



» IL CORRIERE VINICOLO SEMPRE PIÙ DIGITAL

Scansiona il Qr Code e accedi al nuovo spazio online del nostro giornale! La nostra redazione continua il suo percorso di ampliamento dell'offerta informativa sui nuovi mezzi di comunicazione. Dopo il grande lavoro fatto su LinkedIn, che proseguirà con sempre maggiore impegno, e la consueta presenza su Twitter/X, la nostra redazione ha aperto quest'anno anche il proprio canale YouTube, oltre a rinnovare la programmazione della pagina Facebook. Iscrivetevi sulle varie piattaforme per rimanere sempre aggiornati e accedere a contenuti originali ed esclusivi, senza dimenticare di inviarci i vostri commenti e suggerimenti per diventare così parte attiva del giornale!

Accedi al nostro spazio online



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
Abbonamenti per l'Italia (Iva assolta): cartaceo 140,00 euro; digitale 120,00; cartaceo+digitale 220,00.
Una copia 5,00 euro, arretrati 6,50 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.

FOCUS SUL TEMA AL CENTRO DELL'ATTENZIONE DEL SETTORE. TRA ATTESE, PROGETTI, INVESTIMENTI E TECNOLOGIE

DEALCOLATI Fatta la legge, ora dobbiamo fare il vino

L'Italia apre ai vini dealcolati. In coda al 2024 la firma del ministro Lollobrigida sul decreto che regola un settore che vale il 2-3% del mercato mondiale del vino e che in una fase di crisi globale dei consumi potrebbe rivelarsi un asso nella manica. Le aziende ci pensano, e chi ha già tastato il mercato portando all'estero la produzione è pronto a investire nel Belpaese, che vanta le migliori tecnologie al mondo. Le testimonianze delle imprese, il quadro normativo con gli aspetti ancora da chiarire e le valutazioni sulle reali prospettive di mercato. Guardando oltre il clamore mediatico

Fermento no-alcol: l'ossimoro psico-enoico è efficace nel rappresentare cosa sta succedendo nel nostro Paese dopo la firma del ministro Francesco Lollobrigida - lo scorso 20 dicembre - del decreto che consente la dealcolazione del vino in Italia. Una firma salutata da tutti (o quasi) con un liberatorio "finalmente" che ha scatenato un'ondata mediatica degna dei grandi fatti di cronaca (da un paio di mesi non si parla di altro e i dealcolati saliranno sul palco d'onore anche del prossimo Vinitaly, vedi box a pag. 2), cui è seguito un deciso fermento imprenditoriale con importanti aziende pronte a investire in tecnologia e impianti e altre pronte a seguirne l'esempio, ma solo dopo aver guardato i prossimi sviluppi del mercato. Visto da tutti con cauto ottimismo, come opportunità da sfruttare a pieno con la consapevolezza che non potrà certo rappresentare, da solo, il futuro del settore né l'unica prospettiva per quelle aree che oggi soffrono di più la crisi dei consumi.

Continua a pagina 2

IL CONGRESSO INTERNAZIONALE DI WIM A ROMA

a pag. 14



Oltre la salute: parliamo di vino e benessere, stili di vita e longevità

L'incontro promosso da Wine in Moderation, Wine Information Council e Istituto per la Ricerca su Vino, Alimentazione e Salute

LA REVISIONE DEL BECA

IL NUOVO (VECCHIO) "ATTACCO AL VINO"

LA COMMISSIONE UE HA PRESENTATO LA REVISIONE DEL PIANO ANTICANCRO



a pag. 16

DIFESA PERONOSPORA

I SEGRETI DELLA RESISTENZA SVELATI NEL GENOMA DI MGALOBLSHVILI

a pag. 18

MERCATO USA

SERVE UNA STRATEGIA RIORGANIZZATIVA

L'analisi del rapporto Silicon Valley Bank 2025 sullo stato di salute dell'industria vinicola a stelle e strisce dipinge uno scenario di non semplice lettura, tra cali generalizzati dei consumi, ricambio generazionale, nuovi trend

DA PAG. 8



svb

Osservatorio del Vino UIV
DAI DAZI POSSIBILI PERDITE PER CIRCA 300 MILIONI DI EURO IN UN ANNO

EXPORT, DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI E PROMOZIONE

A PAG. 11

Fine wine: good news per l'Italia negli States. Ma per l'Ocm...

Riflessioni a margine dell'analisi di Nomisma-Wine Monitor per Istituto Grandi Marchi



ALL'INTERNO

inserto Dnews



"Oltre" il giornale

UN SISTEMA SPECIALIZZATO DI INFORMAZIONE SUL VINO ITALIANO

IL CORRIERE VINICOLO

WINE WORLD MAGAZINE

VINO in CIFRE

Vite

IL CORRIERE VINICOLO WINE IN TOUR

logistica & packaging

DNEWS

CONTINO

I MANUALI TECNICI

vinetto

Ufficio abbonamenti: tel. 02 7222 2848 - corrierevinicoloabbonamenti@uiv.com - www.corrierevinicolo.com

FOCUS SUL TEMA AL CENTRO DELL'ATTENZIONE DEL SETTORE.
TRA ATTESE, PROGETTI, INVESTIMENTI E TECNOLOGIE

DEALCOLATI: FATTA LA LEGGE, ORA DOBBIAMO FARE IL VINO



vinality

Focus dealcolati
by UIV e
Veronafiere

I dealcolati saranno uno dei temi portanti del prossimo Vinality grazie a un progetto congiunto promosso da Unione Italiana Vini e Veronafiere, come abbiamo già scritto sulle nostre pagine. È uno degli effetti indiretti della nuova normativa approvata dal Ministero che, autorizzando la produzione di dealcolati nel nostro Paese, legittima finalmente anche il Vinality (dopo le esperienze positive maturate da ProWein e Wine Paris) a dedicare uno spazio professionale a questa nuova tipologia di prodotti. Lo scorso anno i dealcolati si sono affacciati per la prima volta sul palcoscenico della fiera veronese grazie a una degustazione pionieristica promossa sempre da UIV e Veronafiere, che aveva riscontrato molta curiosità e interesse. Quest'anno il progetto si amplierà con alcuni spazi di degustazione - un'Enoteca dedicata ai vini dealcolati, con un banco miscita esclusivo e con i vini NoLo protagonisti anche nei cocktail del padiglione Mixology - e due incontri nei quali il mondo produttivo si confronterà, da un lato, con la distribuzione, la ristorazione e il dettaglio specializzato - nel workshop dal titolo "Zero alcol e attese del mercato" - per approfondire problemi e prospettive commerciali della nuova generazione di dealcolati che usciranno nei prossimi mesi dalle nostre cantine con il supporto dell'Osservatorio UIV-Vinality per leggere l'evoluzione di questo segmento del mercato. E, dall'altro, il convegno con la filiera delle tecnologie e dei macchinari - "Tecnologia 0.0: produzione e innovazione a confronto" - per confrontarsi sulle prospettive di ulteriore miglioramento qualitativo dei prodotti vinicoli che può portare la ricerca e l'innovazione tecnologica. Un work in progress di cui vi aggiorneremo sui prossimi numeri del giornale.



