



STUDI  
&  
RICERCHE

Uno studio triennale sul Nebbiolo atto a Sforzato di Valtellina Docg

### QUANDO RACCOGLIERE LE UVE DESTINATE ALL'APPASSIMENTO?

I risultati di una delle linee del progetto "Increase Sforzato". In primo piano la valutazione sulla combinazione data di raccolta - durata dell'appassimento e il suo effetto sulla qualità dell'uva. Il commento del presidente del Consorzio Vini Valtellina: "Continuare a rendere contemporaneo un vino dall'antica tradizione" - Pag. 18 -

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.

INTERVISTA ESCLUSIVA A MATTEO ZOPPAS  
CHE RISPONDE ALLE ATTESE DELLA FILIERA

A PAGINA 2

## Una nuova Ice con le imprese al centro



A "Il Corriere Vinicolo" il neo presidente di Ice, incontrato in occasione dell'ultimo Consiglio Nazionale di UIV, parla del ruolo dell'Agenzia nel successo del made in Italy, la nuova struttura interna, il rapporto con le aziende (anche del vino) e quello con le Ambasciate. Credibilità di un presidente-imprenditore nella sfida di rinforzare il rapporto tra le strutture dell'istituto e le imprese del comparto vitivinicolo

EDITORIALE

Oms,  
alcol  
e media

### Invito alla disobbedienza (critica)

di GIULIO SOMMA

L'ombra lunga dell'oscurantismo sanitario si proietta pericolosamente sul mondo del giornalismo internazionale. A firmarla è, ancora, l'Oms, l'autorità mondiale incaricata di gestire e coordinare il settore della salute all'interno del sistema delle Nazioni Unite che, in un Report diffuso nelle scorse settimane, invita gli operatori dell'informazione di tutto il mondo a seguire le "linee guida" su come "dovrebbero occuparsi e pensare (!) ai temi del consumo di alcol e ai suoi danni, nonché alle soluzioni comprovate a questo problema". Sebbene non abbia avuto molto seguito sui media italiani ed europei, questa nuova, pesante, presa di posizione sul tema del consumo dell'alcol attraverso un vero e proprio vademecum su come andrebbe "pensata" e "gestita" l'informazione, rappresenta un grave e inaccettabile attacco alla libertà del giornalismo che non possiamo sottacere.

Continua a pagina 3 ➡

LA NOSTRA INCHIESTA SU TERRITORI E VIGNETI ALLUVIONATI: COSA FARE?

A PAGINA 4

## Salvi dal fango, colpiti dalle fitopatie. Ora, misure di sostegno



1,1 miliardi:  
il prezzo salato  
dell'alluvione

"Wine for Romagna",  
promossa dal  
gruppo Partesa  
a Cesena

Il vigneto romagnolo si salva dal fango, limita gli estirpi ma soffre l'arrivo di malattie funginee. A rischio la produzione biologica. Impianti produttivi senza molti danni, ma in collina c'è il dramma di frane e smottamenti. Necessità di interventi urgenti per aiutare la ripresa produttiva degli impianti vitati e delle aziende vitivinicole e di azioni promozionali per spingere i vini romagnoli sui mercati

## IL CORRIERE VINICOLO WINE IN TOUR

TEMI, PROBLEMI E PROSPETTIVE DEL TURISMO DEL VINO IN ITALIA



La case history

L'enoturismo "American style" di Renzo Rosso

a pag. 8

Spunti dal convegno promosso dal Lugana Doc

Territorio e turismo: serve un cambio di governance



a pag. 9

Echi da Sicilia en Primeur

La Sicilia scommette sul binomio turismo-vino

a pag. 11



**SYNEROCAP™ SERIES**

**nortan**  
Passione, tecnologia, innovazione...

www.nortan.it

Noi siamo già nel futuro... E tu?

YouTube, Facebook, LinkedIn icons

**INTERVISTA ESCLUSIVA  
A MATTEO ZOPPAS CHE RISPONDE  
ALLE ATTESE DELLA FILIERA**

**ITCA**  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - AGENZIA



*A "Il Corriere Vinicolo" il neo presidente di Ice, incontrato in occasione dell'ultimo Consiglio Nazionale di UIV, parla del ruolo dell'Agenzia nel successo del made in Italy, la nuova struttura interna, il rapporto con le aziende (anche del vino) e quello con le Ambasciate. Credibilità di un presidente-imprenditore nella sfida di rinforzare il rapporto tra le strutture dell'istituto e le imprese del comparto vitivinicolo*



# UNA NUOVA ICE CON LE IMPRESE AL CENTRO

di GIULIO SOMMA



## Matteo Zoppas, dall'acqua minerale all'internazionalizzazione

Matteo Zoppas, nato a Pordenone nel 1974, è laureato in Economia aziendale all'Università Luigi Bocconi di Milano, con due Master al Cuoa, in Lean manufacturing e in Business administration. Tra i primi incarichi di prestigio spicca quello di analista nell'Ufficio Partecipazioni di Mediobanca dal 2002 al 2003. È stato quindi consigliere di amministrazione di Operation Smile Italia e membro del Consiglio centrale di Confindustria nazionale. Dal 2013 al 2017 ha ricoperto il ruolo di presidente di Confindustria Venezia e Rovigo, trampolino di lancio per la presidenza di Confindustria Veneto, fino al 2019. È consigliere d'amministrazione di Acqua Minerale San Benedetto Spa, prima azienda italiana nel settore delle bevande analcoliche. Il 17 febbraio 2023 è diventato il nuovo presidente dell'Agenzia Ice (Italian Trade & Investment Agency), che coordina le strategie e gli strumenti di internazionalizzazione del Paese, per supportare al meglio export e crescita all'estero delle imprese italiane, ma anche attrarre gli investimenti diretti esteri in Italia.

**N**el fatturato annuo del comparto vitivinicolo italiano il peso specifico dell'export, così come per tante altre filiere produttive, è sempre più rilevante. Nel 2022, le esportazioni hanno sfiorato gli 8 miliardi di euro a valore, e se nel 2023 gli effetti di inflazione e tensioni internazionali hanno rappresentato un freno rilevante alla crescita, resta viva più che mai la necessità di supportare al meglio l'internazionalizzazione delle imprese italiane sui mercati. Ruolo cui adempie l'Agenzia Ice, che negli ultimi anni è finita al centro di diverse riorganizzazioni, che l'hanno vista passare dal controllo del Ministero dello Sviluppo economico a quello del Ministero degli Esteri. Oggi, nelle intenzioni dell'attuale Governo, deve rafforzare il proprio ruolo di sostegno alle imprese, rinforzando il proprio protagonismo, come ha raccontato, nell'intervista rilasciata a "Il Corriere Vinicolo", il suo nuovo presidente, **Matteo Zoppas**, incontrato in occasione dell'ultimo Consiglio Nazionale di Unione Italiana Vini, dove è intervenuto.

Un intervento apprezzato dalla platea, da parte di un presidente-imprenditore che sta riscuotendo un sentimento positivo

nel settore, ma che si trova davanti alla sfida di ricostruire forme di rapporto stabile tra gli uffici Ice e le imprese del vino, come ha evidenziato **Paolo Castelletti**, segretario generale di UIV. "Il coinvolgimento degli imprenditori nell'elaborazione delle strategie promozionali e nell'attuazione delle iniziative da parte dell'Ice rappresenta un valore aggiunto che ci auguriamo la nuova Agenzia voglia valorizzare - ha detto Castelletti, introducendo Zoppas nel dibattito consiliare - nessuno meglio di chi opera sui mercati quotidianamente ne conosce le dinamiche e, pertanto, può supportare e orientare efficacemente le attività di promozione".

La "nuova" Ice di Zoppas avrà un nuovo direttore, sostenuto da una solida struttura interna, e dalla volontà di alleggerire il peso della burocrazia nel lavoro dei 79 uffici, in 67 Paesi, che sostengono le aziende italiane, in sinergia con le Ambasciate, ma ribadendo la centralità del lavoro dell'Ice, l'unica agenzia preposta alle attività dedicate al commercio estero. Un ruolo fondamentale, da portare avanti stringendo sempre di più i rapporti con le aziende - da ascoltare e sostenere nelle loro esigenze - in linea con quelle che sono le specificità e le regole che normano l'azione di Ice,

cui il mondo del vino, settore economicamente solido, guarda con grande attenzione.

**Presidente Zoppas, con il susseguirsi dei diversi Governi, l'Ice negli ultimi anni ha subito diverse riorganizzazioni: quali sono gli obiettivi che vuole raggiungere il Governo Meloni attraverso il lavoro di Ice?**

Nell'agenda di questo Governo il made in Italy ha un ruolo centrale, anche e soprattutto come leva economica, sostenuta quindi dalle esportazioni. In questa direzione si è costituito un Comitato interministeriale, co-presieduto dal Maeci e dal Mimit, che coordina le attività dell'Ice. Vigilata oggi dalla Farnesina, l'Agenzia lavora mantenendo una sua indipendenza e una sua capacità di operare. La forza dell'autonomia dell'Ice, quindi, ma anche quella della rete dei soggetti che in coordinamento lavorano per adottare e rendere operative le linee guida e di indirizzo strategico per l'azione di promozione del made in Italy. Insieme ad alcuni Ministeri chiave, lavorano in tal senso insieme ad Ice tutti gli enti che compongono il sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione come Cdp, Sace, Simest ed Enit. L'auspicio, da parte mia, è che anche gra-

zie al buon lavoro di squadra la nostra Agenzia fortifichi il suo ruolo in maniera meritoria, conquistandosi sul campo una sua rinnovata centralità.

**In termini organizzativi, come si sta strutturando la nuova Ice?**

A livello organizzativo interno, il direttore Alberto Luongo andrà in pensione alla fine del mese di giugno: perdiamo una figura importante nella gestione di una macchina molto complessa, e il suo successore potrà contare su quattro figure di supporto dedicate, una all'amministrazione, una alle reti estere e le altre due, rispettivamente, alla promozione e al marketing e comunicazione. È una riorganizzazione interna volta al consolidamento delle nostre attività di promozione e servizi alle imprese, che riguardano anche l'organizzazione di fiere e collettive, con una parte importante del budget che sostiene i costi fieristici, e un'altra, altrettanto importante, destinata all'incoming degli operatori. Un aspetto fondamentale del lavoro di Ice, che risponde a logiche e regole amministrative ben precise: ad esempio, non si possono invitare sempre gli stessi buyer, per garantire imparzialità. Ma, consapevoli che le regole della pubblica amministrazione



## Oms, alcol e media Invito alla disobbedienza (critica)

➔ Segue dalla prima pagina

**I**n tutto il mondo - si legge nella presentazione - c'è una scarsa consapevolezza dell'impatto negativo del consumo di alcol sulla salute e sulla sicurezza. Questa guida mira a sostenere la comprensione e l'informazione sui danni causati dal consumo di alcol agli individui, alle famiglie e alle società. L'informazione dei media sull'alcol può aiutare le persone a comprendere il peso inaccettabile che l'alcol ha sulla salute e sulla società, nonché le cause profonde del problema e il modo in cui è possibile prevenirlo in larga misura.

Insomma, un vero e proprio "manifesto" su come il giornalista dovrebbe pensare e scrivere "correttamente" di alcol e salute che punta a imporre un "pensiero unico" sulla materia, nascondendo la complessità delle ricerche scientifiche sull'argomento, partendo dal solito assioma - "No amount of alcohol is safe to drink", cioè "Non esiste una quantità minima sicura di alcol" - spacciato come verità scientificamente fondata.

Ma al di là del merito di argomentazioni che ben conosciamo (per cui rimando al francese Vitisphere e ad alcuni media del settore italiani che ne hanno scritto), la gravità di questo report - che ci ha indotto a parlare di "oscurantismo" - sta nel fatto che non sono in discussione le tesi scientifiche sugli effetti salutisti del consumo o abuso di alcol quanto, invece, il principio stesso della libera informazione e della capacità di analisi critica dei giornalisti. Tutto ciò viene calpestato in nome di una mistificata informazione scientifica costruita su una tesi, falsamente presentata come condivisa dalla comunità internazionale dei ricercatori, che nel Report diventa strumento di condizionamento morale della libertà di analisi dei giornalisti, ancor più grave perché subdolamente collegata a dichiarate battaglie di tutela della salute pubblica.

La risposta più efficace a questo nuovo atto di dittatura moral-sanitaria dell'informazione, arriva dalle parole del nostro Capo dello Stato, il presidente Sergio Mattarella, che, pur parlando di tutt'altro in occasione del recente messaggio per i 70 anni dell'Unione Stampa Periodica Italiana, ha affermato: "Ai giornalisti, testimoni e certificatori della corrispondenza tra i fatti e la loro rappresentazione (...), viene affidata una grande responsabilità, tanto più in una stagione di rilevanti trasformazioni che mutano radicalmente il panorama delle fonti e pongono in discussione la loro affidabilità, questione opportunamente affrontata anche in sede di Unione europea". Ricordando, dopo aver richiamato la nostra Costituzione, che "la autenticità dell'informazione è affidata, dalle leggi, alla professionalità e deontologia di ciascun giornalista" e che sarebbe "fuorviante e contraddittorio con le stesse disposizioni costituzionali immaginare che organismi terzi possano ricevere incarico di certificatori della liceità dei flussi informativi".

Un orizzonte etico e ideale evidentemente sconosciuto ai vertici dell'Oms ormai troppo chiaramente condizionati da lobby e gruppi di potere internazionale (Vitisphere chiama in causa tra i redattori del Report addirittura l'ex Ordine Internazionale dei Buoni Templari, una "lega evangelica della temperanza, creata nel 1851, che avrebbe svolto un ruolo importante nell'istituzione del proibizionismo americano") con un bilancio, lo ricordiamo, dove i contributi diretti degli Stati hanno rappresentato solo il 16% del budget del programma.

Un contesto oscuro, governato da dinamiche dove la scienza viene piegata a interessi di parte e la manipolazione informativa diventa pensiero unico, verso cui è nostro dovere fare appello alla disobbedienza civile e critica per difendere il valore di una missione, quella giornalistica, che non sta nel prendere le parti di questo o quello, ma nell'affermare, come recita l'art. 1 del "Testo unico dei doveri del giornalista", il "diritto insopprimibile dei giornalisti alla libertà d'informazione e di critica".

**GIULIO SOMMA**  
Direttore de Il Corriere Vinicolo

vanno seguite con rigore anche se non sempre sono sufficienti a garantire efficacia delle azioni, stiamo lavorando per capire come conciliare il rispetto delle norme con le necessità delle imprese, la buona gestione delle risorse pubbliche con azioni efficaci sui mercati per capire se sia questo il miglior criterio di selezione per massimizzare le possibilità.

**Il vino, per quanto settore in salute, ha comunque bisogno del supporto pubblico.**

**Possiamo immaginare un budget dedicato al vino? E se sì, come sarebbe gestito e che attività potrebbe prevedere?**

Più che su budget verticali, esiste una promozione che valorizza l'intero settore agroalimentare in maniera sistemica e senza abbassare l'attenzione alle minacce che in questo momento potrebbero mettere sotto attacco il vino. A riprova della grande attenzione che Ice rivolge al settore, pensiamo alle oltre 30 azioni che la nostra Agenzia ha destinato esclusivamente alla promozione del vino italiano: azioni declinate in appuntamenti fieristici all'estero (Wine Paris, Wine Asia, Prowein, Prowein Hong Kong), incoming dei buyer a fiere in Italia (Vinitaly, VitignoItalia, Merano Winefest) ed eventi autonomi e Borse vini in tutto il mondo. L'azione di sostegno all'internazionalizzazione di Ice Agenzia per il 2023 si svolgerà sia nei mercati maturi (Germania, Francia, Stati Uniti, Svizzera, Spagna, Regno Unito, Giappone, Australia, Canada), ossia i principali mercati di sbocco per il nostro export, sia nei mercati ad alto potenziale (Polonia, Repubblica Ceca, India, Vietnam, Messico, Brasile, Arabia Saudita, Turchia, Indonesia, Malesia, Qatar, EAU, Cina, Corea del Sud) ed emergenti (Serbia, Kosovo, Marocco, Algeria, Kenya, Senegal, Nigeria, Etiopia, Niger, Mauritania, Costa d'Avorio, Sudafrica, Perù, Cile, Colombia, Paesi dell'Asia Centrale, tra cui Kazakistan e Uzbekistan). Infine, accanto

alle azioni specifiche, il vino accompagna, come componente di un più vasto concetto di made in Italy agroalimentare, le nostre azioni di promozione presso le Gdo, l'accesso gratuito a un servizio di tracciabilità del prodotto tramite blockchain; la campagna di national branding MadeinItaly.gov, lanciata dal Maeci in collaborazione con Ice Agenzia, pensata per veicolare l'immagine del made in Italy in tutto il mondo e che vede presente anche il vino, in un quadro di promozione integrata: territorio-cultura-innovazione, che sono gli elementi portanti del racconto dei nostri prodotti agroalimentari e in particolare del vino italiano. Tutte queste azioni contribuiscono a rafforzare l'impegno di Ice per la tutela del made in Italy e di contrasto all'Italian sounding, una delle tante sfide che il nostro sistema è chiamato ad affrontare quotidianamente.

**Il passaggio di competenze, nella transizione tra Ministero per lo Sviluppo economico e Ministero degli Affari esteri, ha comportato un nuovo ruolo per le Ambasciate anche nelle strategie promozionali del Paese. Come si colloca il rapporto tra Ice e Ambasciate?**

La Ambasciate fanno un lavoro diverso dal nostro e lo fanno bene, ma il ruolo del responsabile economico dell'Ambasciata è leggermente diverso da quello dei nostri responsabili degli uffici all'estero: pur avendo contatti con le aziende, rappresenta un altro livello di interlocuzione. È l'Ice l'agenzia preposta alle attività dedicate al commercio estero, perciò nei Paesi in cui siamo presenti il direttore dell'agenzia, pur coordinandosi con l'Ambasciata nelle attività che fa, si muove in maniera indipendente. Di nuovo, nell'ultima riforma, c'è l'istituzione di un organo di vigilanza, all'interno delle stesse Ambasciate, voluto dalla Farnesina, su quanto viene fatto

con i fondi destinati alla promozione e alle altre attività di sostegno del commercio estero: una funzione di controllo periferico che si intreccia con quello centrale operato da noi a Roma, che ritengo utile per il miglior utilizzo delle risorse. L'Ice, attualmente, può contare su 79 uffici dislocati in 67 Paesi nel mondo, ognuno con un suo direttore, e all'interno degli uffici c'è sempre almeno un trade analyst, che si occupa dei diversi servizi alle aziende. Durante l'emergenza Covid, per sostenere il nostro comparto produttivo all'estero, fu deciso di erogare gratuitamente una parte dei servizi, decisione su cui probabilmente dovremo tornare. Esistono poi servizi base, come le liste di operatori/importatori che vengono messe a disposizione delle imprese, e servizi più avanzati, come le valutazioni e le analisi di mercato ad hoc per il singolo prodotto, e quindi le attività fatte appositamente per accompagnare le imprese. Il nostro ruolo, è bene ribadirlo, è quello di seguire le aziende nelle loro attività, e dovremo farlo ancora di più.

**Condividere strategie, modalità di attuazione e risorse con le imprese sarebbe un elemento capace di ricostruire un rapporto tra Ice e settore del vino che aiuterebbe, da una parte, a far arrivare gli input giusti ai diversi mercati, dall'altra garantire alla stessa Ice un supporto concreto nel fare le scelte giuste. Ci sono oggi gli spazi per ripensare questo tavolo comune tra gli uffici Ice impegnati sul vino e gli imprenditori?**

Sono convinto che chi non è stato imprenditore non possa avere la stessa sensibilità di chi lo è, per cui, anche in buona fede, ci possono essere dei disallineamenti, più o meno grandi, tra ciò che viene fatto e ciò che potrebbe effettivamente servire. Il mio auspicio, nei limiti dei miei poteri e competenze, è quello di avvicinare il più possibile il servizio offerto

dall'Ice a quelle che sono le esigenze degli imprenditori, ossia di massimizzare il risultato delle esportazioni all'interno dell'attuale quadro normativo. Che, ovviamente, presuppone un funzionamento e quindi un ambito diverso dal privato, perché il 60% del tempo dei nostri dipendenti è dedicato essenzialmente agli aspetti burocratici, e proprio la sburocraziazione delle nostre attività è un tema su cui vogliamo concentrarci, sempre mantenendo la stessa capacità operativa. La maggior vicinanza all'impresa e all'ascolto dell'imprenditore, in questo senso, è certamente tra le cose che auspico e sulle quali mi impegnerò direttamente, ma bisogna capire quali strumenti possiamo utilizzare per farlo con efficacia. Con la nuova struttura organizzativa, l'intenzione è quella di cercare di fare un'analisi condivisa per dare priorità a quelle attività che prediligono un moltiplicatore economico di fatturato. Nella pratica delle nostre attività, come i momenti di incoming o durante le fiere, il personale Ice è sempre al fianco degli imprenditori, con cui il dialogo è costante e costruttivo, sono momenti di grande crescita e condivisione, fondamentali quando si tratta di mettere in campo le diverse attività, comprese quelle di comunicazione. Ciò che possiamo fare è cercare di indirizzare con ancora maggior precisione il nostro lavoro verso gli obiettivi indicati dalle imprese, ad esempio riprendendo le collettive che abbiamo abbandonato per vari motivi nel periodo Covid. Non so se riusciremo a costituire dei veri e propri comitati in rappresentanza dei diversi settori, tra cui il vino, con cui costruire un confronto permanente, ma al di là delle forme tecniche create dai momenti e delle forme di ascolto diretto delle aziende è sicuramente un aspetto necessario e importante, anche oltre gli aspetti organizzativi, per confermare che le attività portate avanti siano in linea con le attese degli imprenditori.



**LA NOSTRA INCHIESTA  
SU TERRITORI E  
VIGNETI ALLUVIONATI:  
COSA FARE?**



di RICCARDO ISOLA

# Salvi dal fango, colpiti dalle fitopatie. Ora, misure di sostegno

**I**l vigneto Romagna, seppur duramente colpito, non affonda nel fango del post alluvione. Questo è quanto emerge ad un mese di distanza dagli eventi del 3 e 16 maggio scorso che, nel territorio da Imola a Cattolica, hanno flagellato le comunità di pianura e d'Appennino. Abbiamo voluto attendere che si "calmassero le acque" (sebbene le piogge continuino a cadere abbondanti su quei territori) rispetto al caos e al dramma dei primi giorni, per capire quanto e come gli eventi alluvionali hanno impattato su vigneti e cantine, che effetti si avranno sulla prossima vendemmia e iniziare, soprattutto, a capire quali strumenti, finanziari e non, devono essere messi in atto per restituire a quei territori la piena operatività.

