Goldoni, le nostre macchine arancioni, in una zona in cui le nostre macchine sono sempre state importanti".

ANDRA UGATTI - Goldoni-Keestrack

La viticoltura moderna a Enovitis in campo ha parlato di biocontrollo dei parassiti, distribuzione localizzata dei concimi e dei nutrienti, trappole con fotocamere digitali collegate con pannelli solari e controllabili da remoto sul cellulare, droni con camere multiobiettivo in grado di mappare lo stato vegetativo e fitosanitario del vigneto così come del singolo filare. E di macchine, trattori in primis, sempre più facili da condurre, grazie a piattaforme digitali che controllano i vari attrezzi interscambiabili con un semplice joystick. Insomma un repertorio del meglio delle tecnologie innovative per la viticoltura.

Il "Technology Innovation Award Enovitis in Campo 2021" è andato a Braun Macchine Agricole, vincitore assoluto dell'Innovation Challenge Lucio Mastroberardino con il suo Braun VPA (Vineyard Pilot Assistant), macchina che introduce l'assistenza di guida sulle "attrezzature da vigneto", in particolare per il diserbo meccanico. **Matteo Zampedri**, agente della filiale italiana del marchio tedesco, ci spiega: "Si tratta di una piattaforma che grazie ad un laser frontale automatizza tutte le macchine, ventralmente e posteriormente al trattore, dotata di un'intelligenza artificiale che viene garantita dal computer di bordo e da un HMI (Human Machine Interface) un monitor che ci permette di dare i giusti parametri ai macchinari e mantenerli quindi all'interno della fila. È un sistema totalmente innovativo che ha vinto altri premi internazionali e ci permette, oltre ad una guida automatica delle attrezzature che quindi si aggiustano automaticamente all'interno della vigna anche una guida automatica della trattrice".

MATTEO ZAMPEDRI - Braun Macchine Agricole

ROBERTO CASTIELLO - Antonio Carraro

SILVIA SAMMARINI - Argo Tractors

ISAIA DI FULVIO - Sicma Spa

Premiata con il riconoscimento New Technology 2021 Enovitis in campo anche la Antonio Carraro per il suo trattore TGR 10900R ribassato. **Roberto Castiello**, responsabile del trade marketing dell'azienda racconta come questa macchina punti in particolare alla sicurezza e alla stabilità: "In questo trattore c'è un concentrato di tecnologie che ci permette di mantenere una macchina così, con la sua potenza, con le sue caratteristiche, con la cabina pressurizzata omologata in categoria 4 - quindi con la massima sicurezza per l'aria che respirano gli operatori - il più bassa possibile e quindi possiamo avere la massima aderenza quando si lavora in condizioni di pendenza tipiche dei vigneti di collina e di montagna. Questa è una necessità perché quando si lavora in pendenza si ha a che fare sia con la sicurezza, sia con il lavoro stesso che viene reso così più preciso".

Un premio New Technology è andato anche a Argo Tractors per il trattore Landini Mistral2, compatto e potente. A illustrarcene le caratteristiche **Silvia Sammarini**, responsabile comunicazione e marketing per la filiale italiana, che comprende anche i marchi Mc Cormick e Valpadana. "Abbiamo deciso di presentare per la prima volta questo Landini Mistral2 Stage V proprio in questo palcoscenico per noi molto importante. Le caratteristiche che ci hanno permesso di vincere questo premio sono l'adozione del nuovo motore Stage V conforme a standard anti-emissione che mantiene però un'ottima visibilità dal posto guida, caratteristica molto importante per chi lavora nei filari, mantenendo la compattezza del trattore e la possibilità di dotarlo di una tecnologia di telemetria e gestione delle flotte. Inoltre le sue ridotte dimensioni permettono una manovrabilità molto efficiente all'interno dei filari".

Leader nel settore delle macchine per la lavorazione del terreno con diverse partnership tutte italiane all'interno del gruppo, la Sicma Spa. ha guadagnato la sua coccarda New Technology per l'innovazione di un portattrezzi interfilare con un telaio intercambiabile riutilizzabile per tutti gli attrezzi lavoranti. **Isaia Di Fulvio** ci spiega che "ha la particolarità di potere essere attaccato sia anteriormente che posteriormente al trattore senza la necessità di ulteriori componenti. È sufficiente invertire la posizione delle ruote e degli attacchi per poter traslare la macchina dalla parte anteriore alla posteriore. Stiamo completando il set di attrezzi. Qui abbiamo la lama con l'erpice rotante, ma poi abbiamo la spollonatrice, dischiere idrauliche, sarchiatrici rincalzanti, dischi interfilari, insomma tutto il necessario per poter effettuare le lavorazioni principali nei sottofila dei vigneti".

Se le innovazioni meccaniche sui sottofila e negli interfilari consentono sempre più spesso di evitare interventi chimici di diserbo, macchine come il Saving System/Pat di Cea-Agrimix, che pure ha ottenuto il riconoscimento New Technology, va nel segno della sostenibilità con una tecnologia puntuale della distribuzione di concime a tutto vantaggio dell'economia di gestione.

Giovanni Paolo Cornaglia, titolare dell'azienda che si sta specializzando nelle macchine per la viticoltura, i noccioleti e i frutteti, precisa: "Questa macchina permette di distribuire il concime solo sulle piante, evitando delle distribuzioni non necessarie tra una pianta e l'altra, quindi si elimina parecchio lo spreco di concime e anche, se vogliamo, si preserva l'ambiente".

Presenti anche aziende straniere che non hanno voluto mancare all'appuntamento con Enovitis in campo 2021. Nel suo stand abbiamo incontrato **Motti Levin**, ceo di Haifa, il gruppo israeliano pioniere e leader mondiale nella nutrizione idrico-minerale di precisione, venuto espressamente in Italia per l'occasione che ci ha confer-

STAND INFORMATIVO A ENOVITIS IN CAMPO

COMPLESSO DEL MAL DELL'ESCA
Prosegue anche nel 2021 il progetto promosso da UIV

A Enovitis in campo UIV era presente, con uno stand informativo dedicato, anche per presentare il Progetto dedicato al monitoraggio del Mal dell'Esca, che prosegue infatti anche nel 2021 ed è aperto alle aziende vinicole che vogliono parteciparvi. Avviato nel 2019 da Unione Italiana Vini in collaborazione con DAGRI-Università di Firenze, CNR Istituto di BioEconomia, Bologna e PerleUve, il progetto si propone di verificare la diffusione e la gravità della malattia nelle principali aree viticole italiane. Le aziende con vigneto possono partecipare alla raccolta dei dati ed entrare a far parte di una rete informativa tecnico-scientifica focalizzata sulle malattie del legno, usufruendo delle elaborazioni a livello regionale e nazionale che verranno ottenute e grazie alle quali potranno ricevere informazioni e aggiornamenti per il controllo e la difesa dal mal dell'esca.
INFO: HTTPS://WWW.UNIONEITALIANAVINI.IT/MONITORAGGIO-MAL-DELLESCA-2021/

GIOVANNI PAOLO CORNAGLIA - Cea-Agrimix

MOTTI LEVIN - Haifa

ANDREA PICCINO - Spektra Agri

ELISA VAGNONI - Vignetinox-Mollificio Bortolussi

mato come l'agricoltura italiana sia un mercato molto interessante per la sua azienda. "È un grande privilegio essere qui oggi, poter incontrare dopo così tanto tempo clienti, distributori, coltivatori. Sì, io sono il capo di una multinazionale, ma dei più di cento paesi in cui ci muoviamo e vendiamo i nostri prodotti l'Italia è un luogo speciale, abbiamo un focus sul mercato italiano per l'agricoltura avanzata. La visione strategica di Haifa è di diventare leader mondiale non solo nei nutrienti speciali vegetali, ma anche nell'agricoltura di precisione. Questo vuol dire mettere tutti gli sforzi non solo nello sviluppo della nostra linea di prodotti, ma anche nella nuova tecnologia".

Come sulla nutrizione anche sulla difesa sostenibile delle produzioni c'è molto di nuovo sotto il sole di Mombaruzzo. Approcci moderni che non si limitano alla difesa, ma puntano al rafforzamento delle piante. Siamo nel campo delle biotecnologie e **Luca Sangiorgi** di Gowan Italia ci ha spiegato perché il prodotto Ibisco ha meritato una segnalazione di Federbio: "Quest'anno Federbio ha riconosciuto nel prodotto Ibisco - che è un elicitore, cioè un induttore di resistenza soprattutto per il controllo dell'oidio su vite - una innovazione. Un prodotto che si può usare in agricoltura biologica e stimola le difese naturali della pianta; quindi, con un doppio segnale di allarme la pianta viene stimolata a produrre quelle autodifese fisiologiche che poi consentono di contrastare l'attacco dell'oidio. Quasi un vaccino, in altre parole".

Agricoltura di precisione vuol dire anche monitoraggio dei vigneti con l'uso di droni multifunzione che possono eseguire attività tanto di controllo delle fasi vegetative del vigneto come di spargimento prodotti. È il caso del progetto Dr.ag.on di Spektra Agri, che ha ottenuto il premio New Technology, come ci racconta con entusiasmo **Andrea Piccino**: "Questo è un drone attrezzato, nella dotazione standard, di una camera multisprettrale a cinque obiettivi capace di captare diverse lunghezze d'onda che riconducono a diversi indici vegetativi come la vigoria delle colture, lo stress idrico, eventuali attacchi parassitari. Sorvolando il vigneto ci permette di creare delle mappe da sottoporre ai viticoltori, perché possano così avere coscienza di dove hanno una variabilità diversa all'interno del proprio appezzamento. In questo caso noi l'abbiamo configurato per la viticoltura, per andare a indagare sul vigneto, però la struttura può essere configurata anche, ad esempio, con un lanciatore di capsule per la lotta biologica con insetti utili oppure con un serbatoio e degli ugelli per fare irrorazione o ancora un distributore di prodotti granulari. Quindi l'assetto è molto variabile".

LUCA SANGIORGI - Gowan Italia

MASSIMO DAL PANE - Isagro

E agricoltura di precisione può voler dire anche aggiungere alla lotta biologica con le classiche trappole, strumenti digitali che permettono di conoscere le fasi di sviluppo dei parassiti, particolarmente utili in tempi di cambiamenti climatici che hanno modificato le loro fasi biologiche. L'innovazione è nata in casa Isagro, azienda di agrofarmaci da qualche tempo entrata nel mercato del biocontrollo e da tempo leader nel settore delle trappole a feromoni. Ha ricevuto il premio New Technology per E-Trap LB 721, una trappola sperimentale di cui ci ha parlato **Massimo Dal Pane** responsabile tecnico commerciale di Isagro Italia. "Questa è un'evoluzione delle trappole. Isagro lavora da 50 anni con le trappole di monitoraggio ed è stata la prima azienda italiana che ha messo a punto trappole per il monitoraggio e per la cattura di massa. Abbiamo stretto una collaborazione con la società Xfarm Digital Farming che è una start up italo-svizzera molto preparata sulle nuove tecnologie, elettronica principalmente, per mettere a punto questo prototipo di una trappola per il monitoraggio, in questo caso per il vigneto; funziona come una trappola normale con un fondo collato con il feromone che serve per catturare gli adulti, ma nella parte apicale porta una fotocamera digitale in grado di scattare diverse foto al giorno - alimentata a luce solare con un pannello - che consente di controllare da remoto, con un cellulare o un computer, l'andamento delle catture. È uno strumento molto importante che consente una lettura immediata dell'andamento delle popolazioni degli insetti che, causa i cambiamenti climatici, hanno spostato i loro cicli di volo. Per cui questa trappola ci consente di fare una difesa adeguata ecologicamente compatibile".

La digitalizzazione sempre più spinta dei processi agricoli non deve far pensare che l'innovazione non corra anche tra i filari e nelle mani di chi lavora per ore accanto alle piante. Proprio a questi operatori è dedicato il premio New Technology attribuito a Vignetinox-Mollificio Bortolussi. Produttori del gancetto Livio, un loro brevetto di qualche anno fa che va per la maggiore nei vigneti avendo migliorato la tenuta del bloccaggio tra tutore e filo portante, ha ideato e presentato a Enovitis in campo l'attrezzo 65LIV RAPID. In cosa consiste la novità ce l'ha spiegato **Elisa Vagnoni**: "L'attrezzo Livio Rapid è un agevolatore per il montaggio manuale dei ganci Livio per bloccare il tutore. Con questo attrezzo risparmiamo tanto tempo nell'installazione e anche le unghie! Facciamo in modo che, oltre a risparmiare in manualità, la stabilità e la tenuta del bloccaggio sia molto forte e standard in tutti quelli che installiamo nell'arco della giornata".

Dall'impianto del vigneto alla gestione di suolo e chioma, passando per la vendemmia e la protezione fitosanitaria e la nutrizione, Enovitis in campo si è confermata la vetrina privilegiata per l'intera gamma di prodotti, attrezzature, macchine e tecnologie dedicate alla viticoltura, una finestra live sul dinamismo delle soluzioni per un lavoro in vigna sempre più innovativo. Conclusa questa edizione con un successo l'appuntamento è al 2022 con la 16ª edizione, che si svolgerà in Friuli-Venezia Giulia.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE FORNITORI MACCHINE ACCESSORI E PRODOTTI PER ENOLOGIA

ANFORMAPE

ANFORMAPE è un organismo associativo costituito in seno alla Confederazione Italiana della Vite e del Vino – Unione Italiana Vini che riunisce le aziende italiane produttrici di macchine, accessori e prodotti per l'enologia e l'imbottigliamento ed è l'unica espressione associativa di tale settore merceologico.

Dal 1965
al servizio dell'enologia italiana

ANFORMAPE
Via San Vittore al Teatro, 3 - 20123 Milano
Tel. 02-7222281 - Fax 02-866226
www.unioneitalianavini.it/anformape
segreteria.anformape@uiv.it

DAL FESTIVAL DI GARDA LE PROSPETTIVE SUL COMPARTO EMERSE DAL CONVEGNO ORGANIZZATO CON IL CORRIERE VINICOLO

In tre anni la produzione di vini spumanti italiani potrebbe passare da 750 milioni di bottiglie a cifre a nove zeri, una crescita del 33% per un settore che rappresenta già oggi quasi 1/4 del valore delle esportazioni made in Italy, per un controvalore di circa 1,5 miliardi di euro nel 2020 secondo i dati dell'Osservatorio del vino UIV. Strategie di crescita dello "sparkling land" versus gli "sparkling wine" francese e spagnolo. Gli interventi del professor Attilio Scienza, Stefano Ricagno (Consorzio Asti), Andrea Battistella (Consorzio Prosecco) e del produttore Gianluca Bisol

Stefano Ricagno

Andrea Battistella

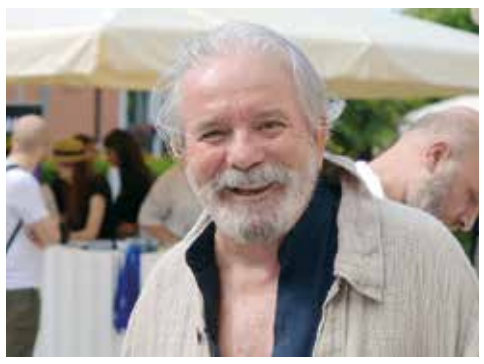
Gianluca Bisol

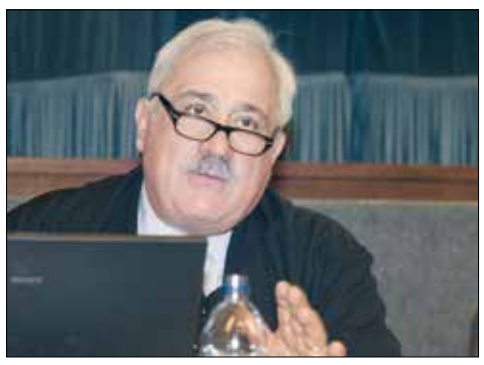
SpumantItalia: un miliardo di bollicine? SI PUÒ FARE

di **FABIO CIARLA**

Quello che ieri era Asti oggi è Prosecco, la storia della spumantistica italiana è lunga e preziosa, è quindi un errore pensare ai successi odierni solo come frutto delle contingenze o addirittura del caso così come la ricchezza varietale che oggi esprime il nostro Paese come solo frutto di "rincorsa" del fenomeno Prosecco. Da questo assunto, e con tutte le cautele, si può puntare alla cifra di un miliardo di bottiglie di vini spumanti e frizzanti tricolori entro tre anni. Questa la "scommessa" fatta dal direttore del Corriere Vinicolo, Giulio Somma, nel convegno organizzato dal magazine dell'UIV in apertura di SpumantItalia, il festival dedicato ai vini mossi che si è tenuto a Garda, in provincia di Verona, introdotto da **Andrea Zanfi** di Bubble's Italia. Un traguardo importante in chiave export ma anche per il peso specifico del nostro Paese negli assetti vitivinicoli globali che potrà essere raggiungo solo con un nuovo equilibrio tra crescita di volumi e incremento di valore.

"Il successo mondiale del Prosecco, che è stato determinato dalla capacità di proporre un nuovo concetto di 'bollicina' collegandolo a nuove modalità di consumo, più che semplicemente creare un nuovo prodotto, ha ispirato molti – ha detto **Giulio Somma** - stimolando il comparto e portando l'intera flotta spumantistica italiana a crescere. Viste le tante e diverse produzioni presenti ormai in tutte le regioni, credo sia sbagliato etichettarle come tentativi di emulazione del fenomeno Prosecco quanto, invece, ritengo sia più corretto parlare di ispirazione. Ormai stiamo proponendo al mondo l'Italia come una 'Sparkling land' contro due 'Sparkling wine', che sono il francese Champagne e lo spagnolo Cava, modi diversi di interpretare le bollicine. Nel primo caso si punta su tante piccole e medie realtà produttive, forti e gelose della propria identità rispetto alla corazzata Prosecco (diventata inattaccabile grazie alle sue specificità non clonabili), nel secondo invece si tratta di contesti contraddistinti da una compattezza identitaria, di massa critica e di prodotto, quindi di comunicazione, in grado probabilmente di esprimere un impatto sui mercati più efficace ma che scontano una qualità con caratteristiche monocorde. Tra queste 'due vie alla spumantistica' non c'è un modello migliore dell'altro, né una ricetta unica di successo, se non la capacità di lavorare per migliorare gli aspetti positivi e limitare quelli negativi che ogni situazione porta con sé". Se vogliamo raggiungere il miliardo di bottiglie c'è dunque da riflettere sui punti di forza e di debolezza del nostro sistema produttivo e di mercato. Secondo Giulio Somma "aprirsi alle nuove tendenze - rosé, no alcol, packaging alternativi – è uno dei passaggi inevitabili per sostenere anche in futuro la crescita degli spumanti italiani". "La crescita fino a un miliardo di bottiglie è possibile ma deve essere chiaro che non bisogna intaccare la catena del valore", a questo primo allarme lanciato dal direttore del Corriere Vinicolo ne è seguito un altro, quello di **Attilio Scienza**, che ha specificato come sia necessario evitare produzioni di bassa qualità dove l'unico parametro di riferimento è il prezzo, meglio puntare quindi sulla salvaguardia dell'identità dei territori, promuovendo disciplinari che tutelino le varie produzioni e ne garantiscano la dignità in termini di qualità e di valore.





Andrea Zanfi e Attilio Scienza
Qui sotto: Giulio Somma

I dati

Prima di passare la parola agli ospiti in rappresentanza dell'ambito produttivo, il convegno ha fornito utili elementi di riflessione grazie ai dati sugli spumanti dell'Osservatorio del vino dell'UIV, presentati da **Carlo Flamini**. In termini assoluti l'Italia parte da un dato importante, ovvero 750 milioni di bottiglie (83% Doc o Docg, 6% Igt), che rappresentano oggi quasi 1/4 del valore delle esportazioni made in Italy, per un controvalore di circa 1,5 miliardi di euro nel 2020, il 69% del quale afferente al sistema Prosecco. Un comparto rilevante dunque, che presenta però una distribuzione molto particolare, con una polverizzazione della produzione (se si esclude il mondo Prosecco appunto), che potrebbe in parte rappresentare un freno alla crescita. L'export dei nostri spumanti viaggia a gonfie vele in particolare in tre Paesi – Stati Uniti, Regno Unito e Germania -, che essendo mercati maturi rappresentano sicuramente canali di vendita solidi. I recenti fatti di geopolitica, dai possibili dazi Usa alla Brexit, spingono però a interrogarsi sull'eccessiva dipendenza da soli tre sbocchi. Per quanto anche le analisi più recenti confermino come il mondo degli sparkling fatichi ad attecchire sui nuovi mercati, come quelli orientali, e quindi non è poi così facile trovare alternative stabili e con i volumi necessari. Nel complesso circa 1/3 delle bollicine vendute a livello mondiale sono di Prosecco, a seguire c'è il Cava (14% dei volumi), poi lo Champagne (11%) e l'Asti.

Le riflessioni del mondo produttivo

Proprio dal ricordo dell'Asti come riferimento per la spumantistica italiana del passato è partito **Gianluca Bisol**, dell'omonima casa vinicola da sempre uno dei marchi di riferimento per il Prosecco in Italia e da poco entrata nel gruppo della famiglia Lunelli: "Ormai Prosecco è diventato a livello globale sinonimo di spumante italiano, di una intera categoria insomma. Dobbiamo quindi renderci conto che al momento c'è un messaggio un po' distorto della spumantistica italiana nel mondo, ma dobbiamo lavorare per farlo diventare un vantaggio. D'altronde dobbiamo fare chiarezza anche all'interno dello stesso mondo Prosecco e per farlo auspico l'unione delle forze dei consorzi per lavorare insieme e correggere il tiro sui mercati internazionali con una strategia di comunicazione più ambiziosa". Una possibile risposta all'auspicio di Bisol, stimolata anche da Giulio Somma come moderatore del convegno, è arrivata dalle parole del vicedirettore del Consorzio Prosecco Doc, **Andrea Battistella**: "si può crescere ancora ma oltre al volume deve aumentare il valore anche attraverso una nuova via di sviluppo basata sulla dimensione sostenibile. Sostenibilità dunque sia sociale che ambientale e, prima di tutto, economica". Sul tema delle dinamiche interne al sistema Prosecco sollecitate, come ha richiamato il moderatore, anche dal mercato internazionale che chiede una maggior caratterizzazione per un territorio produttivo così vasto, Battistella ha sottolineato come "l'esigenza di caratterizzare le bollicine italiane è sentita in un areale ampio come il nostro, esigenza alla quale abbiamo risposto con un nuovo progetto di zonazione della Doc che darà i primi risultati entro il prossimo anno. Impegno che continuerà a combinarsi con l'altro fronte sul quale siamo da sempre impegnati, quello della tutela del marchio. Proprio in questi giorni, ha ricordato il vicedirettore del Consorzio, stiamo lavorando sull'ultimo insidioso tentativo della Croazia di inserire addirittura in un disciplinare la tipologia Prosek".

Portavoce delle produzioni astigiane al convegno di SpumantItalia è stato il vicepresidente del Consorzio per la tutela dell'Asti Spumante e del Moscato d'Asti Docg, **Stefano Ricagno**: "L'Asti – ha detto – è stato l'apripista della spumantistica italiana e oggi sta vivendo un periodo fortunato, anche grazie all'apertura nell'ultimo disciplinare verso nuove tipologie non dolci. Stiamo tornando a fare numeri importanti, anche attraverso un travaso interno di consumo da Asti Spumante a Moscato d'Asti, ma bisogna tornare soprattutto a valorizzare i nostri prodotti. In generale, l'Italia spumantistica non deve sentire l'ansia o la paura di dover recuperare i 150 anni di storia, e i mercati, che ci dividono dallo Champagne. Dobbiamo percorrere le nostre strade, facendo sinergia tra territori e denominazioni, senza paure per i successi degli altri".