UNIONE ITALIANA VINI

veronafiere

L'Italia apre ai vini dealcolati. In coda al 2024 la firma del ministro Lollobrigida sul decreto che regolamenta un settore che vale il 2-3% del mercato mondiale del vino e che in una fase di crisi globale dei consumi potrebbe rivelarsi un asso nella manica. Le aziende ci pensano, e chi ha già tastato il mercato portando all'estero la produzione è pronto a investire nel Belpaese, che vanta le migliori tecnologie al mondo. Le testimonianze delle imprese, il quadro normativo con gli aspetti ancora da chiarire e le valutazioni sulle reali prospettive di mercato. Guardando oltre il clamore mediatico *di GIULIO SOMMA*

➔ Segue
dalla prima
pagina

Una cautela saggia, che non scoraggia però gli investimenti, dato molto importante, ma certamente aiuta a sopire le ultime voci di "resistenza" che vedono nel dealcolato un tradimento identitario del vino come lo abbiamo conosciuto da millenni. Lasciando da parte queste polemiche che - impostate così - hanno il sapore di retroguardia, ripartiamo da Massimo d'Azeleglio prendendo a prestito (non ce ne voglia il grande scrittore e politico italiano dell'Ottocento) la sua nota frase sull'Italia e gli italiani, per riadattarla al dealcolato che, sebbene lanciata sui mercati internazionali e, oggi, pienamente legittimo anche in Italia, con una legge che ne autorizza la produzione sul suolo nazionale, deve ancora, in realtà, vedere i suoi natali produttivi nella cantine italiane.

Un breve passo indietro

Nel 2021 la riforma della Politica Agricola Comune (Pac), tra le tante novità che riguardavano il mondo del vino, ne introdusse una destinata a stravolgere il settore. L'Unione europea decise, infatti, di adottare una norma che riconosceva due nuove tipologie: il vino dealcolato e il vino parzialmente dealcolato, definendone contestualmente la classificazione e le modalità di produzione. Una vera e propria rivoluzione per i produttori europei, iniziata in sordina ma diventata presto una novità con cui fare i conti. E intorno a cui si è subito acceso il dibattito, soprattutto in Italia, dove la categoria, nonostante una crescente rilevanza commerciale e potenzialità ancora tutte da scoprire, ha trovato enormi resistenze, sia sul fronte poli-

tico che su quello produttivo. Un muro che si è rapidamente sgretolato, con il dibattito che negli ultimi mesi ha preso una piega diversa, tanto che in coda al 2024 è arrivata la firma del ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, sul decreto sui vini dealcolati, che ha allineato l'Italia al resto dei Paesi Ue, a partire dalla sua concorrente principale, la Francia, dove i vini low e no alcol sono realtà già da un po'. Ci sono ancora dubbi da chiarire, sia in seno all'impianto normativo (ne parliamo di seguito), sia per la reale portata economica della categoria, ma è evidente come, dopo tanto parlare, adesso il settore sia pronto a passare dalle parole ai fatti, dalla dimensione comunicativa, che ha tenuto banco sin qui, a quella produttiva.

Il contesto di mercato

L'Italia, del resto, ha molto terreno da recuperare, in un mercato che nel 2024 ha consacrato i vini alcol free: in Usa valgono ormai il 5% del fatturato vino, ossia un miliardo di dollari, in Gran Bretagna hanno messo a segno una crescita dell'8% sull'anno precedente, e nei Paesi del Nord Europa, dalla Germania al Belgio, dalla Svezia alla Danimarca, cresce l'interesse. Non è un caso che i più grandi impianti di dealcolazione siano proprio in Germania, e che lavorino molto anche con i produttori italiani.

L'altro Paese in rampa di lancio è la Spagna, dove Familia Torres, produttore di riferimento sia per fatturati che per avanzamento, che nel 2024 ha registrato una crescita delle vendite della sua linea no alcol ("Natureo") del 20%, ha annunciato un investimento di 6 milioni di euro per una nuova

cantina, dedicata esclusivamente alla produzione di vini dealcolati. La fine dei lavori è prevista per il 2026 e sorgerà a Penedès, poco distante da Barcellona e dalla sede storica del gruppo, a Vilafranca de Penedès.

Anche la Francia, negli ultimi due anni, non è rimasta a guardare. Uno degli esempi di maggior successo è quello della start-up Moderato, fondata nel 2020, capace nel 2023 di raggiungere le 100.000 bottiglie vendute, con l'obiettivo di superare i 10 milioni di fatturato già nel 2026. Decisamente più glamour, ma altrettanto meritevole di attenzione, è la notizia (che ha già fatto il giro del mondo) dell'ingresso, nell'industria dei vini no-alcol, di Carla Bruni. Un "inno alla sobrietà e a uno stile di vita più sano": così "Vanity Fair" ha definito la nuova avventura imprenditoriale della ex modella, cantante e première dame di Francia, che ha lanciato sul mercato "Excessive" (come un suo successo di qualche anno fa, ndr), uno spumante alcol free da uve Moscato e Merlot. Prodotto a Château d'Estoublon, la tenuta in Provenza acquistata nel 2019 insieme al marito Nicolas Sarkozy, si trova sugli scaffali a 29 euro, un prezzo tutt'altro che banale, e che anzi spiega bene l'interesse di tanti produttori, specie in un momento tanto difficile per il settore.

Ed è anche per questo che la riforma è stata accolta tanto positivamente da Unione Italiana Vini, in prima linea tra chi chiedeva un allineamento della normativa alle regole comunitarie. Per il presidente di UIV, **Lamberto Frescobaldi**, (qui a destra) il nuovo decreto sui vini dealcolati rap-

presenta infatti "un'ottima notizia per il vino italiano, da tempo attesa, e che apre al nostro settore un'opportunità di mercato nuova e in forte crescita, complementare a quella tradizionale. Unione Italiana Vini si è adoperata da tempo per mantenere sotto la competenza delle imprese del vino il segmento dei dealcolati, che può costituire un veicolo per avvicinare al vino una parte delle nuove generazioni, senza cannibalizzare in alcun modo il prodotto tradizionale". E a chi si trincerava dietro la difesa delle tradizioni, il presidente UIV fa notare che "il vino italiano ha sempre cercato l'innovazione e ne ha fatto una chiave di successo. Ed è quanto deve continuare a fare adesso: la tradizione non chiede di essere stancamente ripetuta ma studiata per innovare. Il vino è un prodotto globale a tutti gli effetti, che ormai si produce a ogni latitudine e non si può continuare a essere protagonisti di questo settore senza guardare con occhio laico ai nuovi trend di consumo", sottolinea Frescobaldi.