Dai grandi gruppi cooperativi ai Consorzi, dalle prime stime emerge come "i danni si ripercuoteranno per la vendemmia 2023 in termini di calo produttivo attorno al 10% in collina e del 15-20% in pianura, ma non si esclude possano avere ripercussioni anche per le vendemmie future visto che diversi appezzamenti vitati saranno da reimpiantare". Lunghi e imponenti ristagni idrici nelle vigne, fango, a tratti fortemente contaminato da altre sostanze, frane e smottamenti stanno creando comunque preoccupazione, in termini di insorgenza delle fitopatologie. Si tratta di stime e di previsioni che riguardano circa il 40% del vigneto presente a nord della Via Emilia e il 10-15% per quello di collina. Molti di questi ancora oggi sono impossibilitati a essere raggiunti e quindi trattati. Una situazione che sta mettendo a forte rischio le coltivazioni certificate biologiche.

## Stime e danni

Chi può fare una fotografia chiara della situazione sono soprattutto i grandi gruppi cooperativi, come Caviro, Gruppo Cevico, Agrintesa ma anche Poderi dal Nespole, che con i loro milioni di ettolitri di vino prodotti ogni anno danno risposte a migliaia di aziende e conferitori romagnoli. Per **Marco Nannetti** presidente del Gruppo Cevico "la situazione è complessa e lunga nella sua risoluzione, purtroppo in alcuni casi possiamo anche definirla compromessa. Il 40% della superficie di pianura interessata dai vigneti risulta essere stata alluvionata, con vigne sott'acqua e fango per diversi giorni. In collina, poi, frane e smottamenti hanno in alcuni casi divelto filari, in altri reso inaccessibili le vigne. Alcune realtà aziendali hanno subito danni anche nell'ambito tecnico e strumentale. È difficile avere ora un dato certo, serviranno alcune settimane ancora, per capire il danno produttivo in termini percentuali ma sicuramente sarà a doppia cifra. Non ci aspettiamo in Romagna certo una vendemmia con sovrapproduzione, questa non sarà una vendemmia normale e crediamo che anche quelle future registreranno ripercussioni in negativo". Anche da Caviro, nelle parole del direttore **Simonpietro Felice**, la conta dei danni è in fase di elaborazione. "I danni del post alluvione devono essere distinti nelle due aree di riferimento: collina e pianura. Stando alle prime stime, in collina, dove per lo più si coltivano uve rosse, ma anche versioni di bianco premium, la percentua-

**Il vigneto romagnolo si salva dal fango, limita gli estirpi ma soffre l'arrivo di malattie funginee. A rischio la produzione biologica. Impianti produttivi senza molti danni, ma in collina c'è il dramma di frane e smottamenti. Necessità di interventi urgenti per aiutare la ripresa produttiva degli impianti vitati e delle aziende vitivinicole e di azioni promozionali per spingere i vini romagnoli sui mercati**

## UIV supporta la raccolta fondi

**UN AIUTO CONCRETO PER L'EMILIA ROMAGNA**  
Unione Italiana Vini è vicina ai soci dell'Emilia-Romagna per il tragico evento che ha colpito il loro territorio e la popolazione ed esprime solidarietà supportando la raccolta fondi promossa dall'Agenzia per la Sicurezza territoriale e dalla Protezione civile dell'Emilia-Romagna, con lo scopo di offrire un aiuto concreto alla popolazione. Per chiunque volesse contribuire: il conto corrente - codice **Iban IT69G0200802435000104428964** - è stato aperto presso Unicredit ed è intestato all'Agenzia per la Sicurezza territoriale e la Protezione civile dell'Emilia-Romagna. I versamenti vanno effettuati con la causale "Alluvione Emilia Romagna". Un grazie anticipato a tutti quelli che vorranno esprimere la propria sensibilità e attenzione



Marco Nannetti e Simonpietro Felice

le del vigneto non più produttivo si attesta sul 10%. In pianura, dove predomina il Trebbiano, la percentuale si alza in una forbice che va dal 10 al 20%. Questo porta con sé anche un'altra considerazione. Il 90% del restante patrimonio vegetale sopravvissuto oggi è rigoglioso, in salute e forse vivo come da tempo non lo si vedeva, con conseguente produzione maggiore attesa". Il gruppo Agrintesa non è da meno nel fotografare una situazione molto difficile per il vitivinicolo romagnolo. "Da questa ondata di maltempo - spiega il direttore della cantina, **Riccardo Castaldi** - sui 7.300 ettari degli associati di Agrintesa, distribuiti in un areale che ha come cuore Faenza, ma che dal Bolognese arriva fino al Riminese, da un primo

sondaggio emerge come 2.400 ettari siano di fatto stati colpiti in modo preponderante, sia come alluvione sia come frane o smottamenti. Di questi, oltre un migliaio sono rimasti sott'acqua per meno di 36 ore e quindi i danni e le problematiche, almeno che non fossero giovani impianti che di fatto sono perduti in ogni caso, saranno limitati. I restanti invece sono rimasti sott'acqua per diversi giorni, in condizioni asfittiche, e di conseguenza le ripercussioni si stanno già vedendo con ingiallimento fogliare, vegetazione stentata e difficoltà molto probabile nell'allegazione. Per fortuna non abbiamo registrato danni impattanti invece sulle strutture tecniche e a servizio del lavoro nelle vigne. Una stima più concreta e veritiera sullo stato di salute dei vigneti sarà però possibile farla tra una ventina di giorni".

## Una visione condivisa, ma con anche spiragli di ottimismo

La portata del disastro è condivisa e confermata da tutti, grandi, piccole o medie aziende che siano. In collina, soprattutto nell'area di Modigliana e Brisighella, territori fortemente vocati alla vitivinicoltura di qualità, sono diverse le aziende che hanno registrato, da inizio maggio, danni a filari e vigne per decine di ettari in totale. Si parla, solo per questi due comuni, di oltre 600 frane censite molte delle quali avvenute su terreni coltivati o su strade di accesso interpoderali. Realtà artigianali con dimensioni di superficie vitata, e rese per ettaro, limitate rispetto alla pianura e che quindi avranno ripercussioni ben più forti in termini di impatto economico con la qualità del raccolto a rischio. Da queste aree collinari, sebbene un po' più a sud, arriva la testimonianza di **Massimo Romani**, ad del gruppo Argea di cui fa parte anche l'azienda di Poderi dal Nespole nella valle del Bidente sulle colline forlivesi: "Ad oggi, abbiamo contato una quindi-



Riccardo Castaldi



Massimo Romani



Le prime stime complessive dei danni del comparto agroalimentare romagnolo

### 1,1 MILIARDI: IL PREZZO SALATO DELL'ALLUVIONE

Non solo i vigneti sono finiti sott'acqua e fango o sono stati dilavati e abbattuti dai pendii scoscesi dell'Appennino. L'intero comparto agroalimentare romagnolo ha, infatti, registrato danni e ripercussioni produttive per la doppia ondata di pioggia caduta il 3 e il 16 maggio scorsi. La Regione ha in questi giorni fatto la prima stima e vede imprese danneggiate e coinvolte arrivare a quota 12mila per 1,1 miliardi di danni tra perdite di produzione, ripristini fondiari, terreni persi e animali coinvolti dall'alluvione. Nello specifico dell'area più colpita, la Coldiretti amplifica la conta dei danni. "Il maltempo - afferma - ha devastato un territorio con 21mila aziende agricole e allevamenti in una delle aree più agricole del Paese, con una produzione lorda vendibile della Romagna pari a circa 1,5 miliardi di euro all'anno, colpendo oltre centomila ettari coltivati". Sempre per l'associazione agricola raccolti di ortaggi, grano orzo, mais, girasole, colza e soia coperti dal fango sono andati completamente perduti. Frutteti e vigneti stanno morendo per asfissia radicale, con una perdita di produzione per i prossimi quattro o cinque anni. In pericolo, sottolinea sempre la Coldiretti, è un territorio con oltre 25mila ettari di frutteti con nell'ordine pesche e nectarine, kiwi, albicocche, susine, pere, kaki, ciliegi e castagni, mentre in altri 25mila ettari sono piantati vigneti ma ci sono anche migliaia di ettari coltivati ad orticole, come patate, pomodoro, cipolla e altro anche per la produzione di sementi. Oltre 60mila ettari sono coltivati a grano duro per la pasta, grano tenero per il pane, orzo, sorgo e mais. Su altri 7mila ettari si estendono le coltivazioni di girasole, colza e soia.



cina di frane nelle nostre vigne. Una di queste ha compromesso quasi 2 ettari di vigneto, altre sono relative alla viabilità aziendale con strade di accesso ai poderi crollate, capezzagne dei vari vigneti danneggiate e danni vari anche alle pareti terrose degli invasi. Alcune vigne sono rimaste isolate e irraggiungibili per diversi giorni, altre lo sono ancora. Questo rende impossibile la lavorazione delle stesse con trattamenti fitosanitari necessari il che rappresenta una incognita rispetto alla prossima vendemmia. Fortunatamente - conclude - i fabbricati aziendali non risultano danneggiati". Più ottimista sembra essere l'analisi del presidente del Consorzio Vini di Romagna, **Roberto Monti**. "La somma delle superfici a vigneto dell'area collinare con piante e filari portati via dalle frane, non risultano tantissime. Altrettanto dicasi per le strutture di produzione, i fabbricati danneggiati sono pochi. Nelle aree di pianura il deflusso delle acque è stato abbastanza rapido per almeno buona parte dei vigneti e la vite, se innestata su Kober 5BB, è abbastanza tollerante al ristagno idrico e pertanto le conseguenze negative sono limitate o quasi nulle. Tuttavia ci sono zone dove l'acqua è defluita solo dopo parecchi giorni o altre, quelle più prossime ai fiumi o ai canali esondati, dove l'acqua ha lasciato uno strato di limo di grande spessore, fino a 20 - 40 cm in alcuni punti. In tali casi i problemi sono più accentuati, anche se raramente si arriva alla perdita delle piante".



Roberto Monti

#### Biologico a forte rischio

Grazie alle intense piogge di maggio, che hanno registrato in Romagna circa 550/600 mm in due settimane, le viti hanno avuto un'attività vegetativa importante, soprattutto fogliare che potrebbe portare a ripercussioni sull'alimentazione del grappolo con conseguenze sull'allegagione. Inoltre lunghi giorni di presenza di acqua e fango, arrivata anche a 50/60 cm di altezza, umidità alta e temperature in forte risalita mettono a rischio la vite verso le malattie funginee, peronospora e oidio su tutte. "A questo - sottolinea Nannetti - si deve aggiungere la difficoltà da parte dei viticoltori a poter entrare in vigna per fare i trattamenti, soprattutto nei vigneti biologici, che hanno meno 'armi' e la tempesta perfetta è servita. Il biologico, comparto sempre più importante negli ultimi anni, avrà delle perdite inevitabili di produzione. È vero che ogni anno le superfici aumentano, ma questo sarà l'ambito con la maggiore percentuale di calo produttivo".

#### Iniziative di sostegno e mercato

Nella fase contingente del ripristino e recupero delle lavorazioni delle vigne diventate urgenti misure di sostegno in tal senso. "Ci auguriamo arrivino dei contributi diretti alle aziende per il ripristino dei danni subiti e per la messa in sicurezza delle stesse e del territorio - auspica Massimo Romani -. Quanto accaduto ha fatto capire ancor meglio l'importanza della gestione e manutenzione dei fondi agricoli. La regimentazione delle acque e la cura del

territorio sono infatti affidati agli agricoltori e nel nostro caso ai viticoltori; anche per tale motivo, la viticoltura di collina va sostenuta quando in sofferenza economica e incentivata. Il non farlo rischia di creare dei danni sicuramente maggiori dell'investimento fattibile a tutela della stessa". E mentre sui media iniziano ad affacciarsi in maniera insistente i timori di ritardi nella erogazione dei contributi pubblici e nella gestione dell'emergenza, da parte del mondo cooperativo le richieste sono ancora più esplicite e dirette. "Servono urgenti e certi ristori. Abbiamo bisogno di moratorie contributive più lunghe per tutte quelle aziende che hanno visto i propri vigneti finire sotto il fango e l'acqua oppure crollati da frane e smottamenti. Il Governo deve immediatamente mettere sul campo ammortizzatori sociali capaci di accompagnare la ripresa. Infine - aggiunge Nannetti - il Decreto di giugno parla di moratorie a due mesi. Sono assolutamente insufficienti e non servono a nulla perché in due mesi la situazione non si è normalizzata. Serve più tempo e servono più risorse".

In questa fase, anche dal mercato può arrivare un sostegno prezioso alle aziende con azioni mirate di promozione e commercializzazione del vino romagnolo. Tutti gli interlocutori concordano nel ritenere "indispensabile che i ristori e le compensazioni, anche con moratorie di medio-lunga durata debbano entrare in vigore con tempestività. Non solo pagare indennizzi con celerità ma serve - rimarcano tutti - permettere la ripresa produttiva degli impianti vitati e delle aziende vitivinicole". Sul comparto promozione, il Consorzio e l'Enoteca regionale dell'Emilia Romagna sono gli alfieri istituzionali più importanti. Se per Monti, del Consorzio romagnolo, la roadmap è quella di "proseguire in quella che è da sempre la nostra mission e precisamente puntare a sostenere l'offerta di vino romagnolo con campagne mirate e continuative", dall'altra, dall'Enoteca regionale la sfida è soprattutto rivolta all'estero: "Verso fine giugno - spiega il presidente **Davide Frascari** - saremo in America per un importante evento a New York. Qui porteremo anche e soprattutto i vini provenienti dai territori colpiti dall'alluvione".

Un'altra azione che l'Enoteca regionale sta perseguendo è quella di "chiedere una deroga per le aziende alluvionate per reimmettere in commercio gli stock di bottiglie danneggiate nell'etichetta dall'acqua e dal fango e che per legge, però, non potrebbero essere vendute. In tal senso - chiude Frascari - chiediamo e chiederemo agli organismi di controllo un'elasticità maggiore nelle tempistiche per rietichettare le bottiglie che sono finite per pochi centimetri a contatto con l'acqua e il fango ma che si potrebbero tranquillamente immettere sul mercato dato che il contenuto è rimasto integro. Serve tempo ma crediamo che tutte queste azioni possano permettere all'Emilia Romagna del vino di tornare a essere protagonista sui mercati visto che siamo la terza regione a livello nazionale per produzione in volume e la seconda per produzione in valore".



Davide Frascari



Successo di "Wine for Romagna", promossa dal gruppo Partesa a Cesena

### DAL VINO ITALIANO SOLIDARIETÀ AI TERRITORI ALLUVIONATI

Una piccola grande catena di solidarietà per donare un'idrovora per il fango alla Protezione civile di Forlimpopoli: l'impresa, promossa da Partesa for Wine - il progetto vino di Partesa, azienda leader in Italia nei servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Horeca - è andata in scena nei giorni scorsi a Cesena con una serata di beneficenza dove sono intervenuti diversi personaggi del mondo del vino, nel corso della quale sono stati raccolti oltre 20 mila euro grazie al supporto attivo di decine di cantine, fornitori di cibo e ristoratori. "Un risultato piccolo, rispetto alla tragedia che ha colpito il territorio della Romagna ma grande per l'entusiasmo con cui il mondo del vino italiano ha risposto al nostro appello - ha commentato al termine della manifestazione il promotore dell'iniziativa **Alessandro Rossi**, national category manager Wine Partesa -. Non potevamo rimanere a guardare la devastazione che ha colpito migliaia di cittadini in uno dei territori più produttivi, dinamici e creativi d'Italia, con cui Partesa ha da tempo un profondo legame e di cui sono, orgogliosamente, originario - ha spiegato -. Per questo, insieme al Teatro Verdi e La Buca di Cesenatico, il ristorante una stella Michelin della famiglia Bartolini, abbiamo voluto coinvolgere i grandi professionisti del vino e del fuoricasa del territorio e di tutto il Paese per supportare la raccolta fondi a favore della Protezione civile che sta



Foto di gruppo della serata di beneficenza tenutasi a Cesena

aiutando in modo fattivo famiglie e imprenditori a ricostruire case e aziende nelle zone alluvionate". **Riccardo Cotarella**, presidente di Assoenologi, **Federico Bricolo**, presidente di Veronafiere (accompagnato da **Gianni Bruno**, brand manager di Vinitaly, e **Mauro Cobelli**, responsabile legale della Fiera), e **Federico Gordini**, fondatore e presidente di Milano Wine Week e di Aperitivo Festival, sono stati i personaggi intervenuti al "Salotto Didattico" svoltosi nel corso della cena condotta da **Giulio Somma**, direttore del nostro giornale. "La vostra presenza in questo teatro - ha esordito Somma rivolgendosi alla folta platea degli intervenuti - ci aiuta a testimoniare l'impegno concreto del mondo del vino nel supportare la ripresa di questi territori dove c'è una importante economia vitivinicola rimasta colpita dall'alluvione. A tutti gli operatori che lavorano nella filiera del vino romagnolo va il nostro pensiero di solidarietà, ma anche l'impegno a non lasciarli soli una volta finita l'attenzione mediatica sul tema" ha proseguito, sottolineando che "il successo di questa nostra iniziativa ha anche un altro rilevante risvolto comunicativo: è la migliore risposta a quanto scritto di recente da un autorevole magazine di vino tedesco, secondo cui non esiste un'iniziativa congiunta dei viticoltori italiani o delle associazioni di categoria per dimostrare la loro solidarietà con i loro colleghi in parole e azioni. Nulla di più falso!" ha concluso il direttore de Il Corriere Vinicolo, ricordando le tante iniziative di solidarietà promosse dall'Unione Italiana Vini, dall'Assoenologi e diverse altre aziende e realtà territoriali. Uno sforzo solido che troverà nuove opportunità messe a disposizione nei prossimi mesi da Veronafiere e dalla Milano Wine Week che, dopo i fondi devoluti dall'Aperitivo Festival, ha annunciato Federico Gordini, dedicherà nella sua prossima edizione un evento speciale di solidarietà dedicato alla vitivinicoltura romagnola.



**Omnia  
Technologies**  
Enabling Evolution

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

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

PROCESSING

BOTTLING & PACKAGING

**DELLA TOFFOLA**

**parmeare**

**SIRIO ALBERTI**

**GIMAR**

**F2**

**FRILLI**

**Primo  
FOOD TECHNOLOGIES**

**Progema  
engineering**

**bertolaso**



**m° MAR.CO.**  
MARTINI GÖTTSCHE LOWE

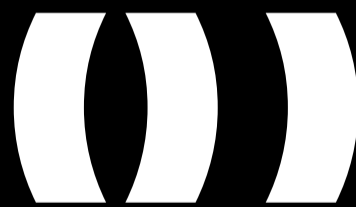
**Zitalia**

**omb**

**APE**  
packaging & palletizing

**COMAS**  
The Liquid Filling Company

**TECNO TREND**  
Raspes, Powder Machines



[omniatechnologiesgroup.com](http://omniatechnologiesgroup.com)



## L'AGIVI E IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO

Nata nel 1989, Agivi è l'Associazione giovani imprenditori vinicoli italiani tra i 18 e i 40 anni che lavorano all'interno di un'azienda vinicola o che esercitano attività legate ai prodotti vitivinicoli: una squadra che riunisce un centinaio di giovani leve del comparto vino made in Italy. Educazione, promozione e fare sistema sono le key word e la mission dell'associazione, tre asset strategici per il cambio generazionale del mondo del vino. Fanno parte del nuovo Consiglio di Agivi: Giulia Benazzoli (Benazzoli Fulvio Società Agricola), Tommaso Canella (Casa Vinicola Canella Spa), Martina Centa (Soc. Agr. Roeno), Violante Gardini Cinelli Colombini (Az. Agr. Donatella Cinelli Colombini), Giulia Goretti (Agr. Goretti Produzione Vini Srl), Nicola Guidi (Cantine Guidi 1929), Matteo Magnabosco (Azienda Agricola Ca del Lupo), Vittoria Rocca (Angelo Rocca & figli), Annamaria Sorricchio di Valforte (Barone di Valforte), Emanuela Tamburini (Azienda Agr. Tamburini) e Marzia Varvaglione (Varvaglione - Vigne e Vini Srl).



## Intervista alla neopresidente di Agivi

## IL FUTURO È IL NOSTRO "CAMPIONATO"



*E lo si vince con il lavoro di squadra. Mutuando una famosa frase di Michael Jordan – non a caso, dato il suo passato da giocatrice di basket – Marzia Varvaglione si focalizza in particolare sul “futuro come imprenditori e come esseri umani”. E tre saranno le parole chiave, che guideranno il suo mandato e le attività di Agivi in questa direzione: sostenibilità, digitalizzazione e biodiversità*

di ALESSANDRO MAURILLI



## CHI È MARZIA VARVAGLIONE

Marzia Varvaglione, nata a Taranto nello stesso anno della fondazione di Agivi, il 1989, proprio nella città pugliese ha vissuto fino all'età di 18 anni. Sorella maggiore di tre fratelli, parte fondamentale e integrante della vita e dell'azienda di famiglia. Sin da piccola ha sempre amato la disciplina e lo sport, in particolare il basket, che ha praticato arrivando a giocare anche nella società di serie A di Taranto, arrivando addirittura in Eurolega. L'economia è l'altra grande passione di Marzia, portata avanti con un percorso di studi e una continua scoperta fatta di esperienze concrete tra le Università di Milano, Lugano, Losanna e Londra, città - questa ultima - dove ha avuto la possibilità di focalizzarsi sulla strategia per le imprese e il marketing. Finiti gli studi e le pratiche "fuori porta", Marzia Varvaglione è tornata nella realtà di famiglia, un'azienda produttrice di vino inizialmente focalizzata sulla commercializzazione del vino sfuso. Oggi l'azienda Varvaglione 1921 è guidata dal padre insieme ai suoi tre figli e alla moglie al suo fianco. Marzia da 10 anni è business developer e direttore marketing and sales. La realtà aziendale oggi esporta 5 milioni di bottiglie in più di 70 Paesi nel mondo. Negli ultimi cinque anni ha conquistato importanti premi e riconoscimenti dalle guide più conosciute a livello internazionale e italiano, come Wine Spectator, Gambero Rosso, Bibenda tra le altre ma anche premi che vanno al di là del settore vino e parlano di design, come il premio "Red Dot". Creare valore, sviluppare nuovi prodotti e nuove strategie, consolidare il rapporto con i propri clienti e comunicare con uno stile innovativo rappresentano solo una parte del lavoro di Marzia Varvaglione.

**L**o scorso 28 maggio, Marzia Varvaglione è stata nominata come nuovo presidente di Agivi, l'Associazione Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani tra i 18 e 40 anni di Unione Italiana Vini, dal neo-eletto Consiglio direttivo. Classe 1989 e già vicepresidente nel mandato in scadenza di Violante Gardini Cinelli Colombini, la business developer e direttore marketing and sales dell'omonima azienda di famiglia, in Puglia, è stata designata all'unanimità. La presidente ha poi nominato Tommaso Canella (Casa Vinicola Canella Spa) e Vittoria Rocca (Angelo Rocca & figli) vicepresidenti. Un nuovo percorso, quindi, che parte da un programma ben definito da sviluppare nei prossimi tre anni.