Per informazioni: 02 72222825/26/28 - tuttowine@uiv.it

FIERA MILANO
22-26 OTTOBRE 2021

Organized by
FIERA MILANO

In collaborazione con
UNIONE ITALIANA VINI

N. 5 - ANNO 4 - MENSILE

LUGLIO 2021

Supplemento de
IL CORRIERE VINICOLO
n. 25 del 19 Luglio 2021

IL CORRIERE DELLE DONNE DEL VINO NEWS

ASSOCIAZIONE NAZIONALE LE DONNE DEL VINO

Ristoratrici: la resilienza delle Donne del Vino

È innegabile che la pandemia e le restrizioni conseguenti abbiamo impattato in modo significativo sul fuori casa, che ha richiesto agli operatori resilienza, flessibilità e attenzione alle nuove esigenze e stili di vita. Oggi però comincia a vedersi una luce in fondo al tunnel, perché il mercato dei consumi si profila in ripresa. In questo clima di speranza abbiamo chiesto a cinque nostre Donne del Vino ristoratrici come hanno vissuto questo periodo e come sta procedendo la loro ripartenza, tra nuove strategie e nuovi comportamenti del consumatore, tra digitalizzazione e delivery, tra voglia di rinnovata socialità ed esigenze di sicurezza.

- a pag. 3 -

Grazie meravigliose Donne del Vino SIATE PROTAGONISTE!

L'assemblea delle Donne del vino, riunita on line lo scorso 22 giugno, approva all'unanimità il prolungamento di 12 mesi dell'attuale mandato della Presidente e del Consiglio Direttivo dell'Associazione. Nell'occasione sono stati modificati gli statuti e i regolamenti anche per regolare le prossime elezioni previste alla fine del 2022.

Il prolungamento di un anno, fino alla fine del 2022, dell'attuale mandato del Consiglio e della Presidenza delle Donne del Vino è stato deciso all'unanimità per poter completare i progetti in corso e incontrarsi in presenza almeno una volta.

Purtroppo la convention nazionale di quest'anno che ci avrebbe viste tutte riunite, prevista in Piemonte, non potrà avere luogo, ma speriamo di poter effettuare quella in Campania nel 2022. Anche l'incontro mondiale con le associazioni di enologia al femminile è stato rimandato, a causa della pandemia a novembre 2022 in concomitanza con SIMEI.

Il voto unanime sul prolungamento del mandato di 12 mesi è anche un segno di stima e di consenso per me e per l'attuale Consiglio Direttivo. Di questo apprezzamento dico grazie a tutte voi ma sento anche il dovere di sottolineare quanta parte delle realizzazioni e del successo dipenda dal contributo delle Delegate regionali, dello staff e di tante socie. Vi avevo prospettato una gestione "plurale" ma non immaginavo di arrivare a tanto: le Donne del Vino sono rimaste unite nonostante il lockdown, imparando velocemente a costruire reti digitali, hanno messo in campo progetti sempre più grandi, più innovativi e utili per l'intera nazione.

Un ritmo incessante di attività che ha trasformato le Donne del Vino in un cantiere diffuso. Un sentimento positivo che ha fatto aumentare il numero delle socie fino alle attuali 925 e ha accresciuto la visibilità e la credibilità della nostra associazione a livelli enormi. Ci hanno chiamato due volte in forma consultiva alla Camera dei Deputati e ora dialoghiamo con i Ministeri che ascoltano le nostre proposte.

C'è un altro aspetto che mi inorgoglisce: le Donne del Vino sono diventate un incubatore di talenti e esprimono un numero crescente di Presidenti di Consorzi del vino e di associazioni nazionali e regionali di vario tipo. È una presa di coscienza del proprio talento che, spero, dipenda anche dallo stimolo a mettersi in gioco che la nostra associazione trasmette a tutti i suoi membri facendoli crescere individualmente e collettivamente.

I progetti nazionali sono sempre più grandi e inclusivi. È importante che tutte le socie diano il loro contributo. L'appello è "Siate protagoniste!"

Primo fra tutti Le Ricette del Vino al quale tutte le 925 Donne del Vino sono chiamate a contribuire con la descrizione di un vino o di un vitigno della propria zona collegato a un piatto tradizionale (meglio se familiare) descritto con ingredienti, fasi di realizzazione della ricetta e foto in alta risoluzione.

CONTINUA A PAGINA 2

Donatella Cinelli Colombini

ALLE PAGINE 6 E 7

Le ricette del vino

IL PRIMO RICETTARIO CHE PARTE DAL VINO PER ARRIVARE AL CIBO, 900 RICETTE CHE INSEGNANO A PREPARARE LA CUCINA TIPICA PIÙ ADATTA A GUSTARE I VINI DELLA STESSA REGIONE

Le Donne del Vino

CONSIGLIO DIRETTIVO IN CARICA FINO A GENNAIO 2023

PRESIDENTE
Donatella Cinelli Colombini
Vice Presidente Vicaria
Daniela Mastroberardino
Vice Presidente
Antonella Cantarutti
Vice Presidente
Paola Longo

Consigliere
Marilisa Allegrini, Pia Donata Berlucchi, Cristiana Cirielli, Lorella Di Porzio, Gilda Guida Martusciello, Cinzia Mattioli, Marina Ramasso, Sabrina Soloperto

Probiviri
Michela Guadagno, Francesca Poggio, Elena Walch

DELEGATE REGIONALI
Abruzzo
Delegata: Jenny Viant Gòmez
Vice: Martina Danelli Mastrangelo
Coordinatrice:
Caterina Cornacchia
Basilicata
Delegata: Carolin Martino
Vice: Angela Dragone
Calabria
Delegata: Vincenza Alessio Librandi

Campania
Delegata: Valentina Carputo
Vice: Fosca Tortorelli
Emilia Romagna
Delegata: Antonietta Mazzeo
Vice: Alessandra Caroni
Friuli Venezia Giulia
Delegata: Maria Cristina Cigolotti
Vice: Liliana Savioli
Lazio
Delegata: Manuela Zennaro
Vice: Floriana Risuglia
Liguria
Delegata: Pervinca Tiranini
Vice: Fiammetta Malagoli

Lombardia
Coordinatrice: Pia Donata Berlucchi con Camilla Guiggi
Per Brescia-Bergamo-Mantova:
Giovanna Prandini, Maddalena Bersi Serlini, Marida Benedetti, Veronica Massussi.
Per Milano-Como-Varese:
Angela Cesarò, Sofia Rocchelli, Barbara Sgarzi, Mariella Tanzarella
Per Oltrepò Pavese e Valtellina:
Giovannella Fugazza, Ottavia Giorgi di Vistarino
Marche
Delegata: Daniela Sorana
Vice: Azzurra Sanpaolesi
Coordinatrice Piceno:
Paola Cocci Grifoni
Molise
Delegata: Nancy Rossi
Piemonte
Delegata: Ivana Brignolo Miroglio
Vice: Elena Bonelli
Puglia
Delegata: Marianna Cardone
Vice: Renata Garofano
Sardegna
Delegata: Elisabetta Pala
Vice: Denise Dessena
Sicilia
Delegata: Roberta Urso
Vice: Stefania Busà e Flora Mondello
Toscana
Delegata: Maria Giulia Frova
Vice: Vincenza Folgheretti
Trentino Alto Adige
Delegata: Romina Togn
Vice: Rosaria Benedetti
Umbria
Delegata: Erika Romagnoli
Valle d'Aosta
Delegata: Eleonora Charrere
Veneto
Delegata: Alessandra Boscaini
Vice: Mariangela Bonfanti e Corinna Genesini

SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Alla fine sarà il più grande ricettario italiano mai scritto e porterà alla ribalta un patrimonio di tradizioni gastronomiche, in parte inedite e sempre collegate al vino. Qualcosa di nuovo e rivoluzionario che, probabilmente diventerà un libro.

Progetto Page sulla parità di genere nel mondo del vino in collaborazione con UIV Unione Italiana Vini e Università di Siena. è stato inviato , a tutte le Produttrici, un link a un questionario, per favore rispondete, è molto importante. Serve a capire la situazione attuale del lavoro femminile nella filiera enologica sul quale non ci sono dati in nessun Paese del mondo. Chi non lo trova più nella sua posta può chiederlo alla segreteria che lo rimanderà. Presenteremo il progetto a Wine2Wine 2021 e gli esiti a Vinitaly 2022 insieme agli indicatori che, speriamo, permetteranno di premiare le imprese virtuose con punti nelle graduatorie oppure agevolazioni. Attualmente l'Italia è al 63° posto nel mondo nel Global Gender Gap, non c'è ancora parità di retribuzioni e progressioni di carriera, fra uomini e donne. Dipende, anche da noi, farla arrivare.

D-Vino è il progetto più ambizioso e importante mai realizzato. Ha l'obiettivo di introdurre il vino fra le materie di studio delle Scuole Alberghiere (sala) e negli Istituti Turistici. Roberta Lanero, Antonietta Mazzeo e Roberta Urso hanno predisposto un programma in tre anni che prevede una sperimentazione in Piemonte, Emilia Romagna e Sicilia poi una messa a punto della didattica. L'anno successivo è prevista una diffusione in tutte le regioni e l'anno ancora dopo la "sperimentazione massiva" da parte del Ministero. Le nostre tre socie hanno ideato un nuovo metodo che prevede un'alternanza di incontri formativi, testimonianze e visite. Più pratica che teoria, l'invio di dispense e un test di verifica poi la creazione di un blog per la formazione continua. Solo gli studenti maggiorenni assaggeranno il vino, precedentemente le lezioni riguarderanno la storia, i sistemi produttivi, le denominazioni, il servizio, il turismo del vino e ogni altro aspetto serva ai giovani nel loro futuro professionale nella ristorazione e nel turismo.

Tanti parlano della necessità di cambiare la scuola. Le Donne del Vino la stanno veramente cambiando, almeno nel settore in cui sono competenti. Nella nostra speranza c'è una collaborazione stabile fra scuole superiori e Donne del Vino affinché i nostri saperi passino alle nuove generazioni. Per realizzare questo enorme progetto c'è bisogno di moltissime socie produttrici, ristoratrici, enotecarie, sommelier comunicatrici, esperte .... È una grande sfida ma sono certa che, unendo le forze riusciremo a creare un modello formativo che serva al vino, ai giovani e a tutto il Paese.

Ci sono tanti altri progetti in corso che potrete leggere in queste pagine. Vorrei citare una per una tutte le persone che, ogni giorno, lavorano per trasformare idee in concrete realizzazioni, ma siete veramente tante! Voglio però ribadirvi il mio grazie per la meravigliosa esperienza di fare tutte queste cose insieme a voi. Soprattutto grazie alle consigliere, le delegate, lo staff che hanno lavorato sempre con coraggio e determinazione per arrivare a obiettivi sempre più grandi.

Noi Donne del Vino siamo una forza positiva nella società italiana e nel vino. È un privilegio guidarvi e un onore farlo un anno in più! *Donatella Cinelli Colombini*

Movimento Turismo del Vino Veneto
Emanuela Bincoletto nuova presidente

Rinnovo cariche e nuovo Cda, capitanato al femminile: accanto alla neoeletta Emanuela Bincoletto, come vicepresidente ci sarà Cristina Vaona

Con #CantineAperte2021 si "apre" un nuovo capitolo per il Movimento Turismo del Vino Veneto: lo scorso 16 giugno, l'Assemblea dei soci ha eletto il nuovo Consiglio di amministrazione. Grande partecipazione dei soci da tutte le province della regione, che hanno colto questo momento di incontro e confronto come riflessione propositiva e costruttiva per un nuovo Veneto dove l'enoturismo, che questa associazione storica rappresenta, possa trovare il suo giusto appeal e carisma. Il Consiglio di amministrazione ha eletto Emanuela Bincoletto nuova presidente del Movimento Turismo del Vino Veneto, che succede a Giorgio Salvan, guida per molti anni dell'Associazione veneta. Alla vicepresidenza un'altra donna, Cristina Vaona (Azienda Agricola Novaia). "La mia formazione scout - spiega Emanuela Bincoletto - mi spinge verso la guida del Movimento Turismo del Vino Veneto con spirito equilibrato e determinato. Sono ben 11 i nuovi componenti del nuovo Cda - prosegue -, numero che fa ben pensare alla voglia di fare! E allora avanti tutta, prepariamoci a essere propositivi e operativi tenendo presente le esigenze dei soci che ci hanno scelto". Imprenditrice instancabile e piena di idee, Emanuela Bincoletto si muove dal Veneto al Friuli Venezia Giulia: nel tempo ha infatti dato vita a due aziende biologiche. La prima, proseguendo il sogno del padre con Tessère - cantina, agriturismo e fattoria didattica in Noventa di Piave (Ve)-, la seconda, sulle tracce della storia di famiglia del marito, scegliendo di mantenere le viti del secolo scorso, dando vita alla nuovissima azienda friulana Ladairocs in Faedis (Ud). Famiglia, lavoro, un po' di arte e vita associativa caratterizzano la sua vita. In tutto questo, mai ferma e forte di spirito, si spende da sempre nel settore e nel mondo delle associazioni in prima persona. Una delle anime della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti e Donna del Vino, oggi pronta per una nuova sfida, sempre con il sorriso, la calma e la determinazione che la caratterizzano.

Work in progress
I PROGETTI DELLE DONNE DEL VINO

Tra le tante iniziative dell'Associazione eccone alcune in fase di realizzazione

IL VETRO LEGGERO: una scelta ambientale per le Donne del Vino?

Questa e tante altre sono le domande raccolte in un questionario da Paola Rastelli per le Donne del Vino. E nel 2021, per il secondo anno, il tema dell'associazione è "Donne, vino, ambiente".
Le Donne del Vino cercano di sviluppare questo tema con un impegno concreto da parte delle produttrici: imbottigliare il vino usando vetro meno pesante. Sappiamo infatti per ogni chilogrammo di vetro prodotto il fabbisogno energetico equivale a un'emissione di 2,7 chilogrammi di CO_2. Usare bottiglie leggere riduce dunque l'energia necessaria a produrle e quindi riduce l'impatto ambientale. Il messaggio che dobbiamo e vogliamo far arrivare ai consumatori è: conta il contenuto della bottiglia non il contenitore! Noi Donne del Vino ci siamo sempre distinte per un'attitudine alla concretezza e alla ricerca delle soluzioni. Lavoriamo per ridurre l'impatto degli imballaggi sull'ambiente. Una ricerca condotta in Champagne ha dimostrato che gli imballaggi sono la prima voce di inquinamento delle cantine (seguita dai trasporti), quindi cominciamo dalle bottiglie leggere, una scelta ambientale che fa onore a chi la decide. Per questo, come prima azione, la sommelier, degustatore ufficiale AIS Paola Rastelli ha curato un questionario che verrà somministrato a tutte le produttrici dell'Associazione per capire le scelte delle Donne del Vino, se e da quanto utilizzano il vetro leggero, per quali tipologie di vino, cosa ne pensano i mercati e la percezione che ne hanno ristoratori e le enoteche. Un tema che in Italia ancora non viene messo in primo piano.

SHARING CORNER: il nuovo spazio sul sito dell'Associazione di opportunità e lavoro

Cerco lavoro, offro lavoro, scambi e opportunità. Saranno queste le tre sezioni che, a breve, arricchiranno il sito delle Donne del Vino. Una sorta di bacheca virtuale che raccoglierà le inserzioni delle associate. Una vetrina, visibile a tutti, per cercare lavoro oppure offrire lavori anche a breve termine. Se invece una Donna del Vino ha un importatore in Danimarca che cerca un Amarone da vendere, oppure vuole organizzare una cordata per acquistare tappi o vendere la sua imbottigliatrice esiste la sezione "scambi e opportunità".

"LA CULTURA DEL VINO. Il vino a Palazzo Vecchio" in occasione del G20 sull'Agricoltura Esposizione della pittrice Elisabetta Rogai

Nell'ambito della Mostra personale della pittrice Elisabetta Rogai a Palazzo Vecchio, verranno organizzate, in collaborazione con le Donne del Vino, una serie di iniziative. L'evento si terrà in occasione del G20 sull'Agricoltura a Firenze a settembre. Si tratta di una vetrina mondiale, per l'importanza dell'iniziativa, che prevede la promozione del vino con la cultura e l'arte.

RISTORATRICI: LA RESILIENZA DELLE DONNE DEL VINO

È innegabile che la pandemia e le restrizioni conseguenti abbiamo impattato in modo significativo sul fuori casa, dando vita anche a nuove abitudini. Come ha cercato di reagire il settore? Come sta affrontando la ripartenza? Le voci e le esperienze di cinque Donne del Vino

Lo scorso 19 maggio a Roma è stato presentato il "Rapporto Ristorazione 2020" di Fipe-Confcommercio, i dati non sono certo confortanti, in un anno sono stati persi, nel settore alloggio e ristorazione, circa 514 mila posti di lavoro (unità di lavoro), il doppio di quelli creati dal 2013 al 2019. Nonostante ciò sembra sempre più difficile reperire personale per la stagione estiva. Gli italiani sono stati costretti, durante la pandemia, a cambiare le loro abitudini: si è mangiato di più in casa.
È infatti cresciuta di 6 miliardi di euro la spesa alimentare tra le mura domestiche, ma è crollata di 31 miliardi quella in bar e ristoranti. Il 97,5% delle imprese ha registrato nel 2020 un calo di fatturato. Per oltre 6 ristoratori su 10 la riduzione ha superato il 50% del volume d'affari dell'anno precedente. Ma una luce in fondo al tunnel c'è, come spiega Bruna Boroni, Director Industry AFH (Away From Home) TradeLab: "Il mercato dei consumi riprenderà la sua corsa. I driver che sottostanno alla crescita del fuori casa torneranno, a breve, a essere determinanti: struttura demografica, stili di vita, voglia di socialità e forte ripresa del turismo nazionale e internazionale. È stato senza dubbio un periodo difficile durante il quale produttori, intermediari e pubblici esercizi, hanno mostrato resilienza, flessibilità e attenzione alle esigenze dei partner di filiera. La pandemia ha accelerato i processi di digitalizzazione ed efficientamento del settore, e valorizzato le relazioni di filiera, fattori che determineranno un'ulteriore spinta alla crescita del mercato e alla creazione di valore".
In questo clima di speranza abbiamo chiesto alle nostre Donne del Vino ristoratrici come hanno vissuto questo periodo e come sta procedendo la loro ripartenza.
Ci hanno raccontato la loro esperienza dal Piemonte **Marina Ramasso,** Osteria del Paluch (@RistoranteDelPaluch), e **Tiziana Orsi,** Ristorante La Fermata (www.lafermataristorante.it), dal Trentino **Franca Merz,** Locanda due Camini (www.locanda2camini.it), dalla Campania **Lorella Di Porzio,** Ristorante Umberto Pizzeria (www.umberto.it), e dalla Liguria **Cinzia Mattioli** del Ristorante DOC (www.ristorantedoc.it)

Dopo la lunga chiusura dettata dalla pandemia quale è stata la sua strategia per ripartire?

Marina Ramasso. L'Osteria del Paluch si trova tra le colline del Torinese, ha un grande dehor e un grande spazio esterno, questo è stato un importante incentivo per far tornare la clientela affezionata e attrarre quella nuova.

Franca Merz. In tutto questo periodo ho sempre cercato di tenere i contatti con la mia clientela attraverso i social, postando foto e video di ricette, volevo comunicare che, nonostante tutto, La Locanda due Camini era sempre lì pronta ad accogliere la clientela appena fosse stato possibile.

Tiziana Orsi. Inizialmente abbiamo deciso di aprire solo due giorni a settimana, il sabato e la domenica a mezzogiorno, utilizzando lo spazio all'aperto. Impossibile per noi tenere aperto alla sera con il coprifuoco alle 22 e il tempo che non è stato clemente. Dal 1° giugno siamo ripartiti con le cene. Mezzogiorno è ancora molto penalizzato, il Ristorante la Fermata si trova in campagna, molte aziende hanno la loro mensa e poi le persone lavorano ancora da casa. Anche noi in questo periodo abbiamo cercato di mantenere i contatti con la nostra clientela attraverso i social.

Lorella Di Porzio. La nostra strategia per ripartire è stata ed è quella di consolidare la nostra immagine e ribadire le scelte legate al buono, pulito e giusto. Oggi è di fondamentale importanza la selezione delle materie prime e la valorizzazione delle tipicità territoriali, nonché il privilegiare pratiche di sostenibilità ambientale. È stato anche importante rassicurare il cliente sulle procedure di sicurezza e prevenzione adottate. Il mantenimento dei provvedimenti restrittivi del Governo, seppur non sempre giustificati dai dati, ha inevitabilmente influito sull'opinione pubblica, creando talvolta un clima di paura diffuso. Oggi più che mai è importante creare una propria immagine digitale, perché sempre di più la prima scelta del cliente avviene online, attraverso la ricerca di sito, menù e attività sui social del locale. Va detto però che il cliente sceglie online e conferma la sua decisione o si pente della scelta appena entra nel ristorante. Per tale motivo, serve essere online per quel che si è, la coerenza è di fondamentale importanza altrimenti il tutto si vanifica e ti si può ritorcere contro.

Cinzia Mattioli. Quando si gestisce un'attività da molti anni, come nel mio caso esattamente dal 1982, fortunatamente si è avvantaggiati si può far conto su un bacino di clienti che appena informati della riapertura sono pronti a ritornare per riapprezzare la tavola. L'informazione da parte nostra comunque è stata fatta attraverso i social e inviato una comunicazione a tutti i nostri clienti.

Durante la pandemia ha utilizzato servizi delivery?

Marina Ramasso. Li ho utilizzati pochissimo: una delle caratteristiche del nostro ristorante è la location molto suggestiva e l'atmosfera che si crea.

Franca Merz. No, non abbiamo mai utilizzato il delivery.

Tiziana Orsi. Si lo abbiamo utilizzato durante tutto il periodo della pandemia. Ogni settimana cambiavamo il menù e facevamo direttamente noi le consegne, è stato un modo per tenere i contatti con i nostri clienti e fare due chiacchiere con loro.

Lorella Di Porzio. Noi facciamo delivery da sempre e durante la pandemia abbiamo intensificato il servizio, studiando anche iniziative nuove, tipo i menù creati per i giorni di festa o per occasioni particolari. L'esperienza del delivery è stata utile in pandemia, non per guadagnare, ma per consolidare il rapporto con il cliente e dal punto di vista umano è servita a creare un momento di condivisione e speranza attraverso il buon cibo.

Cinzia Mattioli. No non abbiamo mai fatto servizio di delivery per una nostra scelta personale e di filosofia aziendale.

I clienti, dopo la pandemia, hanno nuove esigenze o comportamenti e una minore capacità di spesa?

Marina Ramasso. Non ho notato un particolare cambiamento nei gusti e nelle esigenze del cliente. Forse hanno un maggior desiderio di essere coccolati e anche rispetto al vino sono più attenti ed esigenti e vogliono gratificarsi. E noi siamo felici di seguirli con dedizione e con la passione di sempre.

Franca Merz. Ho notato che, nonostante la possibilità di mangiare anche all'interno, prediligono stare all'aria aperta e sono un po' meno attenti ai prezzi rispetto al passato.

Tiziana Orsi. Hanno il desiderio di ritrovare un pizzico di normalità e chiedono certi piatti che sono i nostri cavalli di battaglia, ma c'è anche un desiderio di sperimentare e affidarsi nelle sapienti mani di Riccardo, il nostro chef. La capacità di spesa sembra invariata ma abbiamo apprezzato l'arrivo di una clientela nuova e giovane.

Lorella Di Porzio. Penso che ciò che è mancato alle person-e in tempo di pandemia non sia stato il cibo, che comunque potevano ordinare o preparare a casa, ma la socialità, i rapporti umani e il momento esperienziale di assaggio e di abbinamento vissuto nel ristorante. Credo che oggi il cliente si aspetti non solo il prodotto buono, ma anche l'accoglienza, il servizio adeguato e lo storytelling da parte del ristoratore. La capacità di accoglienza è un'arte che andrebbe inserita nel Patrimonio dell'Umanità e tramandata e insegnata ai giovani. Per quel che concerne l'aspetto economico, è mia convinzione che oggi le persone vogliano godere dell'esperienza del ristorante e siano disposte a pagare il giusto per questo, ma nei limiti delle proprie disponibilità economiche, perché c'è chi in questi mesi ha perso il lavoro o ha chiuso la propria attività o comunque ristretto le sue possibilità economiche. A mio parere, una tendenza che si è consolidata in questo periodo è quella dell'utilizzo del digitale.