Persino **Carlo Petrini**, fondatore di Slow Food e difensore dell'artigianalità delle produzioni agricole ed enoiche, ha spezzato una lancia in favore dei vini low e no alcol, sottolineando l'importanza di "una corretta informazione in etichetta sulle differenze tra i prodotti. Di questa nuova categoria merceologica si parla ormai da qualche mese, in alcuni Paesi già da qualche anno. In Italia è un dibattito recente, alimentato da un lato dall'inasprimento delle san-





Normativa: cosa rimane da definire

Sono sostanzialmente tre gli ambiti amministrativi e operativi che presentano ancora aspetti poco chiari e che è urgente arrivare a definire per poter procedere a una piena operatività produttiva. Ecco, di seguito, una prima rassegna sintetica di questi elementi.

FISCO E ACCISE - Nelle prossime settimane, si attendono maggiori chiarimenti in merito a due aspetti: la gestione delle licenze di deposito fiscale nel settore dell'alcol etilico e/o dei prodotti alcolici intermedi e/o nel settore del vino (di cui all'articolo 28, comma 1, rispettivamente lettera a), punto 1), e/o lettera b) e/o d) del decreto legislativo 26 ottobre 1995, n. 504) di cui devono essere dotati gli stabilimenti o i locali appositamente destinati all'attività di dealcolazione; la gestione amministrativa dell'acqua di risulta dei processi di dealcolazione, sebbene sia stata chiarito che, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata e quindi dal contenuto in alcol dell'acqua di risulta, l'accise sia comunque dovuta per le soluzioni idroalcoliche superiori a 1.2%.

IMBOTTIGLIAMENTO E DETENZIONE DELLA CO₂ - Chiarita la possibilità di imbottigliare nelle linee utilizzate anche per gli altri vini i prodotti dealcolati - siano essi provenienti dall'esterno dell'azienda (come sta avvenendo da tempo con i prodotti dealcolati all'estero) sia prodotti in stabilimenti o locali nello stesso stabilimento, adibiti al trattamento della dealcolazione - rimane il nodo da sciogliere relativo alla detenzione della CO₂. Necessaria per aggiungere di anidride carbonica gli spumanti che, se dealcolati, devono essere necessariamente gassificati, rimane da chiarire come si possano gestire le operazioni di gassificazione degli spumanti no alcol, negli stabilimenti dove si producono vini spumanti tradizionali.

CARATTERISTICHE DEI LOCALI DEDICATI - Definita la possibilità di dealcolare all'interno dello stesso stabilimento dove si producono vini tradizionali purché in locali "appositamente destinati" alla dealcolazione e che siano "non intercomunicanti, anche attraverso cortili, con stabilimenti o locali adibiti alla produzione o alla detenzione dei prodotti vitivinicoli, nonché dei prodotti vitivinicoli aromatizzati e agli stabilimenti in cui tali prodotti sono detenuti per essere utilizzati come ingredienti, alle distillerie, agli acetifici", rimane da chiarire quali caratteristiche debbano avere questi locali e come debbano essere allestiti anche in termini di sicurezza.

zioni rispetto l'alcol alla guida (previste dal nuovo Codice della strada), dall'altro dalla firma del ministro Lollobrigida del decreto che consente per l'appunto ai viticoltori italiani di produrre vino dealcolato all'interno delle proprie cantine".

La legge: i punti cardine e gli aspetti da chiarire

Il decreto sul vino dealcolato definisce ogni passaggio della filiera produttiva, sebbene siano diversi i punti ancora da chiarire emersi in queste prime settimane di lettura attenta della norma e di confronto fra i produttori. Anche a seguito di confronti avvenuti di recente con la filiera e gli associati, Unione Italiana Vini sta raccogliendo queste problematiche su cui aprirà un'interlocuzione con le istituzioni competenti per arrivare a definire, il prima possibile, i punti ancora controversi (vedi box qui a destra).

Entrando nel merito della nuova normativa, andiamo a vedere quali sono i capisaldi del decreto ministeriale n. 672816 del 20 dicembre 2024. La pubblicazione sul sito del Ministero dell'Agricoltura delle disposizioni attuative, all'articolo 1, dice che "è possibile ridurre parzialmente o totalmente il tenore alcolico dei vini, dei vini spumanti,

dei vini spumanti di qualità di tipo aromatico, dei vini spumanti gassificati, dei vini frizzanti e dei vini frizzanti gassificati", e che "la designazione della categoria è accompagnata dal termine: 'dealcolato' se il titolo alcolometrico effettivo del prodotto non è superiore a 0,5 % vol.; 'parzialmente dealcolato' se il titolo alcolometrico effettivo del prodotto è superiore a 0,5% vol. ed è inferiore al titolo alcolometrico effettivo minimo della categoria che precede la dealcolazione". Restano esclusi tutti i vini Igp, Doc e Docg.

Il decreto recepisce quindi la normativa comunitaria, che definisce anche le "Regole del processo di dealcolazione", riportate nel Regolamento Ue 1308/2013, allegato VIII, parte I, sezione E, che include: parziale evaporazione sottovuoto; tecniche a membrana; distillazione. Inoltre, si legge, "i processi di dealcolazione utilizzati non danno luogo a difetti dal punto di vista organolettico, mentre l'eliminazione dell'etanolo nel prodotto vitivinicolo non deve essere effettuata in combinazione con un aumento del tenore di zuccheri nel mosto di uve". Tra i passaggi più rilevanti del decreto, il divieto di aggiungere acqua esogena e/o aromi esogeni, è invece consentito il recupero e riutilizzo dell'acqua e



degli aromi endogeni dalla soluzione idroalcolica derivante dal processo, a condizione che avvenga in un circuito chiuso e automatico.

Per quanto riguarda l'etichettatura, dovrà essere riportata la dicitura "dealcolato" o "parzialmente dealcolato" di seguito alla relativa categoria. La norma autorizza la possibilità di effettuare le operazioni di dealcolazione all'interno dello

stesso stabilimento dove avvengono le operazioni di vinificazione e imbottigliamento, purché in locali debitamente separati e non comunicanti fra loro e con accessi separati. E ancora, il sottoprodotto risultante dal processo di dealcolazione con tecnica a membrana è utilizzato, in via prioritaria, per la produzione di bioetanolo, mentre quello ottenuto per distillazione, ovvero per par-

ziale evaporazione sottovuoto, potrà essere utilizzato per la produzione di distillato di vino. A livello fiscale le operazioni di dealcolazione sono soggette alle disposizioni tributarie in materia di accisa sull'alcole etilico, e le distillerie sono inserite quali soggetti che potranno svolgere le operazioni di dealcolazione del vino, seppur in locali separati dai locali uso distilleria.