## Nelle prime parole rilasciate dopo la sua elezione ha parlato di gioia e responsabilità...

Si, sono onorata, felice e carica di sentimenti contrastanti tra una grande gioia e un gran senso di responsabilità. Ma sono pronta a mettermi a lavorare con la squadra di Agivi con cui opereremo in continuità con le precedenti presidenze. Voglio ribadire l'impegno prioritario di Agivi per la sostenibilità, nel senso più ampio e duraturo che, nella sua declinazione francese di durabilité, ci invita a impegnarci per tracciare una strada che abbia valore anche nel futuro. Puntiamo su innovazione tecnologica, digitalizzazione e formazione. In una parola: cultura, la vera discriminante per fare la differenza anche e soprattutto

nel mondo del vino. Sono prontissima a mettere a disposizione la mia esperienza e a mutare, come mantra di questa presidenza, una delle frasi più illuminanti del grande Michael Jordan, "Con il talento si vincono le partite, ma con il lavoro di squadra e l'intelligenza che si vincono i campionati". Ho giocato a basket nelle massime serie, in Eurolega, e so che il campionato che vogliamo vincere è quello del nostro futuro come imprenditori e come esseri umani.

## Quali gli obiettivi del mandato?

Tre saranno le parole chiave: sostenibilità, digitalizzazione e biodiversità, attorno a questi temi gireranno le attività di Agivi. Nel mondo del vino si parla ancora poco di Agenda 2030 Onu e per noi giovani invece potrebbe rappresentare il futuro, facendo di Agivi una vera e propria palestra di formazione sui temi del cambiamento climatico e sulle possibili soluzioni per affrontarli, contrastandone le conseguenze. Il nostro obiettivo resta poi quello di supportare le nuove generazioni nella complessa fase del passaggio generazionale, considerando il dato secondo il quale oltre il 50% delle imprese italiane è ancora indietro su questo punto. Per farlo, dovremo cercare di avvicinare le nuove leve attraverso logiche che guardino a marketing moderno.

## Il ruolo dei giovani del vino di oggi e di domani?

I giovani di oggi sono gli imprenditori di domani: sono le figure che si prenderanno cura del nostro patrimonio culturale ed enoico. Sono i responsabili della creazione e dell'innova-

zione in un settore molto ancorato al passato, estremamente strategico per la generazione di valore per l'economia italiana, ma anche per il patrimonio storico. Ai giovani è affidato l'arduo compito di rendere più grande, bella e rilevante l'eredità che le nostre famiglie ci hanno affidato. I giovani sono anche i consumatori di domani e noi abbiamo il compito di ascoltarli per capire come si evolve il loro gusto, ma anche per educarli a un consumo consapevole, guidandoli in un percorso di avvicinamento e crescita verso i valori del vino italiano.

## Quali saranno le sfide del vino?

Innanzitutto, lavorare sulla biodiversità delle nostre vigne, perché è fondamentale sia dal

punto di vista commerciale che da quello vitivinicolo. Dal punto di vista commerciale, preservare il vantaggio competitivo che ha sempre valorizzato i nostri territori, e dal punto di vista vitivinicolo, affrontare le sfide che si combatteranno contro il cambiamento climatico, solo attraverso la biodiversità e quindi la resistenza delle piante. Un'ulteriore sfida riguarda poi le dimensioni delle aziende agricole, che spesso sono ancora molto piccole. Questo abbassa la soglia di competitività del settore sia per l'approvvigionamento sia per la contrattazione e negoziazione sul mercato. La sfida è anche portare maggiore struttura organizzativa e internazionalizzazione, perché ormai non possiamo più basarci solo su quello che abbiamo fatto in passato.



## IL SALUTO DI VIOLANTE GARDINI CINELLI COLOMBINI

## Agivi, una "famiglia" in continua crescita

Nel suo saluto di passaggio delle consegne, la past president, Violante Gardini Cinelli Colombini ha dichiarato: "Ho sempre creduto in questo progetto, fin da quando entrai a farne parte nel 2008. In Agivi non solo ho imparato molto frequentando i corsi di formazione e visitando cantine in Italia e all'estero, ma ho trovato dei grandi amici, colleghi, con cui ci scambiamo importanti concetti commerciali. Dall'elezione dello scorso Consiglio, nel novembre 2019, si sono associati 57 nuovi giovani che lavorano nel mondo del vino, una 'famiglia' in continua crescita che conta oggi 105 soci, con tre candidature che saranno votate al prossimo Cda". Un percorso, quello di Agivi, che non si è fermato neanche con la pandemia: "Abbiamo organizzato importanti corsi di formazione, fatto viaggi in persona e virtuali, stretto partnership con il Politecnico di Milano e Poli. design e il Gambero Rosso, e abbiamo avuto la fortuna di incontrare di persona grandi imprenditori di fama internazionale come Sandro Veronesi. Voglio ringraziare tutti i soci che hanno creduto in me e Unione Italiana Vini che mi ha dato modo di partecipare ai loro Cda, coinvolgendo i giovani nel policy making del vino a livello non solo nazionale ma anche internazionale".



# L'enoturismo “American style” di Renzo Rosso



In questa pagina, immagini relative alle strutture destinate all'accoglienza di Diesel Farm

Quattro milioni di investimento in Diesel Farm, altri progetti per Benanti e Josetta Saffirio (entrate nella holding Brave Wine), visite basate sull'esperienza, pochi aspetti tecnici e tanta convivialità. L'imprenditore veneto e il direttore della tenuta, Franco Comacchio, svelano gli obiettivi dell'operazione basata sul concetto che, in futuro, gli introiti delle cantine dipenderanno prevalentemente dall'accoglienza

di ANDREA GUOLO

**U**n grande imprenditore, che ha iniziato da zero ed è diventato uno dei punti di riferimento della moda italiana nel mondo, sa dove investire i proventi della propria attività. Di conseguenza, se uno come **Renzo Rosso** ha messo sul piatto quattro milioni di euro per la realizzazione della parte accoglienza di Diesel Farm, la sua tenuta sulle colline di Marostica, significa che ha colto con esattezza le potenzialità di un'impresa enoturistica. Con quel denaro, infatti, Rosso non ha soltanto realizzato la nuova cantina, in sostituzione della precedente realtà di vinificazione di un po' stile garage che ormai stava stretta alla sua azienda agricola di oltre cento ettari - di cui sei vitati -, ma anche un luogo dedicato a tastings, alla formazione e alla ristorazione. Si tratta peraltro del primo step di un processo di investimento ben più ampio, che coinvolgerà non solo Diesel Farm ma anche le realtà entrate a far parte della sua nuova holding, Brave Wine (vedi box). “Avranno tutte questo tipo di sviluppo. Mi piace far vedere il territorio, aprire l'azienda al pubblico, creare eno-percorsi e comunicare ai nostri ospiti quel che c'è dietro un calice di vino. È il valore aggiunto del racconto”, ha spiegato l'imprenditore veneto presentando alla stampa il risultato di questo investimento.

L'agriturismo di Diesel Farm è il frutto della ristrutturazione di una vecchia stalla, effettuata recuperando i materiali del territorio e in chiave naturalmente sostenibile, altro pallino di Rosso. Il prossimo investimento sarà la ricerca dell'autosufficienza energetica attraverso la realizzazione di un impianto fotovoltaico nella sua proprietà. “Abbiamo tante storie da raccontare e tanta bellezza da mostrare al nostro pubblico. Perché nel lusso - e il vino fa parte di questo mondo - è fondamentale dare visibilità a quel che si fa. Qui c'è la mia mano, la mano di chi, come me, ha sempre lavorato per far le cose belle”. Ma c'è anche l'origine di Renzo Rosso, partendo da una vecchia botte esposta all'ingresso della cantina e di cui ci racconta la storia: “Mio padre, quando avevo cinque anni, mi mandava lì dentro, a pulire l'interno. Prima di farmi entrare, accendeva una candela e la teneva per qualche istante nella botte: se la candela si spegneva, significava che l'ambiente era troppo acido; se restava accesa, potevo entrare. Una pratica antica, che oggi non si fa più perché vietata in quanto pericolosa per la salute... Io nasco così, in una fattoria, e porto dentro di me quella cultura contadina che adesso sto rilanciando, dopo essermi dedicato con successo all'abbigliamento”. Peraltro, secondo mr. Diesel, fondatore di OtB (che raggruppa altri brand di successo come Marni, Maison Margela, Viktor&Rolf, Jil Sander), tra moda e vino c'è un link forte e basato non soltanto sul posiziona-

mento alto dei prodotti, ma anche sul concetto di benessere. “L'abbigliamento è speciale perché fa sentire bene le persone. E chi si sente bene, avrà un'energia superiore. Dopo essermi imposto nella moda, ho preso in mano l'altra parte del sentirsi bene, quella interna al corpo umano. E il vino, quando è buono, ti fa star bene”.

## Enoturismo anche prima, ma ora è organizzato

**Franco Comacchio** è un uomo di fiducia di Renzo Rosso. Da vent'anni opera in Diesel e Red Circle, la società di investimenti dell'imprenditore veneto (quella con cui è entrato, tra le altre, nel capitale di Masi Agricola) e a lui è stata affidata la direzione di Diesel Farm (dal 2018) e di Brave Wine. “Il percorso di investimento nell'enoturismo non inizia ora - ci racconta - ma questo investimento ne sancisce l'avvio in maniera organizzata. Prima ci capitava di fare i tastings e di accogliere le persone nella villa che poi è anche la casa di Renzo, quella dove passa i fine settimana con la famiglia. Quando ci chiamava qualcuno, andavamo su in villa e organizzavamo tutto gratuitamente. Lo abbiamo fatto perché ritenevamo fosse importante creare un legame con il territorio. Cinque anni fa, l'enoturismo era ancora un argomento da pionieri e la Doc Braganze, dove operiamo geograficamente, non ha mai voluto investire con campagne mirate di comunicazione in quest'ambito. Noi ci credevamo e siamo andati avanti da soli, consapevoli del fatto che l'inaugurazione della nuova cantina ci avrebbe offerto tante opportunità di successo”. L'organizzazione è work in progress: Diesel Farm sta ridisegnando il sito, dove saranno presenti le formule di degustazione offerte al



RENZO ROSSO

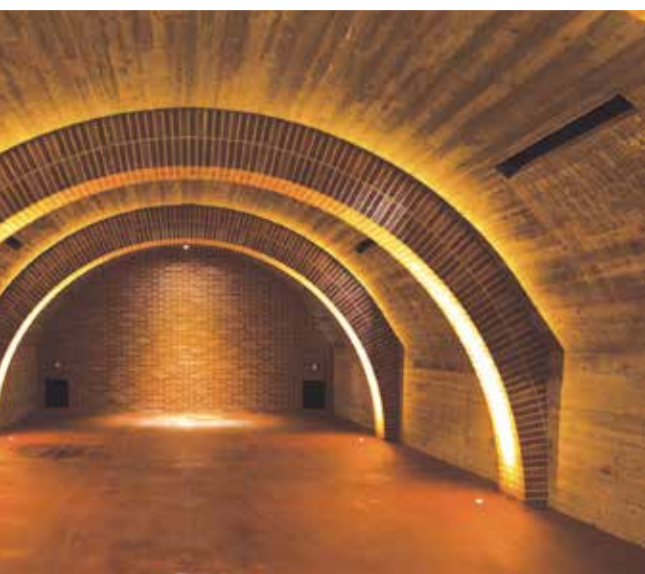


## Brave Wine pronta al closing in Toscana

La nascita della holding Brave Wine, dedicata al vino, risponde all'esigenza di “dedicarsi al mondo del lusso nel vino - afferma **Renzo Rosso** -, acquisendo partecipazioni nelle denominazioni italiane più prestigiose per poi crescere anche all'estero”. Il punto di partenza, Diesel Farm a parte, è stata Masi Agricola (10% del capitale), che però non entra nel perimetro di Brave Wine bensì in quello della sua società di investimenti Red Circle. A seguire sono entrate Benanti in Etna (40%) e Josetta Saffirio a Monforte d'Alba, quest'ultima con la maggioranza delle quote. Le prospettive? “Ci interessa la Toscana, in particolare le zone di Bolgheri e di Montalcino. Un dossier è già sulla nostra scrivania e siamo a buon punto con le trattative”, dice l'imprenditore. A seguire, la tentazione di mettere un piede nelle colline del Prosecco è molto forte... “Parliamo della bollicina italiana più famosa nel mondo, dallo stile e dalla cultura molto diversa rispetto a quella francese, che vorrei apprezzare con più classe”. E poi, in futuro, si guarda all'estero, con Napa Valley e Borgogna nel mirino. Brave Wine è una vera e propria sfida di famiglia. Ad amministrare la holding, infatti, è Arianna Alessi, moglie di Renzo Rosso.







SPUNTI DAL CONVEGNO “ENOTURISMO: TRA IDENTITÀ LOCALI, DIGITALIZZAZIONE E SOSTENIBILITÀ”

# Vino, turismo e governance: verso un cambio di paradigma

I protagonisti del Convegno promosso dal Consorzio Lugana Doc. Da sinistra, Bruno Bertero, Marta Cotarella, Elvira Bortolomiol, Federico Bricolo, Roberta Garibaldi, Fabio Zenato, Diana Isac e Fabio Piccoli



pubblico, con link alla piattaforma Winearound utilizzata per le prenotazioni delle visite che si possono chiudere con pranzo o cena in agriturismo. “La formazione del nostro personale di accoglienza punta a far emergere non tanto le caratteristiche dei vini, perché nel 60% dei casi non è questo che ci viene chiesto dai wine lovers. Quel che vogliono sapere è la storia dell'azienda, i motivi che hanno spinto Renzo Rosso ad acquistarla, come si lavora qui dentro e quali sono i nostri valori”. Tra questi spicca naturalmente l'approccio sostenibile - Diesel Farm ha iniziato la conversione all'agricoltura biologica nel 2015, sotto la guida dell'agronomo ed enologo Umberto Marchiori (responsabile tecnico di tutto il progetto Brave Wine), ottenendo la certificazione nel 2018 -, il dry farming, l'economia circolare e la lotta a ogni spreco. Per esempio, quando è arrivato il momento di realizzare una strada per permettere ai visitatori di raggiungere la cantina, è stato necessario “togliere di mezzo” diverse piante di ulivo, che però non sono state abbattute bensì sradicate e poi rimesse nel terreno in altre posizioni.

## Lo spirito della convivialità

Tornando all'idea di agriturismo che regna in Diesel Farm, Comacchio spiega: “Qui prevale lo spirito della convivialità. La nostra visione non è quella tipica italiana dell'incoming nel vino: ci ispiriamo alla Napa Valley e alle esperienze che si possono fare lì, con pochi aspetti tecnici e tanto investimento nella comunicazione della bellezza che ci circonda. Perché la bellezza crea quel passaparola che spinge le persone a visitare un luogo. In futuro, sono convinto che la produzione di vino sarà solo una parte, probabilmente minoritaria, del business di una cantina. Quella maggioritaria, invece, sarà l'accoglienza”. Intanto, da Diesel Farm, i concetti dell'enoturismo di Brave Wine si sposteranno in Benanti, una delle cantine-simbolo della crescita internazionale dell'Etna, e in Josetta Saffirio nelle Langhe, ultimo ingresso tra le partecipazioni della nuova holding. “I miei architetti - rimarca Renzo Rosso - erano a metà maggio a Monforte d'Alba proprio per studiare qualcosa di innovativo in cantina, portando la mia visione dell'architettura e del mondo del lusso in quel tipo di struttura. E da Benanti stiamo già progettando e realizzando la nuova cantina”. Tra le attività che saranno ospitate in Diesel Farm compaiono i meeting aziendali e le giornate dedicate al team building. Una parte di queste iniziative sono legate alle società intragruppo, come avvenuto ad esempio con la vendemmia organizzata a settembre da Cortilia - la piattaforma dedicata alla spesa online di filiera corta, sulla quale Rosso ha investito - con i propri maggiori clienti. Le potenzialità di far girare Diesel Farm ad alto regime ci sono tutte, considerando gli ambiti diversificati in cui operano le società collegabili a mr Diesel, ma l'orizzonte è ben più ampio. “A mio avviso, fatta eccezione per una decina di realtà, in Italia non ci sono cantine che hanno approcciato l'enoturismo con lo stile ‘americano’, puntando sul servizio e sull'aspetto conviviale del vino. Per questo pensiamo di poter fare la nostra parte. Partendo dall'essere sempre disponibili ad accogliere le persone: va bene la prenotazione, ma anche chi arriverà di passaggio e metterà dentro il piede in Diesel Farm, troverà sempre qualcuno disponibile a raccontargli chi siamo”, conclude Comacchio.

di OMAR BISON

Il vino è una componente, sicuramente trainante come tutta l'enogastronomia, ma la visione su come migliorare l'experience del turista sul territorio deve essere d'insieme. E tutti gli addetti e gli operatori dovrebbero potersi riconoscere in una Destination Management Organization, in grado di occuparsi di promozione turistica integrata

**I**l problema dei problemi del turismo in Italia è sempre quello: la governance.

Chi deve intercettare e gestire i diversi rivoli di finanziamento pubblico erogati a soggetti diversi di uno stesso territorio per la promozione turistica e degli eventi? Chi deve stilare una strategia condivisa, unica e omogenea tra soggetti pubblici e privati facendo sintesi tra produttori agricoli, agroalimentari, ristoratori, albergatori, Consorzi di tutela e di promozione, Strade del vino e distretti del cibo, confraternite e pro loco, associazioni, categorie, musei e dimore storiche, enti locali e istituzioni? Chi deve coordinare l'informazione e la comunicazione evitando il proliferare di siti internet e profili social associativi e di categoria spesso poco più che autoreferenziali? Ecco, prima di tutto è una questione di manico. E poi di tanti, troppi, campanili. Eppure non c'è scelta secondo i relatori che il 29 maggio scorso in Fiera a Verona si sono confrontati durante il convegno “Enoturismo: tra identità locali, digitalizzazione e sostenibilità” promosso dal Consorzio di tutela Lugana Doc.

Per Roberta Garibaldi dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, Fabio Piccoli, direttore responsabile di Wine Meridian, Bruno Bertero, direttore generale Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Elvira Bortolomiol, presidente del Consorzio di tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Dco, Marta Cotarella, direttrice e cofounder Intrecci Alta Formazione, Diana Isaac, ceo and founder Winerist (marketplace

di offerta enoturistica nel mondo), e Fabio Zenato, presidente del Consorzio Lugana Doc, la strada da imboccare deve parlare di squadra e di sinergie. Non è né semplice né scontato, tanto più considerato l'elenco delle difficoltà del settore snocciate dai relatori: c'è un problema di coordinamento e integrazione tra i diversi componenti della filiera turistica; di personale dedicato all'accoglienza spesso inadeguato a gestire come si deve l'ospitalità; di raccolta, assemblamento e interpretazione di dati attendibili e autorevoli sui flussi turistici da mettere a disposizione di aziende e operatori; di pianificazione e gestione corretta e funzionale di comunicazione e immagine di un territorio; di scelta attenta e consapevole dei tour operator ai quali affidarsi tutti insieme avendo idee precise su quali Paesi e a quali potenziali turisti rivolgersi.

Ma la priorità, come detto, resta la governance. Tutti gli addetti e gli operatori del turismo di un determinato territorio (esempi virtuosi in questo senso in Italia ce ne sono) dovrebbero poter riconoscersi in una Dmo (Destination Management Organization) in grado di occuparsi di promozione turistica integrata nell'interesse condiviso tra tutti i soggetti aderenti, godendo di vera autorità e autorevolezza, in grado di pianificare e sostenere le attività e gli eventi di un territorio a fronte di un unico calendario.

## Il settore resta trainante e strategico

Il settore turistico italiano è sempre più trainante, determinante per la crescita del Pil e

del numero di occupati, adesso e negli anni a venire. Tra i motivi di maggiore interesse per i visitatori, sia italiani che stranieri, oltre alle attrazioni paesaggistiche e delle città d'arte restano le nostre prelibatezze enogastronomiche. Vino in primis. “Da questo punto di vista - puntualizza **Roberta Garibaldi** - un fattore determinante sarà poter disporre sempre più e meglio di applicazioni per smartphone agevoli come quelle che tutti conosciamo e di maggior uso per quanto riguarda le prenotazioni alberghiere e dei mezzi di trasporto. Inoltre, sarà sempre più importante lavorare con qualità, in profondità, sugli itinerari e sulle proposte tematiche costruendo dei fil rouge narrativi chiari e attraenti e concentrarsi sulla sostenibilità ambientale e sociale dell'offerta”. Tuttavia, il tema della carenza di personale da occupare nell'accoglienza turistica sta mettendo il comparto alla prova. “Prima del Covid - sostiene **Marta Cotarella** - mancava personale formato adeguatamente, ma l'offerta di lavoro risultava sufficiente. Dopo il Covid abbiamo un problema di carenza di personale tout court. Tanti ragazzi, ad esempio, si sono iscritti agli Istituti alberghieri senza troppa cognizione di causa e tanti rischiano di non terminare il corso di studi o cercare occupazione in altri ambiti. Va detto che un ragazzo disposto a spendersi nel settore dell'accoglienza deve disporre di parecchie competenze: lingue, storia, arte senza parlare delle conoscenze più tecniche che possono riguardare la vitivinicoltura piuttosto che la ristorazione e le soft skill che possono spaziare dalla comunicazione al corretto utilizzo dei social. Difficile formare figure così complete. Bisogna superare il paradigma che all'accoglienza possa starci chiunque”.

È fondamentale, quindi, che i Consorzi di tutela se non le Dmo diventino un punto di riferimento per formare personale adeguato, un costo e un impegno che le piccole aziende, diversamente, non sono in grado di affrontare da sole; realtà talmente concentrate sulla qualità, sulla narrazione del prodotto e sulla degustazione che dimenticano spesso che per fare accoglienza turistica bisogna aprirsi al contesto territoriale in cui si opera, conoscerlo e vivere il vino come uno dei

## WINE DESTINATION, IL LUGANA INVESTE PER LO SVILUPPO DELL'ENOTURISMO



◆ fattori di successo della destinazione turistica, fosse anche il più importante, non l'unico.