Cinzia Mattioli. Sì, direi che apprezzano maggiormente gli spazi dove esiste il distanziamento e i luoghi all'aria aperta. Oggi si tende a spendere con più attenzione, si apprezza sempre di più il prodotto locale e di stagione, anche per coloro che una volta erano meno attenti. Meno "abbuffate" e maggiore ricerca della qualità.

È stato difficile reperire personale per la stagione estiva?

Marina Ramasso. Sì, è stato molto difficile. Purtroppo alla base c'è tanta sfiducia. Lavorare nella ristorazione richiede, a tutti i livelli, molta passione e determinazione e, soprattutto in questo periodo, gli stipendi non sono molto alti rispetto alle ore di lavoro. La precarietà nel settore non aiuta. Tutto questo rischia di portare a una dispersione di competenze e professionalità. In questo periodo ho conosciuto cuochi o maître di sala che hanno rinunciato a lavorare nella ristorazione per un'occupazione magari più alienante ma più sicura e meglio remunerata.

Franca Merz. Quasi impossibile, perché i giovani preparati professionalmente purtroppo sono molto pochi, mentre gli adulti sono riluttanti a essere messi in regola perché perderebbero i sussidi pubblici di disoccupazione o cittadinanza.

Tiziana Orsi. Per il personale è un vero problema... Speriamo si normalizzi a settembre.

Lorella Di Porzio. Il nostro staff è consolidato e cerchiamo di tenerci strette le persone serie e valide, sostenendole e formandole in base alle nostre esigenze. Abbiamo spesso accolto in passato ragazzi delle scuole alberghiere per tirocini formativi e talvolta alcuni di loro sono entrati a far parte della nostra brigata. Purtroppo in Italia il costo del personale per le imprese è ancora molto alto e sarebbe opportuno da parte delle istituzioni una maggiore elasticità contrattuale, il ripristino dei voucher e la possibilità di sgravi fiscali.

Cinzia Mattioli. Assolutamente sì, in tutti i settori, ma in modo particolare nella somministrazione, mancano soprattutto le professionalità. Mai come oggi bisogna ritornare a lavorare sulla formazione per ristabilire entusiasmo e progettualità nei giovani che devono investire nel loro futuro.

Paola Bosani

La sostenibilità come punto di partenza

di MARTA GALLI

I risultati di una ricerca sui temi della sostenibilità e il caso dell'Associazione Le Donne del Vino

La sostenibilità nel settore vitivinicolo italiano e internazionale ha acquistato negli ultimi anni una crescente importanza e i consumatori sono sempre più propensi a comprare prodotti sostenibili e attenti alle problematiche connesse con la salvaguardia dell'ambiente (Wine Intelligence, GLOBAL SOLA 2021). Il presente articolo riassume i risultati di una ricerca sui temi della sostenibilità e il caso dell'Associazione Le Donne del Vino, che ho svolto personalmente insieme al professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese Roberta Sebastiani e alla prof.ssa Alessia Anzivino presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Lo studio è stato condotto all'interno del Centro di Ricerche di Marketing dell'Università, Centrimark, e successivamente pubblicato sul journal internazionale "Sustainability" (https://www.mdpi.com/2071-1050/13/8/4157), e ha lo scopo di analizzare come l'organizzazione Le Donne del Vino supporti e faciliti lo sviluppo di strategie sostenibili grazie ad una condivisone di valori da parte delle socie. La raccolta dei dati è stata effettuata attraverso 23 interviste alle socie provenienti da tutta Italia, alle quali è stato chiesto cosa significasse per loro la sostenibilità, quale fosse il ruolo dell'Associazione e se fosse importante per loro farne parte, se fossero in possesso di certificazioni e quali fossero le strategie e pratiche sostenibili attuali e future anche legate al tema dell'anno 2020 e 2021 dell'Associazione, dal nome "Donne, Vino e Ambiente".

I risultati

I risultati della ricerca hanno messo in luce come per le socie e l'Associazione stessa siano di fondamentale importanza la condivisione dei valori e dei principi che ne costituiscono patrimonio comune.

Quando si parla di sostenibilità, i valori possono essere differenti per ciascun individuo. Dalla ricerca condotta è emerso come questi siano invece condivisi da tutte le socie dell'organizzazione, le quali non sono solo colleghe, ma anche amiche e l'appartenenza all'Associazione permette loro di scambiare esperienze, conoscenze e opportunità. È risultato evidente come vi sia un approccio comune alla sostenibilità da parte delle aziende, sia a livello regionale che nazionale. Durante le interviste le socie hanno sottolineato come per loro sia fondamentale un'azione congiunta di tutta la comunità per preservare il proprio territorio e la biodiversità.

Negli ultimi due anni l'Associazione si è fatta portavoce della diffusione dei valori sostenibili attraverso alcune iniziative che comunicassero il fatto che, per le Donne del Vino, essere sostenibili è un punto di partenza e la base del proprio operato e non di arrivo o strumento di marketing. Alcune socie, inoltre, hanno sottolineato come il processo di apprendimento sia continuo e costante e vi sia un trade-off tra il mantenimento di attività tradizionali e l'implementazione di nuove pratiche e tecnologie per la salvaguardia dell'ambiente.

Durante le interviste è emerso come il rispetto per la natura, il proprio territorio e la comunità siano una precondizione, ed è anche risultato che l'implementazione di nuove tecnologie e tecniche innovative è alla base di quel processo di apprendimento continuo che si porta avanti. L'Associazione, inoltre, in riferimento alla sostenibilità sociale, organizza webinar, conferenze online e corsi. Le socie mettono a disposizione le loro conoscenze e capacità e diventano queste stesse patrimonio non solo dell'Associazione, ma più in generale del mondo del vino. Queste attività vengono poi comunicate sia attraverso i canali tradizionali, che attraverso i social media dell'Associazione e delle singole cantine. La ricerca ha evidenziato quindi come le Donne del Vino giochino un ruolo fondamentale sia nella gestione del patrimonio di conoscenza, sia nella divulgazione dei valori fondanti di rispetto per la natura, le persone e la comunità.

L'Associazione, durante l'anno 2020 e con prosecuzione nel 2021, ha lanciato innumerevoli iniziative e conseguenti campagne social per comunicare l'attenzione all'ambiente e alla salvaguardia dell'ecosistema. Il tema "Donne, vino e ambiente" è servito a dimostrare e comunicare come i valori di rispetto della propria terra, e di tutta la comunità che interagisce con le aziende siano parte fondante e imprescindibile da generazioni. Dalla ricerca è infine emerso come nel settore vitivinicolo questi valori siano una priorità in un'ottica di preservazione del patrimonio culturale e naturale di ciascun territorio per le future generazioni. Parere unanime è risultato che la natura sia un regalo e il suo rispetto la base per la produzione di vini di alta qualità.

Marta Galli

Marta Galli è socia della regione Veneto e produttrice dell'az. Agricola Le Ragose in Valpolicella, dove si occupa di marketing e vendite. Ha conseguito la laurea magistrale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in Management per l'impresa con una tesi dal titolo "Omnichannel Strategies In The Italian Wine Business". Collabora presso il Centro di Ricerche di Marketing (Centrimark) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano ed è al secondo anno del P.h.D in Management and Innovation sempre presso l'Università Cattolica di Milano dove è anche Cultore della Materia di Marketing, Trade Marketing e Marketing del Turismo. L'ambito di ricerca è la digitalizzazione e sostenibilità nel settore vinicolo italiano e internazionale.

LE ARCHITETTE DEL VINO

Non solo produttrici, enotecarie, sommelier... tra le professioniste del vino, fondamentali anche le architette. Ecco quattro Donne del Vino tra architettura, design, progettazione e... la passione per Bacco

Federica Cecchi

Christine Endrici

Flora Mondello

Fosca Tortorelli

Federica Cecchi

Pratica l'architettura sostenibile con "Urban-Gap", un laboratorio di architettura e design sinceramente eco-sostenibile che mette al centro della progettualità il verde naturale per ricucire il "gap" tra natura e costruito. La cantina ideale? "Un'architettura inserita nel contesto ambientale con il minimo impatto, per preservare la bellezza del paesaggio agricolo, un patrimonio da valorizzare e custodire". Dal 1999 si dedica al design e alla comunicazione di aziende del settore food & beverage. Le etichette sono racconti che rappresentano la storia, la passione, il cuore dell'azienda: il perfetto strumento per rappresentare e divulgare l'essenza del vino e l'identità del brand. "Amo le strade sterrate, i colori dei vigneti che cambiano con le stagioni, ma soprattutto amo il vino e raccontare le storie dei suoi personaggi, dei luoghi storici e affascinanti dove si creano alchimie rosso rubino e giallo oro...L'autenticità è il pilastro su cui si basa ogni mio progetto".

Christine Endrici

Lo sguardo verso la bellezza in cantina. Christine Kemmler nasce a Reutlingen da una famiglia di imprenditori ed è oggi titolare insieme al marito Paolo Endrici della storica cantina Endrizzi in Trentino. Appassionata cultrice della "bellezza" compie gli studi di architettura alla Kunstakademie di Stoccarda, un complesso corso di studi tra architettura, interni e belle arti. Terminata l'università, Christine collabora a vari progetti in Germania e in Italia per poi approdare a Milano dove collabora con il celebre architetto Matteo Thun: "fu un momento cardine della mia vita, da lui imparai come ogni particolare di una costruzione, di una casa come di una cantina, devono esprimere la bellezza e la funzionalità in ogni dettaglio, dall'ingresso alle piastrelle del magazzino". Dopo il matrimonio con Paolo, con questa forma mentis Christine approccia il restauro della vecchia cantina. "Il Masetto Endrizzi aveva una bellezza grezza, quella di una romantica e polverosa struttura di fine '800, un blocco di pietra pregiata da scolpire. Nel 2003 abbiamo scavato sotto il vigneto antistante realizzando una funzionale zona fermentazione, con presse e botti di acciaio, valorizzati da passerelle sospese e suggestione delle luci. Nel 2005 abbiamo inaugurato il restauro della Bottaia, dove organizziamo matrimoni ed eventi, tra vecchie botti asburgiche e spazi funzionali. Nel 2020 sono terminati i lavori di un nuovo capannone per lo stoccaggio delle bottiglie e l'imbottigliamento ed entro il 2021 termineremo un mio 'progetto del cuore', la veranda sul vigneto dove proporre ai nostri ospiti una proposta tapas gourmet pensata per valorizzare i vini Endrizzi".

Flora Mondello

Architetto e imprenditrice. "L'architettura è la messa in pietra di un momento di cultura": questo aforisma di Norman Foster ispira tutta la sua vita. È architetto per scelta, imprenditore per vocazione naturale. Cresciuta con l'esempio virtuoso di sua madre, architetto anche lei, quando in Sicilia era una rarità. Ha iniziato subito a svolgere la libera professione e a dedicarsi all'azienda vinicola: sua è la visual identity di Gaglio Vignaioli, e suo è il progetto della sede aziendale: ha riproposto in chiave moderna le forme di un antico baglio siciliano con ampi portici in cui svolgere le lavorazioni vendemmiali, con all'interno più moderne attrezzature enologiche; un corpo a parte per le attività di ristorazione e uffici, e al centro un'elipista per i loro clienti top. Gli edifici sono viola, il colore del vino e di Gaglio Vignaioli: riconoscibilissimi! Flora Mondello è un architetto curioso e affamato di sviluppo, che sfrutta ogni input del territorio per trasformare, innovare e crescere!

Fosca Tortorelli

Fosca Tortorelli è dottore di ricerca in Architettura, svolge la professione di giornalista pubblicista ed è master sommelier Alma-Ais. Collabora con diverse testate e ha un contratto di insegnamento presso l'I.S.D. di Napoli in Allestimento degli spazi espositivi. È ideatrice insieme a Raffaele Perrotta del podcast "Sapori di Viaggio". Nell'ambito dell'Associazione nazionale Donne del Vino ricopre il ruolo di vice delegata della Campania. Appassionata di architettura ed enogastronomia, ha unito le sue passioni trovando punti di contatto tra questi ambiti apparentemente diversi. Ha affrontato la tesi di dottorato in Industrial design, Ambiente e Storia: "Reinterpretare le cellae vinariae. Ambiente, Processo, Produzione". È autrice del libro: "Vitigni del Sud tra storia e architettura", Natan Edizioni. Ha collaborato con Miralles Tagliabue Embt, ed è stata correlatrice della tesi "Sofia - il calice della sapienza" e relatrice al convegno "Le Cattedrali del Vino l'incontro tra due culture: Architettura come simbolo della produzione vinicola" alla 13° Biennale di Architettura. Da sempre attenta alla sostenibilità ambientale e alle tematiche legate all'enoturismo, ha partecipato come docente al seminario "La vegetazione per la sostenibilità ambientale. Strategie, progetti e tecniche per un uso ecocompatibile della risorsa verde" e al workshop di progettazione "Orti spontanei e realtà agricole urbane. L'agricoltura nel Parco Agricolo Sud Milano: cambiamenti in corso". Le sue competenze vanno dal design alla progettazione ambientale.

WE LOVE ITALY AND WINE

di GIOVANNA MOLDENHAUER

We love Italy and Wine è lo spazio dedicato alle nostre socie straniere che hanno scelto l'Italia per vivere e avere una loro attività nel settore del vino. Ognuna di esse, di volta in volta, racconta e racconterà la regione in cui opera, come è diventata produttrice e quali sono le varietà predilette. Abbiamo incontrato virtualmente due socie che hanno scelto il Piemonte: Sabine Ehrmann, titolare di Tenuta La Tenaglia a Serralunga di Crea (Al), e Riikka Sukula, titolare di Sukula a Serralunga d'Alba (Cn).

Sabine Ehrmann dalla Germania

"Sono nata in Baviera – esordisce Sabine - ma vivo in Italia da oltre 30 anni. Ho vissuto prima a Ischia con i miei figli e mio marito, originario di Napoli, e forse anche per questo i miei genitori avevano coltivato il desiderio di venire a vivere in Italia, ma soprattutto volevano realizzare un loro sogno per la vecchiaia: produrre vino in questo splendido Paese. Quando è mancata mia mamma, nel 2004, mio papà decise che potevo essere io a portare avanti questo sogno e così è iniziata la mia avventura da vignaiola che in brevissimo tempo si è trasformata in una grande passione, anche se non sapevo nulla di questo mondo sino ad allora. Il Monferrato, di cui mi sono subito innamorata, ha contribuito a farmi sentire a casa. Uno dei cambiamenti più significativi per me è stato scegliere di avere un enologo Monferrino Doc, Roberto Imarisio, perché volevo che qui nascessero vini autentici, espressione di un territorio". E proseguendo: "In azienda ho portato il mio amore per l'arte, mio padre era un collezionista e mio marito un artista: la Tenaglia è divenuta in breve tempo un luogo di espressione di bellezza e di cultura, dove negli anni si sono succedute moltissime mostre, concerti ed eventi culturali, anche internazionali. Sempre di più, inoltre, ho impresso quella che è la mia visione di agricoltura, fatta di attenzione all'ambiente e all'eco-sostenibilità, sia dal punto di vista delle pratiche agronomiche che dal punto di vista dell'utilizzo d'energia rinnovabile". Alla nostra domanda su cosa rappresenta per lei il Grignolino, Sabine ha risposto "È il vino per me più importante, quello che mi sta più a cuore, perché è un vitigno profondamente autoctono che rappresenta perfettamente il Monferrato e che di questo territorio racconta le molte sfaccettature. Inoltre le nostre vigne custodiscono un clone antico di 50 anni e si snodano in un anfiteatro posto in una delle colline più alte della zona e credo che questo renda il nostro Grignolino unico, sia al naso che al palato". Il Monferace è l'espressione dello stesso vitigno ma affinato per almeno 40 mesi, di cui 24 in botte di legno. Undici produttori tra Casale Monferrato, Alessandria e Asti oltre ad avere creato un'Associazione nel 2016 con 11 soci fondatori, tra cui Sabine, hanno realizzato un rigido disciplinare di produzione, svolgendo anche attività di promozione e comunicazione. A tal proposito Sabine riprende: "Il Monferace è l'espressione massima di questo vitigno che ha saputo sorprendere persino noi, dopo i suoi 4 anni di affinamento, e che a mio parere rispecchia ancora di più questa autenticità perché ha saputo unire i produttori, ognuno con le sue specificità, ognuno con la sua personalità, ma tutti con la stessa convinzione e obiettivo. Faccio parte dei soci fondatori della nostra Associazione. Ci ho creduto fin da subito perché insieme possono nascere grandi cose, riusciamo a esprimere meglio chi siamo, quali storie raccontano queste colline e quali grandi frutti possono dare. Insieme è una bella parola".

Riikka Sukula dalla Finlandia

credit Luca Privitera

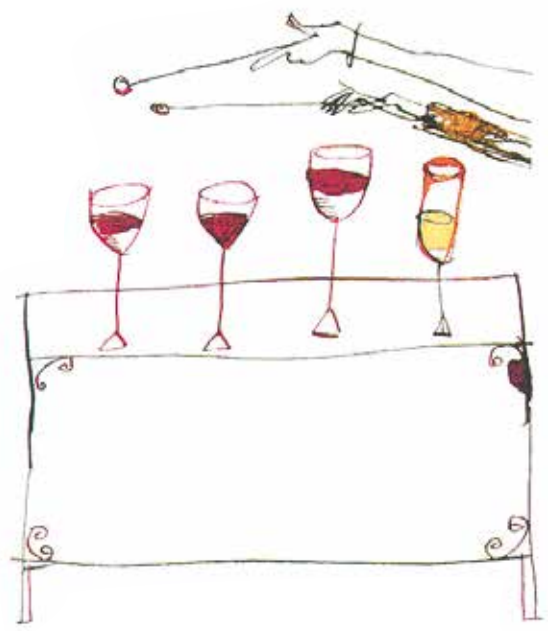
"La conoscenza dei vini italiani – inizia a raccontare Riikka - è cominciata per me grazie alla ristorazione, dato che mio marito Jyrki è uno chef, con più di 35 anni di esperienza. La mia e nostra maggiore cultura è stata implementata da molti viaggi in Italia in cui abbiamo conosciuto tanti produttori in ogni regione, da cui poi abbiamo creato inizialmente un'azienda d'importazione di vini italiani in Finlandia. Motivati dalla voglia di capire sempre di più, abbiamo iniziato a camminare con i vignaioli amici in vigna, ascoltato le loro affermazioni che il 90% della qualità di un vino nasce in vigna e non in cantina. Allora per noi era impossibile capire del tutto questo concetto. Dopo molte giornate nei vigneti, in cui la nostra curiosità è via a via aumentata, e dopo avere trovato nel 2015 un terreno con una piccola cascina quasi in rovina sulla collina di Meriame a Serralunga d'Alba, ne abbiamo deciso l'acquisto". Contestualmente a una completa ristrutturazione della casa, Riikka ha iniziato a studiare le tecniche di vinificazione con l'agronomo Gianpiero Romana, esperto di questi territori, che l'ha indirizzata verso una corretta produzione e reimpianto dei vigneti. Così Riikka nel 2006 ha prodotto la prima annata di un Langhe Rosso Meriame, avviando al tempo stesso un lento progetto di paziente reimpostazione. Il reimpianto è stato portato a termine in modo metodico, scegliendo sempre solo una parte della tenuta alla volta, completando entro il 2014 tutti i necessari trapianti di portinnesti. "Siamo una boutique winery – riprende Riikka - ovvero un'azienda vinicola a conduzione familiare, situata in uno scenografico contesto. Con meno di 5 ettari di terreno, ogni uva e ogni bottiglia riceve un'attenzione diretta. Siamo decisamente orgogliosi dei nostri due vini di punta, il Meriame Barolo e la Barbera d'Alba. Ma non solo, dal 2017 sono anche direttrice dall'Antica Casa Vinicola Scarpa, a Nizza Monferrato, dove ho potuto realizzare dei progetti di nuovo business di ospitalità e ristrutturazione della cantina". E aggiunge: "Sono una persona molto curiosa e mi piace fare sempre nuove esperienze. Mi sono trasferita in Canada a 18 anni, dopo gli esami di maturità in Finlandia, dove ho conseguito la mia prima laurea in Hospitality and Business Management. In seguito sono ritornata a lavorare nel mio paese nella ristorazione, creando poi con mio marito il new business d'importazione di vini italiani, frequentando anche un Master a completamento dei miei studi. Qui in Italia, negli ultimi 15 anni, ho imparato la viticoltura, e ho frequentato all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo nel 2015 un altro Master del Cultura dei Vini Italiani. A distanza di 15 anni dalla creazione della Sukula posso dire che ci sono stati momenti molto belli e speciali. Soprattutto, quanto è stato bello, all'inizio, lavorare con vecchissimi cloni, avendo poi l'occasione di reimpiantare i vigneti e seguirne la crescita da subito".

SI RINNOVA L'APPUNTAMENTO CON LE DONNE DEL VINO CAMPER FRIENDLY

Soste di una notte nelle aziende delle Donne del Vino, degustazioni e assaggi e il passaporto del winelover

La vacanza con sosta in camper su vista vigna: è la proposta di turismo eco-sostenibile pensata dalle Donne del Vino nell'anno dedicato a Donne, Vino, Ambiente. Dopo il successo dello scorso anno si rinnova il sodalizio tra Le Donne del Vino e Touring Club Italiano che mira ad avvicinare la grande enologia a chi, tradizionalmente, intende il viaggio come una scoperta emozionante che lo porta a diretto contatto con la natura, i territori e le persone. Quest'anno, più che mai, i viaggiatori in caravan e camper si confermano una possibile utenza. I dati forniti dal Rapporto Sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021, curato da Roberta Garibaldi, sono confortanti e mostrano una crescente attenzione al tema enogastronomico e anche un nuovo profilo del turista più consapevole, attivo, esigente, attento ai temi della sicurezza, della sostenibilità, del benessere fisico e dei viaggi in libertà. Le produttrici quindi aprono le porte delle loro cantine ai turisti in caravan e camper per offrire loro la sosta di una notte tra i vigneti. La novità di quest'anno è il "passaporto del winelover" che verrà consegnato all'accoglienza alla prima sosta e fatto timbrare ad ogni azienda visitata. Il winelower che avrà visitato almeno 6 cantine delle Donne del Vino potrà mandare il passaporto alla segreteria dell'Associazione e riceverà un premio.
Per info: donne@ledonnedelvino.com

LE RICETTE DEL VINO



Liguria

› SABRINA BOTTI - SOMMELIER
ABBINA IGT LIGURIA LEVANTE BIANCO ZONA DEI COLLI DI LUNI – UVAGGIO A MUSCOLI RIPIENI ALLA SPEZZINA
In questo vino l'austerità tipica del Vermentino e i profumi di erbe aromatiche si fondono con sentori di frutta matura, ananas e fiori gialli conferiti da uve di Malvasia, Trebbiano e altri. Complesso e armonico accompagna il piatto creando nuovi equilibri gustativi spiccatamente mediterranei.

IL PRIMO RICETTARIO CHE PARTE DAL VINO PER ARRIVARE AL CIBO

"Le ricette del vino" sono una raccolta di vini e tradizioni culinarie che fanno conoscere, anzi fanno entrare in quel patrimonio di saperi e sapori che caratterizza le tante "patrie locali" di cui è ricca l'Italia. Sul sito dell'Associazione (**www.ledonnedelvino.com**) ogni settimana potrete trovare nuovi abbinamenti e le ricette complete dei piatti tipici di ogni regione raccontati dalle Donne del Vino

Veneto

› CRISTINA GARETTO - AZIENDA AGRICOLA CECCHETTO GIORGIO
ABBINA "GELSAIA" PIAVE MALANOTTE DOCG CECCHETTO GIORGIO A RADICI E FASIOI (RADICCHI E FAGIOLI)
Raboso del Piave 100%. Il Raboso del Piave, vino rosso per eccellenza della Marca Trevigiana che da sempre accompagna i piatti tipici della tradizione quale "radici e fasioi" (radicchi e fagioli). In passato i radicchi erano conditi con il lardo, in tempi moderni con un soffritto di pancetta e poco olio, motivo per cui è ottimo l'abbinamento con un buon bicchiere di vino rosso, preferibilmente il Raboso del Piave. vegetali e minerali insieme, è un connubio che sa ben integrarsi con i cereali e le verdure saporite.