 **agribios**
nature technologies

Ottieni
grandi
risultati
con una
concimazione
di qualità

Un'ampia gamma di concimi **organici, organo-minerali**, anche **biologici** e l'eccellenza dei prodotti **Terrapiù** per ottenere rese più generose e sostenibili. La concimazione è importante per ripristinare la fertilità del suolo e fornire elementi nutritivi alle piante, fai la scelta giusta!

www.agribiositaliana.it



Tutti pronti a investire in nuove etichette con le grandi imprese impegnate a dotarsi di impianti di dealcolazione. "Entro l'anno prevediamo che una cinquantina di impianti diventeranno operativi" dichiara Paolo Castelletti (UIV). Apprezzamento unanime per la nuova normativa da parte degli imprenditori e fiducia nella crescita (cauta) dei mercati. Tant'è che qualcuno si lancia in progetti di service conto terzi. È solo un caso ma potrebbe fare scuola

MERCATI E IMPIANTI DI DEALCOLAZIONE: LE AZIENDE SI MUOVONO...

Per quanto la strada sia tracciata, almeno da un punto di vista legislativo e normativo (vedi box a pagina 3), il passaggio alla produzione dei vini dealcolati sarà tutt'altro che semplice o immediato: le leggi, da sole, non bastano, ci vuole la tecnologia, che sta facendo passi da gigante, ma che tanti altri dovrà farne soprattutto per limare il gap qualitativo con i vini veri e propri, ancora piuttosto ampio, specie tra i vini rossi. Ci sarà poi bisogno di investimenti ingenti sul fronte dei macchinari, che la stragrande maggioranza delle piccole e medie aziende - che rappresentano numericamente buona parte del panorama produttivo italiano - difficilmente riusciranno a sostenere. Si apre qui il grande tema economico, ma anche sociale, sollevato dalla Cia fin dallo scorso dicembre di come mettere a disposizione delle Pmi vitivinicole queste nuove tecnologie, attraverso strutture che facciano anche attività di service conto terzi. Un'ipotesi che, come vedremo nelle pagine seguenti, interessa ancora poche delle grandi aziende che hanno deciso di investire in questo ambito (vedi box sul progetto Pizzolato a pagina 5) e che potrebbe trovare una soluzione, come emerso in un recente dibattito in Abruzzo, in poli consortili dedicati alla dealcolazione, attrezzati con strutture tecnologiche in grado di supportare anche le piccole e medie imprese, finanziabili tramite risorse mirate.

Le attenzioni quindi, in questa prima fase di avvio, sono tutte su grandi aziende e cooperative, come sottolineato anche dal segretario generale di UIV, Paolo Castelletti, che si aspetta un vero e proprio boom degli investimenti in Italia. "Molte grandi aziende, cooperative, ma anche imprese private, sono interessate a dotarsi di un impianto di dealcolazione, ora che in Italia è consentito, prima infatti erano costrette ad andare all'estero e questa è una conquista. L'idea delle cantine più solide - sostiene Castelletti - è di dotarsi di stabilimenti, offrendo il servizio anche alle aziende medie e piccole che non riescono a sostenere le spese. E la nostra previsione è che entro l'anno saranno operativi una cinquantina di impianti". La speranza è quella di aprire un nuovo fronte, avvicinando al vino target attualmente irraggiungibili, nella consapevolezza che oggi, nel mondo, il 70% delle persone non beve alcolici, per motivi culturali o di salute. Una possibilità, ma anche una necessità, perché con i consumi che calano costantemente, nelle cantine italiane "c'è stoccata un'intera vendemmia di vino invenduto, circa 40 milioni di ettolitri. Ci sono aziende - ricorda Castelletti - che vendono lo sfuso a meno di un euro al litro. La dealcolazione è una possibilità per

ridurre le giacenze. E chi pensa che si stia parlando di un prodotto a buon mercato, si sbaglia: il prezzo dei dealcolati è più alto perché vanno messi in conto i costi dell'investimento e della lavorazione". Sui timori di cannibalizzazione del prodotto tradizionale da parte dei dealcolati, ancora presenti nel settore sebbene molto meno strillati rispetto al passato, interviene dal fronte delle cooperative, Luca Rigotti, presidente Settore vino Confcooperative Fedagri Pesca, che non vede sul punto grandi problemi "di competizione tra questi vini e il vino tradizionale, poiché la fascia di consumatori a cui si rivolgono è diversa. Questi vini low e no alcol rispondono a nuove tendenze e sono orientati a far avvicinare al mondo del vino nuovi consumatori. Pur essendo un'opportunità di mercato da cogliere per il mondo vitivinicolo - chiarisce - dobbiamo contemporaneamente continuare a tutelare e promuovere la qualità e il prestigio del vino italiano che le Doc e le Ig garantiscono ai consumatori".

Valutazioni, proposte e progetti degli imprenditori

Fatta la legge, quindi, la palla passa ai produttori, principalmente a grandi gruppi industriali ma non solo, che hanno finalmente la possibilità di misurarsi con un mercato a cui qualcuno si è già avvicinato, portando ovviamente, fino ad oggi, la produzione fuori dall'Italia. Il segmento che va sotto il nome di no-low è in realtà molto ampio e diversificato raccogliendo una serie di prodotti a base vinicola ben diversi tra loro che però, nell'insieme, sebbene rimanga un mondo ancora tutto da costruire e da scoprire, si inserisce in un contesto di mercato destinato a crescere, entro il 2028, di altri 4 miliardi di dollari, stando alle ultime previsioni dell'Iwv.

Va da sé, quindi, che si respiri un diffuso ottimismo tra i big del vino italiano, i campioni dei fatturati che rappresentano anche la maggioranza dei volumi di vino italiano commercializzati nel mondo. Gruppi privati o cooperativi, solo industriali o con vigneti di proprietà sparsi in varie regioni del Paese, solitamente liberi da legami storicizzati con singoli territori o grandi denominazioni ma presenti nei mercati di tutto il mondo e per questo aperti, senza grandi preconcetti, all'innovazione, e sicuramente più sensibili alle richieste del consumatore globale. È questo il profilo delle aziende in prima linea sul fronte dei vini dealcolati, alcune delle quali già presenti con una linea dedicata, prodotta fuori dai confini nazionali, sul mercato e altre pronte a entrarci con decisione. È con loro che abbiamo voluto tirare una linea tra ciò che è stato e ciò che sarà, prima e dopo il decreto sui dealcolati, accolto con entusiasmo e speranza. Ecco le loro testimonianze.



Daniele Simoni

Schenk Family Italia

La filiale italiana del gruppo Schenk Family è pronta a riportare nel Belpaese la produzione di vini dealcolati dalla Spagna. "Il Gruppo ha iniziato la produzione dei vini dealcolati quattro anni fa con la cantina Bodegas Murviedro, vicino a Valencia, che dealcola sia rossi locali che bianchi che arrivano dall'Italia", racconta al Corriere Vinicolo l'amministratore delegato di Schenk Italia, Daniele Simoni. "Prima mandavamo vino a base Glera, poi da ottobre abbiamo cominciato anche con un bianco derivato dal Fiano e uno derivato dal Primitivo. Da Valencia escano 200mila bottiglie, di cui 40mila destinate al mercato italiano, quindi poco più del 20%. Trasferiremo nella nostra cantina di Ora, in provincia di Bolzano, una parte della produzione che fino ad oggi abbiamo prodotto in Spagna. L'investimento per dotare la cantina di Ora, sede di Schenk Family Italia, dell'impianto di dealcolazione, è importante: 2 milioni di euro. Per il resto utilizzeremo gli stessi impianti del vino tradizionale, dalle linee di fermentazione fino a quelle di imbottigliamento. L'obiettivo? Produrre un milione di bottiglie, saremo pronti per il 2026", aggiunge Simoni.