### Costruire un orizzonte condiviso

In Piemonte dove opera **Bruno Bertero**, a far da traino al turismo è certamente il sistema vino. Parliamo di 220 comuni tra Monferrato, Langhe e Roero elette a meta di vacanza preferita per tanti turisti americani e provenienti dai Paesi del Nord Europa, Norvegia in particolare. Un posto talmente bello per loro che in tanti hanno deciso di comprare casa. "Questo mi spinge a fare un ragionamento ampio - sostiene Bertero - sul fatto che spesso stiamo scegliendo di lasciare le nostre case da restaurare, se non i nostri borghi più belli, in mano straniera. Investitori che spesso ristrutturano e destinano gli immobili alla ricettività". Se poi parliamo di sostenibilità dovremmo parlare anche di etica, di ambiente; dovremo capire meglio a quale turista rivolgerci valutando il mezzo di trasporto con cui arriva e quindi come sia destinato a vivere i nostri territori (il norvegese, ad esempio, arriva con l'auto elettrica e gira in bici) e a quali Paesi rivolgerci in maniera organizzata e perché. "In buona sostanza - conclude Bertero - i Consorzi di prodotto devono concentrarsi sul prodotto e sull'accoglienza in azienda, mentre il quadro complessivo sull'incoming turistico deve essere disegnato e gestito dalle Dmo con il mandato di tutti gli stakeholder. Il tema vero, quindi, è come mettere insieme la filiera fatta di tanti operatori e come costruire un orizzonte condiviso". Dove non ci sono Dmo o Ogd (Organizzazioni di Gestione della Destinazione come si chiamano in Veneto, istituite ai sensi della legge regionale 11/2013) spesso il testimone

viene raccolto dai Consorzi delle denominazioni del vino. È così anche nel Conegliano Valdobbiadene Prosecco Dcog che recita da protagonista in un territorio compreso nelle colline trevigiane patrimonio Unesco. "Arriviamo al punto di collaborare - ricorda **Elvira Bortolomiol** - all'individuazione di circuiti turistici ciclabili e pedonali, non ultimo quello in dirittura d'arrivo di 52 km dedicato proprio alle colline dell'Unesco. È innegabile che questo riconoscimento ci abbia dato nome e responsabilità, ma anche grandi opportunità puntando a un turismo slow". Proprio Matthew Emslie-Smith alla prima Borsa internazionale dei siti Unesco svoltasi pochi giorni fa a Cison Valmarino (Tv) ha elencato i problemi che l'overtourism è in grado di generare nei territori oggetto di tutela, raccomandando di smetterla di puntare sulla quantità e di privilegiare invece presenze di qualità e per questo sostenibili.

### Una questione di vision

Enoturismo, turismo enogastronomico, bike tourism, turismo religioso, ecc. Già nelle diverse declinazioni calate in un territorio specifico si intravede la parcellizzazione delle competenze e degli interessi degli operatori. E se parlassimo di turismo e basta come sintesi di tutto quanto di bello e buono può offrire un territorio? "Effettivamente - ha sottolineato **Fabio Piccoli** - oggi come oggi guardando al turismo del vino dobbiamo sviluppare e portare a compimento un nuovo modello di network in assenza di uno schema di riferimento. È un processo in divenire verso un traguardo che si conosce solo in parte. E non possiamo certo pensare che le aziende da sole, per la maggior parte piccole o medio-piccole, possano

Il convegno sull'enoturismo è stato preceduto da un educational dedicato ai giornalisti per presentare alcune delle iniziative messe in campo sul tema dal Consorzio tutela Lugana Doc. La certezza di operare in uno dei territori più vocati per il turismo del vino in Italia, il lago di Garda, che è innanzitutto una location di rara bellezza nel panorama mondiale, è il punto di partenza. Una consapevolezza che sprona e accompagna tutti gli operatori impegnati nell'accoglienza, anche quelli del vino, a promuoversi in maniera adeguata. "Siamo convinti - sottolinea il presidente del Consorzio, **Fabio Zenato** - che l'enoturismo si possa espandere ulteriormente intercettando di più e meglio il target di turisti coerenti e in sintonia con l'immagine del Lugana. Per questo è importante definire una chiara strategia di sviluppo in Italia e all'estero attorno al concetto di 'wine destination'. A questa esigenza risponde il percorso formativo in e-learning messo a disposizione dei nostri consorziati che segue quello in presenza attivato nel 2022, la progettazione di un 'Manifesto' che definisca le linee guida per creare un'esperienza di valore per l'enoturista in cantina e il Decalogo delle 'Buone azioni' da seguire per realizzare concretamente la filosofia che sta alla base del Manifesto".

### LUGANA ON FOOT

Tra le attività che hanno coinvolto enoturisti, giornalisti e influencer l'inaugurazione tra il 24 e il 26 maggio scorso della cosiddetta "Lugana On Foot", iniziativa di promozione del territorio in linea con il mood del turismo lento che sta conquistando spazi e numeri crescenti negli ultimi anni. Un percorso a piedi, di circa 45 chilometri, che si snoda tra le campagne a sud del lago di Garda toccando località suggestive della denominazione e riservando agli ospiti momenti culturali, visite in cantina e tappe enogastronomiche. "Il cammino - evidenzia il presidente Zenato - si snoda tra parchi naturalistici e riscopre l'identità storica dei percorsi dei viandanti, legando il pellegrinaggio alla degustazione di cibi e vini tipici dei territori attraversati, nell'intento di riconoscere il duplice ruolo di ristoro dalle fatiche del cammino e di ambasciatori del territorio". Tra i partecipanti, Emanuela Panke, presidente di Itervitis, l'itinerario culturale promosso dal Consiglio d'Europa della vite e del vino, la quale ha consegnato una targa in ognuno dei vigneti delle aziende coinvolte, per certificare il percorso all'interno dell'itinerario.



Fabio Zenato, presidente del Consorzio Lugana Doc

### I NUMERI DEL LUGANA.

La Doc Lugana si estende in soli cinque comuni fra le colline delle sponde meridionali del lago di Garda. Questo microclima mediterraneo, unito alle peculiarità del vitigno autoctono Turbiana, dà vita a un bianco caratteristico. Il Consorzio per la tutela del Lugana, nato nel 1990, riunisce oggi il 90% dei produttori di Lugana e conta 210 soci, tra viticoltori e imbottiglieri, e 2.560 ettari vitati. La Doc Lugana ha conosciuto una crescita regolare nella produzione, che a fine 2022 ha toccato 28.000.000 di bottiglie prodotte (a fronte dei 27 milioni e mezzo del 2021) per un totale di 209.181 ettolitri imbottigliati. Dal 2022 Fabio Zenato è presidente del Consorzio ed Edoardo Peduto ne è il direttore.

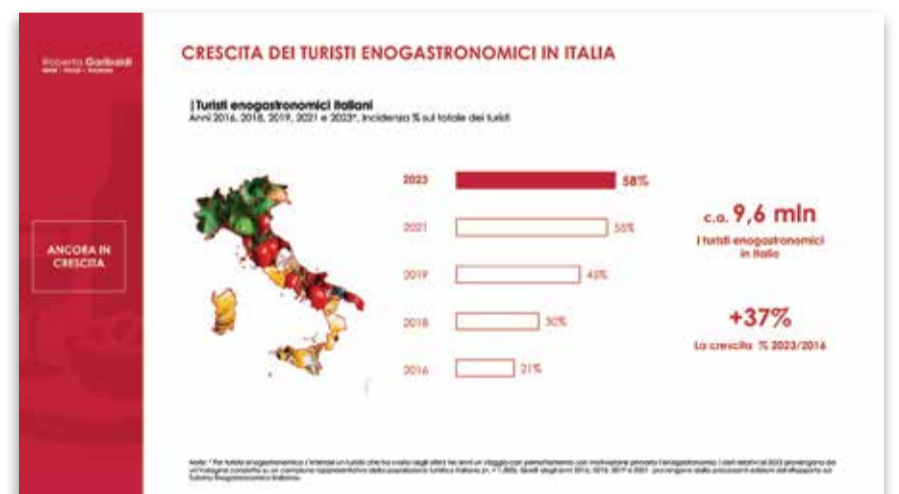
alimentare il volano turistico territoriale sfruttandone appieno le potenzialità. Per certi aspetti scontiamo un approccio trentennale del comparto, post scandalo del metanolo, inevitabilmente concentrato sull'innalzamento della qualità del prodotto e sui mercati. E questo ha portato la maggior parte delle aziende vitivinicole a essere 'prodotto-centriche' e conseguentemente a vedere ancora oggi nella degustazione guidata il momento centrale della visita dell'enoturista". Il paradigma, in buona sostanza, va cambiato. Il vino è una

componente, sicuramente trainante come tutta l'enogastronomia, ma la visione deve essere d'insieme, su come migliorare l'esperienza del turista sul territorio, aumentandone la permanenza e la voglia di acquistare le nostre eccellenze e di fruire delle nostre bellezze. Da questo punto di vista il messaggio del Lugana, hanno convenuto i relatori, risulta più semplice e funzionale di tante altre denominazioni perché il driver lago di Garda è fortissimo. "Quello del Lugana - ha sottolineato **Fabio Zenato** - è un territorio meraviglioso grazie al lago

di Garda ma il settore enoturistico non è stato adeguatamente attento e organizzato. Per le aziende fino a non molti anni fa il turista del vino era un cliente. E invece dobbiamo metterci in testa che il vino è una delle componenti attrattive. Su questo dobbiamo imparare molto dalla ristorazione. Tra l'altro non dobbiamo tralasciare il fatto che da qualche anno i clienti che mediamente arrivano in azienda sono più preparati di dieci o vent'anni fa e arrivano con aspettative precise". "Oggi - ha concluso **Diana Isaac** - abbiamo molti strumenti a

disposizione per implementare l'offerta enoturistica e la tecnologia ci viene in soccorso. Il nostro marketplace è la prova che si può creare una piattaforma dove proporre esperienze enoturistiche in più di 50 regioni vitivinicole, 136 destinazioni dall'India alla Puglia e più di 1.000 esperienze. I miei consigli per le aziende: lavorate per creare sinergie con partner strategici, semplificate perché il turismo del vino è un campo minato, puntate sul turismo culturale e sostenibile mettendo il consumatore al centro dell'esperienza". **Omar Bison**

## QUADRO GENERALE DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA



Fonte infografica: Roberto Garibaldi, Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2023



DEDICATA ALL'ENOTURISMO L'EDIZIONE 2023 DI SICILIA EN PRIMEUR

# La Sicilia scommette sul binomio TURISMO - VINO

Le cantine siciliane stanno investendo sempre di più in questo settore con strategie ben specifiche, dal marketing alla comunicazione, all'hospitality. E se la Sicilia del vino è un continente, anche l'offerta di wine experience, plasmandosi sulle specificità dei luoghi, si fa sempre più varia e personalizzata

di ANTONELLA GENNA

**P**asseggiate fra i vigneti, a piedi o in bici, pranzi o cene in abbinamento ai piatti della tradizione gastronomica, all'aria aperta o a lume di candela, pic-nic con cestino e coperta, corsi di cucina e di yoga, eventi musicali, esperienze di vendemmia o di pigiatura dell'uva con i piedi, come si faceva anticamente: le cantine siciliane hanno ormai aperto le porte ai wine lovers unendo risorse naturali, tradizioni, cultura e una buona dose di creatività in un vincente connubio fra vino e turismo capace di rispondere ai desideri più disparati di chi sceglie l'isola per le proprie vacanze. Al tema è stata dedicata anche l'edizione 2023 di Sicilia En Primeur, la vetrina internazionale del vino siciliano ideata da Assovini Sicilia che si è svolta lo scorso maggio nel parco botanico Radicepura, ai piedi dell'Etna. Secondo i dati presentati da Assovini Sicilia, il 90% delle aziende associate ha una struttura per degustazioni in cantina, l'81% ha un wine shop e il 51% offre una wine experience (vedi infografica sotto).

Un momento di Sicilia en Primeur



Importante il legame vino-cibo: il 30,4% delle aziende offre servizi di ristorazione, mentre il 32% ha una struttura ricettiva con posti letto. "Questi dati - commenta **Laurent De La Gatinais**, presidente di Assovini Sicilia - confermano che gli associati, non solo sono consapevoli del trend in crescita dell'enoturismo siciliano, ma stanno anche scommettendo e investendo sul binomio turismo-vino con strategie ben specifiche, dal marketing alla comunicazione, all'hospitality". La ricerca e la proposta di esperienze da vivere a tutto tondo si incontrano dunque dentro le cantine, trasformandole in contenitori culturali, custodi non solo della propria identità ma anche di quella dell'intero territorio d'appartenenza. "L'obiettivo è lavorare insieme, coinvolgendo tutti gli operatori del territorio, affinché il brand Sicilia, legato al mondo del vino, generi un indotto economico significativo", continua De La Gatinais. E se la Sicilia del vino è un continente, anche l'offerta di wine experiences, plasmandosi sulle specificità dei luoghi, si fa sempre più varia e personalizzata. ➔

## Enoturismo: i servizi offerti dalle cantine Assovini

(% di cantine che possiedono i servizi indicati)



L'INDAGINE DI ROBERTA GARIBALDI AL CONVEGNO "SICILIA: TOP WINE, FILM, TOURISM DESTINATION"

## SICILIA AL PRIMO POSTO COME META PER IL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Il futuro promette bene per il turismo enogastronomico in Sicilia. Nel corso del convegno "Sicilia: Top Wine, Film, Tourism Destination" che ha chiuso l'edizione 2023 di Sicilia En Primeur, è intervenuta anche **Roberta Garibaldi**, presidente dell'Associazione Italiana Turismo enogastronomico, docente di Tourism management e vicepresidente della Commissione Turismo Ocse, che ha presentato i risultati di un'indagine condotta sui trend del turismo enogastronomico siciliano. L'isola si piazza al quinto posto tra le regioni italiane dove i turisti enogastronomici italiani si sono recati durante viaggi recenti per esperienze a tema, ma si colloca al primo posto come regione preferita dal punto di vista enogastronomico (votata dal 46%) e come regione che intendono visitare nel corso di futuri viaggi enogastronomici (35% delle preferenze). Per quanto riguarda una possibile wine experience, coloro che vorrebbero visitare la Sicilia hanno espresso una preferenza per le degustazioni di vini in cantina (69%), seguite da una degustazione al tramonto (66%), dall'abbinamento di piatti gourmet ai vini dell'azienda (61%) e una cena nei vigneti a lume di candela (60%). Bene anche per le proposte che riguardano attività di benessere nei vigneti (47%) e per quelle che aiutano a recuperare benessere mentale (42%) come anche per la possibilità di fare trekking (36%). Un significativo 46% vorrebbe inoltre partecipare alla vendemmia per vivere una giornata da viticoltore e un altro 46% apprezzerrebbe attività di foraging (per imparare a raccogliere piante e frutti selvatici da mangiare). Per quanto riguarda le strutture, ben il 50% ha dichiarato che avrebbe intenzione di soggiornare in relais di campagna o strutture a tema cibo o vino. Garibaldi ha anche riportato le preferenze dei turisti europei sulla base dei dati della European Travel Commission dell'aprile 2023: tra le esperienze più ricercate, nel periodo aprile-settembre 2023, sembrano avere particolare rilevanza, per tutte le fasce d'età, il paesaggio naturale (17,8%) e le esperienze gastronomiche (17,3%).





Dall'alto: la colazione presso la Foresteria di Menfi; Beach Club Insula sulla costa agrigentina; lezione di yoga con Alexandra Meffert alla Foresteria di Menfi

» PLANETA

## I progetti di valorizzazione territoriale

**S**i amplia costantemente, ad esempio, la proposta di Planeta. Oltre ad offrire degustazioni di vino, olio e prodotti tipici, con possibilità di pernottamento, l'azienda lavora a progetti di valorizzazione territoriale. La novità 2023 è il Beach Club Insula, appena inaugurato sulla costa agrigentina: un luogo esclusivo integrato nella vegetazione marittima della zona e attento alla sostenibilità, completo di ristorante e lounge bar, zona massaggi e una boutique con prodotti di artigianato. Chi cerca esperienze volte al benessere psico-fisico, apprezzerà lo speciale Yoga Retreat che anche quest'anno, dal 4 all'8 giugno scorsi, si è svolto presso la Foresteria di Menfi abbinando alle lezioni di Alexandra Meffert anche il corso di cucina dello chef Angelo Pumilia e la visita alla tenuta di Capparrina. Sull'Etna invece ogni anno si svolge "Sciaranuova Festival": la rassegna che trasforma la vigna omonima in teatro, ricavando un proscenio tra quelli che erano i terrazzamenti per la coltivazione delle viti e sfruttando come

quinte le montagne, la lava e i pini secolari. Diverso ancora il progetto VersoTerra che prevede oltre alla riconversione in spazio culturale di un antico edificio rurale, posto tra i vigneti della tenuta Ulmo, anche progetti di arte contemporanea e attività sulle tematiche ambientali. "La famiglia Planeta ha da sempre contribuito al turismo siciliano, con l'obiettivo di rendere la Sicilia una meta ambita per gli amanti della natura, della buona cucina e soprattutto del vino - racconta **Francesca Planeta**, responsabile di Planeta Estate, il ramo aziendale dedicato all'ospitalità -. Agli ospiti del wine resort La Foresteria Menfi, per esempio, vengono offerte esperienze volte alla scoperta di un territorio variegato. Una connessione continua che è riuscita a valorizzare anche luoghi della cultura simbolo della cultura siciliana come i Templi di Selinunte e il Cretto di Burri a Gibellina. La famiglia Planeta è presente sul territorio da 17 generazioni e oggi conta 7 cantine dislocate in 5 territori differenti, ognuno dei quali è

trattato con l'obiettivo di essere valorizzato singolarmente, attraverso un grande lavoro di ricerca, generando un impatto positivo su ambiente e persone, disegnando il profilo di una Sicilia moderna e pienamente consapevole della sua storia, che dialoga con il mondo attraverso prodotti e progetti unici".

La vigna di Sciaranuova che ospita ogni anno l'omonimo Festival di teatro



## TENUTA GORGHI TONDI

### La componente naturalistica



© Benedetto Tarantino

Annamaria e Clara Sala e, nella foto a fianco, la riserva naturale gestita dal WWF che vive in sinergia con la Tenuta Gorghi Tondi



© Benedetto Tarantino

**S**ulla specificità dell'ambiente naturale si basa anche la proposta di Tenuta Gorghi Tondi, a pochi chilometri da Mazara del Vallo (Tp). Guidata dalle sorelle Annamaria e Clara Sala, l'azienda vive in sinergia con la Riserva naturale Lago Preola e Gorghi Tondi, oggi gestita da WWF Italia: un insieme di specchi d'acqua, di origine carsica, che rappresentano una zona umida preziosa per l'avifauna migratoria. Al suo interno ricade quasi un terzo dei vigneti dell'azienda. "Vivere la cantina e vivere l'ambiente naturale circostante è un connubio inscindibile e imprescindibile. - racconta **Annamaria Sala** -. La

vendemmia è uno dei momenti più richiesti per le visite e le degustazioni, e ci piace accogliere grandi e piccini in un momento dell'anno che è cruciale, ma allo stesso tempo gioioso e molto formativo". Le opzioni di visita e degustazione offerte ai visitatori includono sempre una componente naturalistica, che sia il pic-nic con vista sulle vigne che digradano verso il Mediterraneo o la visione panoramica dei laghetti dalla pineta, situata nel perimetro dell'oasi WWF. "Il racconto dei nostri vini non può essere da meno, essendo il risultato di questa convivenza pacifica e produttiva con un ambiente ricco di biodiversità che va preservato e valorizzato. Se i visitatori che arrivano da noi per la passione del vino vogliono anche approfondire le tematiche naturalistiche, allora facciamo da ponte e li affidiamo a mani più esperte su quel fronte", spiega **Clara Sala**.

## PIETRADOLCE

### Il mondo dell'arte



Esterni e interni di Pietradolce. In particolare, immagine dell'opera/installazione "Pietre d'acqua" di Giorgio Vigna



**D**all'altra parte dell'isola, dove l'Etna offre già un connubio vino-natura di potente fascino, Pietradolce ha aggiunto alle degustazioni e alle passeggiate in vigna anche un tuffo nel mondo dell'arte. All'interno della cantina sono presenti le opere di Alfio Bonanno, esponente mondiale della Land Art (opere realizzate con elementi vegetali) e di Giorgio Vigna, artista di fama mondiale che ha realizzato per Pietradolce un'opera/installazione dal nome "Pietre d'Acqua", metafora del territorio circostante. "Abbiamo voluto costruire la nostra cantina facendo in modo che fosse essa stessa un'opera di design integrata nel territorio, quasi delle grandi terrazze di pietra lavica che rappresentano la continuazione delle nostre vigne - racconta il titolare **Michele Faro** -. L'idea è stata di fare qualcosa di bello per il territorio che ci ospita e che tanto ci ha dato. L'arte dunque è parte integrante di questa volontà, la volontà di dare valore aggiunto all'Etna che è un'area di grande attrazione. L'esperienza di visita delle opere d'arte, rappresenta un "plus" non indifferente, che legato a quella sensoriale di degustazione lascia un ricordo indelebile". L'azienda accoglie, nella gran parte dei casi, piccoli gruppi visite in esclusiva e su prenotazione con largo anticipo. "L'arte in cantina attrae molto sia il profano che il vero intenditore. La bellezza delle opere d'arte in questione crea grande e positivo stupore - aggiunge Faro -. Siamo convinti che tale proposta abbia influenzato positivamente la nostra immagine aziendale, anche se da sempre miriamo a distinguerci, in primis, per la qualità dei nostri vini che sono in buona parte prodotti da piccoli vigneti centenari pre-phylloxera. Noi facciamo visitare prima di tutto le vigne e poi la cantina, affinché ci si renda conto di quanto sia faticoso produrre vini d'alta qualità sull'Etna da vigne antiche dislocate su piccole terrazze".

## FEUDI DEL PISCIOTTO

### La "sicilianità"

**“**Il turista oggi cerca l'autenticità della Sicilia”, spiega

**Veronica Bonfissuto**, direttrice del wine relais Feudi del Pisciotto, nella Val di Noto. Il restauro conservativo di un antico baglio del 1700 ha portato qui alla creazione di luogo fuori dal tempo che, dominando la campagna sottostante, unisce storia e moderni confort. Ne fanno parte camere dal sapore antico e mistico, tra cui un'antica

torre d'avvistamento che fa da suite, un antico palmento, terrazze da riservare per romantiche cene, una piscina con panorama sui vigneti, una spa dove godersi un massaggio ai polifenoli dell'uva. Il tutto punto di partenza per il trekking fra i vigneti o la visita alla vicina Riserva naturale Sughereta di Niscemi. Immane il ristorante dove l'executive chef Giuseppe Costantino unisce creatività e tradizione.



"Nonostante il nostro core-business rimanga il vino, una buona percentuale di turisti, per lo più stranieri, arrivano da noi alla ricerca della sicilianità, scoprendo



così anche i nostri vini, espressione specifica di questo territorio. Il turista apprezza le esperienze che può vivere qui perché coglie l'essenza della Sicilia", conclude Bonfissuto.