Trentino Alto Adige

› ELISABETTA DONATI - AZIENDA AGRICOLA DONATI MARCO
ABBINA TEROLDEGO DI ROTALIANO DOC "MARCO DONATI" AL RISOTTO AL TEROLDEGO
Consigliamo l'abbinamento del Risotto al Teroldego con il vino Teroldego, poiché il risotto viene sfumato proprio con lo stesso vino e quindi si ha un abbinamento perfetto tra vino e piatto. Il vino Teroldego Rotaliano Doc "Marco Donati" è un'interpretazione del Teroldego molto fresca e fruttata, con un tannino morbido e piacevole beva, per questo di abbina bene anche a un primo piatto.

Friuli-Venezia Giulia

› GIULIA BIANCHINI - FORCHIR VITICOLTORI IN FRIULI
ABBINA RIBOLLA GIALLA BRUT NATURE FORCHIR AI CESTINI DI FRICO CROCCANTE DI MONTASIO, POLENTA E SAN DANIELE
Prima di tutto è un abbinamento regionale: uno dei piatti friulani per antonomasia, il frico e il vitigno autoctono la Ribolla. Questo brut naturale dal perlage finissimo tiene a bada l'untuosità del piatto. È anche abbastanza morbido da assorbire la salinità del formaggio e del salume. Un sorso perfettamente armonico col piatto.

› ANNA BRISOTTO - AZIENDA SAN SIMONE DI BRISOTTO
ABBINA FRIULANO CASE SUGAN FRIULI DOC GRAVE SAN SIMONE AL RISOTTO CON IL GRISOL (ERBA SPONTANEA)
Primo piatto delicato che si abbina bene al Friulano Friuli Doc Grave (vitigno autoctono della regione Friuli Venezia Giulia), capace di esaltare i profumi e i sapori del grisol con la sua delicata aromaticità e con la sua pienezza morbida ma non invasiva, impreziosita da una nota acidula ma equilibrata che sfuma in un lieve retrogusto di mandorla amara.

Emilia Romagna

› GIORGIA MATTIOLI - CANTINA TERRAQUILIA IL METODO ANCESTRALE
ABBINA SPUMANTE TERREBIANCHE EXTRA BRUT 2017 A IL BORLENGO DI GUIGLIA
Grechetto Gentile (Pignoletto) 80%, Trebbiano 20%. Il Borlengo è un piatto semplice ma dai sapori decisi: lardo, pancetta e parmigiano reggiano, seppur in quantità limitate, necessitano di acidità rinfrescante ma anche di struttura importante e di una bollicina ben presente per resettare il palato a ogni sorso. La permanenza sui lieviti di 36 mesi conferisce complessità e profondità capaci di controbilanciare l'aromaticità del condimento dovuta principalmente ad aglio e rosmarino.

Lazio

› FLORIANA RISUGLIA - STUDIO LEGALE RISUGLIA
ABBINA MALVASIA PUNTINATA DEL LAZIO AI SALTIMBOCCA DI PESCATRICE ALLA ROMANA
Storico vitigno laziale; il nome si deve alla presenza di piccoli puntini sull'acino. Leggermente aromatico con note di frutta, di discreta sapidità. Per le sue caratteristiche ben si sposa con questo piatto a metà fra mare e terra.

Campania

› DANIELA MASTROBERARDINO - TERREDORA DI PAOLO
ABBINA EX CINERE RESURGO FIANO DI AVELLINO DOCG 2018 TERREDORA DI PAOLO ALLA MINESTRA MARITATA
100% Fiano. Tra gli abbinamenti classici per la minestra maritata certamente rossi giovani, come le versioni di Aglianico vinificate in acciaio, eppure la Campania è famosa per i bianchi strutturati, adatti all'invecchiamento, per questo l'abbinamento consigliato è con un Fiano di Avellino di qualche anno. Non, dunque, un Fiano di Avellino giovane perfetto per gli aperitivi, i frutti di mare, i crostacei, ma un vino dai profumi che evolvono verso finocchietto, tiglio, ginestra, pera, nocciola, mandorla, acacia e miele. Al palato è pieno, equilibrato, di morbidezza elegante e lungo persistente finale.

› ESTER GROSSO - CANTINA DEL VESUVIO
ABBINA LACRYMA CHRISTI DEL VESUVIO DOC ROSSO SUPERIORE AI RAVIOLI ALLA CAPRESE
100% Piedirosso. Il Piedirosso è un vitigno autoctono della Campania (Pere E' Palummo), dotato di buona acidità, elevata freschezza, sapidità e tannini delicati. In questo vino di potere alcolico del 13.5% i tannini sono poco percettibili e il gusto piacevolmente fruttato si abbina alla perfezione con la sapidità della caciotta e l'acidità del pomodoro di questo piatto delicato ma complesso ne sapori del suo territorio.

Calabria

› VINCENZA ALESSIO LIBRANDI - LIBRANDI
ABBINA SEGNO CIRÒ ROSSO CLASSICO DOC 2019 LIBRANDI AI TUBETTI ALLA MIETITURA
Gaglioppo 100%. Gaglioppo in purezza dal colore rosso rubino e dal bouquet olfattivo dominato da frutta rossa e spezie mediterranee. Piacevole e intenso, a tutto pasto, il tannino fine ben si sposa con i sapori forti di questo piatto, armonizzandone la componente piccante ed esaltando la dolcezza della cipolla di Tropea.

Sardegna

BEATRICE RAGAZZO, NICOLETTA PALA - AUDARYA
ABBINANO NURAGUS DI CAGLIARI DOC AUDARYA A SPAGHETTI ARSELLE E BOTTARGA
100% Nuragus. Il Nuragus è un importante vitigno sardo a bacca bianca, coltivato nella zona del Cagliaritano, spesso vinificato in acciaio per esaltarne le caratteristiche del varietale. Classico abbinamento con gli spaghetti alle arselle in quanto la struttura media del sorso non copre il piatto ma lo accompagna con eleganza.

IN PILLOLE

NON TUTTI SANNO CHE...

Paola Trifirò Siniramed

PRESENTA IL SUO "DIZIONARIO IRRESISTIBILE"

Non aspettatevi il classico libro di ricette, "Il dizionario irresistibile di storie in cucina" è molto di più. È un dizionario storico di cibi comuni, pensati e lavorati nei secoli, in ogni piatto un aneddoto, un racconto, una storia, la sapienza antica, l'origine di tante usanze in cucina e come sono arrivati nelle nostre tavole. Scritto da Paola Trifirò Siniramed, Donna del Vino, avvocato e giornalista pubblicista, questo libro racconta 2000 anni di storie e aneddoti culinari, conditi con humour e appetitose ricette. Aneddoti e ritratti, cenni storici e ingredienti, ricette e inaspettati retroscena si mescolano in questo delizioso gift book dedicato all'universo gastronomico. Al suo esordio letterario, Paola Trifirò Siniramed nella sua casa milanese ospita una bibliotheca culinaria che supera i 4.500 volumi e abbraccia tutto il mondo della cucina e degli alimenti, incluse diverse opere del passato, incunaboli e cinquecentine. Ha collaborato a lungo con Capital, Class e A Tavola, nonché per oltre vent'anni con l'indimenticabile Luigi Veronelli per la sua rivista l'Etichetta, anticipatrice dell'attuale visione della cucina. Appassionata collezionista, la sua sorprendente raccolta di saliere e pepiere in forme inusuali è stata ospitata in mostra alla Triennale di Milano, in occasione dell'Expo 2015.

SummerWine 2021 green edition

UN PICNIC NELLA VERDE VALLE D'ITRIA CON I VINI DELLE DONNE DEL VINO

Nella slpendida cornice dell' Ottolire Resort a Locorotondo, Bari il prossimo 9 agosto si svolgerà l'attesissimo appuntamento SummerWine, l'evento annuale estivo della delegazione pugliese delle Donne del Vino che da sei anni coinvolge imprenditrici del vino, sommelier, operatrici di settore, giornaliste enogastronomiche per la promozione non solo dei vini di Puglia ma delle esclusive sinergie tra diverse realtà territoriali, scegliendo sempre luoghi di forte attrazione turistica.
La settima edizione quest'anno riprende la formula della "Green Edition", in linea con il tema scelto per il 2021 dall'Associazione Nazionale: "Donne Vino, Ambiente". Dopo il grande successo dello scorso anno, si ricrea quindi una speciale occasione conviviale immersi nella natura, nel pieno rispetto del distanziamento e delle norme anticovid. Un pic-nic declinato al mondo dell'alta ristorazione e del vino, in collaborazione con Walking-Wine e la sua singolare enoteca ambulante. Eleganti postazioni distanziate tra loro, per un massimo di 60 persone, sui verdi prati e nel bosco mediterraneo di Ottolire Resort a Locorotondo. Un menu elaborato ad hoc dal resident chef Vincenzo Digiuseppe; in degustazione i vini delle produttrici pugliesi: bollicine, bianchi, rosati e rossi, presentati dalle socie sommelier.
Info e prevendite - mail info@ottolireresort.it - tel. 080.4434370
9 AGOSTO 2021, ORE 19.30 - LOCATION: OTTOLIRE RESORT, LOCOROTONDO (BA)

› A PAGINA 8

Dwine

Dalle cantine al femminile
le proposte di punta
delle nostre socie

OTTAVIANO PROSECCO SUPERIORE DOCG SUI LIEVITI BRUT NATURE METODO ANCESTRALE

CONTE COLLALTO / www.cantine-collalto.it

ISABELLA COLLALTO DE CROY

Il colore giallo, paglierino, luminoso appare caratterizzato da vivaci bollicine, fini e incessanti, che danno vita a una spuma persistente e invitante. I tipici profumi floreali e fruttati della varietà, qui elegantemente definiti e intensi, sono affiancati da accattivanti sentori fragranti di pasticceria secca, ancor più evidenti rimettendo in sospensione i lieviti di rifermentazione. Note di erbe aromatiche, e "minerali" ne completano l'invitante complessità olfattiva. Al palato è rinfrescante e avvolgente, di carattere. Le bollicine, sottili e piacevolmente stuzzicanti, lo rendono brioso. Il finale, sapido, gustoso e ricco di note fruttate e fragranti di pasticceria, regala un prolungato piacere gustativo. Si abbina a tutti i piatti di pesce, anche ai crostacei, risotti con verdure e funghi, antipasti con formaggi e salumi. Si consiglia il servizio alla temperatura di 8-10 °C opportunamente scaraffato per dare omogeneità al prodotto. È dal 2007 che la Principessa Collalto de Croy segue personalmente i vigneti e la cantina ricevuti in eredità dal padre con lo stile che ha caratterizzato questo lungo racconto di famiglia. Spiccano l'attenzione per le innovazioni sostenibili e la ricerca qualitativa applicata alle caratteristiche del prodotto e del territorio. Dei 164 ettari dei vigneti coltivati, ben 94 sono dedicati alla produzione di Prosecco Superiore Collalto; l'Azienda costituisce una delle più rappresentative realtà vitivinicole private dell'area del Prosecco Superiore, con una qualificata produzione annua di bottiglie.

VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO SETTECENTO

PODERE CASANOVA / www.poderecasanovavini.com

SUSANNA PONZIN

Colore rosso rubino intenso. Al naso le caratteristiche dei vitigni si armonizzano a dare un grande impatto olfattivo, in cui ribes, frutti rossi maturi, prugna, amarena si legano a nette note di cacao, tabacco, spezie e caffè. Impatto equilibrato dall'affinamento in legno con predominanza di profumi terziari. Al palato un'apprezzabile acidità e struttura importante. Il tannino è morbido, buona la persistenza che regala ricordi fruttati e quindi un assaggio affascinante sia a livello tattile che gustativo. Dalla passione per il ritorno alla natura e il desiderio di cercare le origini e il rapporto con la terra, ci siamo trovati nella splendida terra toscana dove lo studio, l'impegno e il lavoro ci hanno portato a far rivivere un vigneto di lunga tradizione contadina. Sono 16 ettari di filari che si stendono tra il bosco e dolci pendii a valle di Montepulciano e che godono della vicinanza dei laghi di Montepulciano, Chiusi e Trasimeno, rendendo particolare e unico l'ambiente pedoclimatico del Podere Casanova. Per scelta di vita e professionale, da sempre siamo impegnati nella salvaguardia del paesaggio e contro ogni spreco di risorse. Per questo, fin da giovani, ci siamo avventurati con slancio in imprese orientate alla sostenibilità. La decisione di ridare nuova vita al Podere Casanova nasce da questa visione e dalla convinzione che rappresenti le peculiarità delle nostre migliori risorse: la seduzione della bellezza, il piacere del gusto, i paesaggi dell'armonia.

➤ SEGUE DA PAGINA 7

IN PILLOLE

NON TUTTI SANNO CHE...

Silvia Nonino

APERITIVO DELL'ANNO 2021 INTERNATIONAL ALL'ISW SPIRIT AWARD

È una storia tutta al femminile quella dell'Aperitivo Nonino BotanicalDrink che quest'anno si è aggiudicato il premio "Aperitivo dell'Anno 2021" international al Meininger's International Spirits Award, primo ad aver ricevuto questo riconoscimento internazionale, dal più importante gruppo editoriale tedesco del wine&food su 120 aperitivi e distillati partecipanti alla selezione. La ricetta nasce nel 1940 e a idearla è Silvia Nonino, prima donna Mastro Distillatrice in Italia che, rimasta vedova, ha portato avanti la distilleria e l'arte liquoristica della famiglia. Si chiamava "Aperitivo bianco" e i gli ingredienti rappresentavano la sua terra, il Friuli: genuina, autentica con botaniche del luogo, il nome stesso evoca la purezza e la qualità degli ingredienti. Nel 2018, dopo oltre 3 anni di studi delle botaniche, Cristina, Antonella, Elisabetta e Francesca hanno rivisitato la ricetta di nonna Silvia, impreziosendola con ÙE® Acquavite d'Uva Monovitigno® Fragolino Vigna Nonino. Nasce così L'Aperitivo Nonino BotanicalDrink. L'etichetta è un omaggio a Silvia Nonino e rappresenta tre donne con in mano un bicchiere, tre come le sorelle Nonino, ma anche come le generazioni di donne Distillatrici Nonino che hanno seguito Silvia.

Cristiana Cirielli

"CINEMA DIVINO" CON LE DONNE DEL VINO DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

Un fortunato sodalizio quello delle Donne del Vino del Friuli Venezia Giulia con Cinemazero che insieme hanno dato vita a "Cinema Divino" l'attesissimo appuntamento giunto quest'anno alla sua settima edizione che vede, per la prima volta, anche la collaborazione dell'Associazione Ville Venete. Fino al 5 agosto nelle splendide cornici delle cantine delle Donne del Vino e di ville suggestive, si potrà, previa prenotazione e nella massima sicurezza, degustare ottimi vini, cenare e godersi un buon film. Il ricco cartellone pensato da Marco Fortunato, responsabile Cinemazero di Pordenone, e dalla vulcanica Cristiana Cirielli, consigliera dell'associazione Donne del Vino, offre un panorama di pellicole che spaziano dalle commedie del cinema francese a quello spagnolo passando per l'Italia. Unico denominatore comune la leggerezza.

Per maggiori informazioni
fvgcinemadivino@gmail.com

Le Donne del Vino d'Abruzzo e Lady Chef Pescara

PARTNERSHIP PER LA RIPARTENZA

Al Castello di Semivicoli, si è svolto, lunedì 28 giugno, tra la Delegazione Abruzzo delle Donne del Vino e Lady Chef Pescara l'incontro "Ripartiamo Insieme". Obiettivo: creare un sodalizio per la ripresa del comparto enogastronomico e turistico, impostando azioni sinergiche che rafforzino vicendevolmente tutti i comparti. Le associazioni promotrici dell'incontro intendono impostare in stretta collaborazione iniziative rivolte al pubblico e mirate a impreziosire il patrimonio enoico e gastronomico locale. L'evento, ospitato dalla produttrice Marina Cvetic Masciarelli, ha consentito lo scambio di opinioni e un focus sull'andamento dei settori di riferimento. A moderare l'incontro, Jenny Viant Gómez, delegata Abruzzo Le Donne del Vino, e Giovanna de Vincentis, coordinatrice Sodalizio Lady Chef Pescara. Donatella Cinelli Colombini, presidente de Le Donne del Vino, non ha fatto mancare i saluti e l'approvazione dell'iniziativa attraverso un video. Anche la coordinatrice regionale del Sodalizio Lady Chef, Enza Liberati, presente all'evento, ha portato i saluti con l'augurio di una proficua collaborazione. "Un terzo delle donne del comparto vinicolo è alla guida di aziende, tuttavia la visibilità in ambiti decisionali, come i Consorzi, è davvero risicata", spiega Viant Gòmez e aggiunge: "Fare massa critica non è più un optional per le donne". "Anche nell'ambiente della ristorazione spesso il ruolo della figura femminile è sottostimato - evidenzia Giovanna De Vincentis - molte delle nostre associate dirigono cucine di ristoranti affermati e segnalati da influenti guide gastronomiche ma di rado sono loro ad essere menzionate; il nostro proposito è di valorizzare e far conoscere l'alta professionalità e la competenza nel lavoro delle donne, promuovendo politiche di genere, in collaborazione con le istituzioni territoriali e nazionali, nell'ottica di creare una rete d'intenti capace di divulgare la cultura enogastronomica del nostro territorio e dare ulteriore credibilità al lavoro ed alla figura stessa delle donne".

PROGETTOROSA
IL TERZO COLORE DEL VINO

NUOVA PUNTATA DELL'OSSERVATORIO WINE WEB CON Gr@pes

ROSA, ROSATO, ROSÉ, ROSE

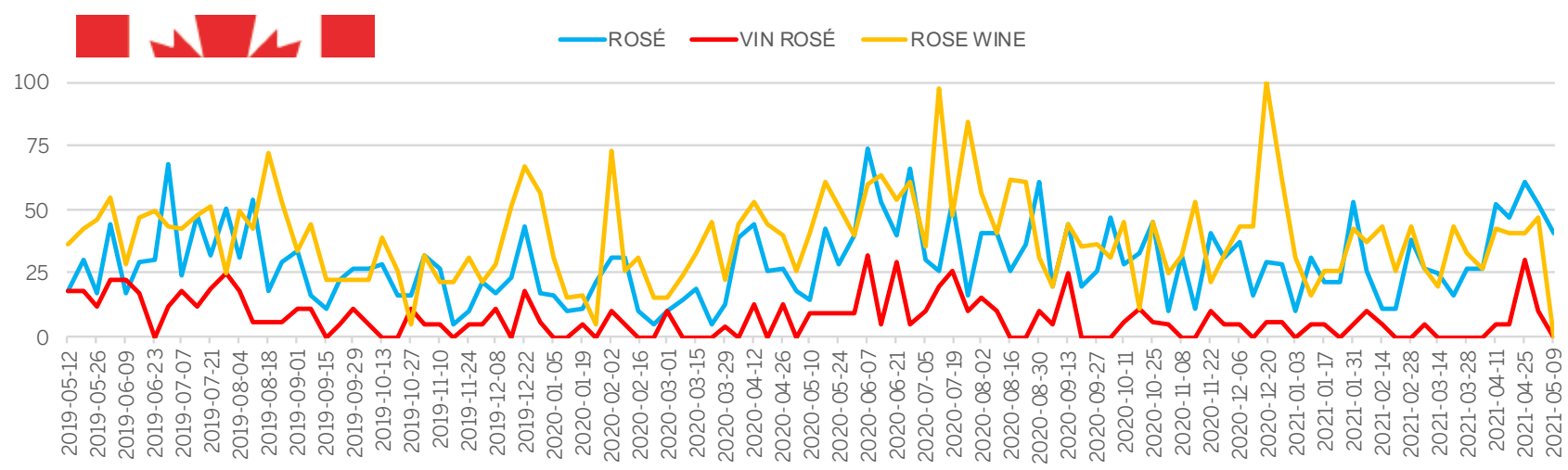
Focus sul comportamento nel web dei consumatori di sette grandi mercati del vino: Canada, Francia, Germania, Italia, Svizzera, Uk e Usa. Variazioni stagionali e di declinazione linguistica. Italia batte Francia in Uk, che riprende lo scettro, però, negli Usa

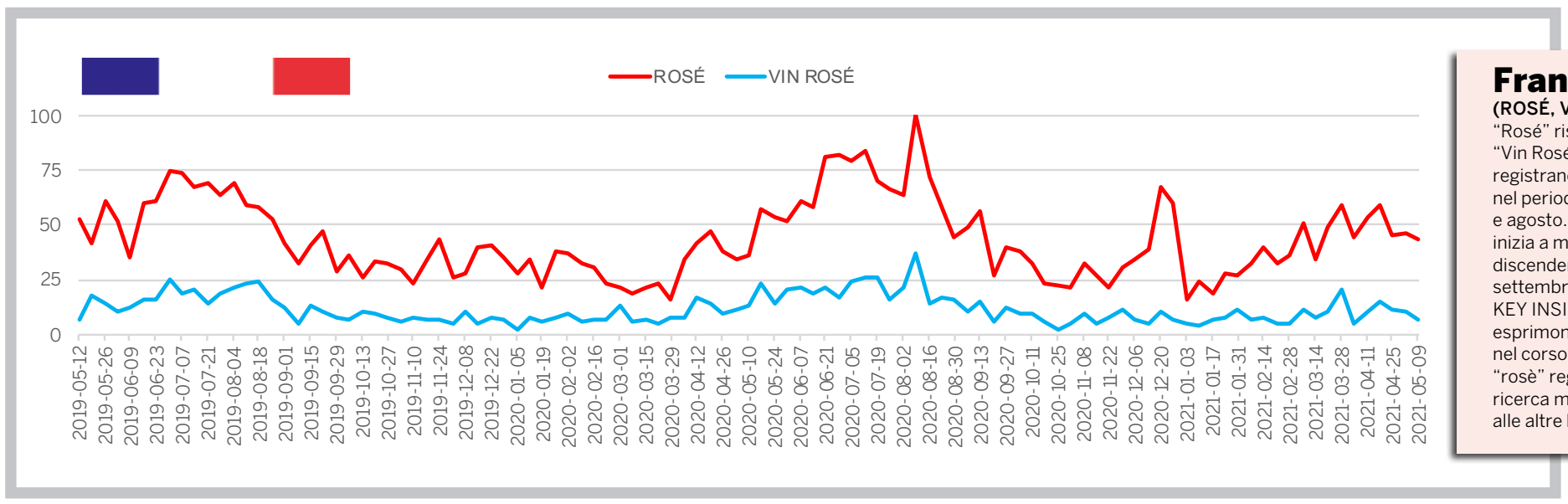
Agli enonauti piace sempre di più

di **OMAR BISON**

Il rosa nelle diverse interpretazioni enologiche e declinazioni linguistiche è una parola sempre più cercata nei motori di ricerca. Da anni sulla rampa di lancio, il rosa appare in procinto di decollare anche sul web. Con **Letizia Sebregondi** e il suo team di Grapes abbiamo attivato l'Osservatorio di analisi del comportamento dell'enoconsumatore digitale per coglierne le tendenze, gli orientamenti (e i riorientamenti), i gusti riguardo al rosé: conoscere e analizzare le keywords più digitate sui motori di ricerca (in termini di volume e competizione) per capire i trend del mercato e renderli, per le aziende, strumento di pianificazione delle campagne di marketing e comunicazione. "La richiesta e l'interesse per il rosé sta crescendo, ma è ancora una fetta di mercato piccola – introduce Sebregondi -. Questo si traduce in una scarsità di dati a disposizione e per alcune keyword non vi è un volume sufficiente di ricerche tant'è che siamo stati costretti a scartare alcune query. In linea di massima, i trend di ricerca nei Paesi analizzati sono caratterizzati da un pattern ricorrente in cui i picchi massimi sono raggiunti nel periodo primaverile/estivo e in quello invernale. Da un lato, questo andamento riflette il fatto che il rosé è consumato soprattutto nei periodi più caldi, essendo spesso identificato come un vino da momenti all'aria aperta. Il terzo trimestre invece è il periodo più importante per gli acquisti online di vino. Pur essendo una referenza molto stagionale, anche il rosé beneficia di questa tendenza, il che spiega i picchi di ricerca registrati tra novembre e dicembre". I risultati evidenziano uno spaccato piuttosto eterogeneo dove però emergono delle costanti come la stagionalità nelle ricerche e quindi nella domanda di vini rosa. Per quanto riguarda i termini, nei Paesi di lingua anglosassone è prevalente l'uso della parola "rose". Anche in Canada preferiscono la variante inglese ma in Italia invece prevale quella francese "rosè" dopo "rosato". Infine, una particolarità da segnalare: in Uk la parola "italian rose wine" è più cercata di "french rose wine", mentre in Germania "rosè" segue di poco "rose wein" e in Svizzera prevale "rosè".
Di seguito un breve commento di sintesi delle ricerche effettuate nei vari Paesi (tra parentesi le keyword analizzate) e la lettura analitica (key insight) dei risultati e i grafici.