Guardando alle possibilità di crescita sui diversi mercati, l'ad di Schenk Family Italia individua quelli di "Danimarca, Belgio, Germania, Francia e Paesi Bassi, che dimostrano una crescente attenzione verso i prodotti a zero alcol, o a bassa gradazione alcolica, con un forte interesse a produrli localmente per essere più competitivi. Per l'Italia, tuttavia, la necessità di esportare il vino per la dealcolazione e poi reimportarlo fino ad ora comportava costi e complessità che hanno penalizzato il settore. Attualmente, il volume dei vini dealcolati rappresenta una quota minima del mercato del vino, pari al 2-3% della produzione totale, fatta eccezione per pochi marchi, e quindi rimane un prodotto di nicchia. La sfida principale consiste nel capire se sarà possibile attrarre quei consumatori che, pur non bevendo abitualmente vino, magari per motivi sociali o per situazioni particolari (ad esempio, guidatori designati o donne in gravidanza), desiderano comunque condividere l'esperienza. Adesso che anche in Italia, con la firma da parte del ministro Lollobrigida, del decreto per i vini dealcolati, sarà possibile produrre i vini dealcolati, per Schenk Family Italia si apriranno scenari molto interessanti sia sotto il profilo delle economie di scala, che ci permetteranno di investire di più sui mercati per far conoscere questi prodotti, sia per quanto riguarda la flessibilità, la velocità e la sostenibilità di produzione", continua Daniele Simoni. "Per far crescere realmente il settore in Italia, occorrerà convincere anche chi tradizionalmente non consuma vino a scegliere un'alternativa più naturale, come il vino dealcolato, rispetto a bevande più economiche e meno naturali. Sebbene la tecnologia consenta oggi di ottenere vini dealcolati di qualità sempre migliore, la differenza di gusto rispetto ai vini alcolici rimane significativa".

Massimo Romani



Argea

Anche Massimo Romani, amministratore delegato di Argea, il più grande gruppo privato del vino italiano, che già all'indomani della firma di Lollobrigida sul decreto aveva proposto di estendere la possibilità di produrre vini dealcolati, se non ai vini Doc e Docg, quantomeno agli Igt (un fronte nuovo, potenzialmente caldissimo, che probabilmente si aprirà a breve) ha accolto con entusiasmo la nuova normativa, sottolineando come questa fosse una legge "a lungo attesa". "Siamo soddisfatti del risultato raggiunto dal Governo - ha dichiarato al nostro giornale - A nostro avviso, ci sono ancora alcuni punti migliorabili, come la possibilità di estendere la possibilità di dealcolare anche ai vini a Indicazione geografica, come avviene nel resto dell'Unione europea. Tuttavia, quanto fatto finora rappresenta sicuramente un grande passo avanti che ci permette di competere con i competitor internazionali".

Intanto, Romani racconta di aver "riscontrato un'ottima risposta da parte dei consumatori, con una domanda particolarmente concentrata sui mercati internazionali, in primis Germania, Uk e Paesi nordici. Negli Stati Uniti c'è grande interesse e stiamo avvicinando questo mercato con una gamma dedicata. In Italia l'accoglienza è stata più cauta, ma l'interesse sta crescendo e monitoreremo attentamente gli effetti dell'entrata in vigore della nuova legge. È importante sottolineare che, sia sui mercati esteri sia su quello domestico, si tratta ancora di una nicchia di mercato". Il bilancio del primo anno sul mercato dei vini dealcolati, comunque, è stato decisamente lusinghiero per Argea che, come ricorda Romani "è stata la prima realtà italiana a lanciare un'intera antologia no alcol, lo scorso Vinitaly. Abbiamo all'attivo otto etichette, dealcolate in Germania ed espressione dei territori di Argea, che hanno avuto un grande successo soprattutto sui mercati internazionali. Nel 2024 abbiamo venduto tutto ciò che è stato prodotto: 500mila bottiglie delle etichette Zaccagnini, Barone Montalto, Asio Otus, Gran Passione e Doppio Passo". Per quanto riguarda la possibilità di far rientrare in Italia la produzione, Romani è possibilista, ma senza sbilanciarsi: "Stiamo lavorando attivamente a un piano industriale per capire in quale delle nostre sedi poter inserire anche una linea dedicata ai no alcol. Le opportunità ci sono e sono interessanti, ma al momento è prematuro parlare di luoghi e date". All'orizzonte, invece, ci sono due nuove etichette, "che presenteremo a Vinitaly: Brilla 0.0 e Tralchetto Sparkling 0.0, pensate principalmente per il mercato americano".

Italian Wine Brands

Restando nel club dei giganti, un altro spettatore interessato, ma ormai in rampa di lancio per entrare anche sul mercato dei vini dealcolati, è Italian Wine Brands, il gruppo guidato dal presidente e ad **Alessandro Mutinelli**, che guarda ai mercati del Centro e Nord Europa, con tre etichette commercializzate con il marchio Grande Alberone (con la distribuzione affidata inizialmente al negozio on-line del gruppo Svinando). "Quella dei vini dealcolati - dice Mutinelli - è una nuova nicchia di mercato che si sta aprendo, e sulla quale c'è molta attenzione da parte degli operatori, anche in considerazione del calo registrato nei consumi di prodotti con alcol in generale. Per quanto riguarda il nostro gruppo, introdurremo sul mercato europeo nei prossimi mesi dei prodotti innovativi a zero alcol, perché le richieste, soprattutto dal Nord Europa, sono in crescita e penso sarà un trend di lunga durata. Ci abbiamo impiegato due anni

per ottenere un buon prodotto, e oggi siamo finalmente pronti a brindare al risultato. I nostri vini dealcolati nascono dall'arte e dalla precisione tedesca, per poi trovare la loro casa nelle bottiglie italiane. La commercializzazione partirà tra circa un mese, e riguarderà prevalentemente l'area del Centro-Nord Europa, principalmente per il canale della Gdo, ma alcuni prodotti verranno presentati anche in Italia. Per ora, la nostra collezione si compone di un vino bianco, un vino rosso e uno spumante, ma è solo l'inizio. Lanciamo diverse decine di migliaia di pezzi, e se questa nicchia di mercato si espanderà, non escludiamo di internalizzare completamente la produzione", chiosa il presidente di Italian Wine Brands. Positivo il giudizio sulla nuova legge anche se avrebbe visto di buon grado l'apertura ai vini Dop e Igp lasciando ai vari Consorzi di tutela l'autonomia di decidere se consentire o meno le versioni a zero alcol, perché

sarà il mercato, alla fine, a tracciare la strada. Quanto agli investimenti in una linea produttiva interna Mutinelli spiega: "Siamo ancora al cospetto di una nicchia, ma il nostro è un gruppo che ha grande capacità di adattamento, e la possibilità di produrre vino dealcolato rappresenta sicuramente un'ottima risposta, almeno potenzialmente, al calo dei consumi di vino e alcolici, un trend ormai di lunga durata. Non escludiamo la possibilità di internalizzare la produzione in futuro, ma c'è ancora tanta strada da fare, basti pensare che la ricerca che ha portato alle nostre prime tre etichette è durata più di due anni".