Interni ed esterni del wine relais nella Valle di Noto

credit Alfio Garozzo

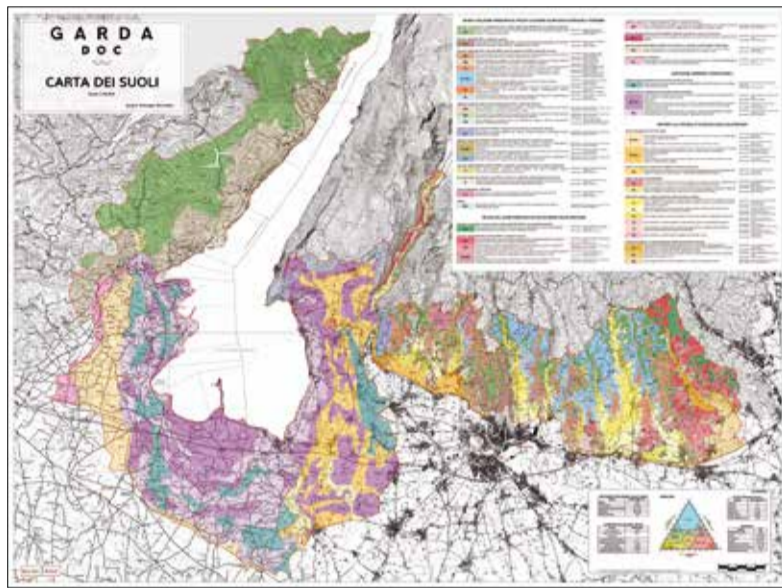


**UN GRANDE LAVORO CARTOGRAFICO  
PROMOSSO DALLA DOC GARDA**

## CARTA DEI SUOLI: IL TERRITORIO SI PRESENTA AI CONSUMATORI

Una mappa che aiuti a "leggere" il territorio. È pensata in primo luogo per gli appassionati di vino la Carta dei Suoli del Garda Doc, che il Consorzio di tutela della denominazione ha presentato di recente in una conferenza tenutasi presso il "Vittoriale degli Italiani", a Gardone Riviera (Bs). Lo scopo è spiegare la straordinaria varietà e complessità di una denominazione giovane (è stata riconosciuta solo nel 1996) che in realtà è una specie di matryoska, perché al suo interno contiene altre 10 Doc storiche, sparse tra Lombardia e Veneto. Valtenesi, San Martino della Battaglia, Lugana, Colli Mantovani, Custoza, Bardolino, Valpolicella, Valdadige, Durello, Soave: tutte, più o meno, hanno un legame con il lago di Garda, alcune di vera e propria vicinanza fisica, altre di comunanza dell'origine geologica.

Se nel 2022 il Consorzio si era presentato alla stampa con un approfondimento sulle peculiarità climatiche della Doc Garda, realizzato dal prof. Luigi Mariani, professore associato di Agronomia all'Università degli studi di Brescia, quest'anno, il focus è stato sul territorio, che ha la particolare caratteristica di estendersi su quelli di altre dieci Doc. Non solo: anziché realizzare una pubblicazione, come in genere si fa in questi casi, è stato realizzato un video. "Questo progetto e quello del video sono nati insieme, su impulso del presidente del Consorzio, Paolo Fiorini - racconta **Giuseppe Benciolini**, pedologo specialista in rilevamento ed elaborazione delle carte dei suoli -. Tradizionalmente, la carta dei suoli è il tipo di cartografia più adatto a raccontare le caratteristiche di un territorio viticolo, principalmente per due motivi: perché i suoli di un territorio riassumono in sé tutte le caratteristiche dell'ambiente nel quale si trovano (geologia, geomorfologia, clima, vegetazione), e perché sono a diretto contatto con le colture, influenzandone la nutrizione



e l'intera vita e contribuendo così a definire le caratteristiche dei prodotti agricoli". Mentre Benciolini è l'autore della carta, la realizzazione del video è stata affidata alla media agency Kondoo di Gallarate (Va). Il risultato è un filmato di poco più di 10 minuti che con un linguaggio scientifico ma di immediata comprensione racconta il territorio del Garda Doc e la sua genesi con suggestive riprese aeree ed efficaci animazioni in 3D.

**Una carta di carattere transregionale**  
Sebbene la Carta dei Suoli della Doc Garda sia la prima, nel suo genere, di carattere transregionale, non si tratta in realtà di un progetto realizzato ex-novo, bensì piuttosto di una accurata rielaborazione di cartografie pedologiche realizzate nel corso di almeno 25 anni, e con scale diverse, che riguardavano le varie denominazioni coinvolte. "Il lavoro è consistito in una revisione delle informazioni pedologiche disponibili, in una loro integrazione e armonizzazione, oltre che nell'attivazione di alcuni nuovi rilevamenti di campagna per completare e aggiornare i dati pedologici - spie-

ga ancora Benciolini -. Inoltre la stesura della carta ha dovuto congiungere le cartografie topografiche regionali di Veneto e Lombardia che presentano tra loro alcune differenze grafiche, essendo impostate a carattere regionale e non nazionale". Alla fine, la scala utilizzata è stata quella 1:50.000, troppo piccola, probabilmente per aiutare i produttori a capire come intervenire al meglio nella gestione dei loro vigneti, ma non era quello, come detto, lo scopo principale. "Per quanto riguarda i produttori, l'obiettivo era quello di fornire alcune informazioni generali sui suoli dei diversi ambienti che lo caratterizzano, così da aumentare la loro consapevolezza sulle caratteristiche del territorio nel quale operano, e che sono chiamati a valorizzare e tutelare al tempo stesso" conclude l'esperto. Per una Doc insomma il lavoro vero potrebbe partire da qui, per proseguire poi con zonazioni più puntuali in scala 1:25.000, fino ad arrivare agli approfondimenti tipici delle cartografie aziendali, che con scale perfino maggiori (1:10.000 o 1:5.000), sono in grado di tratteggiare i suoli aziendali metro per metro. *Elisabetta Tosi*



**FRESCOBALDI**  
TOSCANA

Frescobaldi cresce in Maremma con Poggio Verrano e undicesima vendemmia per il Progetto Gorgona

Cresce la presenza del Gruppo Marchesi Frescobaldi in Maremma, che alla Tenuta Ammiraglia aggiunge l'acquisizione di Poggio Verrano, azienda nata nel 2000 come progetto vitivinicolo di Francesco Bolla che, partito da zero, da solo ha avuto la soddisfazione di vedere i vini della Tenuta presenti in tre continenti ed essere inclusi nel 3% dei vini migliori di tutto il mondo su Vivino, the world's largest wine marketplace. L'acquisizione è stata concordata da parte della famiglia Bolla con grande armonia, la filosofia della Marchesi Frescobaldi del "Cultivating Toscana Diversity" entra infatti a pieno titolo nel Progetto di creare vini di grande eccellenza in Maremma. "Sono sicuro - ha affermato **Francesco Bolla**, quarta generazione dell'omonima famiglia - che l'amico Lamberto e la sua esperta squadra porteranno Poggio Verrano, e in particolare il vino top Dròmos, a nuovi importanti traguardi. Alla famiglia Bolla resta la proprietà dei fabbricati storici e dell'uliveto". "Il nostro stile è fare parlare la terra e la diversità dei territori - ha commentato **Lamberto Frescobaldi**, presidente Marchesi Frescobaldi -. Ho personalmente visto la costruzione dell'azienda Poggio Verrano in quanto ci passavo davanti ogni volta che andavo all'Ammiraglia. La bellezza dei vigneti, la cantina perfettamente integrata nel territorio, ogni cosa comunica l'attenzione e l'amore che Francesco Bolla ha avuto per la zona. Gli sono grato di permetterci di portare avanti ciò che lui ha iniziato con tanto amore".

E intanto, come ogni anno, a giugno, si apre la prima bottiglia del cru della nona Tenuta Marchesi Frescobaldi: Gorgona, bianco di Vermentino e Ansonica che nasce sull'ultima isola carcere in Italia e che viene prodotto insieme ai detenuti della colonia penale. Un vino "attraente e selvaggio" che sa di riscatto, intriso di speranza e voglia di rivalsa che è un tripudio di emozioni ed è arrivato oggi alla vendemmia del millesimo 2022: la 11ª. L'etichetta di Gorgona vuole essere "l'edizione straordinaria" dell'isola, raccontandone ogni anno un aspetto differente. "Con Gorgona 2022 - spiega Frescobaldi - ci siamo concentrati ancora sulla straordinaria biodiversità che questa minuscola isola riesce a custodire. L'undicesima vendemmia di Gorgona ci racconta le orchidee, sull'isola ne troviamo molte varietà che fioriscono in momenti diversi".

## Doc Maremma: il Vermentino diventa Superiore



Dopo un lungo lavoro da parte del Consorzio tutela Vini della Maremma Toscana è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il Decreto di modifica del Disciplinare di produzione della Doc con l'inserimento della menzione Superiore per la tipologia Vermentino, che potrà essere utilizzata già dalla vendemmia 2021, se in linea con i requisiti previsti. Il Vermentino Superiore deve provenire per almeno il 95% da uve Vermentino, la produzione massima di uva/ettaro è ridotta a 9 tonnellate, l'immissione al consumo deve avvenire a partire dal 1° gennaio del secondo anno successivo alla vendemmia. "I trend di mercato - spiega **Francesco Mazzei**, presidente del Consorzio, che, fin dall'inizio del suo primo mandato, ha creduto fortemente nell'esigenza di dare ai produttori l'opportunità di proporre Vermentini più complessi e maturi giustamente valorizzati anche in etichetta - ci confermano ogni giorno l'apprezzamento per la personalità e per la qualità dei nostri Vermentini non solo per quelli freschi e di facile beva, ma anche per le versioni più importanti con processi di vinificazione complessi e periodi di affinamento più lunghi: il Vermentino a livello di complessità e longevità può essere concepito come un grande rosso e la Maremma ha una vocazione straordinaria per questo vitigno nelle sue molteplici espressioni".

TUTTI I NUMERI DEL SUCCESSO DI **Eno 2023 forum**  
VICENZA  
16 - 18 MAGGIO



"Non era facile ripetere i numeri dell'edizione 2019, l'ultima in presenza in Italia prima della pandemia, e invece siamo riusciti addirittura a fare meglio: 1.300 tecnici partecipanti, 135 relazioni (il 30% da parte di ricercatori stranieri), 55 aziende che presentano le innovazioni tecnologiche più recenti. Con questi numeri Enoforum si conferma essere il maggior convegno del settore in tutta Europa". Così **Gianni Trioli**, presidente di Vinidea, la società organizzatrice di Enoforum, congresso tecnico-scientifico internazionale della filiera vitivinicola, ha commentato con soddisfazione la 20ª edizione dell'evento (la 12ª in presenza in Italia), tenutasi a metà maggio a Vicenza. Enoforum, organizzato in collaborazione con Sive (Società Italiana di Viticoltura ed Enologia), Assoenologi e Unione Italiana Vini, è diventato negli anni a livello europeo il congresso tecnico-scientifico di riferimento dedicato all'innovazione in campo viticolo ed enologico, nel cui ambito vengono presentate tutte le novità provenienti dalla ricerca pubblica e privata a livello mondiale. Peculiarità della manifestazione è riunire in un unico contesto i tre pilastri della filiera vitivinicola: i produttori di vino, il mondo della ricerca e le aziende fornitrici. In sintesi, una edizione - quella del 2023 - senza precedenti in termini di quantità e qualità delle informazioni presentate: 135 relazioni sulle più recenti innovazioni per il vigneto e per la cantina, presentate da 60 relatori indipendenti, da Università o Centri di Ricerca pubblici, 40 relatori stranieri, da 10 Paesi vitivinicoli del mondo, grazie anche alla modalità videoconferenza, 26 relatori del Premio Enoforum, 7 progetti di ricerca: regionali, nazionali ed europei, 20 poster su nuove tecnologie e conoscenze, in aggiunta a quelli presentati oralmente, 55 aziende che presentano le innovazioni risultanti dalla loro attività di Ricerca & Sviluppo, 10 sessioni di degustazione, per comprendere gli effetti sensoriali delle innovazioni, 10 demo per sapere come si usano in pratica le innovazioni, 35 espositori per approfondire le informazioni con gli esperti delle aziende, innumerevoli occasioni di networking per confrontarsi con centinaia di colleghi da tutta Italia.

Tutte le registrazioni degli interventi saranno progressivamente disponibili on line sulla rivista internet Infowine.com, con accesso prioritario agli abbonati Premium.

**PREMIO  
"VIVI  
LA VALPOLICELLA"  
ALLA MEMORIA  
DI MARCO  
ACCORDINI**



"Era doveroso dedicare questo importante riconoscimento territoriale al ricordo di un giovane valpolicellese che ha applicato la sua formazione universitaria nel suo territorio d'origine, la Valpolicella, per promuoverla e valorizzarla, come tanti imprenditori hanno fatto nella storia e stanno ora facendo. La sua prematura scomparsa nel 2022 a 26 anni ha interrotto il suo operato, ma con questa intitolazione vogliamo ricordare Marco Accordini ancora tra noi". Con queste sentite parole gli organizzatori del Premio "Vivi la Valpolicella" - l'associazione omonima, in collaborazione con la presidenza di Cantina Valpolicella Negrar e Valpolicella Benaco Banca -, hanno annunciato la decisione condivisa di dedicare alla memoria del figlio di Daniele Accordini, dg ed enologo di Cantina Valpolicella Negrar, il Premio che dà il merito alla ricerca scientifica di poter pensare e realizzare un'idea di futuro basata su nuove conoscenze e competenze. Dopo una pausa forzata causa pandemia, lo scorso 8 giugno si è poi svolta la XXI edizione della manifestazione con la premiazione delle migliori tesi di laurea nazionali.



# Complexity into clarity

IRI and NPD have come together to form Circana.

Circana transforms complexity into clarity. We're the leading advisor on the complexities of consumer behavior. Our unparalleled technology and complete view of the consumer inspires our clients to take action and unlock business growth.

To learn more:  
[www.circana.com](http://www.circana.com)





Con una quota di mercato del 39,2% in valore, il nostro Paese nel 2022 ha esportato vino per 1.084 milioni di euro. La crescita del prezzo al litro è passata da 1,95 euro nel 2020 a 2,15 nel 2022, registrando +10,2% in tre anni

# GERMANIA: IL PRIMO FORNITORE È ANCORA L'ITALIA



A cura di Ice Berlino

**L**a Germania è un Paese che dipende fortemente dalle importazioni per l'approvvigionamento del vino, e l'Italia ne è il primo fornitore. Secondo i dati disponibili su Trade Data Monitor, le importazioni tedesche di vino dall'estero hanno raggiunto i 2,76 miliardi di euro in valore e 13,6 milioni di ettolitri in quantità nel 2022. L'Italia conferma anche nel 2022 la sua posizione di leadership come primo Paese fornitore di vini sul mercato tedesco, con una quota di mercato del 39,2% in valore. Il valore complessivo delle impor-

tazioni tedesche dall'Italia per il settore equivale nel 2022 a 1.084 milioni di euro. Un'analisi del rapporto tra il volume e il valore delle importazioni di vino tedesco mostra che tra il 2020 e il 2022 l'Italia è stata in grado di aumentare il valore delle proprie esportazioni, con una crescita del prezzo al litro da 1,95 euro/l nel 2020 a 2,15 euro/l nel 2022, registrando un consistente aumento del 10,2% in tre anni. Da notare che il 44,5% delle importazioni tedesche di vino italiano in volume si riferisce a vino sfuso (contenitori > 10 litri) con prezzo al litro di 0,61 € per questo segmento. I vini in

contenitori < 10 litri invece raggiungono un prezzo medio di 3,34 euro/l. Secondo un sondaggio realizzato da Wine Monitor per analizzare le tendenze del 2023, in Germania l'interesse per il vino cresce con l'aumentare dell'età, mentre le nuove generazioni preferiscono altre bevande alcoliche come gli spirits o le bevande mixate. La Germania è un mercato price-driven e, non a caso, a guidare gli acquisti è in primis il fattore prezzo. I consumatori tedeschi scelgono quasi il vino acquistare in base alla presenza di sconti e promozioni (18%) e al basso prezzo (18%).



## Il ruolo di Agenzia Ice DALL'ULTIMO PROWEIN ALLA BORSA VINI DELL'AUTUNNO 2023

Anche nel 2023 l'Agenzia Ice ha messo in campo varie iniziative per affermare l'eccellenza dei vini italiani sul mercato tedesco. Alla scorsa edizione di Prowein, fiera leader del vino e degli alcolici a livello mondiale, l'Italia ha lasciato il proprio segno con i suoi circa 1.500 espositori provenienti da tutte le regioni. L'Agenzia Ice quest'anno ha accolto i visitatori nella Hall 17 con modalità del tutto nuove: masterclass e degustazioni al banco. Il giornalista enologo Christoph Raffelt e il miglior sommelier del 2018 Eros Teboni hanno condotto nove seminari dedicati alle varietà del vino italiano: dai vini vulcanici ai bianchi, rossi, frizzanti e di montagna. In contemporanea, per tutta la durata della fiera, tre sommelier professionisti hanno accompagnato i visitatori nella degustazione dei 100 migliori vini italiani selezionati dalla casa editrice tedesca Meininger tra i partecipanti a un progetto dell'agenzia Ice. Altre iniziative sono già alle porte, è iniziato il conto alla rovescia per Borsa Vini, che si terrà in autunno 2023 in modalità roadshow in tre città tedesche e in collaborazione con le enoteche locali.

### IL CORRIERE VINICOLO

**DIRETTORE EDITORIALE**  
PAOLO CASTELLETTI

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

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

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

**HANNO COLLABORATO**  
Riccardo Isola, Alessandro Maurilli, Omar Bison, Andrea Guolo, Antonella Genna, Elisabetta Tosi, Giulia Scalzini, Simone Giacosa, Maria Alessandra Paissoni, Susanna Rio Segade, Camilla De Paolis, Domen Škrab, Andrea Zava, Giulia Motta, Lorenzo Ferrero, Sofia Beria D'Argentina, Vincenzo Gerbi, Luca Rolle

**GRAFICA**  
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it  
GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it  
Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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



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/>



**Pronta consegna** per oltre 300 serbatoi da stoccaggio per vini, vinificatori e autoclavi per la spumantizzazione.



**Gortani: la scelta senza attese.**

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



**GORTANI**



**ALLA 53ª SESSIONE DEL COMITATO DEL CODEX ALIMENTARIUS  
PER GLI ADDITIVI ALIMENTARI**

*Dopo anni di negoziati si è accettato che "l'uso deve essere coerente con il Codice internazionale delle pratiche enologiche dell'Oiv". L'argomento sarà trattato dalla Commissione del Codex Alimentarius per l'adozione formale nella prossima sessione di novembre. Si tratta di un'evoluzione importante che apre nuove opportunità con ricadute molto positive sul commercio internazionale*

# Additivi nel vino, accordo storico sui principi di autorizzazione



A cura di **ELISABETTA ROMEO-VAREILLE** - policy officer UIV

**L**o Standard Generale per gli Additivi Alimentari (General Standard for Food Additives - Gsfa) è il testo di riferimento sugli additivi alimentari del Codex Alimentarius. Sebbene non sia giuridicamente vincolante, questa norma stabilisce un quadro di riferimento che viene seguito dalla maggior parte delle normative nazionali a livello mondiale ed elenca gli additivi consentiti nei vari alimenti. La norma è strutturata in base a una classificazione degli alimenti in categorie e sottocategorie. Per quanto riguarda il vino sono attualmente elencate nel Gsfa solo cinque sostanze: anidride carbonica (buone prassi di fabbricazione), dimetildicarbonato (livello massimo 200 mg/kg), lisozima (livello massimo 500 mg/kg), sorbati (livello massimo 200 mg/kg) e solfiti

(350 mg/kg). Questo elenco è molto più ristretto rispetto alla lista degli additivi nel vino riconosciuti dall'Oiv che sono 22. Il Comitato del Codex Alimentarius sugli additivi alimentari (Codex Committee on Food Additives - Ccfa), che si è riunito recentemente per la sua 53ª sessione a Hong Kong, ha deciso di portare avanti nella procedura di adozione anche le seguenti raccomandazioni per la categoria alimentare n. 14.2.3. (vino da uva) che riguardano dieci sostanze: acido ascorbico, acido citrico, acido fumarico, gomma arabica, carbosimetilcellulosa sodica (gomma di cellulosa), acido lattico, acido isoascorbico, tartarati e acido malico. Nella categoria 14.2.3.3 (vino da uva fortificato, vino da uva liquoroso, vino dolce da uva), il Ccfa53 ha approvato l'adozione del solfato di calcio nella tappa finale della procedura. Inoltre, ha raggiunto un accordo

fondamentale accettando che l'autorizzazione degli additivi nel vino nelle norme del Codex Alimentarius avvenga secondo le indicazioni riassunte nella nota in calce: "Il livello massimo dell'additivo nel vino da uva stabilito come buone prassi di fabbricazione non deve comportare: i) la modifica delle caratteristiche naturali ed essenziali del vino e ii) una modifica sostanziale della composizione del vino. Alcuni Membri del Codex specificano ulteriormente che l'uso deve essere coerente con il Codice internazionale delle pratiche enologiche dell'Organizzazione internazionale della vite e del vino (Oiv)." Dopo dieci anni di negoziati, l'accordo sulla nota rappresenta un risultato estremamente positivo per il settore vitivinicolo. L'argomento sarà trattato dalla Commissione del Codex Alimentarius per l'adozione

formale nella prossima sessione di novembre di quest'anno. Si tratta di un'evoluzione importante che apre nuove opportunità che si prevede avranno ricadute molto positive sul commercio internazionale del vino in quanto dovrebbe facilitare le esportazioni di vino verso Paesi che non sono membri dell'Oiv ma che fanno parte del Codex Alimentarius. Si auspica sia la prima tappa di un processo che dovrà condurre da un lato all'allineamento dell'elenco degli additivi autorizzati dall'Oiv con quelle del Gsfa per quanto riguarda il vino e dall'altro al riconoscimento delle raccomandazioni e del ruolo di armonizzazione dell'Oiv. Le organizzazioni rappresentative del settore vitivinicolo attive nei lavori del Codex Alimentarius in qualità di osservatori si impegneranno a fondo per il raggiungimento di questo obiettivo.



## Il Codex Alimentarius e i lavori della Commissione

Il Codex Alimentarius è una raccolta di norme, codici di buone pratiche, direttive e altre raccomandazioni internazionali adottate dalla Commissione del Codex Alimentarius. Questa Commissione è stata creata nel 1963 dall'Organizzazione per l'Alimentazione e l'Agricoltura (Fao) e dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (Oms) con il compito di sviluppare un programma congiunto di normalizzazione per favorire una disciplina uniforme, nei diversi Stati, della produzione e del commercio dei prodotti alimentari. L'obiettivo ricercato è duplice: facilitare gli scambi internazionali, assicurando transazioni commerciali leali e garantire, allo stesso tempo, ai consumatori un prodotto sano, sicuro e non adulterato. Pur trattandosi di raccomandazioni applicabili su base volontaria, le norme del Codex Alimentarius sono utilizzate sempre più spesso come base per la normativa nazionale. Nell'accordo dell'Organizzazione mondiale del commercio sull'applicazione di misure sanitarie e fitosanitarie (accordo SPS) esiste un riferimento alle norme del Codex per la sicurezza alimentare che implica che il Codex Alimentarius ha di fatto ripercussioni importanti per la risoluzione delle dispute commerciali. I membri dell'Omc che intendono applicare misure più severe di quelle stabilite dal Codex Alimentarius possono essere chiamati a giustificare queste misure dal punto di vista scientifico. L'accordo Omc sugli ostacoli tecnici agli scambi (Tbt) non menziona direttamente il Codex Alimentarius, ma le norme del Codex Alimentarius sono state già usate per risolvere conflitti sull'identità di un prodotto. La partecipazione ai lavori della Commissione è aperta a tutti gli Stati Membri della Fao e dell'Oms e ai Paesi associati alle due Organizzazioni. Ad oggi, oltre il 99% della popolazione mondiale è rappresentata nella Commissione attraverso 188 Stati membri, un'Organizzazione di integrazione economica regionale (l'Unione europea). Diverse Organizzazioni delle Nazioni Unite (16), un numero importante di organizzazioni internazionali intergovernative (60), tra cui l'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (Oiv) e di organizzazioni internazionali non governative (159), tra cui la Federazione Internazionale del Vino e degli Spiriti (Fivs), partecipano ai lavori di elaborazione delle norme con uno statuto di osservatore in rappresentanza dei vari settori produttivi, della ricerca e dei consumatori.