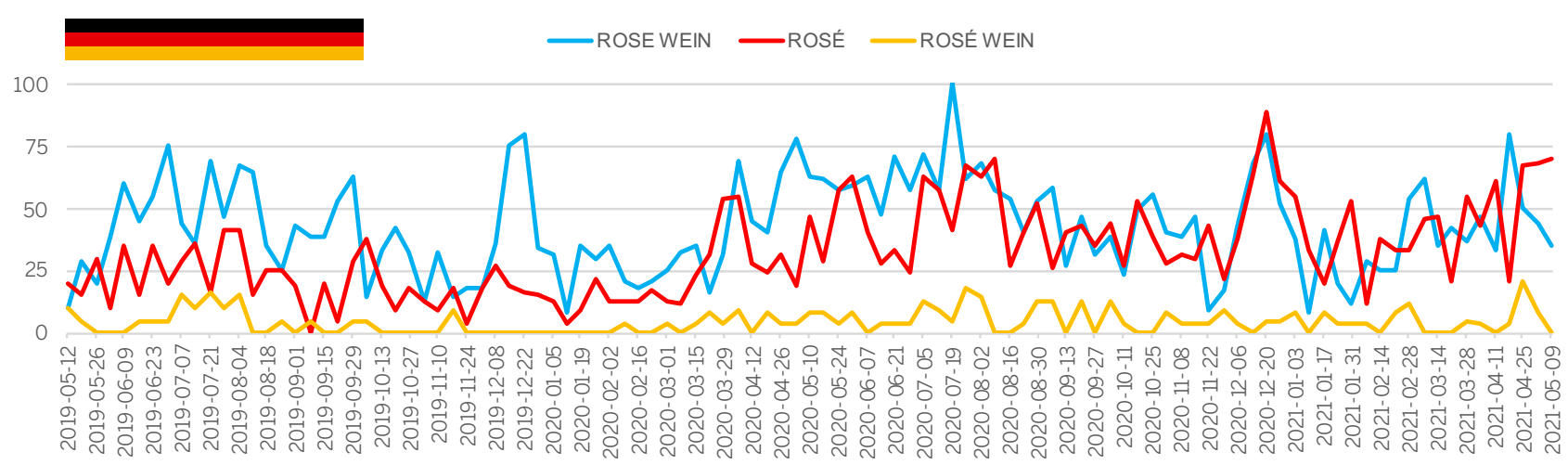
Canada
(ROSÈ, VIN ROSÈ, ROSE WINE)
Le parole più ricercate sono (in ordine decrescente) "Rose Wine", "Vin Rosé", "Rosé". Pur con volumi di ricerca simili, la variante inglese è preferita a quella francese. Picchi di ricerca nel periodo giugno - agosto e a dicembre.
KEY INSIGHT: L'andamento dei termini è simile nel tempo, con una frequenza di ricerca maggiore nel periodo estivo. "Rose Wine", però, registra picchi anche in dicembre.





Francia
(ROSÉ, VIN ROSÉ)
"Rosé" risulta preferita a "Vin Rosé". Per entrambe si registrano picchi ricorrenti nel periodo estivo tra giugno e agosto. Il trend ascendente inizia a maggio, mentre quello discendente prende avvio a settembre.
KEY INSIGHT: Le query esprimono un andamento simile nel corso del tempo. Tuttavia, "rosè" registra una frequenza di ricerca molto maggiore rispetto alle altre keyword.

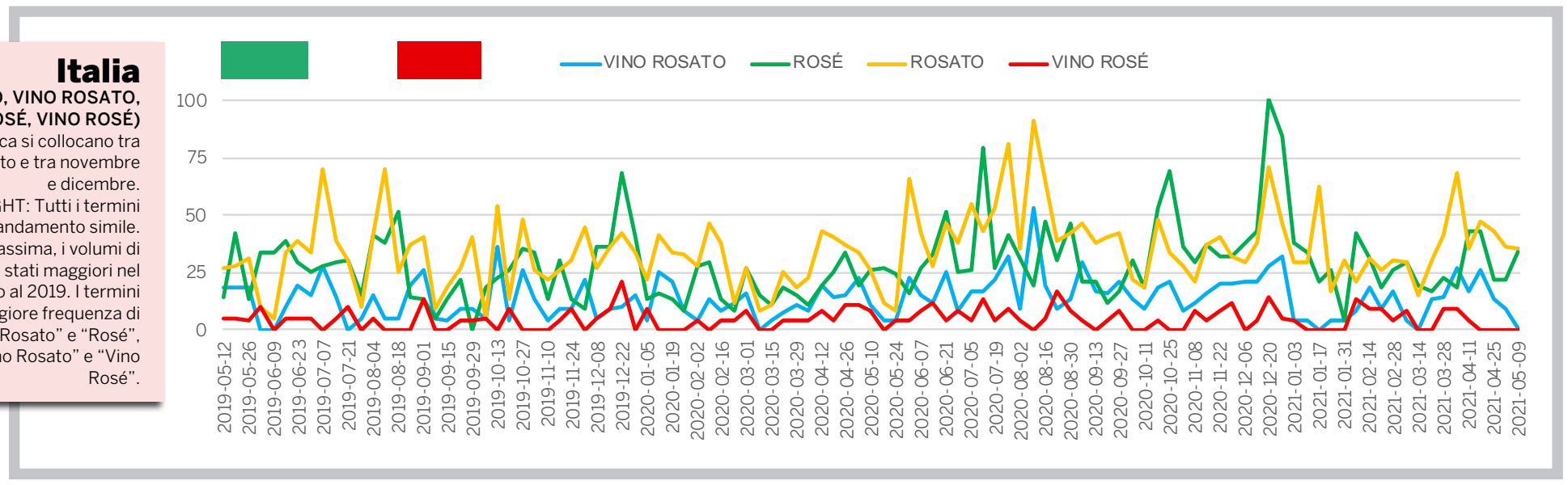
Germania
(ROSÉ WEIN, ROSE WEIN, ROSÉ)
La query "rose wein" è quella con la maggiore frequenza di ricerca, subito seguita da "rosé", che esprime un trend ascendente. Le ricerche si concentrano soprattutto in estate (talvolta con anticipazioni nel periodo primaverile) e a dicembre.
KEY INSIGHT: La query "rosé wein" è la meno ricercata, probabilmente per la commistione tra parole francesi e tedesche che la rende meno intuitiva.

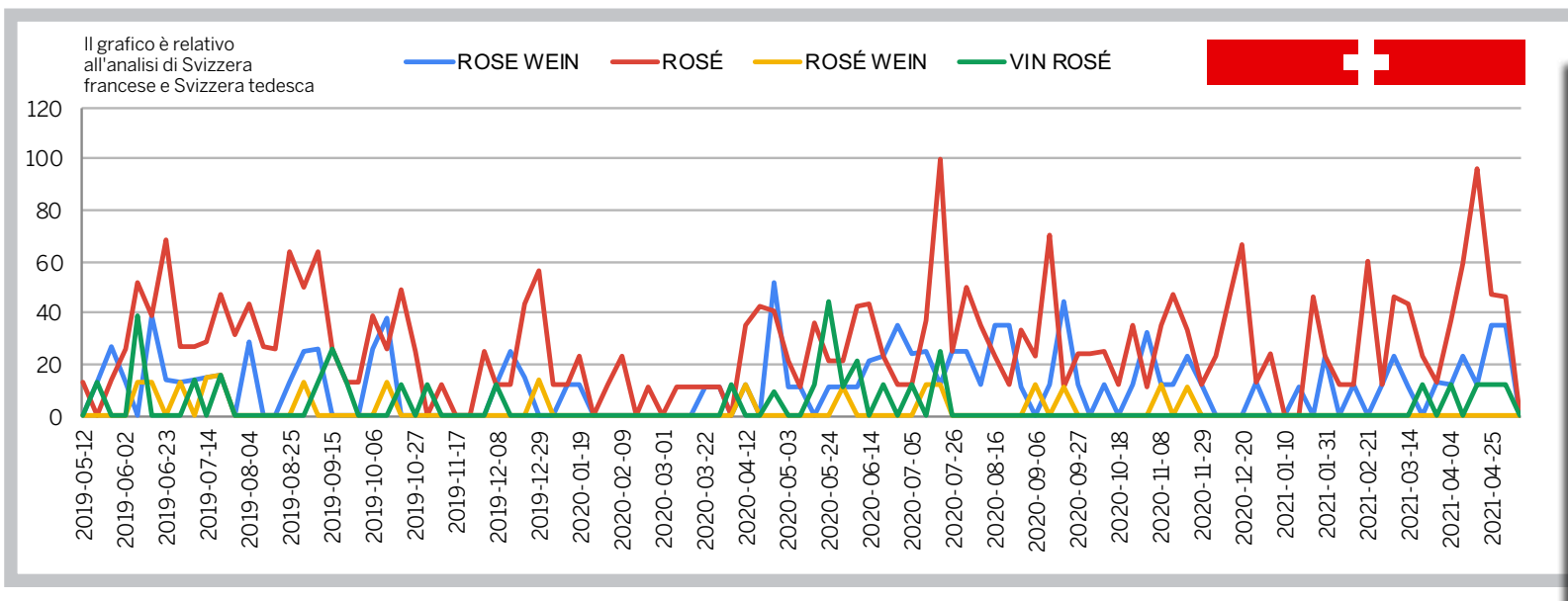


Italia

(ROSATO, VINO ROSATO, ROSÉ, VINO ROSÉ)

I picchi di ricerca si collocano tra giugno e agosto e tra novembre e dicembre.
KEY INSIGHT: Tutti i termini mostrano un andamento simile. In linea di massima, i volumi di ricerca sono stati maggiori nel 2020 rispetto al 2019. I termini con maggiore frequenza di ricerca sono "Rosato" e "Rosé", seguiti da "Vino Rosato" e "Vino Rosé".





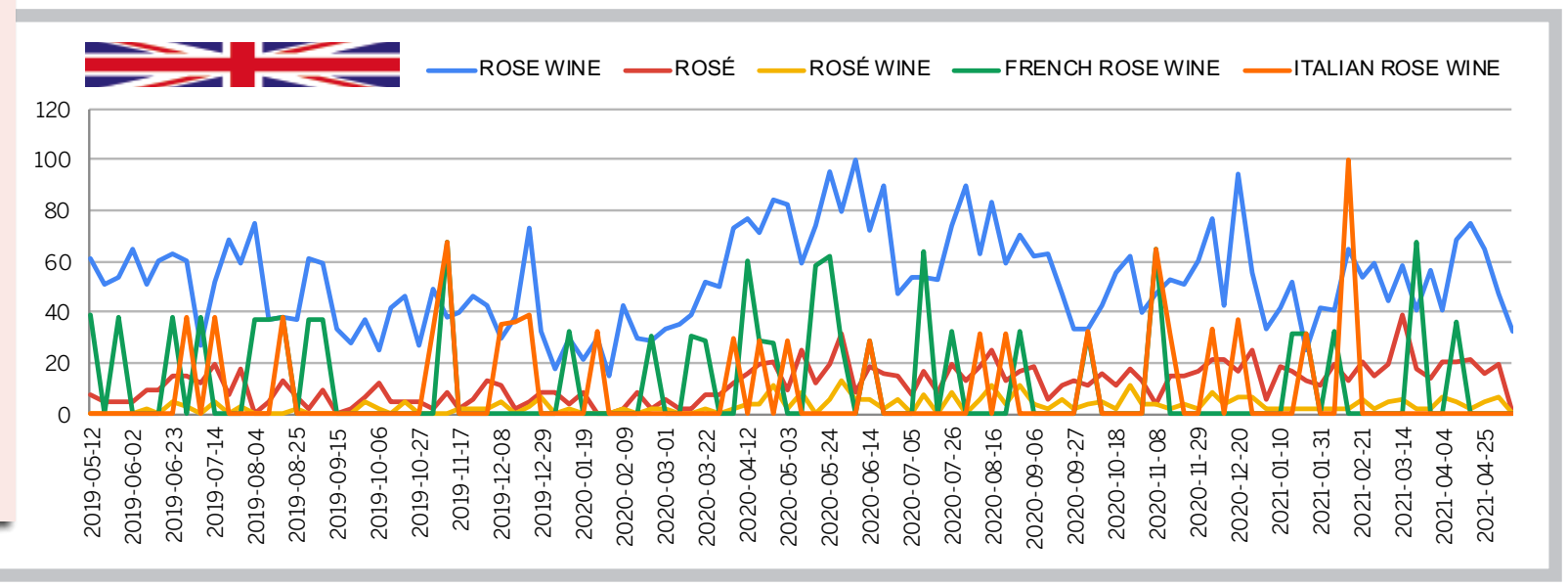
Svizzera

Svizzera: In tutte le aree della Svizzera, la query con la frequenza di ricerca più significativa è sempre "Rosé". L'andamento del trend rivela che il maggiore interesse è concentrato nel periodo primaverile - estivo. Picchi anche a dicembre.
a) Tedesca (Rosé, Rosé Wein, Rose): Il maggior numero di ricerche si concentra nel periodo primaverile/estivo e a dicembre. L'unica query con frequenza di ricerca significativa è "Rosé"; le altre query sono meno ricercate.
b) Italiana (Vino Rosato, Rosato, Rosé): La query con la frequenza di ricerca più significativa è "Rosé", mentre "Vino Rosato" e "Rosato" registrano volumi molto bassi.
c) Francese (Rosé, Vin Rosé): Le query considerate registrano i maggiori volumi di ricerca nel periodo estivo e intorno a dicembre. La query "Rosé" esprime però una frequenza di ricerca significativamente maggiore di "Vin Rosé".

UK

(ROSE WINE, ROSÉ, ROSÉ WINE, FRENCH ROSE WINE, ITALIAN ROSE WINE)

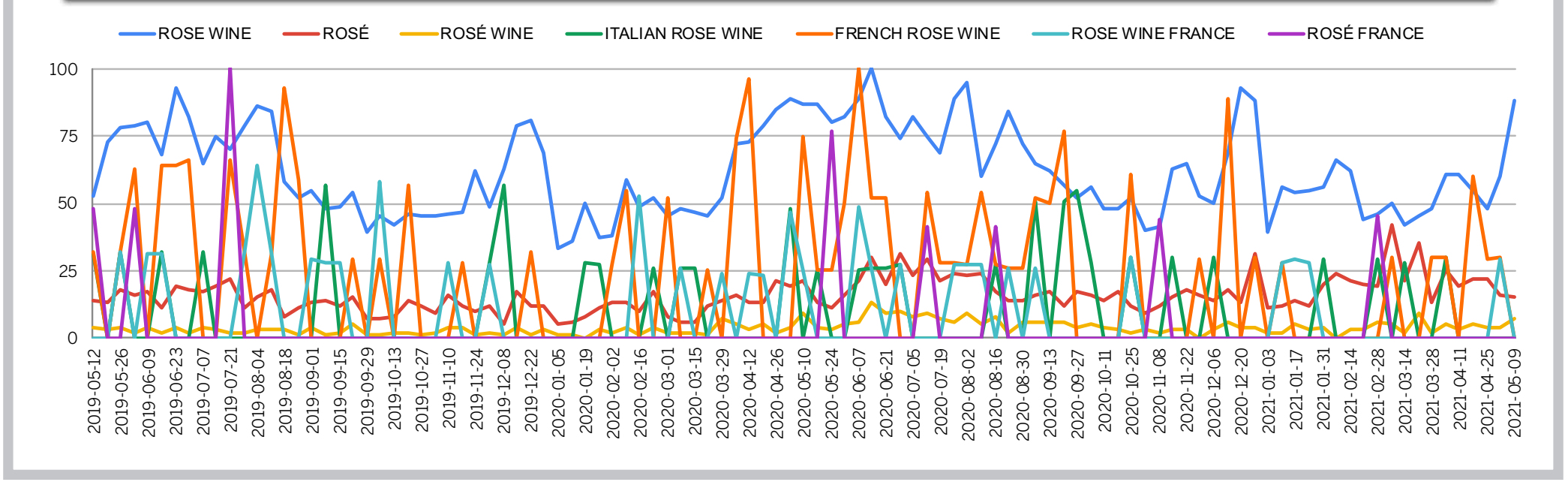
Le parole più ricercate sono (in ordine decrescente) "Rose Wine", "Rosé", "Rosé Wine". La variante inglese è nettamente preferita a quella francese. "Italian Rose Wine"e è più ricercato che "French Rose Wine". Nel 2020, "Italian Rose Wine" ha registrato picchi tra novembre e dicembre. Ad aprile 2021 è stato riscontrato il picco di ricerca più alto del periodo considerato.
KEY INSIGHT: Tutti i termini mostrano un andamento simile. I picchi maggiori si registrano in primavera e a dicembre. In linea generale, per tutti questi termini la frequenza di ricerca è stata maggiore nel 2020 che nel 2019. "Rose Wine" è in assoluto il termine più ricercato, seguito da "Rosé" e "Rosé Wine". "Rose Wine Italy" e "Rose Wine France" hanno volumi di ricerca molto minori rispetto a "Rose Wine".



USA

(ROSE WINE, ROSÉ, ROSÉ WINE, FRENCH ROSE WINE, ROSE WINE FRANCE, ITALIAN ROSE WINE E ROSÉ FRANCE)

Analogamente al caso Uk, in Usa le parole più ricercate sono (in ordine decrescente) "Rose Wine", "Rosé", "Rosé Wine". "Rose Wine" manifesta una frequenza di ricerca significativa durante tutto l'anno. In generale l'interesse per queste query cresce tra maggio e luglio. Un'altra fase di picco si colloca tra novembre e dicembre, ma con volumi meno significativi.
KEY INSIGHT: L'andamento delle query è tendenzialmente simile, ma la ricerca "Rose Wine" stacca le altre in modo significativo. Si evidenzia che le query relative ai rosé francesi sono maggiori rispetto a quelli per i rosé italiani, il che potrebbe evidenziare una maggiore inclinazione dell'utenza statunitense verso i primi. Fa eccezione la query "Rosé France", che esprime la frequenza di ricerca più bassa. La ragione è probabilmente da imputare alla preferenza per formulazioni tutte inglesi.



Be first.

Faster decision-making creates the difference.

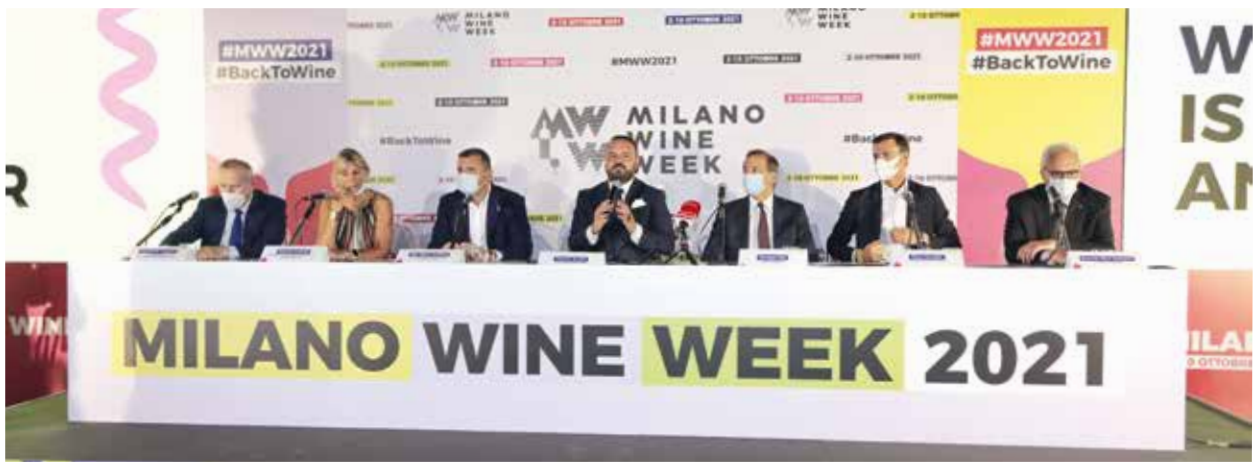
IRi
Growth delivered.

Big data, technology and analytics solutions
for growth and long-term increased value to clients.

Learn more at **IRIworldwide.com**

APPUNTAMENTO DAL 2 AL 10 OTTOBRE

Milano Wine Week, parola d'ordine: INNOVAZIONE



Un momento della presentazione della Milano Wine Week 2021. Da sinistra: Lino Enrico Stoppani, presidente Fipe, Roberta Guaineri, assessora a Turismo, sport e qualità della vita del Comune di Milano, Gian Marco Centinaio, sottosegretario alle Politiche agricole, alimentari e forestali, Federico Gordini, presidente Milano Wine Week, Giuseppe Sala, sindaco di Milano, Ettore Prandini, presidente Coldiretti, Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc. Alla conferenza stampa hanno portato il loro contributo anche Massimiliano Giansanti, presidente Confagricoltura, e Fabio Rolfi, assessore all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi di Regione Lombardia

> *"L'intenzione è di costruire un'esperienza di fruizione che valorizzi la partecipazione fisica con l'appoggio degli strumenti digitali, creando un grande network che permetta di integrare le centinaia di esperienze ed eventi in calendario con il vissuto autentico della città e delle sue eccellenze. Tutto ciò per favorire una sinergia forte tra produttori, aziende, opinion leader, pubblico e territorio per la ripartenza"*
>
> **FEDERICO GORDINI** - *presidente di Milano Wine Week*

Un respiro sempre più internazionale, un grande momento di rilancio anche del settore dell'ospitalità e della ristorazione, un palinsesto di esperienze che mette il vino a contatto con arte, moda, design. E un approccio nuovo che pone la tecnologia come elemento per enfatizzare le esperienze fisiche. Nella quarta edizione della Milano Wine Week – in programma nel capoluogo lombardo dal 2 al 10 ottobre prossimi e presentata di recente in una conferenza stampa a Palazzo Reale – c'è tutto questo e anche di più. La grande novità, in particolare, è proprio la scommessa sulla tecnologia che trasforma la kermesse in un evento esperienziale, con il vino al centro del sistema delle eccellenze del made in Italy. Grazie infatti a una nuova App, i visitatori potranno creare un itinerario su misura dei propri interessi, pianificato nei dettagli e capace di interagire con i luoghi e gli eventi della moda, del design, dell'arte e della ristorazione. Ma non solo, permetterà di usufruire dei tanti servizi della città o partecipare ai Wine Tours, che durante la MWW, connetteranno Milano ai territori vinicoli a breve e media distanza. Tra le innovazioni della App Milano Wine Week c'è il dialogo con l'Ecosistema Digitale E015, iniziativa promossa da Regione Lombardia per favorire la creazione di relazioni digitali tra soggetti diversi, pubblici e privati, e l'utilizzo dei Beacon, nuova frontiera del marketing di prossimità, che saranno dislocati in tutta la città. Questo permetterà al visitatore di ricevere suggerimenti nel più breve raggio del luogo in cui si trova, grazie alla geo localizzazione. Analogamente è stata studiata anche una App specifica per gli operatori che parteciperanno al Wine Business City, in programma al MegaWatt il 3 e 4 ottobre, l'innovativo evento business della MWW al suo debutto quest'anno, dedicato ai principali interlocutori della filiera vitivinicola.