Alessandro Mutinelli



Mionetto

Chi sul mercato del vino dealcolato vanta già numeri importanti è Mionetto, il big del Prosecco che nel 2024 ha già toccato i 4 milioni di bottiglie - prodotte nello stabilimento della casa madre Henkel in Germania -, numeri che proverà "quantomeno a confermare, sperando di crescere ancora", commenta il consigliere delegato e direttore tecnico **Alessio Del Savio**. Dopo un ottimo 2023, segnato dal fatturato record di 153,4 milioni di euro (+10%),

con un totale di 42,7 milioni di bottiglie vendute, nel 2024 (in attesa dei dati definitivi, ndr) Mionetto ha segnato il record nazionale di vino dealcolato commercializzato e adesso sta valutando con attenzione la situazione per capire come muoversi.

"Continueremo a puntare sui no alcol, cercando di bissare, se non aumentare nel 2025, i 4 milioni di bottiglie prodotti e venduti lo scorso anno - commenta al Corriere Vinicolo

- Non escludiamo di investire su una nuova struttura per dealcolare i vini nel nostro Paese, anche se ancora non abbiamo programmato investimenti precisi in tal senso, anche perché la normativa lascia ancora diversi ambiti poco chiari". Confermando un giudizio complessivamente positivo sul decreto - anche se Del Savio è stato tra i primi a chiedere a gran voce la possibilità di allargare alle Doc la dealcolazione, pensando

al Prosecco - il consigliere delegato di Mionetto chiede si faccia chiarezza su alcuni punti importanti della normativa (raccontati in dettaglio nel box di approfondimento a pagina 3) tra cui il tema della gestione delle acque di vegetazione, delle acque residue, delle accise, e della detenzione della CO₂ per produrre spumante dealcolato, nonché i dubbi su come e dove imbottigliare i dealcolati, come abbiamo segnalato nell'approfondimento.

"Speriamo che si arrivi quanto prima a chiarire questi ambiti ancora non perfettamente definiti - auspica Del Savio -, perché abbiamo già perso molto tempo e saremmo contenti di poter dealcolare nel nostro Paese quanto prima, così da essere più veloci e tempestivi sui mercati, ma anche per rendere ancora più competitive le nostre produzioni in questo segmento, evitando costi e problemi legati al trasferimento della materia prima oltre frontiera".



Alessio Del Savio

PROGETTO INNOVATIVO
DELLA CANTINA PIZZOLATO

DEALCOLAZIONE: IL PRIMO SERVICE SARÀ IN VENETO

L'investimento è di un milione di euro per un impianto dalla capacità di 50 hl al giorno e sarà il primo "service conto terzi" di dealcolazione realizzato in Italia. La firma del progetto è della Cantina Pizzolato, azienda all'avanguardia sulla sostenibilità e il bio e oggi lanciata sul nuovo segmento dei no-low. "Abbiamo saputo interpretare le richieste del mercato, puntando con convinzione su biologico e sostenibilità sin dall'inizio, quando ancora non erano considerati valori chiave - ci ha dichiarato **Settimo Pizzolato**, presidente e amministratore delegato di Cantina Pizzolato -. Oggi, è la volta del no-low alcol e dato che siamo convinti che il mercato premia chi continua a investire e innovare senza compromessi, noi vogliamo essere protagonisti anche di questa trasformazione".

Con un fatturato 2024 che ha superato i 26 milioni di euro, segnando il risultato più alto degli ultimi sei anni (Ebitda pari al 15%, in crescita di 3 punti percentuali rispetto al 2023) per 10 milioni di bottiglie distribuite, (+8% sul 2023) di cui l'80% rappresentato da vini spumanti e il restante 20% da vini fermi, la Cantina Pizzolato continua a essere trainata dall'export, con il 93% della produzione distribuita in oltre 45 Paesi. Tra i mercati chiave, spiccano gli Stati Uniti, dove gli spumanti biologici Pizzolato detengono la leadership nel segmento Organic Sparkling (dati Nielsen). Ed è proprio nel mercato statunitense che l'azienda ha deciso di investire

nello sviluppo di vini no-low alcol. A partire da aprile 2025, saranno disponibili due nuovi spumanti dealcolati (bianco e rosato) con un contenuto alcolico dello 0,0%, che si aggiungeranno alla gamma di spumanti a basso grado alcolico "Ottavio" (8% vol.), particolarmente apprezzati dai consumatori finlandesi grazie alla loro capillare distribuzione nella Gdo locale. "Abbiamo stanziato un investimento pari a 1 milione di euro per la realizzazione di una nuova cantina dedicata, pronta a rispondere alla crescente domanda del mercato dei vini dealcolati - continua Pizzolato -. L'impianto, con una capacità produttiva che va ben oltre le esigenze di produzione interna, oltre a servire la produzione della Cantina Pizzolato, sarà disponibile anche per lavorazioni conto terzi, offrendo un'opportunità di sviluppo per il settore. Questo rientra in un piano strategico quinquennale focalizzato sull'ampliamento della distribuzione, sia a livello globale che nazionale". Il bacino potenziale dell'utenza del service sarà probabilmente limitato all'area della regione Veneto, ma il valore del progetto della Cantina Pizzolato va oltre perché rappresenta un prototipo di business che, se porterà risultati, potrà diventare un benchmark anche per altre realtà regionali. Che, come abbiamo scritto, hanno iniziato a manifestare l'esigenza di creare strutture tecnologiche in grado di supportare l'ingresso in questo mercato anche di Pmi vitivinicole che non sono in grado di sostenere quei livelli di investimento.



Settimo Pizzolato

IL RAME MANICA
IN PREFIORITURALA NOVITÀ
CHE C'È SEMPRE STATA

TRATTAMENTI PRE-FIORALI



INIZIO GERMOGLIAMENTO	FOGLIE DISTESE	GRAPPOLI SEPARATI	BOTTONI FIORALI SEPARATI	FIORITURA
--------------------------	-------------------	----------------------	-----------------------------	-----------



Usare i prodotti fitosanitari con precauzione.
Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto.