## JOHN BARKER È IL NUOVO DIRETTORE GENERALE DELL'OIV

La 21ª Assemblea generale dell'Oiv, riunitasi ai primi di giugno a Jerez de la Frontera, nell'ultima giornata del 44º Congresso della Vite e del Vino, ha eletto nuovo direttore generale il neozelandese John Barker. Succede a Pau Roca Blasco, che ha guidato l'Organizzazione dal 2019 fino ad oggi; entrerà in carica per cinque anni a gennaio 2024, "anno internazionale della vite e del vino", quando l'Oiv celebrerà il suo centenario. Classe 1968, Barker è laureato in legge, dottore di ricerca in legge e geografia e avvocato. Da oltre vent'anni si occupa di consulenza strategica internazionale per aziende e organizzazioni del settore alimentare e delle bevande, in particolare del vino. Come dichiarato nella sua lettera di candidatura alla Direzione generale dell'Oiv, lavorerà nella direzione di far crescere e rafforzare l'Oiv quale organizzazione di riferimento intergovernativa

di respiro internazionale che affronti efficacemente le questioni chiave del settore, nell'ambito di tutte le sue competenze. Per fare ciò l'Oiv dovrà quindi ampliare il suo impegno nei confronti sia degli stati membri che di quelli non membri, assumendo un ruolo sulle questioni prioritarie. "Desideriamo rivolgere un particolare ringraziamento a Pau Roca, per l'impegno e il carattere con cui, in questo passato quinquennio, ha saputo guidare l'Oiv - ha dichiarato **Paolo Castelletti**, segretario generale UIV -. In particolare ci piace ricordare il suo messaggio per l'Assemblea generale di UIV-Confederazione Italiana della Vite e del Vino del luglio 2021, quando volle suggerire che "la prossima economia non misurerà le prestazioni umane in termini di crescita ma in termini di conservazione della natura. In altre

parole l'indicatore per valutare il valore assoluto in economia dovrà essere il mantenimento della vita del nostro pianeta: questa è la sostenibilità!". A John Barker -ha proseguito- vanno i nostri auguri di buon lavoro. Siamo convinti che il suo programma fondato su una prospettiva di respiro internazionale di stretta collaborazione tra stati membri e non membri dell'Oiv, e su un metodo di lavoro che coniughi più strettamente gli aspetti di carattere scientifico, tecnico e giuridico, possano davvero rafforzare l'Oiv come primo punto di riferimento del mondo vitivinicolo globale. Un ruolo che sarà fondamentale nei prossimi anni, in cui il nostro settore dovrà affrontare sfide tutt'altro che facili sia sul fronte del cambiamento climatico che nel rapporto tra vino e società".







## La pagina del SERVIZIO GIURIDICO

serviziogiuridico@uiv.it - tel. 06 44 23 58 18 - www.unioneitalianavini.it



# VINO E "SALUTE": quali indicazioni nelle bevande alcoliche? IL CASO DEL "VINO DIGERIBILE"

**L**e indicazioni da riportare nell'etichetta di un prodotto vitivinicolo devono rispettare i principi di trasparenza e veridicità di cui all'art. 7 del Reg. UE n. 1169/2011, non dovendo indurre in errore e/o confusione il consumatore al riguardo della provenienza, modalità di produzione, qualità dell'alimento e non dovendo essere il mezzo per far figurare indicazioni non consentite per la specifica tipologia di prodotto. Quanto alla possibilità di accostare il termine "vino" a concetti inerenti alla "salute", il Reg. UE n. 1924/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2016 (relativo alle indicazioni nutrizionali e

sulla salute fornite sui prodotti alimentari) dispone all'art. 4, paragrafo 3, che "Le bevande contenenti più dell'1,2% in volume di alcol non possono recare indicazioni sulla salute".

L'articolo 2, paragrafo 2, punto 5, del Reg. UE n. 1924/2006 definisce, invece, le "indicazioni sulla salute" come "qualunque indicazione che affermi, suggerisca o sottintenda l'esistenza di un rapporto tra una categoria di alimenti, un alimento o uno dei suoi componenti e la salute".

### Il caso del "vino digeribile"

A conferma del divieto di utilizzare indicazioni salutistiche nei prodotti vitivinicoli come il vino, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea

si è espressa nel merito, con sentenza del 6 settembre 2012, nella causa C-544/10 promossa da una Cooperativa viticola tedesca, avverso una sentenza di condanna della magistratura nazionale.

L'Autorità tedesca aveva contestato l'uso della dicitura "facilmente digeribile" nell'etichetta di un vino, in quanto indicazione "sulla salute" ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, punto 5, del Reg. UE n. 1924/2006, non autorizzata per le bevande alcoliche in virtù dell'articolo 4, paragrafo 3, primo comma, del medesimo regolamento.

A sostegno della domanda, il ricorrente ha dedotto che la dicitura "facilmente digeribile"

non presentasse alcun nesso con la "salute" e fosse giustificata dallo speciale procedimento di deacidificazione utilizzato nella produzione del vino commercializzato e dal lieve tenore di acidità presente nello stesso.

Nei considerando della sentenza si legge che gli alimenti promossi mediante indicazioni, possono essere percepiti dal consumatore come portatori di un vantaggio nutrizionale, fisiologico o per la salute in generale rispetto ad altri prodotti simili o diversi.

Nelle motivazioni della sentenza, la Corte di Giustizia ha preso in esame la complessa normativa comunitaria e, in particolare, il Reg. UE n.

1924/2006. L'Autorità ha precisato che la nozione di "indicazioni sulla salute" comprende "tanto un rapporto che implichi un miglioramento dello stato della salute, quanto un rapporto che implichi l'assenza o la riduzione degli effetti nocivi per la stessa".

Inoltre, il richiamo al vantaggio nutrizionale e fisiologico o qualsiasi altro vantaggio legato alla salute, orienta inevitabilmente le scelte dei consumatori.

Nel concreto, la succitata indicazione suggerisce che il vino venga assorbito e digerito bene nonché allude a un effetto fisiologico benefico duraturo.

Alla luce delle considerazioni che precedono, la Corte di Giustizia Europea ha ritenuto che

l'indicazione "facilmente digeribile" rientri nel concetto di "indicazioni sulla salute" vietata per una bevanda alcolica come il vino.

Il divieto di indicazioni quali "facilmente digeribili" et similia è giustificato dall'esigenza di garantire un elevato livello di tutela della salute del consumatore in quanto la dicitura potrebbe accrescere il rischio inerente a un consumo non moderato della bevanda alcolica.

I principi ricavati dalla celebre sentenza nonché le considerazioni a seguito della sua pubblicazione risultano essere, ancora dopo dieci anni, attuali e applicabili a tutte le bevande alcoliche.

Per eventuali domande da porre al Servizio Giuridico di UIV, scrivere a serviziogiuridico@uiv.it

**I NOSTRI PRODOTTI GIURIDICI  
CARTACEI E ONLINE**

**CODICE DELLA VITE E DEL VINO  
ED. 2021**

**DAI VINI TIPICI AL TESTO UNICO  
ED. 2022**

**BANCHE DATI GIURIDICHE ONLINE  
(IT - UE)**

**NEWSLETTER GIURIDICA SETTIMANALE "UIVLEX"**

**COMEX BANCA DATI GIURIDICA ON-LINE PER L'EXPORT**

Per i nostri clienti prodotti editoriali e strumenti di aggiornamento normativo online.

SCRIVI UNA MAIL AL SERVIZIO GIURIDICO DI UIV: [serviziogiuridico@uiv.it](mailto:serviziogiuridico@uiv.it) | Tel. 06 44235818 [www.unioneitalianavini.it](http://www.unioneitalianavini.it)

# PULEO

LEADING WINERY MANUFACTURER.

## LA RICEZIONE VINICOLA IN LINEA CON L'ECCELLENZA TECNOLOGICA.

Da ben 55 anni, **Puleo** produce **attrezzature e impianti vinicoli** che danno vita a **linee di ricezione di medie e grandi dimensioni**.

Macchinari di **eccellenza**, in grado di integrare i sistemi produttivi delle **cantine e aziende enologiche** di oltre 20 Paesi in tutto il mondo con l'affidabilità di una **tecnologia per la vinificazione** di precisione e squisitamente **made in Italy**.

**PULEO** S.p.A.  
S.S. 115 km 21 - Fraz. Bosco 479  
91025 MARSALA (TP), Italia  
[info@puleoitalia.com](mailto:info@puleoitalia.com)

**PULEO** S.p.A. - Filiale Nord Est  
Via degli Artigiani 5/A  
31035 CROCETTA DEL MONTELLO (TV), Italia  
[www.puleoitalia.com](http://www.puleoitalia.com)

**PULEO FRANCE**  
5 Rue du Plateau  
16370 Saint-Sulpice-de-Cognac,  
France

UNO STUDIO TRIENNALE SUL NEBBIOLO ATTO A SFORZATO DI VALTELLINA DOCG

# Quando raccogliere le uve destinate all'appassimento?

di GIULIA SCALZINI, SIMONE GIACOSA, MARIA ALESSANDRA PAISSONI, SUSANA RÍO SEGADE, CAMILLA DE PAOLIS, DOMEN ŠKRAB, ANDREA ZAVA, GIULIA MOTTA, LORENZO FERRERO, SOFIA BERIA D'ARGENTINA, VINCENZO GERBI, LUCA ROLLE

Università degli Studi di Torino  
Dipartimento di Scienze Agrarie,  
Forestali e Alimentari,  
Alba (Cn)



Il livello di maturità delle uve alla raccolta è un parametro fondamentale per determinare la qualità del vino, non solo per quanto riguarda le uve fresche, ma anche quando esse sono la base per un successivo processo di appassimento. In quest'ultimo caso, specialmente per le uve a bacca nera, l'equilibrio tra i metaboliti di base (zuccheri e acidi) e il contenuto ed estraibilità dei composti fenolici è modificato con la perdita d'acqua per evaporazione, che può variare in base alle condizioni ambientali di appassimento e loro eventuale controllo.

La produzione di alcuni importanti vini italiani, come Sforzato di Valtellina e Amarone della Valpolicella, si avvale del processo di appassimento per ottenere vini rossi corposi, ma senza residuo zuccherino: la scelta della data di raccolta diventa quindi essenziale in queste circostanze, ad esempio in quanto una maturazione eccessiva potrebbe portare con l'appassimento a livelli di acidità insoddisfacenti. Inoltre, la definizione del metodo di produzione è insita nel disciplinare specifico che, a tutela della qualità, prevede un periodo minimo di appassimento fino al 1° dicembre successivo alla vendemmia, salvo deroghe eccezionali. Questo aspetto non permette quindi una modulazione di durata del periodo di appassimento a piacimento dell'azienda produttrice, richiedendo pertanto una accorta strategia in termini di tempi di raccolta e appassimento. Lo studio di come le due variabili, data di raccolta-durata di appassimento, interagiscono e influiscono sulla qualità delle uve appassite è quindi di rilevante importanza per meglio gestire il successivo processo enologico. Questo tipo di effetto combinato è inoltre fortemente influenzato dal cambiamento climatico, il quale induce un aumento della concentrazione zuccherina, una diminuzione dell'acidità e dei composti fenolici legati al colore, oltre a portare ad un appassimento naturale più rapido, con la conseguenza di cinetiche di calo peso talvolta anche rilevanti.

In questo articolo si riportano i risultati derivanti da una delle linee dimostrative del progetto PSR Lombardia "Increase Sforsat", proposto dall'Università di Torino in sinergia con il Consorzio di tutela dei Vini di Valtellina, Coldiretti Sondrio e l'Università di Milano-DeFENS, al fine di fornire risposte tecnico scientifiche agli operatori del comparto viticolo-enologico in merito all'impatto che le diverse fasi del processo produttivo (appassimento e vinificazione) hanno sulle caratteristiche chimico-fisiche del vino Sforzato di Valtellina Docg. Nello specifico, la valutazione riguarda la combinazione data di raccolta-durata di appassimento e il suo impatto sulla qualità dell'uva pre- e post-appassimento.



Foto Consorzio di Tutela dei Vini di Valtellina

I risultati derivanti da una delle linee del progetto PSR Lombardia "Increase Sforsat", proposto dall'Università di Torino in sinergia con il Consorzio di tutela dei Vini di Valtellina, Coldiretti Sondrio e Università di Milano-DeFENS, per fornire risposte tecnico scientifiche relative all'impatto che le diverse fasi del processo produttivo (appassimento e vinificazione) hanno sulle caratteristiche chimico-fisiche dello Sforzato di Valtellina Docg. Nello specifico, la valutazione riguarda la combinazione data di raccolta-durata di appassimento e il suo effetto sulla qualità dell'uva pre- e post-appassimento

## Materiali e metodi

L'attività è stata svolta considerando le vendemmie 2019, 2020 e 2021, e due vigneti in punti opposti (vigneto A: Villa di Tirano; vigneto B: Berbenno di Valtellina) dell'areale di coltivazione del "Nebbiolo" atto a Sforzato di Valtellina Docg (Scalzini et al. 2023). Le combinazioni di data di raccolta e durata di appassimento hanno riguardato tre diversi binomi:

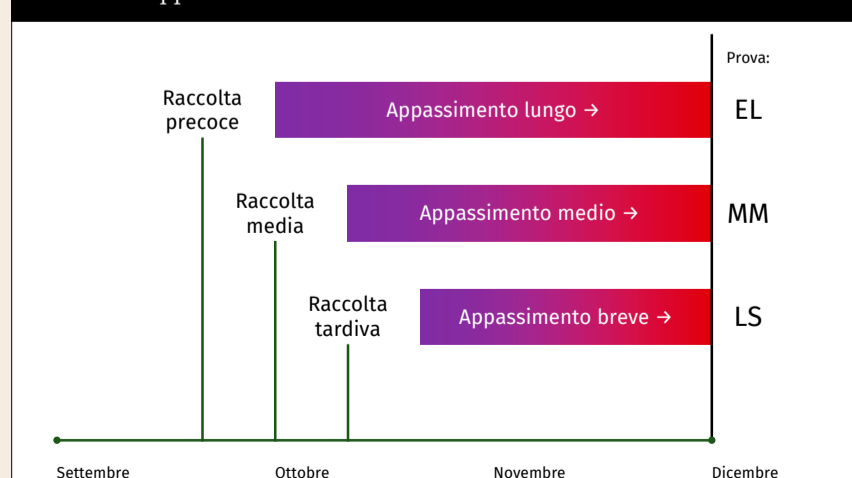
- ▶ raccolta precoce/appassimento lungo (codice prova EL)
- ▶ raccolta media/appassimento medio (MM)
- ▶ raccolta tardiva/appassimento breve (LS)

A questo scopo, i campioni di uva cv. Nebbiolo (*Vitis vinifera* L.) sono stati vendemmiati in tre diverse date, monitorando il loro contenuto in solidi solubili (21,5% p/p per il primo punto, incremento di 1% per il punto successivo, e incremento aggiuntivo dell'1% o quanto raggiungibile viste le condizioni ambientali per il

terzo punto). Seguendo il disciplinare di produzione dello Sforsat, l'uva raccolta, posizionata su cassette di plastica in singolo strato, è stata collocata nel fruttai di appassimento in condizioni di temperatura e umidità non controllate fino al 1° dicembre successivo alla raccolta. Pertanto, considerando che la data di raccolta è variabile tra i vigneti e i punti di campionamento considerati, il periodo di appassimento è anch'esso variato con periodi più lunghi nel caso di uve raccolte precocemente, come rappresentato schematicamente nella **Figura 1**.

Le condizioni ambientali dell'annata sono state valutate con i dati di temperatura e umidità relativa forniti da Arpa Lombardia (2022). L'evoluzione dell'appassimento è stata verificata con la perdita di peso delle uve, secondo la formula: Calo peso = 1 - (peso uve appassite/peso uve fresche). La composizione chimica del mosto e il profilo fenolico estraibile delle bucce e dei vinaccioli sono stati analizzati prima e dopo il processo di appassimento, in almeno tre repliche per campione. In dettaglio, i parametri chimici di base (°Brix, pH e acidità titolabile) sono stati determinati seguendo i protocolli proposti dall'Oiv (2016), più zuccheri, acidi e glicerolo determinati tramite HPLC-UV-RID. I composti fenolici estraibili di bucce e vinaccioli sono stati separatamente determinati previa estrazione in soluzione similvino (15% etanolo, 100 mg/L metabisolfito di sodio, pH 3,20) per 7 giorni a 25 °C. Si riportano l'indice di antociani totali (AT bucce; diluizione con etanolo cloridrico) e di tannini (MCP bucce e vinaccioli; precipitazione con metilcellulosa) determinati attraverso metodi spettrofotometrici (Di Stefano e Craveri, 1991; Torchio et al., 2010; Sarneckis et al., 2006). I dati compositivi sono espressi su unità di volume di mosto o peso acini al fine di potersi avvicinare alle condizioni di vinificazione. Essi sono stati analizzati statisticamente con il software R: le differenze significative, riscontrate tra le variabili, sono state valutate per mezzo dell'analisi della varianza ad una via (ANOVA) utilizzando il test post-hoc Tukey HSD con un livello di significatività  $p < 0.05$ . Infine, i dati chimici sono stati sottoposti ad analisi multivariata delle componenti principali (Principal Component Analysis o PCA) per delineare relazioni in campioni freschi e appassiti.

**FIGURA 1.** Le tre combinazioni di data di raccolta e durata di appassimento testate

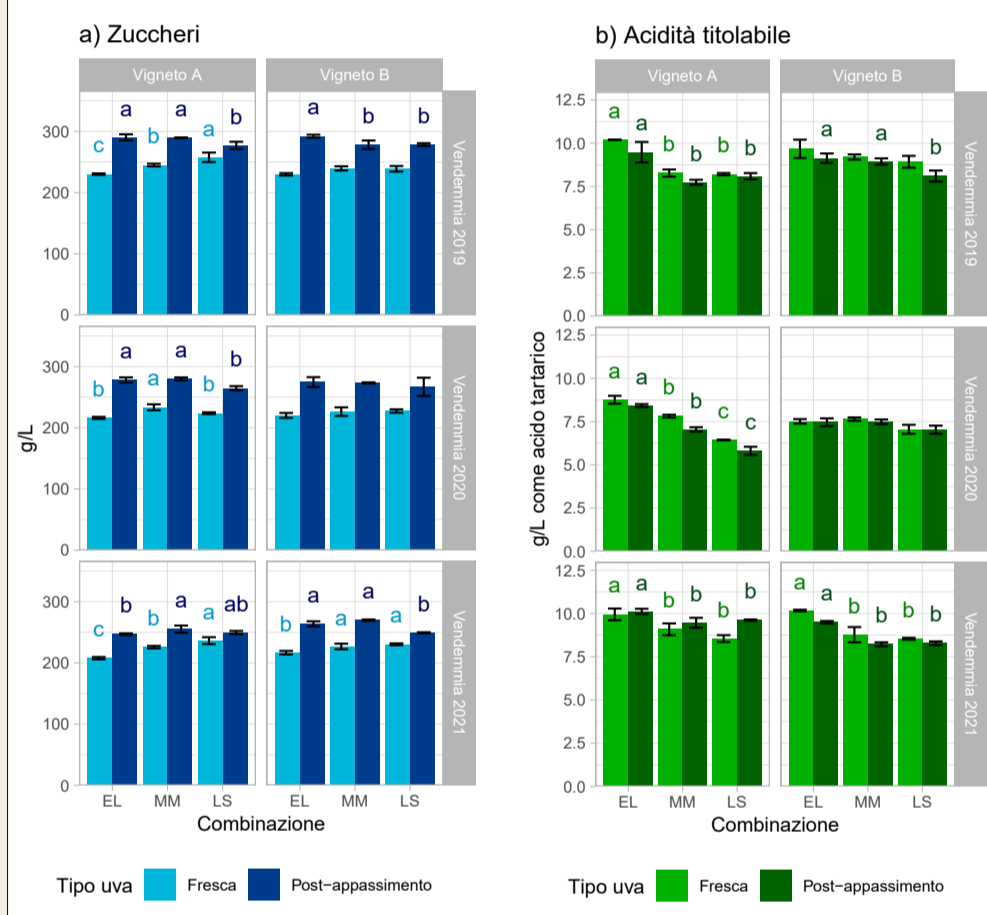




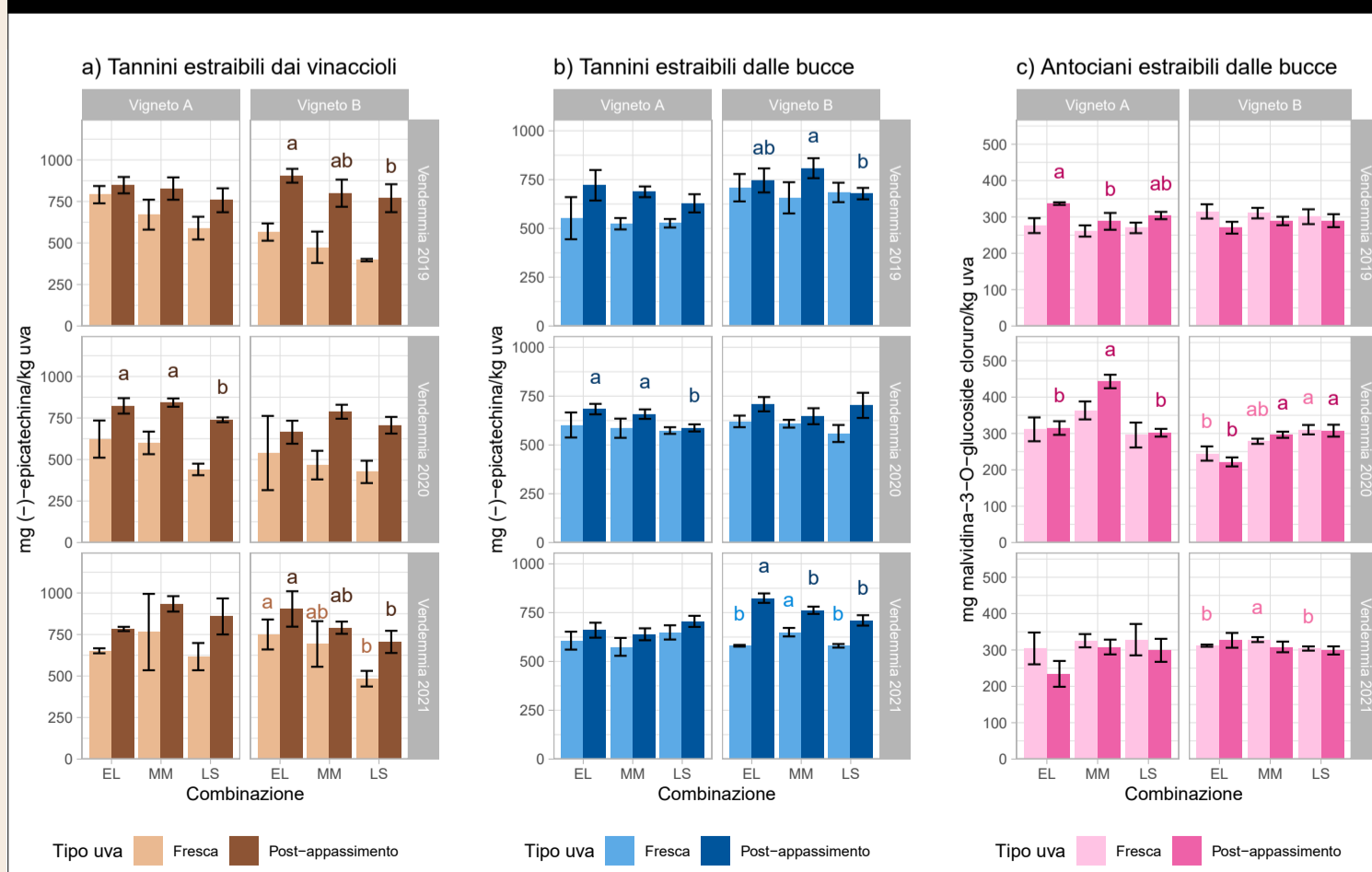
**TABELLA 1.** Data di raccolta per i campioni considerati in ogni annata e rispettiva durata dell'appassimento in fruttaio