Quartier generale della MWW sarà ancora Palazzo Bovara, in Corso Venezia, ma il palinsesto sarà distribuito in ogni angolo di Milano, con momenti dedicati agli operatori di settore, eventi di formazione e networking, attività per il pubblico nei palazzi storici, nelle piazze e nei locali. Una vera e propria ripartenza, non solo per il vino o gli eventi, ma per tutto il mondo dell'ospitalità e della ristorazione. In calendario nove giorni con centinaia di appuntamenti ed incontri – gestiti nel pieno rispetto delle norme a tutela della sicurezza dei partecipanti – a testimoniare che il canale digitale e la tecnologia non vogliono sostituire gli eventi fisici. Per i winelover, gli appassionati, gli opinion leader e gli operatori del mondo dell'ospitalità la Milano Wine Week consolida la sua caratteristica impostazione di evento diffuso sul territorio grazie anche alle eccellenze di alcuni dei principali Consorzi vinicoli italiani abbinate ai Wine District. Spazio anche al mondo del food: nella Cucina di Milano Wine Week sono previste occasioni di formazione per il pubblico come i Wine Pairing, dedicati alla cultura dell'abbinamento cibo-vino, che vedono protagonisti alcuni dei più importanti chef italiani ed occasioni di promozione congiunta tra vino e cibo inseriti nel programma internazionale, con l'obiettivo di comunicare congiuntamente due elementi fondamentali del lifestyle italiano agli operatori di sette tra i più importanti mercati mondiali. Ancora la tecnologia consentirà infatti di incrementare la dimensione internazionale della manifestazione: il mondo degli operatori del trade e della ristorazione, della stampa qualificata e degli importatori potrà infatti vivere la manifestazione "a distanza" da 11 città (Montreal, Toronto, New York, Chicago, Miami, Londra, Mosca, Shanghai, Shenzen, Tokyo, Hong Kong) di 7 Paesi chiave per l'export vinicolo.

Appuntamento poi con gli approfondimenti e i confronti, attraverso i quattro Forum della manifestazione: Wine Business Forum, Shaping Wine (organizzato in collaborazione con SDA Bocconi), Wine Geek, il nuovo simposio sulla Wine Science, e il Wine Generation Forum.

INFO: WWW.MILANOWINEWEEK.COM

notizie in breve

Consorzio Soave, Sandro Gini riconfermato alla presidenza

Sandro Gini, enologo, classe 1958 e titolare dell'azienda agricola "Gini Sandro e Claudio" è stato riconfermato presidente del Consorzio Tutela Vino Soave per il mandato 2021/2023. È stato infatti eletto all'unanimità dal nuovo consiglio composto da Cristian Ridolfi, Claudio Tamellini, Emanuele Vicentini, Fernando Viviani, Giovanni Verzini, Gaetano Tobin, Giovanni Nordera, Laura Rizzotto, Massimino Stizzoli, Massimo Meneghello Canoso, Matteo Inama, Paolo Fiorini, Roberto Soriolo, Wolfgang Raifer. Ad affiancare il presidente sono stati eletti in qualità di vice Massimino Stizzoli e Matteo Inama mentre il collegio sindacale sarà guidato da Mauro Pernigotto con il supporto di Paolo Domenico Chignola e Alberto Bellieni. Il lavoro della nuova presidenza si incentrerà su un processo di forte rinnovamento della denominazione a partire dalle Unità Geografiche e dalle vigne. Altro punto cardine la preservazione del paesaggio del Soave riconosciuto dalla Fao. "Auspico tra i soci unione e condivisione degli obiettivi comuni – dice **Sandro Gini** – che devono essere quelli di aumentare il valore dell'imbottigliato della denominazione, una maggiore attenzione all'ambiente e alle pratiche sostenibili, e soprattutto dialogo con le istituzioni".

Consorzio Prosecco Doc, quarto mandato per Stefano Zanette

Rinnovo delle cariche per il Consorzio Prosecco Doc all'insegna della continuità. Alla guida è stato infatti rieletto **Stefano Zanette**, così come sono stati riconfermati tutti i membri del Comitato di Presidenza. I due vice presidenti, Giorgio Serena e Giangiacomo Gallarati Scotti, e i consiglieri Alessandro Botter, Valerio Cescon, Mattia Mattiuzzo, Giancarlo Moretti Polegato. Governo dell'offerta, piani di miglioramento della qualità, certificazione di "Denominazione sostenibile": queste le parole d'ordine del nuovo programma illustrato da Zanette. "Il mio obiettivo – ha detto in sintesi il presidente - è sviluppare valori e volumi sostenibili al territorio per dare durabilità alla nostra Denominazione". Altro punto importante "sarà sviluppare azioni di info/formazione rivolte sia alla filiera che al mondo della somministrazione e del commercio, fino al consumatore finale, per valorizzare il nostro prodotto incrementando sempre di più il senso di appartenenza alla denominazione". Infine "la sostenibilità che intendo perseguire caratterizzerà il corso del mio nuovo mandato e l'obiettivo ora condiviso da tutti e più chiaro che mai, è il riconoscimento della Denominazione Sostenibile. In tutti i sensi".

Siglata intesa tra Equalitas e Assobenefit: promozione, formazione e informazione

Equalitas ha firmato un protocollo d'intesa con Assobenefit, associazione nazionale per le società benefit. L'accordo è finalizzato a promuovere lo sviluppo in Italia di società benefit e sostenibili nel comparto vitivinicolo. La collaborazione prevede iniziative congiunte di formazione e sensibilizzazione destinate a quelle imprese che vogliano assumere un orientamento coerente con il modello di business benefit, adottando allo stesso tempo lo standard di sostenibilità messo a punto da Equalitas. Equalitas e Assobenefit cooperano da tempo su queste attività ma hanno comunque deciso di rafforzarle con un impegno formale, per sottolineare l'importanza di un percorso che sembra destinato a incidere sempre più sulla fisionomia delle imprese del settore. "La partnership con Equalitas rafforza la diffusione delle società benefit nel settore vitivinicolo che per noi rappresenta un comparto fondamentale e decisivo per la sostenibilità del modello di sviluppo economico", ha dichiarato il presidente di Assobenefit, **Mauro Del Barba**. "Assobenefit ed Equalitas – ha aggiunto il presidente di Equalitas, **Riccardo Ricci Curbastro** - condividono l'obiettivo di diffondere un concetto di sostenibilità sui tre pilastri: profitto e impatto positivo sociale e ambientale sono temi imprescindibili tra loro nella visione congiunta".

Doc Delle Venezie, presentato ufficialmente il nuovo logo

Si è chiuso con il restyling del logo della Do triveneta e la sua presentazione ufficiale in sede di Assemblea dei Soci la prima fase del grande lavoro di posizionamento, strategia e rafforzamento della brand awareness promosso dal Consorzio di tutela e affidato all'agenzia Grey: una veste rinnovata per il Pinot grigio delle Venezie che, oltre a strizzare l'occhio a componenti grafiche più moderne e ad uno stile più giovanile e al passo coi tempi, include per la prima volta chiari riferimenti a tutto il territorio. Al centro restano invariati la presenza del ferro di Gondola e il richiamo alla bandiera italiana, ingredienti chiave che dal 2017 hanno permesso alla Denominazione di farsi conoscere e apprezzare nel mondo. Ora, però, sono accompagnati da elementi geografici altrettanto importanti quali la pianura, le colline e le montagne che modellano il Nordest, linee che prendono vita rispettivamente dai tre sestieri a rappresentare le tre regioni di produzione Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento. A racchiudere il sigillo, infine, un elegante lettering esterno separato da 12 punti che simboleggiano le altrettante province distribuite nell'areale di produzione della Doc.

sostenibilità
ISTRUZIONI PER L'USO

Intervista a Remo Grassi, presidente Banfi Società Agricola Srl

La responsabilità sociale sempre più *conditio sine qua non* per stare sui mercati

di **MAURIZIO TAGLIONI**

ph. I. Franchini

Panorama di Castello Banfi

Gran parte delle conquiste sociali conseguite negli ultimi decenni sono state frutto di istanze sostenute dall'opinione pubblica, e sono spesso stati i consumatori a essere leva di cambiamento per le imprese. Dopo decenni durante i quali l'attenzione, della collettività e delle aziende, è stata focalizzata su tematiche ambientali, si sta facendo strada nell'opinione pubblica una particolare coscienza etica e sociale verso i prodotti da acquistare. Attenzione da cui deriva, tra l'altro, la designazione del pilastro sociale della sostenibilità, inteso come capacità di garantire condizioni di benessere umano, sicurezza, salute, istruzione, democrazia, partecipazione e giustizia, equamente distribuite. Ormai consci dei problemi sociali che affliggono diverse realtà produttive a livello globale, quali il lavoro minorile, il caporalato (che pervade soprattutto il settore agricolo), e lo sfruttamento delle categorie più deboli o svantaggiate in genere, i consumatori richiedono una sempre maggiore trasparenza sulle varie fasi dei processi produttivi aziendali, sulle condizioni di lavoro degli addetti, e sul rispetto dei diritti umani da parte di tutte le organizzazioni coinvolte nella produzione e distribuzione di un bene proposto sul mercato.

La comunicazione pubblicitaria, le diciture sulla confezione o in etichetta, spesso cariche di immagini poetiche riguardanti le origini del prodotto, così come le autocertificazioni, non sono più considerate sufficienti. È necessaria, quindi, la certificazione da parte di un ente esterno all'impresa che assicuri, monitori e verifichi, il raggiungimento degli standard etici prefissati; e poiché le aziende dipendono da catene di fornitura sempre più complesse e distribuite, è importante disporre di un protocollo di monitoraggio etico per garantire la responsabilità sociale di tutti gli attori coinvolti. SA 8000 è uno standard volontario che certifica l'impegno di un'azienda a creare un ambiente di lavoro sicuro e che garantisca un approccio socialmente responsabile. L'adesione allo standard contribuisce a ridurre i rischi, creare migliori condizioni di lavoro, e migliorare la reputazione aziendale fornendo garanzie chiare e credibili per le decisioni etiche di acquisto.

La prima azienda certificata SA 8000 in Italia è stata Banfi, impresa vitivinicola fondata a Montalcino nel 1978. La certificazione aziendale risale al "lontano" 2005, quando gli aspetti etico/sociali nei confronti dei prodotti di largo consumo non erano ancora così sentiti a livello di opinione.

"Sin dall'inizio degli anni Ottanta – racconta **Remo Grassi,** presidente Banfi Società Agricola Srl - abbiamo sostenuto relazioni sindacali basate sul continuo dialogo, calendarizzando incontri mensili, e insieme abbiamo realizzato importanti iniziative, allora impensabili per un'azienda agricola. Un esempio sono state le numerose sale di ristoro con annessi servizi igienici e le docce dislocate nei vari casolari dell'azienda, ma anche il vestiario per il lavoro e molto altro, tutto con l'obiettivo di alleviare le fatiche dei lavoratori agricoli. Basti pensare che alla fine del decennio eravamo già riusciti ad anticipare l'indennità di malattia agli operai agricoli che, sino ad allora e al contrario delle altre categorie, venivano indennizzati dall'Inps solo molti mesi dopo. Oltre al rapporto con i dipendenti - prosegue - nella SA 8000 intravvedemmo la valorizzazione dei rapporti di Banfi con il territorio e le sue istituzioni: il Consorzio del Vino Brunello, l'Amministrazione Comunale e Provinciale. Quindi, all'inizio degli anni 2000 abbiamo deciso di intraprendere un percorso caratterizzato da strumenti di gestione che hanno determinato un forte orientamento aziendale verso la sostenibilità, portando all'ottenimento delle certificazioni negli ambiti della qualità e dell'ambiente. Attraverso tale impostazione è stato possibile garantire elevati standard qualitativi per i processi aziendali e una visione orientata al miglioramento continuo, realizzata attraverso progetti di ricerca e sviluppo su qualità ed efficienza dei processi di coltivazione e produzione. Nel 2005 Banfi è stata la prima azienda vitivinicola al mondo a ottenere la certificazione etica SA 8000, che garantisce e verifica l'equità e la correttezza dei rapporti di lavoro attinenti alla responsabilità sociale. Tale certificazione è stata la naturale conseguenza del percorso che avevamo intrapreso fino a quel momento, e che abbiamo proseguito dopo".

Remo Grassi,
ph. Gianni Rizzotti

> L'opinione pubblica, anticipando le imprese, conferisce sempre maggiore rilevanza ai temi etico-sociali e li considera al momento delle scelte di acquisto dei beni. "Il nostro auspicio e suggerimento è che tutte le aziende intraprendano il percorso di responsabilità sociale, quale strumento di formazione per il management aziendale, di dialogo con i lavoratori, di tutela del territorio e del suo tessuto sociale, di rafforzamento del valore del brand e della reputazione complessiva dell'impresa" dichiara il presidente di Banfi Società Agricola

Ritenete, quindi, che la certificazione SA 8000 contribuisca in maniera positiva alla soddisfazione dei vostri dipendenti circa le loro condizioni lavorative? Praticate degli audit interni per misurarvi su questo? Avete altresì codificato una policy aziendale per il rispetto delle pari opportunità delle categorie più svantaggiate, e per il rispetto dei diritti umani in genere?

Banfi è una realtà che comprende una forza lavoro molto variegata, costituita da circa 400 persone che operano ogni giorno nei diversi settori aziendali per garantire una produzione di eccellenza. Conoscenza, cultura ed esperienze personali rappresentano il contributo unico che ciascun individuo è in grado di esprimere nell'ambiente di lavoro. La nostra azienda riconosce questo valore, che unito al legame col territorio rappresenta un elemento unico e distintivo. Con le risorse umane Banfi ha implementato modalità di comunicazione specifiche attraverso la predisposizione di un punto fisico in cui i collaboratori possono depositare in forma anonima le proprie segnalazioni. Le istanze dei lavoratori sono inoltre discusse nell'ambito delle riunioni periodiche del Social Performance Team, la struttura interna preposta alla supervisione delle criticità nella gestione dei rapporti con le risorse umane che si riunisce più volte l'anno.

Il Social Performance Team è un gruppo di lavoro "misto" introdotto dalla SA 8000:2014 e costituito da un rappresentante della direzione e dai rappresentanti per la SA 8000 eletti dai lavoratori. Il Team ha il compito di promuovere azioni positive per il miglioramento del sistema aziendale e per il supporto ai lavoratori, i quali possono segnalare eventuali problematiche che vengono analizzate e ove possibile risolte, promuovendo azioni di adeguamento. Allo stesso modo le organizzazioni sindacali, attraverso i rappresentanti eletti dai lavoratori, sono coinvolte nell'ambito degli incontri periodici del Social Performance Team. Il rapporto con i sindacati rappresenta un fondamentale momento di confronto attraverso il quale raccogliere e condividere informazioni importanti relativamente alla gestione delle risorse umane.

Abbiamo sempre messo al primo posto il valore del lavoro e della dignità delle persone, dando sempre le opportunità in primis ai giovani, alle donne e ai lavoratori stranieri. Allo stesso modo, crediamo molto nella formazione e ne cogliamo tutte le opportunità che si presentano. Trasparenza, fiducia e partecipazione muovono il rapporto tra l'azienda e tutti i lavoratori.

In un mercato del lavoro come quello vitivinicolo, stagionale per definizione, quali soluzioni avete trovato per reclutare forza lavoro nel rispetto di leggi/regolamenti, e della norma stessa?

Il settore agricolo, come ben sappiamo, è caratterizzato da numerose e diverse lavorazioni, come le attività di impianto, espianto, coltivazione e trattamento, sino alla vendemmia, che si realizzano in diversi periodi dell'anno. Questa caratteristica

ph. I. Franchini

La norma SA 8000 per la responsabilità sociale d'impresa

Il tentativo di fornire una certificazione di Responsabilità sociale (Social accountability) alle aziende che rispettano standard etici riconosciuti e codificati si è concretizzato nella norma SA 8000. Dopo indagini accurate, le imprese che rispondono ai requisiti etici prestabiliti ottengono la certificazione, acquisendo così il diritto d'apporre sulla propria merce un marchio riconoscibile dal consumatore. Quest'ultimo avrà così la garanzia che un organismo esterno e indipendente all'azienda avrà controllato, e continuerà a monitorare periodicamente, il comportamento dell'impresa. Lo scopo di SA 8000 è quello di fornire uno standard volontario e verificabile, per valorizzare e tutelare tutto il personale ricadente nella sfera di controllo e influenza di un'organizzazione, che realizza per essa prodotti o servizi, includendo il personale impiegato dall'organizzazione stessa e dai suoi fornitori, subappaltatori, sub-fornitori e i lavoratori a domicilio; per cui un'azienda certificata a livello etico dovrà imporre anche alle imprese partner, lo stesso rispetto delle regole etiche a lei richieste.
Per ottenere la certificazione etica le imprese devono rispondere a una serie di requisiti minimi individuati dall'Agenzia di Accreditamento creata dal Council on Economic Priorities (Cepaa). Tali requisiti sono basati principalmente sui modelli dei diritti umani internazionali esistenti, quali la Dichiarazione universale dei diritti umani, la Convenzione Onu sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, la Convenzione sull'eliminazione di ogni forma di discriminazione della donna, e le varie Convenzioni dell'Ilo (Organizzazione internazionale del lavoro) riguardo la regolamentazione del lavoro. Una particolarità, rispetto a tutti gli altri standard previsti dai sistemi di certificazione, è il ruolo previsto per le Organizzazioni non governative e quelle sindacali del Paese in cui l'impresa detiene le sue realtà produttive: è insieme con loro che vengono espletate le procedure di accreditamento che devono tenere conto delle particolarità locali. A queste organizzazioni, inoltre, è riconosciuto il diritto di denunciare il mancato rispetto delle regole previste dal protocollo, e se le accuse sono fondate, la certificazione può essere revocata. La certificazione etica SA8000 fornisce degli standard trasparenti, misurabili e verificabili in nove aree essenziali:
lavoro minorile: ovviamente è proibito il lavoro dei minori al di sotto dei quindici anni, e qualora l'azienda se ne fosse avvalsa in passato, dovrà impegnarsi a riparare garantendo ai bambini la possibilità di poter partecipare a programmi di recupero. Inoltre, le imprese certificate devono disporre un fondo per l'educazione dei minori che potrebbero perdere il lavoro a causa dell'osservazione di questi standard;
lavoro forzato: anch'esso è proibito. Ai lavoratori non può essere richiesto di cedere i propri documenti o di pagare un acconto come condizione per lavorare;
salute e sicurezza: le imprese devono rispettare gli standard minimi per un ambiente di lavoro sicuro e salubre, includendo in ciò almeno l'accesso all'acqua potabile, una stanza in cui riposarsi, un equipaggiamento di sicurezza adeguato e la formazione necessaria per svolgere il lavoro;
libertà di associazione: deve essere garantito il diritto di formare ed unirsi in un sindacato a scelta e di poter richiedere un contratto collettivo, senza che ciò generi ritorsioni o intimidazioni verso i lavoratori;
discriminazione: non si devono verificare discriminazioni razziali, di casta, di nazionalità, religione, genere, disabilità, orientamento sessuale, di appartenenza sindacale o politica;
pratiche disciplinari: sono proibite, ovviamente, le punizioni corporali, la coercizione fisica come quella mentale, le multe e l'ingiuria nei confronti dei lavoratori;
orario di lavoro: si possono fare al massimo 48 ore settimanali, con (minimo) un giorno di riposo alla settimana. Gli straordinari, se previsti, non possono superare le 12 ore settimanali e vanno retribuiti con una tariffa speciale;
salario: deve rispettare tutti gli standard minimi legali locali e fornire una rendita sufficiente per coprire almeno i bisogni primari;
sistema organizzativo: le imprese devono nominare un rappresentante responsabile della politica aziendale, pianificare ed eseguire i controlli richiesti, selezionare i fornitori rispetto alla loro conformità agli standard etici, realizzare le azioni correttive necessarie per la certificazione etica, rendersi disponibili alle verifiche mostrando la documentazione e i registri necessari.

I benefici per le imprese, derivanti dall'ottenimento della certificazione SA 8000, consistono generalmente nel miglioramento del clima aziendale e della motivazione dei collaboratori, nella capacità di attrarre e mantenere personale qualificato, e nel rafforzamento della reputazione complessiva dell'impresa. Non ultimo, c'è da considerare il generale miglioramento delle relazioni con le istituzioni finanziarie, giacché la certificazione può agevolare l'accesso alle fonti di finanziamento, in virtù di una riduzione del generale profilo di rischio e del soddisfacimento dei requisiti non finanziari dell'azienda, sempre più richiesti all'interno dei programmi di accesso al credito. (M.T.)

Segue da pagina 17

rende variabile la necessità di forza lavoro nei diversi periodi dell'anno, e comporta una rilevante presenza di personale a tempo determinato. Ci siamo a lungo confrontati con le istituzioni per fare in modo che il lavoro interinale potesse essere adottato anche nell'agricoltura, quando la legge ancora non lo permetteva. Ora, presso la nostra azienda l'assunzione del personale stagionale avviene normalmente nel mese di gennaio, attraverso il ricorso a contratti con scadenza entro la fine dell'anno, al fine di garantire la possibilità da parte dei dipendenti di effettuare le necessarie giornate lavorative, gestendo in tal modo l'eventuale concentrazione o diluizione delle lavorazioni derivante dall'influenza delle condizioni meteorologiche.

Come si colloca la vostra azienda all'interno del territorio nel quale opera? Quali sono e come vengono intrattenuti i legami con la comunità locale?
Tra i valori fondanti della nostra azienda, tra quelli che meglio di altri ci distinguono e ci rappresentano, assieme al pionierismo, alla ricerca e alla condivisione, c'è, soprattutto e prima di tutto, il valore del rispetto, sia in senso lato, sia nei confronti del territorio e della comunità locale. Un valore importante, autentico ed emblematico del nostro cammino, che ci appartiene fin dalle origini e che ci racconta di un equilibrato e produttivo rapporto con il territorio che ci ospita e di una genuina interazione con le genti con cui quotidianamente dialoghiamo. L'attenzione verso la comunità locale è una caratteristica che da sempre ci caratterizza, e l'incontro con le realtà locali ha luogo attraverso lo sviluppo di progetti specifici: ogni anno, infatti, Banfi è impegnata nella realizzazione di molteplici iniziative a supporto del tessuto sociale locale e del proprio ambito territoriale che si sviluppano in ambito sportivo, musicale e culturale. Molte di queste iniziative sono nate grazie alla passione di alcuni Montalcinesi e, ogni anno, vedono crescere la partecipazione e il consenso da parte della comunità locale, riscuotendo anche molto interesse dal punto di vista turistico.

Dopo più di quindici anni di applicazione della SA 8000, quali sono i vantaggi che ritenete siano derivati per la vostra azienda oltre che per la collettività? Suggerireste di intraprendere lo stesso percorso ad altre aziende vitivinicole?
Riteniamo che la SA 8000 sia un importante strumento per rafforzare nelle aziende la comunicazione e la condivisione. Questa certificazione ci vede rafforzare, con orgoglio, il nostro impegno per una crescita sociale sostenibile dando prova, come azienda, di comprendere che la sostenibilità non è una tendenza né un'opzione, ma una disciplina che guida costantemente le nostre decisioni. È uno dei nostri principi fondanti più forti e, in quanto umili custodi di questa filosofia, lavoriamo anno dopo anno per far sì che la nostra idea di sostenibilità si espanda, e il modo in cui si manifesta nelle nostre attività si consolidi. Certamente la SA 8000 è uno strumento essenziale che permette di raggiungere l'obiettivo del Bilancio di Sostenibilità dalla base. Il nostro Bilancio di Sostenibilità, pubblicato per la prima volta con l'esercizio 2015, è stato la conseguenza di un percorso naturale che in Banfi è partito con azioni concrete in tempi non sospetti, quando ancora il lavoro agricolo era considerato "inferiore" rispetto a quello di altri settori. Il nostro auspicio e suggerimento è che tutte le aziende intraprendano il percorso di responsabilità sociale, quale strumento di formazione per il management aziendale, di dialogo con i lavoratori, di tutela del territorio e del suo tessuto sociale, di rafforzamento del valore del brand e della reputazione complessiva dell'impresa.