WWW.MANICA.COM

Zonin1821



Domenico Zonin

Anche il Gruppo Zonin1821 guarda con attenzione alle possibilità di crescita che il vino dealcolato può offrire nei prossimi anni. Nel 2023 il brand veneto con aziende in tutto il Belpaese, si è affacciato al mondo dei no alcol, con un'etichetta, Zonin Zero, presentata al Vinitaly, che nei suoi primi due anni è stata commercializzata prima sui mercati baltici, in Germania, Austria e Uk, e poi in Usa e Canada. "Il nostro obiettivo, nel 2025 - spiega Domenico Zonin, presidente del Gruppo - è confermare un trend positivo di crescita supportato da una sempre maggiore distribuzione e presenza a scaffale", ricordando che "gli studi di IWSR, nei principali mercati esteri, danno la categoria dei NoLo wine in crescita nei prossimi anni, mentre in Italia stiamo registrando un crescente interesse dei partner della Gdo". Anche Zonin, come la maggior parte dei produttori che hanno deciso di puntare sulla categoria, è convinto che i vini dealcolati "non siano in competizione con i vini tradizionali, poiché, come ci confermano gli studi e i nostri partner commerciali, a scaffale competono con altre bevande analcoliche. Per questo motivo è importante che nel promuovere queste nuove categorie di prodotti, i dealcolati, si menzioni sempre il binomio

vino-dealcolato: dobbiamo continuare a dare valore all'elemento di partenza per evitare di essere cannibalizzati, a scaffale, da altre bevande analcoliche".

Importante, in questo contesto, è capire bene il target di riferimento, che è molto più ampio di quanto si possa immaginare. "Chi acquista i dealcolati, molto spesso Millennials e Gen Z, non sono solo coloro che non amano gli alcolici oppure coloro che per ragioni fisiche o culturali non li scelgono (abstainers), ma spesso coloro che bevono alcolici ma in alcune occasioni scelgono di non berli, per esempio, per ridurre l'impatto alcolico dell'esperienza di consumo. In virtù di questo, possiamo anche ipotizzare che i vini dealcolati possano essere visti come un nuovo modo che le nuove generazioni hanno per avvicinarsi al mondo del vino", continua Zonin.

In merito alla nuova norma, per l'imprenditore veneto è senza dubbio l'occasione, per tutto il comparto, di "continuare a interpretare e far evolvere la cultura vitivinicola italiana ma anche non perdere vantaggio competitivo nei confronti dei nostri competitor principali, Germania e Spagna su tutti, che sono partiti per primi. La norma ha come punto di forza quello di tutelare i consumatori grazie a standard produttivi sicuri e trasparenti, e a etichette chiare che permettano alle persone di sapere cosa stanno acquistando e consumando". Anche la Zonin, in prospettiva futura, non esclude l'acquisto di un proprio impianto di dealcolazione, a patto che il trend di crescita dei consumi degli ultimi anni si confermi, e che la qualità, sui cui il gruppo sta investendo molti dei suoi sforzi, garantisca risultati sempre migliori.

C'è, infatti, nelle parole di Domenico Zonin la piena consapevolezza che sul fronte della qualità ci sia ancora molto da fare: "Nel corso di questi due anni, abbiamo investito per migliorare sempre più il gusto, dove l'alcol gioca un ruolo importante e, pertanto, la sua rimozione può influenzare il profilo sensoriale complessivo del vino", ricorda il presidente del Gruppo. Un cammino qualitativo che, come raccontiamo in queste pagine, proseguirà con il supporto della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Tenuta J. Hofstätter

In questa ridda di giganti, svetta l'esperienza di **Martin Foradori Hofstätter**, che ai vini dealcolati, già da anni, ha dedicato un'intera linea, "Steinbock", con due versioni dealcolate a base di Riesling, prodotta da Dr. Fischer: lo Steinbock Zero Sparkling e lo Steinbock Zero, dalle uve prodotte nei vigneti di proprietà della famiglia in Germania. "Questa norma rappresenta un primo passo per portare l'Italia a essere finalmente competitiva con altri stati dell'Unione europea per quanto riguarda la categoria dei vini dealcolati", esordisce Martin Foradori Hofstätter nell'intervista al nostro giornale, sottolineando come se, da un lato, la norma "ha portato maggiore chiarezza, dall'altro, però, i vincoli che impone - come l'obbligo di effettuare la dealcolazione in locali separati dalla cantina tradizionale

e accessibili da strade o piazze diverse - rendono questa pratica difficilmente attuabile per molte aziende vitivinicole di medio-piccole dimensioni. Inoltre, l'aspetto relativo alle accise rimane da approfondire". Dubbi che certo non spingono Hofstätter a portare in Italia la produzione, specie perché "nella mia proprietà vitivinicola in Germania, dispongo di tutte le condizioni normative, tecniche e qualitative necessarie per produrre vini dealcolati di altissimo livello". Se però le cose dovessero farsi più semplici, trova molto interessante la possibilità di impostare un impianto di dealcolazione che possa offrire il servizio anche ad altre imprese: "Potrebbe rivelarsi un modello di business molto interessante, considerando che la normativa attuale, se confermata, offre poca flessibilità. Potrebbe essere un'opportunità per tutti coloro che volessero offrire ai loro clienti un prodotto alternativo della propria filiera, non accollandosi però gli alti costi di investimento degli impianti di dealcolazione".

Guardando alle prospettive di mercato, secondo Martin Foradori Hofstätter, "siamo di fronte, come raccontano i numeri, a una categoria che sta facendo passi da gigante. La nostra produzione di vini dealcolati è iniziata nel 2020 con 15.000 bottiglie, grazie all'intuizione di mio figlio Niklas che allora studiava in Germania. Oggi produciamo complessivamente centomila bottiglie di dealcolati che per il 70% sono destinate al mercato italiano. E ora che il ghiaccio si è rotto anche in Italia, sto notando una timida apertura e interesse anche da parte della ristorazione più tradizionalista. A brevissimo usciremo con un nuovo dealcolato, prodotto con una base di vino Riesling di altissimo livello per soddisfare i palati più esigenti".

Martin Foradori Hofstätter



photo credit: Peter Bender

Remedier®

PROTEGGI CIÒ CHE TI STA A CUORE

Nuova estensione
d'impiego su Vite contro
Botrite e Marciume acido



- Primo agrofarmaco autorizzato contro il Mal dell'Esca della vite
- Soluzione ideale anche per la prevenzione delle malattie fungine del terreno
- Impiegabile anche su altre colture per il controllo di diverse malattie



FUNGICIDA

Remedier®: prodotto originale e marchio registrato Gowan.

Agrofarmaco autorizzato dal Ministero della Salute. Usare con precauzione. Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto. Si richiama l'attenzione sulle frasi e simboli di pericolo riportati in etichetta.