Combinazione	Vigneto	Data di raccolta			Durata dell'appassimento (giorni)		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
EL Raccolta precoce- appassimento lungo	A	30/09	19/09	22/09	62	73	70
	B	25/09	19/09	28/09	67	73	64
MM Raccolta media- appassimento medio	A	11/10	29/09	10/10	51	63	52
	B	08/10	01/10	01/10	54	61	61
LS Raccolta tardiva- appassimento breve	A	19/10	08/10	18/10	43	54	44
	B	13/10	10/10	16/10	49	52	46

**FIGURA 2.** Concentrazione degli zuccheri (glucosio+fruttosio, g/L; sinistra) e acidità titolabile (g/L come acido tartarico; destra) nel mosto ottenuto da uve fresche ed appassite (2019-2021). Lettere diverse tra punti dello stesso vigneto, anno e tipologia di uve evidenziano differenze significative (test post-hoc Tukey HSD;  $p < 0.05$ )



**FIGURA 3.** Caratteristiche fenoliche: tannini estraibili dai vinaccioli e dalle bucce (mg epicatechina/kg uva), e antociani estraibili dalle bucce (mg malvidina-3-O-glucoside cloruro/kg uva) delle uve analizzate. Lettere diverse tra punti dello stesso vigneto, anno e tipologia di uve evidenziano differenze significative (test post-hoc Tukey HSD;  $p < 0.05$ )



## Risultati e discussione

La raccolta dei campioni è iniziata al raggiungimento del tenore in solidi solubili del mosto di 21,5% p/p per ognuno dei vigneti considerati: il primo punto di raccolta (EL) si è tenuto tra il 19 e il 30 settembre a seconda di vigneto e annata, consentendo quindi un periodo di appassimento compreso tra 73 e 62 giorni, rispettivamente (Tabella 1). Il punto successivo (medio, MM) si è tenuto dopo 10-18 giorni a seconda della maturazione e delle condizioni ambientali, sebbene in un caso ci sia stato un intervallo ridotto dovuto alla concentrazione zuccherina dei campioni. Infine, il punto finale (tardivo, LS) è stato raccolto con un intervallo dal precedente tra 5 e 15 giorni. Le condizioni ambientali hanno influenzato questo comportamento: l'annata 2020 è risultata la più calda nel periodo di fine maturazione, e in media il primo prelievo (EL) si è tenuto 6-8 giorni prima rispetto al 2021 o al 2019, rispettivamente.

Le date di raccolta dei campioni hanno permesso quindi di condurre, a seconda di punto, vigneto e annata, periodi di appassimento compresi tra 44 e 73 giorni con medie di 68, 57 e 48 giorni per i campioni EL, MM e LS, rispettivamente. Come atteso, questa distribuzione della durata di appassimento ha avuto un effetto sul calo peso medio delle tre combinazioni, risultato del 19% (EL), 16% (MM) e 12% (LS) a fine appassimento.

Il principale parametro chimico quantitativo delle uve è la concentrazione zuccherina: come si può notare dalla Figura 2a, mentre sulle uve fresche è stato possibile sostanzialmente seguire gli incrementi prefissati dallo schema di campionamento, con il successivo appassimento fino al 1° dicembre il tenore zuccherino maggiore si è riscontrato nelle uve raccolte precocemente (prova EL). Questo tipo di comportamento è in antitesi con quanto visto alla raccolta; tuttavia, è ottenuto a causa dell'effetto concentrazione degli zuccheri delle uve, sottoposte ad appassimento più lungo, che prevale sull'accumulo nelle ultime fasi di maturazione.

Mentre la variazione del contenuto zuccherino vede differenze di comportamento tra campioni freschi e appassiti, la valutazione dell'acidità non desta particolari sorprese: i campioni raccolti precocemente hanno evidenziato acidità titolabili maggiori rispetto agli altri punti, e tali differenze si sono mantenute dopo l'appassimento nella maggioranza dei casi (Figura 2b). La raccolta precoce ha quindi consentito una preservazione dell'acidità titolabile anche dopo il periodo di appassimento.

Considerando gli aspetti relativi ai composti fenolici, le principali modificazioni riguardano la componente estraibile dai vinaccioli: essa è risultata fortemente influenzata sia dalla matura-

### BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

ARPA Lombardia (2022). Archivio dati idro-nivo-meteorologici di ARPA Lombardia, stazione meteo di Sondrio.

Di Stefano, R., & Cravero, M.C. (1991). **Metodi per lo studio dei polifenoli dell'uva.** Rivista di Viticoltura ed Enologia, 44, 37-45.

Oiv (2016). **Compendium of International Methods of Analysis of Wines and Musts;** Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino: Parigi, Francia.

Sarneckis, C. J., Damberg, R. G., Jones, P., Mercurio, M., Herderich, M. J., & Smith, P. A. (2006). **Quantification of condensed tannins by precipitation with methyl cellulose: development and validation of an optimised tool for grape and wine analysis.** Australian Journal of Grape and Wine Research, 12, 39-49. <https://doi.org/10.1111/j.1755-0238.2006.tb00042.x>

Scalzini, G., Giacosa, S., Pissoni, M.A., Rio Segade, S., De Paolis, C., Skrab, D., Zava, A., Motta, G., Ferrero, L., Beria D'Argentina, S., Gerbi, V., & Rolle, L. (2023). **Combined effect of harvest time and postharvest dehydration length on the composition of withered grapes for Sforzato di Valtellina Docg wine production.** Journal of the Science of Food and Agriculture, <https://doi.org/10.1002/jsfa.12680>

Torchio, F., Cagnasso, E., Gerbi, V., & Rolle, L. (2010). **Mechanical properties, phenolic composition and extractability indices of Barbera grapes of different soluble solids contents from several growing areas.** Analytica Chimica Acta, 660, 183-189. <https://doi.org/10.1016/j.aca.2009.10.017>

zione, sia dall'effetto concentrazione a causa del calo peso dovuto all'appassimento. In Figura 3a è possibile verificare come il ritardo nella raccolta comporti minori contributi di tannini estraibili dai vinaccioli, mentre l'appassimento aumenta il loro impatto quanto maggiore è la sua durata. I dati seguono la stessa tendenza per la gran parte delle osservazioni, ad eccezione del vigneto B nel 2020 e per il vigneto A nel 2021, mentre non risultano significativi per il vigneto A nel 2019. L'andamento dei composti fenolici complessivi estraibili dai vinaccioli (non mostrato), che comprende anche forme flavanoliche monomeriche e oligomeriche, è risultato simile a quanto visto per i tannini.

Gli aspetti fenolici legati all'estrazione dalle bucce risultano di elevato interesse, considerato che la varietà Nebbiolo ha una limitata dotazione antocianica che si contrappone a quella dei tannini. A questo proposito, si può osservare in Figura 3b-c come la data di raccolta posticipata abbia influito in modo minore per l'estrazione dalle bucce rispetto a quanto visto per i vinaccioli. Nel caso delle bucce è opportuno considerare che le reazioni di degradazione dei composti in appassimento, dettate da stress biotici o abiotici, tendono a bilanciare in modo più deciso l'effetto concentrazione, ottenendo quindi aumenti limitati o talvolta assenti alla fine del processo.

In dettaglio, per gli antociani estraibili dalle bucce (Figura 3c) sono presenti limitati incrementi (spesso non significativi) con una raccolta media o posticipata. Ne consegue che, considerando i rischi associati ad una vendemmia tardiva (come perdite di prodotto o di sanità delle uve), i dati ottenuti non sembrano indicare un vantaggio tangibile in termini di antociani estraibili al termine dell'appassimento. Per quanto riguarda i tannini estraibili dalle bucce (Figura 3b), i campioni da raccolta precoce-appassimento lungo e raccolta media-appassimento medio sembrano mostrare una tendenza (sebbene spesso non significativa) ad un contenuto maggiore, così come visto per i vinaccioli. Per i parametri estraibili dalle bucce, specialmente per gli antociani, esistono comunque forti effetti dettati dal vigneto e dall'annata considerata.

La visualizzazione d'insieme dei dati ottenuti con la prova è disponibile in Figura 4: l'approccio statistico utilizzato (PCA) permette una rappresentazione delle variabili considerate (frece e testo), normalizzate all'interno di ogni annata, e dei loro andamenti tra i binomi sia per quanto riguarda le uve fresche sia per le uve appassite. I campioni sono invece rappresentati da punti colorati, e la loro distribuzione genera ellissi di confidenza colorate per ognuno dei trattamenti (EL, MM, LS). Sulle uve fresche (Figura 4a) si nota una concordanza tra zuccheri e pH, i quali aumentano con la raccolta tardiva, come atteso. I parametri fenolici delle bucce sono sostanzialmente ortogonali, ovvero con correlazione non apprezzabile rispetto ai precedenti. I tannini estraibili dai vinaccioli sono risultati in tenori inferiori con la raccolta tardiva, similmente ai parametri di acidità. ♦♦

## CONTINUARE A RENDERE CONTEMPORANEO UN VINO DALL'ANTICA TRADIZIONE



La ricerca serve ad aumentare la consapevolezza delle scelte che devono essere prese in vigna ed in cantina senza stravolgere le pratiche tradizionali, ma ragionando in termini di viticoltura ed enologia di precisione. Il commento di Danilo Drocco, presidente Consorzio Vini Valtellina

### Presidente Drocco, come nasce il progetto "Increase Sfursat"? Quali sono i risultati che ritenete più importanti?

Il cambiamento climatico e il gusto del consumatore si sono modificati nel corso degli ultimi anni. Si trattava quindi di analizzare lo stato dell'arte provando a interpretare un percorso che, con piccoli e significativi cambiamenti, continuasse a rendere contemporaneo un vino dall'antica tradizione. L'attività di ricerca è partita dallo studio della maturazione dell'uva Nebbiolo in vigneti ubicati in diverse zone della Valle ed è proseguita con diverse prove di appassimento. I risultati hanno dimostrato come la vendemmia "precoce" abbinata a un lungo periodo di appassimento in fruttai sia la combinazione ideale per ottenere vini freschi e complessi capaci di mantenere la croccantezza dei vini di montagna.

### Qual è la strategia di marketing e promozione dei nuovi rossi di Valtellina e come questi si allineano ai risultati della ricerca?

Non parlerei di strategia di marketing, ma di racconto del territorio valtellinese che, grazie alle particolari condizioni pedoclimatiche legate all'ambiente alpino, ci permettono di produrre un Nebbiolo dal carattere unico e irripetibile capace di abbinare freschezza, complessità e capacità di affinamento, tutti elementi ben definiti dalla ricerca.

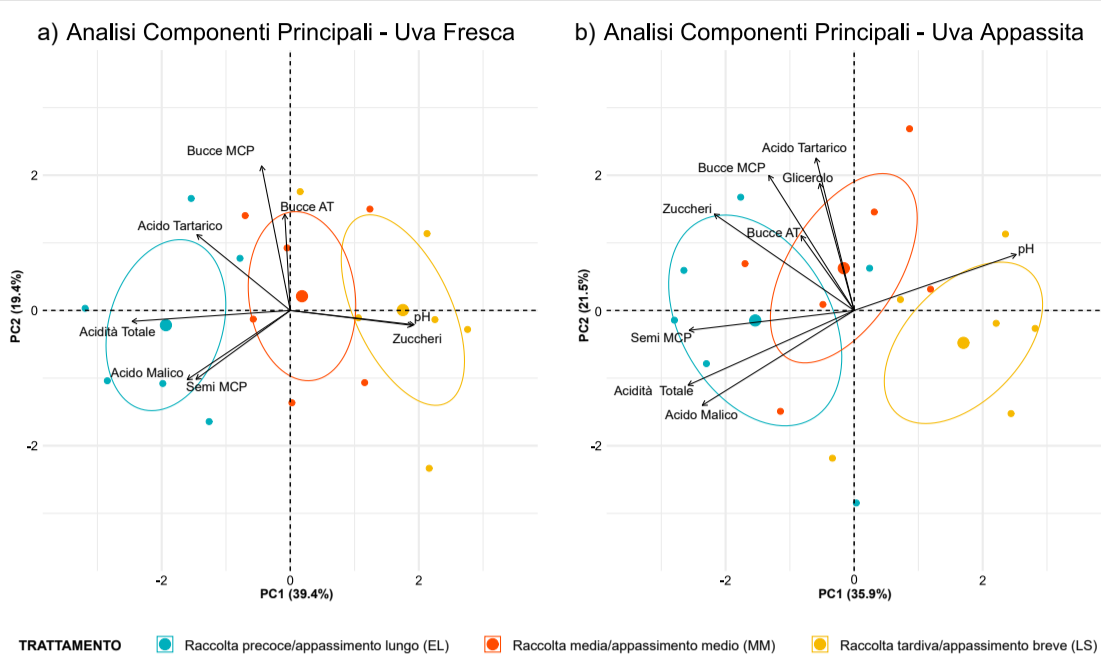
### I risultati della ricerca porteranno a cambiamenti nelle pratiche viticole e di cantina non solo dello Sforzato ma anche dei vini della Valtellina?

Lo studio della maturità fenolica e dei composti aromatici del Nebbiolo delle Alpi hanno fornito una serie di indicazioni molto importanti che possono essere utilizzate dai produttori valtellinesi per continuare il processo di miglioramento di tutti i vini prodotti dal Nebbiolo-Chiavennasca. La ricerca serve ad aumentare la consapevolezza delle scelte che devono essere prese in vigna ed in cantina senza stravolgere le pratiche tradizionali, ma ragionando in termini di viticoltura ed enologia di precisione: solo la cura dei particolari consente di ottenere grandi vini capaci di competere a livello mondiale.

#### Ringraziamenti

Parte dello studio ha beneficiato del sostegno della Regione Lombardia - Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020, op. 1.2.01, progetto n. 201901320242 "W2.0 - INCREASE SFURSAT - Linee operative per la valorizzazione dello Sfursat di Valtellina Docg attraverso sistemi di informazione e dimostrazione". Gli autori ringraziano il Consorzio di tutela dei Vini di Valtellina, Coldiretti Sondrio e l'Università di Milano-DeFENS per il contributo allo studio

**FIGURA 4.** Analisi statistica delle componenti principali sui risultati ottenuti per l'uva fresca (sinistra) e appassita (destra). Le variabili sono indicate da frecce e testo nero, i campioni da punti colorati



► L'elaborazione relativa alle uve appassite (Figura 4b), invece, mostra in modo preciso come vi sia un cambio repentino del comportamento degli zuccheri: al termine dell'appassimento essi non sono più concordi con l'andamento del pH, e risultano con concentrazioni maggiori per le uve raccolte precocemente e lasciate per un periodo più lungo in appassimento. Gli altri parametri mostrano limitate differenze di tendenza tra uve fresche e appassite: si conferma pertanto il maggior contributo dei tannini dei vinaccioli nelle prove caratterizzate da raccolta precoce e appassimento lungo (EL). La distribuzione dei campioni (punti colorati) in sostanziale successione per i tre trattamenti (EL, MM, LS da sinistra a destra) conferma gli aspetti discussi.

## Conclusioni

L'epoca di vendemmia e la durata del processo di appassimento possono essere regolate in funzione dell'obiettivo enologico desiderato, con il fine

di valorizzare le potenzialità delle uve. In generale, i binomi che hanno previsto una vendemmia precoce o media e quindi un appassimento lungo o medio hanno mostrato un maggior contenuto di composti fenolici, particolarmente per i polifenoli dei vinaccioli, sebbene le condizioni climatiche e la localizzazione dei vigneti abbiano influenzato le caratteristiche fenoliche delle uve appassite. La permanenza delle uve in vigneto in attesa della raccolta dell'ultima tesi valutata (LS, raccolta tardiva), oltre al calo in acidità titolabile e l'assenza di rilevanti aumenti in antociani al termine dell'appassimento, ha fatto registrare in alcuni casi una riduzione di qualità sanitaria delle uve, un fattore da tenere in forte considerazione in connessione con la successiva vinificazione. Per quanto questi risultati abbiano interessato principalmente la varietà Nebbiolo per la produzione di Sforzato di Valtellina Docg in tre annate specifiche, non si esclude una possibile applicazione a situazioni simili, anche riguardanti altre denominazioni, da confermare con futuri approfondimenti.

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

**enovitis**  
EXTRÊME

**13 LUGLIO 2023**  
**ALTO ADIGE**  
**9.00-18.00**

**PROVE DI  
MACCHINE  
IN VIGNETI  
EROICI**

**CANTINA VALLE ISARCO  
KELLEREI EISACKTAL  
CHIUSA (BZ)- ITALY**

Organized by  
**UIV**  
UNIONE ITALIANA VINI

In collaborazione con  
**ANTICOLTURA EROICA  
CERVIM**

Con il supporto di  
**Südtirol Wein**  
Vini Alto Adige

Con il patrocinio di  
**GEMEINSCHAFT  
COMUNE DI CHIUSA**

# prima lavorazione uve

Una selezione,  
a cura delle aziende,  
dei prodotti disponibili sul mercato

## CADALPE

Serbatoi, fermentatori e autoclavi ora in versione  
Industria 4.0 Ready

La ripresa per Cadalpe, azienda storica, specializzata nella progettazione e costruzione di attrezzature per il settore enologico e del beverage, passa attraverso una nuova compagine societaria e il rilancio del brand attraverso investimenti in nuovi prodotti, R&S e digitalizzazione. Tutta la produzione

è stata rinnovata, integrando alla meccanica l'elettronica di controllo e altre tecnologie innovative. Questa rivoluzione ha coinvolto anche un perfezionamento sulla linea di produzione di serbatoi, fermentatori e autoclavi, che possono ora essere realizzati in versione Industria 4.0 Ready con la gestione e controllo dei parame-

tri di lavorazione ed eventuali dispositivi di sicurezza. Il tutto gestito tramite PLC, interfacciabile con il sistema gestionale aziendale. Un progetto importante in questo senso è stato realizzato presso le cantine di Viberti Giovanni, nome storico nella produzione dei grandi vini di Barolo & delle Langhe (Barolo, Barbera, Dolcetto d'Alba, Nebbiolo) che ha scelto di applicare il nuovo approccio tecnologico ad una batteria di vinificatori orizzontali con automazione del ciclo di vinificazione e scarico. L'applicazione tecnologica comprende anche l'opzione di teleassistenza e supervisione remota, lo sviluppo software e la fornitura dati per il gestionale cliente, per la perfetta rispondenza ai requisiti 4.0. In questo modo i parametri di vinificazione possono essere controllati e gestiti in maniera ottimale e automatizzata, per ottenere il miglior risultato nella massima sicurezza.



## OMNIA TECHNOLOGIES

Le presse intelligenti "Ampelos" di Della Toffola  
per la gestione automatica di tutte le fasi di lavorazione

Lo sforzo di Omnia Technologies, gruppo che riunisce i migliori specialisti per lo sviluppo di soluzioni di automazione made in Italy a supporto dell'industria del wine & beverage, va nella direzione di una perfetta integrazione tra tecnologia, sostenibilità e servizio. Parte da questi imperativi la progettazione e lo sviluppo della gamma di presse intelligenti "Ampelos" di Della Toffola, dotate di sensori, celle di carico, algoritmi ed intelligenza artificiale per garantire una gestione automatica di tutte le fasi della lavorazione. Le presse Ampelos sono infatti in grado di associare il programma il più adatto in base al tipo di uva introdotta, ma anche di regolare la partenza, la frequenza e i sensi delle rotazioni e il passaggio da una fase all'altra per sfruttare al massimo i cicli senza tempi morti, garantendo così un una resa ottimale. Inoltre, essendo presse chiuse sono dotate di canaline di forma circolare, in grado di offrire una superficie di sgrondo di 360 gradi, che permette di avere un'estrazione del 70% del mosto fiore alla pressione di 0,2 bar, e una capacità di carico doppia rispetto alle presse tradizionali. I benefici di questa soluzione sono innumerevoli: basse pressioni di lavoro, cicli più brevi, velocità di sgrondo, elevata resa di estrazione, griglie di sgrondo autopulenti e sistemi di lavaggio automatici. In questo modo, si riduce notevolmente il rischio di intasamenti che potrebbero compromettere la resa di sgrondo della pressa e richiedere lunghe operazioni di pulizia e lavaggio.



## GORTANI

Soft System®, sistema brevettato  
di vinificazione e follatura autonoma

Soft System® Gortani è il sistema brevettato di vinificazione e follatura autonoma che rappresenta la sintesi tra la tradizione enologica del Friuli Venezia Giulia e l'esperienza di Gortani nel settore vitivinicolo. Esso racchiude le più avanzate conoscenze e innovazioni tecniche, così come la spinta creativa che caratterizza l'azienda friulana. Soft System® combina le prestazioni eccellenti garantite dai vinificatori Gortani e ricrea le

condizioni naturali della follatura, gestendo quest'ultima con modalità evolute e costante verifica del processo. Un semplice quanto efficace sistema a una o due viti in acciaio inox garantisce il movimento lento e delicato di abbassamento delle vinacce per immergerle nel mosto in fermentazione, rompendo il cappello raccolto in superficie. Questo processo favorisce la distribuzione dei lieviti, il ricambio del liquido e il contatto mosto-vinaccia. Un software avanzato monitora e controlla ogni fase del processo di vinificazione e consente di ottenere una maggiore precisione e controllo sulla temperatura e sulle variabili critiche durante la fermentazione e la maturazione del vino. Grazie a questa precisione, è possibile ottenere vini di alta qualità con caratteristiche organolettiche eccezionali. I vinificatori Gortani Soft System®, che combinano tecnologia avanzata, facilità d'uso, versatilità e sicurezza, permettono di ottenere vini di alta qualità in modo più efficiente, con la garanzia di una maggiore precisione e controllo di ogni fase del processo.