CASE HISTORY CANTINA "I VINI DI MAREMMA"

di **MAURIZIO TAGLIONI**

I risvolti sociali della sostenibilità

Il percorso di certificazione aziendale secondo standard di sostenibilità può essere occasione di inclusione e partecipazione alle politiche aziendali dei soci e delle maestranze, oltre che della direzione: si condividono i problemi, si cercano insieme soluzioni, si progredisce e si crea spirito di gruppo

Una Cantina cooperativa non può prescindere dalla sua natura sociale e dalle responsabilità che ne conseguono. Ciò non è mai stato dimenticato, a distanza di quasi settant'anni e tre generazioni di vignaioli, dalla Cantina I Vini di Maremma. Nata per sostenere il passaggio da operai/mezzadri a piccoli imprenditori degli assegnatari dei poderi dell'Ente Maremma, rendendo possibile la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti agricoli, ancora oggi la Cantina svolge la funzione di catalizzatore culturale, e amplia i propri orizzonti, le sfide e i traguardi, che ormai vanno oltre la ricerca della qualità e l'espansione sui mercati, e mirano a garantire, anche e soprattutto, sostenibilità ambientale, sociale ed economica. "Questa cooperativa - spiega il presidente **Massimo Tuccio** - nasceva nel 1954 per dare una risposta all'appoderamento dell'Ente Maremma, che assegnava alle famiglie bisognose una casa con un appezzamento di terreno, un po' di olivi e un po' di vigna. Per chiudere la filiera, chiaramente, servivano le cooperative agricole, i frantoi e le cantine vinicole". "Ancora oggi - prosegue **Natalia Menoni,** direttrice della cantina - la Cantina si prende cura di un patrimonio naturale unico, costantemente alla ricerca dell'equilibrio tra la natura e il fattore umano, nel rispetto dell'ambiente e delle tradizioni. Coinvolgimento, inclusione e crescita sono i concetti alla base della visione aziendale, insieme alla salvaguardia del ter-

Il presidente della cantina "I vini di Maremma", Massimo Tuccio

ritorio e alla sostenibilità, raggiunta e certificata attraverso un percorso mirato e condiviso con tutti i soci. Nel 2015 la Cantina decide di partecipare a un Piano Integrato di Filiera emanato dalla Regione Toscana, e si pensa di coinvolgere anche la cooperativa di Pitigliano insieme ad alcune aziende del gruppo Zonin, che ha un legame molto solido con la Maremma, per dare valore a questo progetto di territorio. Dovevamo trovare, nel nome del progetto, una motivazione che andasse oltre gli investimenti di tipo industriale, e che rispecchiasse la lunga tradizione vitivinicola di questo territorio, e optammo per 'Maremma, terra di vini'. Ma serviva un collante ancora più forte, sicché ci siamo chiesti: qual è il principale motivo d'essere delle nostre cooperative, che da tanto tempo garantiscono il sostentamento dei viticoltori e danno loro voce, e qual è la loro caratteristica peculiare? È la sostenibilità, e abbiamo così deciso di certificare questo nostro impegno sociale, oltre che ambientale ed economico". Per lavorare al nuovo corso servivano persone giovani, dinamiche e con voglia di fare, che garantissero continuità nel tempo di questa nuova progettualità e ricambio generazionale all'azienda. Ed è in questa fase che sono arrivati nel team aziendale Marco Valdambrini e Lorenzo Balestri. Marco, con una laurea in lingua cinese e un'altra in marketing, si occupa con Natalia Menoni della tracciabilità della filiera vitivinicola, dall'arrivo delle uve conferite dai soci sino alla commercializzazione del vino da esse ottenuto. Il terzo tassello di questo nuovo corso è stata l'assunzione di Lorenzo Balestri, arrivato un anno dopo Marco. Lorenzo proviene dall'Istituto agrario Leopoldo II di Grosseto, che è un socio della Cantina, e a lui è stato chiesto di supportare i soci dal punto di vista agronomico.

Un percorso di conoscenza e autocoscienza

"Abbiamo iniziato col ripercorrere ogni processo di questa azienda - continua il presidente - mettendolo sotto osservazione, senza dare nulla per scontato. Ci siamo resi conto che la prima attività da svolgere era di andare a casa dei nostri soci conferitori e capire chi veramente essi sono, e di riflesso chi noi siamo. Quindi analizzare i vigneti, migliorare la qualità delle uve, portarle nel miglior stato in cantina, e fare una ulteriore selezione delle masse per soddisfare un mercato che sempre più chiede prodotti di qualità superiore e spiccata personalità. Poi ci siamo osservati ancor più dal di dentro: abbiamo guardato all'interno di tutti i nostri comparti produttivi e ausiliari, analizzato il rapporto con i nostri clienti, con i nostri fornitori, e anche con il nostro organico. Abbiamo quindi ottenuto la certificazione Equalitas, prima su due vini da uve autoctone, un Vermentino e un Ciliegiolo, poi abbiamo intrapreso un percorso di certificazione a livello aziendale".

"Devo dire - rileva **Marco Valdambrini** - che questo progetto ci ha cambiati, e che ora tutte le nostre scelte sono compiute avendo bene in mente questa certificazione, che rappresenta non solo un attestato su carta ma un impegno a migliorare costantemente il nostro modo di lavorare". "Quello della certificazione Equalitas - continua **Lorenzo Balestri** - è stato un lavoro molto bello e complesso, durato un anno e mezzo, che ci ha permesso di relazionarci da vicino con i nostri soci. Inizialmente abbiamo riscontrato atteggiamenti di sorpresa, a volte qualche dubbio o diffidenza, che sono stati dissipati in breve tempo. I nostri vignaioli, infatti, hanno fornito volentieri tutte le informazioni collaborando attivamente con i certificatori, e hanno di buon grado intrapreso azioni correttive laddove ce ne fosse bisogno. I cambiamenti apportati hanno riguardato principalmente l'utilizzo e la distribuzione dei prodotti fitosanitari, il lavaggio delle attrezzature e l'utilizzo dell'acqua. Devo dire che ora tutti i soci sono molto contenti del lavoro che abbiamo fatto, e che continuiamo a svolgere insieme".

"I nostri 230 soci - sottolinea Natalia Menoni - conferiscono uve biologiche, e anche noi in cantina pratichiamo enologia bio. L'essere biologici e certificati secondo standard di sostenibilità conferisce valore aggiunto ai nostri prodotti, che possono trovare una migliore collocazione sul mercato, e ciò ci permette di meglio remunerare i nostri soci. Questo è proprio il principio di equità che sta alla base della cooperazione: maggiore sarà il valore dei nostri prodotti, migliore sarà la remunerazione per tutti. Il nostro nuovo motto è 'tradizione, territorio, sostenibilità', e anche i soci l'hanno fatto proprio, seguendo con interesse i progressi della cooperativa e mettendo in pratica i cambiamenti di volta in volta adottati".

"Ai miglioramenti in vigna e in cantina - aggiunge Marco Valdambrini - abbiamo parallelamente apportato trasformazioni in tutti i settori, che vanno dall'installazione di un impianto fotovoltaico al risparmio di energia elettrica, da una gestione più oculata dei consumi d'acqua a una riduzione degli sprechi energetici in generale. Abbiamo creato un nuovo logo aziendale, più moderno e riconoscibile, che sintetizza le nostre radici unendo tradizione e innovazione, e realizzato il restyling di buona parte delle etichette dei vini. Un'altra cosa fondamentale che è entrata a far parte dei nostri processi è la selezione dei fornitori, ai quali facciamo dapprima compilare un questionario di valutazione, in cui poniamo non solo domande specifiche sui loro prodotti e servizi, ma chiediamo anche in che modo si impegnano socialmente: le nostre scelte dei fornitori si basano anche sui risultati di tali questionari, permettendoci di selezionare i migliori". "Attraverso una serie di domande - precisa Lorenzo Balestri - sottoponiamo anche noi stessi a un simile test, coinvolgendo i dipendenti della cantina, i conferitori e anche i confinanti per sondare i rapporti di vicinato. Conoscere il giudizio nei nostri riguardi delle persone con cui interagiamo, può anch'esso aiutarci a migliorare".

"Uno dei grandi effetti positivi che questo percorso di certificazione ha avuto - chiude Natalia Menoni - è che ha permesso a molti di noi di conoscere il significato di lavorare in una cantina come questa, e di meglio comprendere il proprio ruolo all'interno. Per noi questa certificazione è stata una soddisfazione enorme, al di là dell'ottenimento della stessa, e si è trattato solo dell'inizio giacché ne abbiamo fatto tesoro e continuiamo a metterla in pratica giorno dopo giorno, con metodo, per migliorare ancora".

Foto di gruppo dello staff della cantina

Un presidio a tutela del territorio

"Quello della sostenibilità può rimanere un concetto astratto - conclude Massimo Tuccio - spesso anche abusato, difficile da quantificare e da toccare con mano, ma abbiamo sicuramente vissuto su noi stessi che l'aspetto principale della sostenibilità è quello sociale. Il fatto che centinaia di famiglie possano attivamente operare all'interno del tessuto economico e produttivo territoriale ci responsabilizza e, soprattutto dopo questa esperienza di certificazione, ci fa sentire ancora più consci della nostra valenza sociale. Nel nostro territorio non ci sono aree industriali importanti e il rispetto della natura, visto che ci viviamo dentro, lo diamo quasi per scontato poiché prendiamo cura delle nostre terre sin dai tempi della bonifica. Tecnicamente il percorso di certificazione è stato importante per i nostri conferitori, che vivono a diretto contatto della terra e a volte possono avere bisogno di assistenza nella scelta dei prodotti necessari alla conduzione delle vigne: quindi la presenza e il supporto dei nostri tecnici, e di Lorenzo in particolare, è stata fondamentale. Altrettanto importante è stato conoscere l'immagine percepita della nostra realtà: un occhio esterno vede meglio del nostro, che dà tante cose per scontate. La cosa più positiva ha riguardato il fattore umano, nel senso che tutto questo percorso ha rafforzato i rapporti all'interno della Cantina, fra i dipendenti, e anche con i soci, che sono piccoli coltivatori dislocati in un'area piuttosto ampia, che a volte possono percepire la Cantina come 'lontana', e questo è stato un importante momento di inclusione anche per queste piccole aziende, e di formazione di un vero gruppo. Il contatto con i soci è stato un momento di crescita, e anche le riunioni prettamente tecniche hanno rafforzato i rapporti umani tra tutti. A proposito di rapporti umani vorrei anche spendere due parole sulle pari opportunità, giacché noi, qui in Cantina, abbiamo avuto per ventidue anni un'enologa donna, abbiamo un sostanziale equilibrio di genere nell'organico aziendale, una contabile, e soprattutto una direttrice donna, che è Natalia Menoni. Natalia è cresciuta qui, in azienda e con l'azienda, e al momento di scegliere un nuovo direttore non c'è stato alcun pregiudizio, né è stato accordato alcun particolare vantaggio a Natalia per il fatto di essere donna. In pratica, ella è diventata la nostra direttrice unicamente per meriti, e perché secondo noi è la persona più adatta per svolgere questa funzione, a prescindere dal genere. Insomma, benché noi si sia in provincia e si lavori in campagna, non abbiamo preconcetti di sorta. Anche i dipendenti diretti della Cantina, da tempo abituati a un semplice rapporto subordinato, ora sono più coinvolti e partecipi nelle scelte importanti della cantina, e per questo si sentono responsabilizzati e motivati. Venendo ai tre pilastri della sostenibilità, devo dire che riguardo alla sostenibilità ambientale ci sentivamo coinvolti da tempo: da quando ci siamo occupati di bio, o installato un impianto fotovoltaico, o intrapreso azioni per il risparmio energetico (e tutt'ora altri lavori di miglioramento ed efficientamento sono in corso). Così come riguardo alla sostenibilità economica, che abbiamo sempre praticato ben sapendo che dietro ogni socio c'è una famiglia che deve vivere e che la Cantina ha una responsabilità verso tutti costoro. Ma qualunque aspetto della sostenibilità va rapportato alla sostenibilità sociale delle famiglie che vivono della nostra esistenza e condividono con noi l'etica aziendale. Abbiamo, infatti, tutti insieme deciso di aderire allo standard Equalitas poiché in esso abbiamo trovato un concetto di sostenibilità adatto alle nostre esigenze, che ci dà gli stimoli e la fiducia necessaria per contribuire al mantenimento di un tessuto sociale attivo e vitale, capace di presidiare ottimamente il territorio".

A BOLZANO IL 18 E 19 OTTOBRE

Il Forum nazionale dei vini autoctoni raggiunge la "maggiore età", senza neanche uno stop durante il suo lungo cammino. Per la 18ª edizione di Autochtona sono previsti un grande banco di assaggio, masterclass di approfondimento sui principali temi del settore e il rinnovato premio Autochtona Award

Autochtona 2021, un importante traguardo con tante novità

foto Marco Parisi

Autochtona 2021 18ª edizione

Fiera di Bolzano 18-19 ottobre

ore 9.30 - 16.00 ingresso riservato agli operatori del settore
ore 16.00 - 18.00 apertura al pubblico (wine lovers)

Tutte le informazioni:
WWW.AUTOCHTONA.IT
WWW.FACEBOOK.COM/AUTOCHTONA
WWW.TWITTER.COM/AUTOCHTONA

Non si parla di vera e propria ripartenza per il forum nazionale dei vini autoctoni, in programma il 18 e 19 ottobre come sempre a Bolzano, perché di fatto Autochtona non si è mai del tutto fermata. Come i migliori vini prendono vita dai terreni più difficili, così Autochtona ha saputo rinnovarsi e migliorarsi nell'anno più complicato: il 2020.

In un momento in cui molti sono stati gli stop, Autochtona c'era e ha colto l'occasione dell'assenza del banco d'assaggio per rivoluzionare e potenziare la rassegna "Autoctoni che passione!" trasformandola in "Autochtona Award". 500 vini candidati da oltre 350 produttori di tutta Italia, due giorni di degustazioni alla cieca da parte di una giuria internazionale di grande prestigio e professionalità e la premiazione finale che ha decretato i vincitori di 11 categorie.

Una formula che verrà riproposta anche quest'anno, "giuria delle stelle" compresa che ritorna protagonista grazie al panel di esperti degustatori, wine writer e buyer da tutto il mondo, premiando i vini vincitori nel pomeriggio di martedì 19 ottobre in diretta streaming sui canali social di Fiera Bolzano. Due novità andranno inoltre ad arricchire l'elenco delle categorie già esistenti: "Miglior Vino Metodo Ancestrale" e "Miglior Vino Orange".

A questo si aggiungerà il grande banco d'assaggio, gestito in sicurezza dai sommelier Ais dell'Alto Adige, che darà la possibilità anche ad appassionati e operatori del settore di assaggiare i tantissimi vini che già in queste ore si stanno candidando. Per il pubblico sarà un'occasione per conoscere da vicino la biodiversità presente nel panorama vitivinicolo italiano. Non mancherà infine un ricco calendario di masterclass condotte da esperti del settore, che si svolgeranno durante i due giorni di manifestazione.

Autochtona è diventata ormai un punto di riferimento per la valorizzazione del ricchissimo universo delle varietà autoctone italiane. "L'anno scorso sono stati davvero tanti i produttori che da tutta Italia hanno inviato i loro campioni, dimostrando di credere in Autochtona anche in un momento così particolare, ma soprattutto trasmettendoci un messaggio molto importante: la biodiversità del vigneto italiano deve continuare ad avere uno spazio dove potersi esprimere – spiega **Thomas Mur** *(qui a fianco)*, direttore di Fiera Bolzano -. Ecco perché quest'anno siamo più determinati che mai nel voler organizzare un evento ancora più ricco di interpreti e di vini da versare nei bicchieri non solo dei giurati, che poi avranno il difficile compito di valutarli, ma anche degli operatori di settore e degli appassionati che decideranno di venire ad Autochtona il 18 e 19 ottobre".

Autochtona è organizzata da Fiera Bolzano e si svolgerà in concomitanza con Hotel, fiera internazionale dedicata alla ristorazione e all'hôtellerie in programma fino al 21 ottobre.

foto Marco Parisi

STRUMENTI DI ANALISI

PROPOSTE & NOVITÀ

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

ENARTIS

Veriflow® by bioMeriéux, monitoraggio proattivo e di routine dei microrganismi deterioranti del vino

Enartis Engineering, la divisione Applicazioni Tecnologiche di Enartis, in collaborazione con bioMeriéux, presenta Veriflow®, strumento indispensabile per effettuare l'analisi preventiva sui microrganismi "spoiler" del vino quali Brettanomyces bruxellensis, Lactobacillus e Pediococcus, fondamentale per isolare precocemente le contaminazioni e preservare la qualità del prodotto finale. L'alterazione data da questi microrganismi può essere una minaccia silenziosa per la qualità del vino e la loro identificazione richiede estrema accuratezza, sensibilità e tempi sempre più rapidi. La diagnosi precoce è quindi fondamentale per proteggere la linfa vitale dell'attività produttiva. I test Vinobrett® e Vinopal®, associati alla tecnologia Veriflow®, offrono la possibilità di effettuare analisi di routine durante tutto il processo di vinificazione per ottenere informazioni precise sulla presenza dei microrganismi deterioranti più pericolosi, prevenire interventi di recupero e preservare il valore del prodotto finale. Veriflow® è la soluzione di biologia molecolare più semplice sul mercato per ottenere risultati accurati direttamente in cantina o in laboratorio in poco meno di 4 ore. Grazie alla grande sensibilità del sistema (10 cell/ml) e all'estrema facilità di utilizzo (solo 2 fasi di pipettaggio), sarà possibile identificare qualsiasi contaminazione prima di avere un reale impatto sulla qualità, e quindi prima della produzione di fenoli volatili 4-EF/4-EG. Veriflow® è la soluzione ideale per aziende e laboratori sempre più attenti al monitoraggio della qualità e alla riduzione dei costi d'intervento.

Info: www.enartis.com/it/macchinari/veriflow-by-biomerieux/

Gli annunci del Corriere Vinicolo

per inserimento annunci contattare Laura Longoni, tel. 02 72222841, l.longoni@uiv.it

"AZIENDA VINICOLA DELL'OLTREPO' PAVESE

RICERCA

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

Scrivere a: Casella Postale n. 564 corrierevinicolo@uiv.it

VASONGROUP

SmartCheck® di Ju.Cla.S.: nuova tecnologia 4.0 di laboratorio per la valutazione della stabilità tartarica dei vini

Risalgono alla fine degli anni 90 i primi studi di Ju.Cla.S. relativi all'elettrodialisi, la stabilità tartarica a temperatura ambiente, su membrane permeoselettive. Questi impianti ormai rappresentano una solida realtà operativa in moltissime cantine e, essendo considerati interventi additive-free, trovano oggi nuovo interesse di mercato, date le recenti istanze comunitarie sull'obbligo di etichettatura degli additivi. Insieme all'Inra è stato messo a punto lo Stabilab®, guida al processo e strumento di laboratorio in grado di predire il giusto livello di conducibilità correlato alla stabilità tartarica di ogni singolo vino, espresso attraverso un parametro percentuale, il DIT%. Da queste esperienze, il Dipartimento Ricerca e Sviluppo VasonGroup, presenta nel 2021 SmartCheck®, nuovo strumento di laboratorio, intuitivo e versatile, che si interfaccia con i sistemi aziendali secondo i dettami dell'Industria 4.0. SmartCheck® si basa sul principio del test di minicontatto, che può essere condotto a 5 possibili temperature e per il tempo voluto dall'operatore; i risultati sono visualizzabili in tempo reale su un intuitivo display e ciò lo rende uno strumento "diretto", per di più gestibile anche da un'app per smartphone. SmartCheck® è in grado produrre e veicolare input produttivi per un'industria enologica interconnessa, nel segno più moderno tracciato dai dettami dell'Industria 4.0. Parametri sicuri e dedicati per ogni vino. Guida per decisioni che orientano i processi di cantina. Misura e monitoraggio di input produttivi. Efficienza interna.

Info: www.vasongroup.com – www.juclas.it

FOSS

Novità e agevolazioni per le vostre analisi enologiche

Dal laboratorio enologico oberato dalle tante richieste di analisi al piccolo produttore che vuole migliorare e ottimizzare la produzione: le soluzioni Foss forniscono analisi rapide e risultati accurati, essenziali per tempi di raccolta e selezione uve, controlli di fermentazione o analisi per l'imbottigliamento. La maggioranza della produzione mondiale di vino è analizzata con soluzioni Foss. Con Industria 4.0 è possibile acquistare uno strumento per l'analisi enologica con un credito di imposta fino al 50%. Gli strumenti OenoFoss™ e WineScan™, grazie alle loro caratteristiche e configurazioni, rientrano nella categoria dei sistemi per l'assicurazione della qualità e della sostenibilità. Con la 4.0 i clienti hanno la possibilità per il 2021 di acquistare uno strumento Foss con il 50% di sconto fiscale dal prezzo originario (dal 2022 lo sconto fiscale sarà del 40%). Il requisito richiesto per tale agevolazione è l'interconnessione bidirezionale che consente la gestione da remoto dello strumento. Solamente per il 2021 il recupero fiscale comincerà nell'anno stesso dell'investimento e si concluderà nei 2 anni successivi, per un totale di 3 anni.
Scoprite come gli strumenti Foss possano aiutarvi a ottimizzare la produzione migliorando la sicurezza e la qualità del vino: www.foss.it

VERONA

Uffici amministrativi
DAL 9 AL 20 AGOSTO

Consulenza e formazione
DAL 9 AL 20 AGOSTO

Ufficio Giuridico
DAL 9 AL 20 AGOSTO

Promozione e finanziamenti
DAL 10 AL 14 AGOSTO

Laboratorio
NO CHIUSURA

Laboratorio TAVARNELLE
DAL 9 AL 25 AGOSTO

ROMA
DAL 9 AL 20 AGOSTO

MILANO
DAL 2 AL 23 AGOSTO

Il Corriere Vinicolo riprenderà le pubblicazioni il 23 agosto con il n. 26 "FOCUS FRIZZANTI".
A tutti i nostri lettori auguriamo serene vacanze.

OSSERVATORIO DEL VINO

MERCATI VINICOLI

QUOTAZIONI E ANDAMENTI DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE ALL'8 LUGLIO 2021

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

rilevazioni a cura di **MED.&A.**

PIEMONTE

Alba — **Vino Dop** (litro)

Barbaresco	2018		4,80		5,30	
Barbera d'Alba	2020		1,80		2,30	
Barolo	2017		6,50		8,30	
Dolcetto d'Alba	2020		1,60		1,75	
Nebbiolo d'Alba	2019		2,20		2,50	
Roero Arneis	2020		1,70		2,00	

Alessandria — **Vino Dop** (litro)

Dolcetto del Monferrato	2020		0,90		1,00	
Dolcetto di Ovada	2020		0,90		1,00	
Piemonte Barbera	2020		nq		nq	
Piemonte Cortese	2020		0,65		0,75	

Asti — **Vino Dop** (litro)

Barbera d'Asti	2020	13	1,00		1,10	
Barbera d'Asti	2020	13,5	1,15		1,25	
Barbera del Monferrato	2020	12-13,5	0,95		1,05	
Grignolino d'Asti	2020		1,15		1,25	
Piemonte Barbera	2020		nq		nq	
Piemonte Cortese	2020		0,65		0,75	
Piemonte Grignolino	2020		1,00		1,10	

Asti — **Mosto** (kg)

Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2020		0,60		0,70	

FRIULI-VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2020 (litro)

Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,00		1,05	
Friuli Carbernet Sauvignon	12-12,5	1,00		1,05	
Friuli Chardonnay	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Friulano	12-12,5	1,00		1,05	
Friuli Merlot	12-12,5	0,85		0,95	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	0,95		1,00	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Pinot nero	12-12,5	nq		nq	
Friuli Refosco	12-12,5	1,00		1,05	
Friuli Ribolla	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,30		1,80	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,85	**6,3%**	0,95	**5,6%**
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	0,95	**9,2%**	1,00	**5,3%**

Vino Igp annata 2020 (litro)

Venezia Giulia Ribolla	12-12,5	0,65		0,90	
Venezia Giulia/Trevenezie Cabernet Sauvignon	12-12,5	0,75	**4,2%**	0,80	
Venezia Giulia/Trevenezie Chardonnay	12-12,5	0,70	**2,9%**	0,75	**-3,8%**
Venezia G./Trevenezie Merlot	12-12,5	0,65		0,70	
Venezia G./Treven. Pinot bianco	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Trevenezie Pinot nero	12-12,5	nq		nq	
Venezia G./Trevenezie Refosco	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Trevenezie Sauvignon	12-12,5	1,00		1,50	
Venezia G./Trevenezie Verduzzo	12-12,5	0,65		0,70	

LOMBARDIA

Vino Dop annata 2020 (litro)

Oltrepò Pavese Barbera	12	0,75		0,90	
Oltrepò Pavese Bonarda	12,5	0,75		0,90	
Oltrepò Pavese Malvasia	11,5	nq		nq	
Oltrepò Pavese Moscato		1,10		1,20	
Oltrepò Pavese Pinot grigio		0,90		1,05	
O. Pavese Pinot nero vinif. bianco	11,5	0,90		1,20	
O. Pavese Pinot nero vinif. rosso	12	0,90		1,00	
Oltrepò Pavese Riesling	11,5-12,5	0,85		0,95	
Oltrepò Pavese Sangue di Giuda-Buttafuoco	11,5	nq		nq	

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Provincia di Mantova Lambrusco	11,5	4,80		5,00	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,75		0,90	
Provincia di Pavia Chardonnay	11,5	0,80		1,00	
Provincia di Pavia Croatina	12	nq		nq	
Provincia di Pavia Pinot grigio		0,85		0,90	
Provincia di Pavia Pinot nero vinificato rosso	12	0,90		1,00	

EMILIA

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Rossissimo desolforato	11,5-12,5	8,00		8,50	
Rossissimo desolf. mezzo colore	11-12,5	5,30		5,60	

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Emilia Lambrusco	10,5-11,5	4,50		4,70	
Emilia Lambrusco bianco	10,5-11,5	4,50		4,70	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Emilia Malvasia		0,60		0,70	

Vino Igp annata 2020 (prezzi grado distillazione+zuccheri)

Emilia Lambrusco bianco frizzantato		4,90		5,10	
Emilia Lambrusco rosso frizzantato		4,90		5,10	

Mosto annata 2020 (Fehling peso x 0.6)

Mosto muto Lancellotta		6,80		7,30	

ROMAGNA

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Bianco	9,5-11	3,90	**5,4%**	4,10	**5,1%**
Bianco termocondizionato	10,5-12	4,20	**5,0%**	4,60	**4,5%**
Bianco termocond. base spum.	9-10	4,30	**2,4%**	4,70	**2,2%**
Rosso	11-12	4,40		4,90	

Vino Dop annata 2020 (litro)

Romagna Sangiovese	12-13	0,75		0,85	
Romagna Trebbiano	11,5-12,5	0,50		0,56	

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Rubicone Chardonnay/Pinot	11-12,5	5,50		6,00	
Rubicone Merlot	11,5-12,5	5,00		5,50	
Rubicone Sangiovese	11-12	5,40		5,90	
Rubicone Trebbiano	11-11,5	4,00		4,20	

Mosto annata 2020 (Fehling peso x 0.6)

Mosto muto		3,20		3,40	

Mosto annata 2020 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)

MCR		3,70		3,90	

UMBRIA

Vino Dop annata 2020 (litro)

Orvieto	12	0,70		0,80	
Orvieto Classico	12	0,75		0,85	

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Umbria bianco	11-12	4,00		4,80	
Umbria rosso	12-12,5	5,00		5,60	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Umbria Chardonnay	12-12,5	0,70		0,75	
Umbria Grechetto	12	0,70		0,80	
Umbria Pinot grigio	12	0,75		0,85	

PUGLIA - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Bianco	10,5-11,5	3,30	**3,1%**	3,50	**2,9%**
Bianco termovinificato	10-11,5	3,60	**5,9%**	3,80	**5,6%**
Rosso	10,5-12	3,50		4,00	
Rosso da Lambrusco	12,5-13,5	5,20		5,60	
Rosso da Montepulciano	11-12	3,80		4,20	

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Daunia Sangiovese	11-11,5	3,80		4,20	
Puglia Lambrusco	10-11,5	4,10		4,30	
Puglia Lambrusco frizzantato	10-11	4,40		4,60	
Puglia Malvasia bianca	12-12,5	3,90		4,10	
Puglia rosato	11-12,5	3,80		4,10	
Puglia Sangiovese	11-11,5	3,60		4,00	
Puglia Trebbiano	10-11	3,50		3,80	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Puglia Chardonnay	11-12	0,50		0,60	
Puglia Pinot bianco	11-12,5	0,50		0,60	
Puglia Pinot grigio	11,5-12,5	0,75		0,85	
Puglia Primitivo	13-15	1,35		1,60	
Puglia Primitivo rosato	11,5-13	nq		nq	

Mosto annata 2020 (gr. Bé q.le)

Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	33-35	3,40		3,60	
Mosto concentrato bianco	33-35	3,50		3,70	

(segue) Mosto annata 2020 (gr. Bé q.le)

Mosto concentrato rosso	33-35	3,70		4,00	
Mosto muto bianco	10-11	2,90		3,10	
Mosto muto rosso	11-12	2,90		3,30	
Mosto muto rosso Lambrusco vino comune	12-13	nq		nq	

Mosto annata 2020 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)

MCR	65-67	3,70		3,90	

Mosto annata 2020 (kg)

Mosto da uve arom. Moscato		nq		nq	

PUGLIA - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Rosso	12-13	3,90		4,40	

Vino comune annata 2020 (litro)

Rosso strutturato	14-16	1,20		1,60	

Vino Dop annata 2020 (litro)

Primitivo di Manduria	14-15	2,50		2,80	
Salice Salentino	13-14	1,00		1,20	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Salento Cabernet	13-14	0,65		0,84	
Salento Chardonnay	13-13,5	1,00		1,10	
Salento Fiano	13-13,5	1,00		1,10	
Salento Malvasia nera	12-14,5	0,90		1,20	
Salento Negroamaro	12-13,5	0,80		1,00	

Vino Igp annata 2020 (litro)

Salento Primitivo	13,5-14,5	1,60		1,80	
Salento rosato	13-14	0,94		1,02	
Tarantino Merlot	13-14	nq		nq	

VENETO - Verona, Treviso

Vino comune (ettogrado)

Bianco VR	2020	9,5-12	3,80		4,20	
Rosso VR	2020	11-12,5	3,50		4,00	

Vino Dop (ettogrado)

Garda Bianco	2020	11,5-12,5	5,50		6,00	
Soave	2020	11-12,5	6,50		8,00	

Vino Dop (litro)

Amarone e Recioto della Valpolicella	2016		nq		nq	
Amarone e Recioto della Valpolicella	2017		8,00		8,50	
Amarone e Recioto della Valpolicella	2018		8,00		8,50	
Amarone e Recioto della Valpolicella Class.	2016		nq		nq	
Amarone e Recioto della Valpolicella Class.	2017		8,30		8,80	
Amarone e Recioto della Valpolicella Classico	2018		8,30		8,80	
Bardolino	2020		0,95		1,00	
Bardolino Chiaretto	2020		1,00		1,05	
Bardolino Classico	2020		1,05		1,10	
Custoza	2020		0,80		0,90	
Delle Venezie bianco	2020	12	0,70	**7,7%**	0,75	**7,1%**
Garda Chardonnay	2020		0,80		0,85	
Garda Garganega	2020	11,8	0,65		0,72	
Garda Pinot grigio	2020	11-12,5	0,85		0,95	
Lugana	2020		2,60		3,00	
Piave Cabernet	2020	12-12,5	0,90	**5,9%**	1,00	**5,3%**
Piave Merlot	2020	11,5-12	0,85	**6,3%**	0,90	**5,9%**
Pinot grigio delle Venezie	2020	10-12	0,95	**5,6%**	1,00	**5,3%**
Pinot nero atto taglio Prosecco rosé	2020		nq		nq	
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Superiore di Cartizze Docg	2020	9-10	nq		nq	
Prosecco Conegliano Valdobb. Rive Docg	2020	9,5-10	nq		nq	
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Docg	2020	9-10	nq		nq	
Prosecco Asolo Docg	2020	9,5-10	nq		nq	
Prosecco Doc	2020	9-10	nq		nq	

(segue) Vino Dop (litro)

Soave Classico	2020	12,5-13	1,00		1,15	
Valdadige Pinot grigio	2020	11-12	1,25		1,45	
Valpolicella	2019		1,30		1,50	
Valpolicella	2020		1,30		1,50	
Valpolicella atto Ripasso	2019		2,80		3,00	
Valpolicella Classico	2019		nq		nq	
Valpolicella Classico	2020		1,60		2,00	**11,1%**
Valpolicella Classico atto Ripasso	2019		2,80		3,00	
Venezia Pinot grigio	2020	11-12	0,95	**5,6%**	1,00	**5,3%**

Vino Igp (ettogrado)

Cabernet Franc	2020	10-12	6,50		7,00	
Cabernet Sauvignon	2020	10-12	6,30		6,80	
Chardonnay (TV)	2020	10-12	5,70		6,00	
Glera	2020	9,5-10	5,00	**4,2%**	5,50	**5,8%**
Marca Trevigiana Tai	2020	10,5-12	5,50		6,00	
Marca Trevigiana/ Veneto/Trevenezie rosso (TV)	2020	10-11	5,00		5,50	
Merlot (TV)	2020	10-12	5,50		6,00	**3,4%**
Merlot (VR)	2020	11-12,5	5,50		5,80	
Pinot bianco (TV)	2020	10-12	5,80		6,20	
Raboso rosato	2020	9,5-10,5	6,00		6,50	
Raboso rosso	2020	9,5-10,5	6,00		6,50	
Refosco	2020	10-12	5,80		6,20	
Sauvignon (TV)	2020	10-12	7,00		10,00	
Veneto/Trevenezie bianco (TV)	2020	10-11	4,80	**14,3%**	5,00	**11,1%**
Verduzzo (TV)	2020	10 - 11	5,50	**3,8%**	6,00	**5,3%**

Vino Igp (litro)

Chardonnay (VR)	2020	12	0,68		0,72	
Pinot nero	2020	10,5-12	nq		nq	

Mosto (gr. rifr. x 0.6 x q.le)

Mosto conc. rettificato Bx 65/68°	2020	65-68	3,50		3,80	

TRENTINO-ALTO ADIGE

Vino Dop annata 2020 (litro)

Lago di Caldaro	1,60		1,85	
Teroldego Rotaliano	1,80		2,00	
Trentino Cabernet Sauvignon	1,65		2,10	
Trentino Chardonnay	1,55		1,85	
Trentino Lagrein	1,80		2,20	
Trentino Lagrein rosato Kretzer	1,60		1,80	
Trentino Marzemino	1,45		1,80	
Trentino Merlot	1,25		1,70	
Trentino Moscato	1,90		2,10	
Trentino Müller Thurgau	1,40		1,65	
Trentino Nosiola	1,60		1,95	
Trentino Pinot bianco	1,60		1,95	
Trentino Pinot grigio	1,85		2,10	
Trentino Pinot nero	2,70		3,50	
Trentino Riesling	1,90		2,25	
Trentino Sauvignon	2,20		3,00	
Trentino Sorni bianco	1,60		1,95	
Trentino Sorni rosso	1,80		2,00	
Trentino Traminer	3,60		4,10	
Trento	2,00		2,30	
Trento Pinot nero base spumante	2,60		2,90	
Valdadige Schiava	1,45		1,65	

Vino Igp (litro)

Vigneti Dolomiti Chardonnay	1,15		1,40	
Vigneti Dolomiti Merlot	0,80		1,00	
Vigneti Dolomiti Müller Thurgau	1,00		1,20	
Vigneti Dolomiti Pinot grigio	1,40		1,90	
Vigneti Dolomiti Schiava	1,30		1,50	
Vigneti Dolomiti Teroldego Novello	nq		nq	

MARCHE

Vino comune (ettogrado)

Rosato	2020	11-12,5	nq		nq	
Rosso	2020	12-12,5	4,00		4,00	

Vino comune (litro)

Montepulciano	2020	14-15	1,00		1,00	

Vino Dop (litro)

Falerio Pecorino	2020	12-13	1,10		1,10	
Lacrima di Morro d'Alba	2020	12,5-13	nq		nq	
Rosso Conero	2020	13	1,00		1,20	
Rosso Piceno	2020	12-13	0,80		0,90	
Rosso Piceno Bio	2020	13-14	1,00		1,10	
Rosso Piceno Sup. Bio	2019	13,5-14	1,05		1,15	
Verdicchio Castelli Jesi C.	2020	12-13	1,15		1,20	
Verdicchio di Matelica	2020	12-12,5	1,00		1,00	

Vino Igp (litro)

Marche bianco	2020	11,5-12,5	0,40			
Marche Passerina	2020	12-13	0,70		0,95	
Marche Sangiovese	2020	11-12	0,70			
Marche Sangiovese Bio	2020	12-13,5	0,84			
Marche Trebbiano	2020	12-12,5	nq		nq	

TOSCANA

Vino Dop (litro)

Chianti	2018		1,40		1,77	
Chianti	2019		1,20		1,60	
Chianti	2020		1,20		1,52	
Chianti Classico	2017		2,60		3,20	
Chianti Classico	2018		2,50		3,10	
Chianti Classico	2019		2,50		3,10	
Chianti Classico	2020		2,55		3,00	

Vino Igp (litro)

Toscana bianco	2020		0,90		1,00	
Toscana rosso	2020	12-13	0,90		1,10	
Toscana Sangiovese	2020	12-13	1,00		1,15	

LAZIO

Vino comune (ettogrado)

Bianco	2020	11-12	3,90		4,20	
Rosso	2020	11-12	4,50		5,00	

Vino Dop (litro)

Castelli Romani bianco	2020	11	0,50		0,60	
Castelli Romani rosso	2020	12	0,55		0,70	
Frascati	2020	12	0,75		0,80	
Roma bianco	2020	12	0,95		1,15	
Roma rosso	2019	13	1,00		1,40	
Roma rosso	2020	13	1,00		1,40	

Vino Igp (ettogrado)

Lazio bianco	2020	12	4,00		4,59	
Lazio rosso	2020	12	4,20		5,00	

Vino Igp (litro)

Lazio Chardonnay	2020	12	0,65		0,75	
Lazio Pinot grigio	2020	12	0,75		0,85	

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Bianco	10-11,5	nq		nq		
Bianco termocondiz.	9,5-13,5	3,60	**5,9%**	3,80	**8,6%**	
Rosso	11-12	3,80	**8,6%**	4,00	**5,3%**	
Rosso	12,5-13,5	4,00	**2,6%**	5,50		

Vino Dop annata 2020 (ettogrado)

Trebbiano d'Abruzzo	11-12,5	4,00	**5,3%**	4,20		

Vino Dop annata 2020 (litro)

Montepulciano d'Abruzzo	12-13,5	0,62		0,74		

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Chardonnay	10,5-13	5,00	**11,1%**	5,20	**4,0%**	
Sangiovese	11-12,5	4,20	**5,0%**	4,40	**4,8%**	

Mosto annata 2020 (Fehling peso x 0.6)

Mosto muto		nq		nq		

SARDEGNA

Vino Dop annata 2020 (litro)

Cannonau di Sardegna	13-14	2,00		2,30		
Monica di Sardegna	13-14,5	1,00		1,30		
Nuragus di Cagliari	12-13	0,90		1,10		
Vermentino di Sardegna	12-13	1,50		1,70		

SICILIA

Vino comune annata 2020 (ettogrado)

Bianco	10,5-12	3,20		3,40		
Bianco termocondizionato	12-12,5	3,60	**2,9%**	3,90	**2,6%**	
Rosso	12,5-14,5	5,50		6,50		

Vino Dop annata 2020 (litro)

Sicilia Cabernet	13-14,5	1,00		1,10		
Sicilia Grillo	12,5-13,5	0,55		0,65		
Sicilia Merlot	13-14,5	1,00		1,10		
Sicilia Nero d'Avola	13-14,5	0,90		1,10		
Sicilia Syrah	13-14,5	0,90		1,10		

Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Catarratto	11-12,5	3,60		3,90		
Grecanico	11-12,5	3,60		3,90		

(segue) Vino Igp annata 2020 (ettogrado)

Inzolia	11,5-12,5	3,60		3,90		

Vino Igp annata 2020 (litro)

Cabernet	13-14,5	0,85		1,15		
Chardonnay	12,5-13,5	0,85		0,95		
Merlot	13-14,5	0,85		1,15		
Pinot grigio	12-13	0,90		1,00		
Syrah	13-14,5	0,85		1,15		
Zibibbo	11,5-13,5	0,90		1,00		

Mosto annata 2020 (gr. Babo x q.le)

Mosto muto bianco 16-17°	15-17	1,80		2,00		

Mosto annata 2020 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)

MCR		3,70		3,90		

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

ABRUZZO-MOLISE
Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

Quotazioni per l'Europa rilevate da Med.&A. Prezzi all'8 luglio 2021

Quotazioni per il resto del mondo rilevate da Ciatti Company Prezzi al 21 giugno 2021

www.ciatti.com

Le frecce accanto ai prezzi indicano il trend rispetto al mese precedente.
I prezzi per il Nuovo mondo sono espressi in Euro per litro, a pieno carico: 24.000 litri per flexitank, 28.000-30.000 per cisterna.
FCA: Free Carrier (franco vettore)
FOB: Free on board

GERMANIA

Rilevazioni a cura di Severino Carlo Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl) con la collaborazione di Matthias Walter, consulente in viticoltura ed enologia, membro del Comité Européen des Entreprises Vins

FRANCIA

Rilevazioni a cura di Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas di Carlo Miravalle)

SPAGNA

Rilevazioni a cura di Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas di Carlo Miravalle)

FCA CANTINA, CENTRAL VALLEY

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FCA CANTINA, MENDOZA

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13%0,099 Euro/litro sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, VALPARAISO

Nessun dazio doganale per l'Europa
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, CAPETOWN

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Nessun dazio doganale per l'Europa sui rosé e rossi <13%
Dazi doganali per l'Europa sui vini bianchi 0,099 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, ADELAIDE

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, AUCKLAND

Vini filtrati e stabilizzati a freddo

GERMANIA

Vino comune (litro)					
GW weiss - vino comune bianco	senza annata	0,35		nq	
GW rot - vino comune rosso	2020	nq		nq	
Vino Igp (litro)					
LW weiss - Igp bianco	senza annata	0,50		0,60	
LW weiss - Igp bianco	2020	0,60		0,65	
LW rot - Igp rosso	senza annata	nq		nq	
LW rot - Igp rosso	2020	nq		nq	
LW weiss - Igp bianco	2020	0,60		0,60	
Müller Thurgau LW Igp	2020	nq		nq	
Vino Dop (litro)					
QW weiss - Dop bianco	2019	0,70		0,70	
Müller Thurgau QW Dop	2020	0,80		0,85	
Vino Igp (litro)					
Riesling LW Igp	2020	0,85		0,95	
Vino Dop (litro)					
Riesling QW Dop	2020	1,10		1,20	
Vino (litro)					
Grauburgunder - Pinot Grigio	2020	1,80		1,80	
Weissburgunder - Pinot bianco	2020	1,00		1,30	

SPAGNA 2020

Vino (ettogrado partenza)					
Bianco fiore		2,30		2,40	
Rosso varietà locali		2,50		2,80	
Rosso (Merlot, Cabernet, Syrah		nq		nq	
Rosato FC (ferm. contr.)		nq		nq	
Bianco FC (ferm. contr.)		2,50		2,70	
Bianco base spumante		2,50		2,90	
Tintorera 1° (35-50 punti colore)	13-14	5,30		5,50	
Tintorera 2° (25-35 punti colore)	12-13	4,35		4,50	
Mosto (gr. Bé x hl)					
Mosto fiore muto bianco		1,95		2,00	
Mosto di seconda pressato		nq		nq	
Mosto rosso		2,60		3,00	
MCR (gr. rifr x 0,6 x q.le partenza)					
Mosto concentrato rettificato		2,80		2,85	

FRANCIA 2020

Cépage - IGPOC (hl partenza)					
Sauvignon	12-12,5	non più disponibili			
Chardonnay	13-14				
Viognier	13-14				
Merlot	13-15	90,00		100,00	
Cabernet	13-14,5	95,00		110,00	
Syrah	13-14,5	90,00		110,00	
Grenache, Cinsault, Syrah rosé	12-13	90,00		105,00	
Vin de France générique (hl partenza)					
Vin de France blanc	11-12	non più disponibili			
Vin de France rosé	11,5-12,5	75,00		85,00	
Vin de France rouge	11,5-12,5	70,00		80,00	

CALIFORNIA

Bianco comune	2020	0,75	0,83	◀▶	Rosso comune	2019/20	0,84	0,96	▲
Chardonnay	2020	1,01	1,33	◀▶	Cabernet Sauvignon	2019/20	0,92	1,55	◀▶
Pinot grigio	2020	1,09	1,33	◀▶	Merlot	2019/20	0,96	1,17	▲
Muscat	2020	0,96	1,22	▲	Pinot noir	2019/20	1,17	1,55	◀▶
White Zinfandel	2020	0,84	0,92	◀▶	Syrah	2019/20	0,88	1,22	◀▶
Colombard	2020	0,80	0,84	◀▶	Zinfandel	2019/20	1,01	1,38	◀▶

ARGENTINA

Bianco comune	2020	0,34	0,38	▲	Cabernet Sauv.	2019/20	0,67	0,75	▲
Bianco c. (Criolla)	2020	0,38	0,42	▲	Malbec Entry-level	2019/20	0,63	0,71	▲
Chardonnay	2020	0,71	0,80	▲	Malbec Premium	2019/20	0,75	0,92	▲
Torrontes	2020	0,46	0,50	▲	Syrah	2019/20	0,54	0,63	▲
Sauvignon Blanc	2020	0,67	0,75	▲	Merlot	2019/20	0,54	0,63	▲
Muscat	2020	0,44	0,49	▲	Tempranillo	2019/20	0,42	0,50	▲
Rosso comune	2019/20	0,38	0,42	▲	Bonarda	2019/20	0,42	0,50	▲

CILE 2021

Bianco comune NV	0,54	0,63	▲	Malbec (Varietal Plus)	1,26	1,68	▲
Chardonnay	0,88	1,09	▲	Rosso comune NV	0,50	0,54	◀▶▲
Chardonnay (Varietal Plus)	nq	nq		Cabernet Sauvignon	0,60	0,67	▲
Sauvignon Blanc	1,01	1,17	▲	Cabernet S. (Varietal Plus)	0,71	0,80	▲
Sauvignon B. (Varietal Plus)	1,26	2,10	▲	Carmenere	0,67	0,75	▲
Syrah	0,63	0,71	▲	Carmenere (Varietal Plus)	0,78	0,92	▲
Pinot noir	0,92	1,34	▲	Merlot	0,64	0,71	▲
Malbec	0,67	0,75	▲	Merlot (Varietal Plus)	1,05	1,17	▲

SUDAFRICA

Bianco comune	2020/21	0,32	0,38	◀▶	Rosso comune	2020/21	0,48	0,53	◀▶
Chardonnay	2020/21	0,59	0,65	◀▶	Cabernet Sauvignon	2020/21	0,65	0,77	◀▶
Sauvignon Blanc	2020/21	0,59	0,71	◀▶	Ruby Cabernet	2020/21	0,53	0,59	◀▶
Chenin Blanc	2020/21	0,41	0,47	▼	Merlot	2020/21	0,65	0,74	◀▶
Muscat	2020/21	0,35	0,38	◀▶	Pinotage	2020/21	0,59	0,68	◀▶
Rosé comune	2020/21	0,35	0,38	◀▶	Shiraz	2020/21	0,65	0,71	◀▶
Cultivar rosé	2020/21	0,48	0,53	◀▶	Cinsalut rosé	2020/21	0,47	0,53	◀▶

AUSTRALIA - NUOVA ZELANDA 2021

Bianco secco NV	0,54	0,60	◀▶	Rosso secco NV	0,44	0,54	▼
Chardonnay	0,66	0,76	◀▶	Cabernet Sauvignon	0,57	0,69	▼
Sauvignon Blanc	0,82	0,95	▲	Merlot	0,54	0,63	▼
NZ Marlborough SB	3,81	4,40	▲	Shiraz	0,57	0,69	▼
Pinot Gris	0,76	0,82	◀▶	Muscat	0,57	0,63	◀▶