Info: [www.gortani.com](http://www.gortani.com)



## PULEO

Eccellenza tecnologica al servizio delle cantine

Quando si parla di vino si parla di passione, tradizione e precisione. Di un'arte che ha radici profonde. Di un percorso di pura poesia, che inizia dalla vite e termina nel bicchiere. Perché ogni singola fase è cruciale per ottenere un prodotto finale superlativo. Noi di Puleo tutto questo lo abbiamo imparato sul campo acquisendo, nei nostri 55 anni di esperienza, una competenza unica nella realizzazione di impianti e macchinari destinati alla produzione vinicola. L'attenzione che riserviamo ai dettagli e alla scelta delle materie prime ci permette di rappresentare un partner di fiducia per le cantine più prestigiose di tutto il mondo. Infatti la nostra azienda, con sede principale a Marsala e una filiale a Treviso, fornisce i suoi

prodotti in più di 20 Paesi. Dalle diraspa-pigiatrici Vega alle presse pneumatiche Prexa e Prexa Infinity, dai sistemi di selezione più sofisticati come Orion Selecto alle altre macchine di altissima precisione e di manifattura orgogliosamente made in Italy: tutte eccellenze tecnologiche realizzate con brevetti depositati e un approccio sempre sostenibile, che hanno rafforzato negli anni il marchio Puleo rendendolo un punto di riferimento a livello internazionale. Che si tratti di modernizzare la vostra linea produttiva già esistente o di realizzare la cantina dei vostri sogni, il nostro team vi guiderà passo dopo passo, con la garanzia di un servizio impeccabile e di una qualità senza compromessi.



## VENDESI BENI PROCEDURA RG 2084/2021 TRIBUNALE DI BARI

MAGGIORI INFORMAZIONI SU [WWW.DOAUCTION.IT](http://WWW.DOAUCTION.IT) • [WWW.ASTEMOBILLIT](http://WWW.ASTEMOBILLIT)

### • LOTTO 1:

Serbatoio contrassegnato con il numero 33 capacità 26.000,00 litri marca "De Franceschi" in acciaio AISI 304/316 (tipologia) Matricola 86275/-130-2 unitamente ai 20.000,00 litri di vino bianco IGP Puglia Verdecia in esso contenuti;  
**Prezzo base: € 12.480,00. Rilancio minimo € 1.248,00.**

### • LOTTO 2

Serbatoio contrassegnato con il numero 34 capacità 26.000,00 litri di marca "De Franceschi" in acciaio AISI 304/316 (tipologia) matricola 86275/130-1 unitamente ai litri 20.000,00 di vino bianco IGP Puglia Malvasia in esso contenuti;  
**Prezzo base: € 12.480,00. Rilancio minimo € 1.248,00.**

### • LOTTO 3

Gruppo refrigerante marca "De Franceschi" capacità 160.000,00 frigoriferi-ora, in acciaio inox AISI 304/316 con doppio compressore con 6.000 h di funzionamento, revisionato e messo a mercato nell'anno 2018.  
**Prezzo base: € 16.000,00. Rilancio minimo € 1.600,00.**



### MERCATO DELLO SFUSO A PORTATA DI CLIC

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

# MERCATI VINICOLI

## QUOTAZIONI E ANDAMENTI DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 15 GIUGNO 2023

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

Le quotazioni dei vini di Umbria e Lazio non hanno evidenziato variazioni rispetto alla precedente pubblicazione; riprenderanno nelle prossime settimane.



rilevazioni a cura di MED.&A.

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

### PIEMONTE

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

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

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

Asti	Mosto (kg)				
Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2022		1,10		1,20

### FRIULI - VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Cabernet Sauvignon	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Chardonnay	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Friulano	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Merlot	12-12,5	0,85		0,95	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Refosco	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Ribolla	12-12,5	0,90		1,10	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,20		1,50	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,80		0,90	
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,00		1,10	

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

### L O M B A R D I A

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

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

### E M I L I A

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

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

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

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto Lancellotta	11-12	4,20		4,60	

### R O M A G N A

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

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

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

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto	9-11	3,20		3,40	

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	65-67	3,80		3,90	

### T O S C A N A

Vino Dop (litro)					
Chianti	2020	1,55		1,95	
	2021	1,55		1,90	
	2022	1,10		1,50	
Chianti Classico	2019	3,10		3,45	
	2020	3,10		3,50	
	2021	3,10		3,50	
	2022	3,10		3,50	

Vino Igp (litro)					
Toscana bianco	2022	12-12,5	0,90	1,00	
Toscana rosso	2021	12-13	1,00	1,45	
Toscana rosso	2022	12-13	0,85	1,30	
Toscana Sangiovese	2021	12-13	1,10	1,55	
Toscana Sangiovese	2022	12-13	0,90	1,35	

### P U G L I A - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco	10,5-12	3,00		3,20	
Bianco termovinificato	10,5-12	3,50		3,80	
Rosso	10,5-12	2,80		3,30	
Rosso da Lambrusco	12,5-13,5	3,80		4,30	
Rosso da Montepulciano	11-12	2,80		3,30	

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

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

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

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

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	65-67	3,80		3,90	

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

### P U G L I A - Lecce, Brindisi, Taranto

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

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

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

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

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

VENETO

VERONA

Vino comune (ettogrado)

Bianco	2022	9,5-12	4,50		5,50
--------	------	--------	------	--	------

Vino Dop (ettogrado)

Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50
-------	------	-----------	------	--	------

Vino Dop (litro)

Bardolino	2022		1,00		1,05
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20
Custoza	2022		0,85		0,90
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20
Lugana	2022		3,70		3,90
Pinot grigio d. Venezie	2022	12-12,5	1,05		1,20
Soave Classico	2022	11,5-12,5	1,00		1,15
Valdadige Pinot grigio	2022	12-12,5	nq		nq
Vino atto Amar. e Recioto	2020		11,00		12,00
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00
Vino atto Amar. Cl. e Recioto	2020		11,50		12,50
Vino atto Amar. Cl. e Recioto	2021		11,00		11,50
Valpolicella	2022		2,20		2,40
Valpolicella Classico	2022		2,30		2,80
Valpolicella Ripasso	2020	13-13,5	3,40		3,60
Valpolicella Ripasso	2021	13-13,5	3,20		3,40
Valpolicella atto Super.	2020		2,30		2,60
Valpol. Classico Ripasso	2022	13-13,5	3,60		3,90
Valpolicella Classico Ripasso	2021	13-13,5	3,60		3,90
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10

Vino Igp (ettogrado)

Merlot	2022	11-12,5	nq		nq
Provincia di VR bianco	2022	10-13	5,70		5,90
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00
Provincia di VR rosso	2022	10-12	nq		nq

Vino Igp (litro)

Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90
Durello	2022		0,85		0,95

TREVISO

Vino Dop annata 2022 (litro)

Delle Venezie bianco	12	0,65		0,75
Piave Cabernet	12-12,5	0,95		1,10
Piave Merlot	11,5-12	0,80		0,90
Pinot grigio delle Venezie	10-12	1,00		1,15
Pinot nero atto taglio Prosecco rosé		1,00		1,20
Prosecco Valdob. Cartizze Docg	9-10	8,50		9,50
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Rive Docg	9,5-10	2,90	-1,7%	3,10
Prosecco Coneg. Valdob. Docg	9-10	2,90		3,10
Prosecco Asolo Docg	9,5-10	2,15	-2,3%	2,30
Prosecco Doc	9-10	2,00		2,20
Venezia Pinot grigio	11-12	1,05		1,15

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)

Cabernet Franc	10-12	6,00		7,00
Cabernet Sauvignon	10-12	6,00		7,00
Chardonnay	10-12	6,00		6,30
Glera	9,5-10	6,00		6,30
Marca Trevigiana Tai	10,5-12	5,80		6,00
Marca Trevigiana/Veneto/Trevente rosso	10-11	nq		nq
Merlot	10-12	4,30		5,00
Pinot bianco	10-12	6,00		6,50
Raboso rosato	9,5-10,5	6,00		6,80
Raboso rosso	9,5-10,5	6,00		6,80
Refosco	10-12	6,00		6,50
Sauvignon	10-12	8,00		10,00
Veneto/Trevente bianco	10-11	5,00		5,50
Verduzzo	10-11	5,30		5,80

Vino Igp annata 2022 (litro)

Pinot nero	10,5-12	0,85		0,90
------------	---------	------	--	------

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)

Mosto concentrato rettificato Bx 65/68* (origine Italia)	65-68	3,80		4,00
--	-------	------	--	------

TRENTINO - ALTO ADIGE

Vino Dop (litro)

Lago di Caldaro	2022	1,65		1,95
Teroldego Rotaliano	2022	1,80		2,10
Trentino Cabernet Sauvignon	2022	1,75		2,40
Trentino Chardonnay	2022	1,80		2,20
Trentino Lagrein	2022	1,80		2,30
Trentino Lagrein rosato Kretzer	2022	1,60		2,00
Trentino Marzemino	2022	1,45		2,00
Trentino Merlot	2022	1,25		1,80
Trentino Moscato	2022	1,90		2,30
Trentino Müller Thurgau	2022	1,45		1,75
Trentino Nosiola	2022	1,80		2,20
Trentino Pinot bianco	2022	1,90		2,30
Trentino Pinot grigio	2022	1,90		2,20
Trentino Pinot nero	2022	2,70		3,80
Trentino Riesling Renano	2022	2,00		2,40
Trentino Sauvignon	2022	2,20		3,20
Trentino Sorni bianco	2022	1,80		2,15
Trentino Sorni rosso	2022	1,80		2,10
Trentino Traminer	2022	3,60		4,30
Trento	2022	2,50		3,00
Trento Pinot nero base spumante	2022	3,20		3,70
Valdadige Schiava	2022	1,50		1,70

Vino Igp (litro)

Vigneti Dolomiti Chardonnay	2022	1,20		1,50
Vigneti Dolomiti Merlot	2022	0,80		1,05
Vigneti Dolomiti Müller Thurgau	2022	1,00		1,20
Vigneti Dolomiti Pinot grigio	2022	1,40		1,90
Vigneti Dolomiti Schiava	2022	1,35		1,60
Vigneti Dolomiti Teroldego Novello	2022	nq		nq

MARCHE

Vino comune (ettogrado)

Bianco	2022	13-13,5	3,80		3,80
Rosato	2022	11-12,5	nq		nq
Rosso	2022	13,5-14	0,55		0,70

Vino comune (litro)

Montepulciano	2022	14-15	0,60		0,75
---------------	------	-------	------	--	------

Vino Dop (litro)

Falerio Pecorino	2022	13-14	nq		nq
Lacrima di Morro d'Alba	2022	12,5-13	1,55		1,60
Rosso Conero	2021	13-14	nq		nq
Rosso Piceno	2021	13-14	0,80		1,00
Verdicchio Castelli Jesi C.	2022	13	1,10		1,20
Verdicchio Castelli J.C. sup	2022	13	1,20		1,30
Verdicchio di Matelica	2022	12,5-13	nq		nq

Vino Igp (litro)

Marche bianco	2022	12-13,5	nq		nq
Marche Passerina	2022	12-13	0,80		0,90
Marche Sangiovese	2022	13	0,60		0,70



Vino Dop (litro)

Rosso Piceno	2021	13-14	0,90		1,10
Rosso Piceno Sup.	2021	13,5-14	1,00		1,20
Montepulciano d'Ab.	2022	13-14,5	1,00	11,1%	1,10
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11,5-12,5	0,65		0,75
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	0,95		1,15
Pinot gr. delle Venezie TV	2022		1,10		1,20
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60
Prosecco Doc	2022		2,05	-2,4%	2,25
Soave	2022	11,5-12,5	1,00		1,20
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,30
Valpolicella	2022		3,00		3,50
Valpolicella Classico	2022		3,00		3,40

Vino Igp (litro)

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

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune annata 2022 (ettogrado)

Bianco	10-11,5	nq		nq
Bianco termocondiz.	9,5-13,5	3,50		4,00
Rosso	11-12	3,50	16,7%	3,80
Rosso	12,5-13,5	4,00	17,6%	5,50

Vino Dop annata 2022 (ettogrado)

Trebbiano d'Abruzzo	11-12,5	3,80		4,00
---------------------	---------	------	--	------

Vino Dop annata 2022 (litro)

Montepulciano d'Abruzzo	12-13,5	0,55		0,60
-------------------------	---------	------	--	------

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)

Chardonnay	10,5-13	4,80	14,3%	5,00
Sangiovese	11-12,5	nq		nq

Vino Igp annata 2022 (litro)

Terre di Chieti Passerina	11-12,5	0,70	7,7%	0,75
Terre di Chieti Pecorino	12-13	0,70	7,7%	0,75
Terre di Chieti Pinot gr	11,5-13	nq		nq

SICILIA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)

Bianco	10,5-12	3,00		3,20
Bianco termocondizionato	12-12,5	3,30		4,00
Rosso	12,5-14,5	4,50		6,50

Vino Dop annata 2022 (litro)

Sicilia Cabernet	13-14,5	1,00		1,20
Sicilia Grillo	12,5-13,5	0,60		0,70
Sicilia Merlot	13-14,5	0,90		1,10
Sicilia Nero d'Avola	13-14,5	0,80		1,10
Sicilia Syrah	13-14,5	0,70		1,00

Vino Igp annata 2022 (litro)

Cabernet	13-14,5	1,00		1,20
Chardonnay	12,5-13,5	0,90		1,00
Merlot	13-14,5	0,85		1,05
Pinot grigio	12-13	0,85		1,00
Syrah	13-14,5	0,68		0,95
Zibibbo	11,5-13,5	0,90		1,00

Mosto annata 2022 (gr. Babo x q.le)

Mosto muto bianco 16-17°	15-17	1,80		1,90
--------------------------	-------	------	--	------

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)

MCR	65-67	3,80		3,90
-----	-------	------	--	------

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE  
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA  
Federico Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)

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

TRENTINO-ALTO ADIGE  
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRUIRI-VENEZIA GIULIA  
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA  
Andrea Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA  
Federico Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)

</

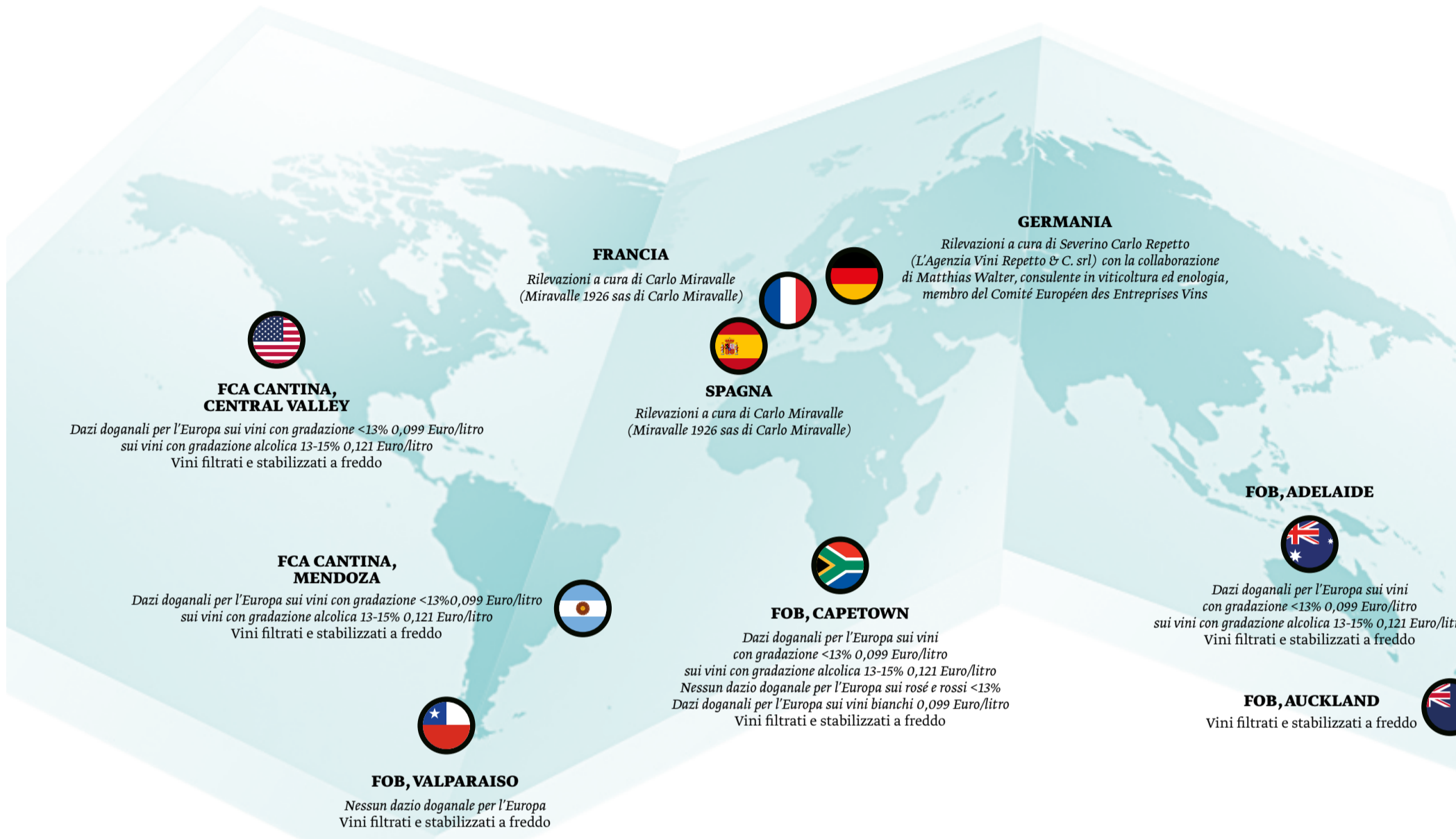
Quotazioni per l'Europa  
rilevate da Med.&A.  
Prezzi al 15 Giugno 2023



Quotazioni per il resto del mondo  
rilevate da Ciatti Company  
Prezzi al 19 Giugno 2023



Le frecce accanto ai prezzi indicano il trend  
rispetto al mese precedente.  
I prezzi per il Nuovo mondo sono espressi  
in USD 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					
<b>Mosto comune (litro)</b>					
GW weiss - vino comune bianco	2022	nq		nq	
GW rot - vino comune rosso	2022	nq		nq	
<b>Vino Igp (litro)</b>					
LW weiss - Igp bianco	2022	080		0,85	
LW rot - Igp rosso	2022	0,75	-6%	0,80	-11%
Müller Thurgau LW Igp	2022	0,85		0,95	6%
<b>Vino Dop (litro)</b>					
Müller Thurgau QW Dop	2022	1,00		1,05	-5%
<b>Vino Igp (litro)</b>					
Riesling LW Igp	2022	0,90		0,95	
<b>Vino Dop (litro)</b>					
Riesling QW Dop	2022	1,00		1,20	
Riesling QW Dop	2021	1,00	11%	1,00	
<b>Vino (litro)</b>					
Weissburgunder - Pinot bianco	2022	1,00		1,10	

SPAGNA 2022				
<b>Vino comune (ettogrado)</b>				
Bianco FC (ferm. contr.)	10-12	3,20		3,40
Bianco base spumante	10,5-11	3,40		3,60

FRANCIA 2022					
<b>Cépage - IGPOC (hl partenza)</b>					
Sauvignon	11,5-12,5	105,00	-5%	115,00	-12%
Chardonnay	13-13,5	1210,00	-8%	120,00	-11%
Viognier	13-13,5	110,00	-8%	120,00	-11%
Merlot	13-14	85,00	-6%	95,00	-10%
Cabernet	13-14	90,00	-10%	100,00	-13%
Syrah	13-13,5	85,00	-11%	95,00	-14%
Grenache, Cinsault, Syrah rosé	12-12,5	85,00	-6%	95,00	-5%
<b>Vin de France générique (hl partenza)</b>					
Vin de France bianco	11-12	80,00	-16%	90,00	-14%
Vin de France rosé	11-12	80,00	-6%	85,00	-11%
Vin de France rosso	11,5-12,5	75,00	-6%	80,00	-11%

CALIFORNIA 2022							
Bianco comune	0,96	1,05	◀	Rosso comune	0,91	1,05	◀
Chardonnay	1,28	1,65	◀	Cabernet Sauvignon	1,05	1,14	◀
Pinot grigio	1,19	1,45	◀	Merlot	1,05	1,28	◀
Muscat	1,05	1,33	◀	Pinot noir	1,28	1,69	◀
White Zinfandel	0,96	1,05	◀	Syrah	0,96	1,33	◀
Colombard	1,01	1,14	◀	Zinfandel	1,14	1,51	◀

ARGENTINA 2023							
Bianco comune	0,73	0,82	◀	Cabernet Sauv.	1,28	1,46	▲
Bianco c. (Criolla)	0,78	0,87	◀	Malbec Entry-level	1,01	1,19	◀
Chardonnay	1,65	1,83	▲	Malbec Premium	1,28	1,46	◀
Torrontes	0,87	0,96	▲	Syrah	0,87	0,96	◀
Sauvignon Blanc	1,28	1,46	▲	Merlot	0,87	0,96	◀
Muscat	0,78	0,87	◀	Tempranillo	0,87	0,96	◀
Rosso comune	0,82	0,91	◀	Bonarda	0,87	0,96	◀

CILE									
Bianco com NV		0,64	0,73	◀	Rosso comune NV		0,37	0,44	◀
Chardonnay	2023	0,73	0,82	◀	Cabernet S.		0,46	0,55	▼
Sauvignon Blanc	2023	0,73	0,82	◀	Cabem.S.(Var.Plus)		0,64	0,73	◀
S.Blanc cool climate	2023	1,37	2,10	◀	Merlot		0,46	0,55	◀
Carmenere	2022	0,50	0,59	◀	Syrah		0,46	0,55	◀
Pinot noir	2022	0,76	0,85	◀	Malbec		0,64	0,73	◀

SUDAFRICA									
Bianco comune	2023	0,35	0,40	▲	Rosso comune	2022/23	0,44	0,47	▲
Chardonnay	2023	0,56	0,64	▲	Cabernet Sauvignon	2022/23	0,54	0,65	◀
Sauvignon Blanc	2023	0,58	0,68	▲	Ruby Cabernet	2022/23	0,45	0,53	◀
Chenin Blanc	2023	0,40	0,43	▲	Merlot	2022/23	0,54	0,63	◀
Muscat	2023	0,34	0,36	▲	Pinotage	2022/23	0,50	0,58	◀
Rosé comune	2023	0,35	0,40	▲	Shiraz	2022/23	0,53	0,60	◀
Cultivar rosé	2023	0,43	0,45	▲	Cinsault rosé	2022	0,43	0,45	▲

AUSTRALIA - NUOVA ZELANDA 2023									
Bianco secco NV		0,53	0,59	◀	Rosso secco NV		0,22	0,31	▼
Chardonnay		0,69	0,78	▲	Cabernet Sauvignon		0,28	0,38	▼
Sauvignon Blanc		0,88	1,06	◀	Merlot		0,28	0,38	▼
NZ Marlborough SB		2,27	2,44		Shiraz		0,28	0,38	▼
Pinot Gris		0,75	0,81	◀	Muscat		0,556	0,63	◀