GOWAN ITALIA S.r.l.
Faenza (RA)
Tel. 0546 629911
www.gowanitalia.it

Gowan®
ITALIA
l'affidabilità in agricoltura

skeda.com

...E LE TECNOLOGIE SI ADEGUANO

Il salto dell'innovazione tecnologica nell'ultimo anno è stato notevole e si è riflesso su una sensibile crescita qualitativa dei vini. Il primato mondiale dell'industria italiana e le due principali tecnologie di dealcolazione a confronto. Parlano Vason Group e Omnia Technologies, strategie (e investimenti) diversi per un unico obiettivo: portare il vino italiano e la sua qualità in questo nuovo grande mercato

La legge ora c'è, la volontà delle imprese anche e i pezzi, piano piano, andranno prevedibilmente al loro posto, anche grazie alla ricerca tecnologica, che vede proprio l'Italia, nonostante il ritardo normativo accumulato, in prima fila. Perché per fare il vino senz'alcol è fondamentale poter contare sulle giuste tecnologie. E fortuna vuole (ma in realtà non è fortuna, visto che l'Italia è sempre stata in prima fila nelle tecnologie per il vino) che il vino italiano, per chiudere questo cerchio virtuoso, possa contare su due delle tecnologie più interessanti che si possano trovare in giro.

La prima è la tecnologia a membrana, su cui è specializzato Vason Group (vedi approfondimento a fianco), che mette al centro il know-how enologico in cantina, guardando anche alle piccole e medie aziende, e alla loro necessità di misurarsi con un mercato tutto nuovo, ricco di possibilità, sì, ma anche di incertezze, e offrendo sul mercato una tecnologia il cui costo varia tra i 30 e i 300mila euro. Tra le soluzioni all'avanguardia, troviamo "Libero Wine", la tecnologia per la dealcolazione sviluppata da Omnia Technologies (vedi approfondimento a fianco) che tanto interesse ha suscitato all'ultima edizione di Sime,

e che ha già registrato un'impennata degli ordini, "specie da chi già produce negli stabilimenti esteri", come racconta il ceo **Andrea Stolfa**. Si tratta di un impianto che unisce le due pratiche più comuni, membrane e distillazione, dal costo più sostenuto "ma che offre garanzie di risultati qualitativi molto elevati", rassicura il ceo.



Andrea Stolfa

Vason Group con oltre vent'anni di sperimentazione alle spalle

Membrana: una tecnologia di qualità per la qualità. E accessibile



Gia dai primi anni 2000, la veneta Vason Group ha sperimentato la dealcolazione tramite la tecnica della membrana contattore, una tecnologia che permette di rimuovere selettivamente l'alcol a temperatura e pressione ambiente, preservando le caratteristiche chimico-fisiche del vino. L'azienda, come racconta **Albano Vason**, membro del Cda dell'azienda, lavora da tempo al fianco "delle imprese italiane che si sono preparate in vista dell'entrata in vigore della nuova normativa. Fino ad oggi si sono rivolti a noi per lo più grandi gruppi, ma ora che la legge è stata finalmente approvata stiamo registrando un aumento delle richieste anche da realtà medio-piccole, sempre più interessate a questa nuova opportunità di business". Del resto, "per la tecnologia a membrana, possiamo affermare che l'investimento varia dai 20/30mila euro o ai 300mila euro, in relazione al dimensionamento dell'impianto e al livello di personalizzazione. Juclas, azienda im-



Albano Vason

pianistica di Vason Group, è in grado infatti di sviluppare tecnologie, anche tailor made, con capacità molto più elevate rispetto al modello base. Precisiamo che tali costi si riferiscono alla sola tecnologia: ci saranno inoltre da considerare i costi strutturali per la messa a punto dei locali adibiti alla preparazione di vini parzialmente-totamente dealcolati", aggiunge Vason. Che, sin qui, ha fornito la propria tecnologia soprattutto ad aziende di Sud America, Australia e Spagna. Quella a membrana, come vedremo e come ha ben specificato il decreto sui vini dealcolati, non è la sola tecnologia disponibile, e come spiega bene Vason, la scelta "dipende da molteplici fattori, in particolare dalla dimensione della cantina e dagli obiettivi che si intendono raggiungere. Riteniamo che la tecnologia 'a membrana' (un approccio delicato sul vino, condotto a pressione e temperatura ambiente, tramite membrane contattore) potrebbe rivelarsi certamente la più adatta per molte realtà. Rispetto ai sistemi 'evaporativi', tale tecnologia permette infatti un'importante ottimizzazione dei costi e una flessibilità maggiore. In que-

sta fase esplorativa, con qualche incertezza sul peso che avranno in futuro i vini dealcolati in termini di quote di mercato, la dealcolazione a membrana potrebbe risultare strategica sia per aziende medio piccole, che per i grandi gruppi". Altro aspetto forse non abbastanza sottolineato, inoltre, riguarda l'importanza della materia prima di partenza, proprio come per i vini tradizionali, perché "per la produzione di vini dealcolati di qualità, la base vinicola deve innanzitutto essere prodotta a partire da uve sane e in eccellente stato sanitario. Fondamentale sarà un approccio enologico sul vino che mantenga intatte le caratteristiche che lo rendono unico, riducendo al minimo l'impatto organolettico e preservando le caratteristiche intrinseche di partenza. In tal senso è sempre più cruciale il know-how enologico aziendale. Noi abbiamo sviluppato un approccio integrato alla dealcolazione che viene definito come 'Mild Technologies', un insieme di soluzioni pensate per minimizzare l'impatto del processo sulla qualità del vino. Questo approccio si basa su una combinazione di tecniche enologiche avanzate e l'uso di biotecnologie specifiche, in grado di ottimizzare il processo e garantire risultati di alta qualità", conclude Albano Vason.

Omnia Technologies, la forza di visione e investimenti

Libero Wine: il futuro è oggi

L'altra tecnologia utilizzata per la dealcolazione del vino è la distillazione, che nel caso di "Libero Wine", la tecnologia sviluppata da Omnia Technologies, è utilizzata in maniera innovativa (non è una colonna di distillazione vera e propria ma di "scrubbing": è costituita da particolari componenti che consentono di effettuare la separazione a bassa temperatura, intorno ai 30-35 °C), insieme alla tecnologia a membrana, ma in due fasi distinte del processo. Come si legge sul sito del gruppo che conta più di tre siti produttivi nel mondo, il primo stadio ha l'obiettivo di separare, mediante separazione a membrana, a bassa temperatura, tutti i componenti del vino (sostanze aromatiche, acidi organici, polifenoli, tannini, ecc.) dalla frazione di acqua e alcol. Nel secondo stadio l'acqua viene separata dall'alcol e recuperata per essere ricongiunta con il retentato, ovvero tutto ciò che è stato trattenuto nella prima fase.

"L'interesse per Libero Wine - racconta il ceo di Omnia Technologies, **Andrea Stolfa** - nasce diversi mesi fa, quando la visione e l'investimento di risorse consistenti, unite all'esperienza e alle competenze di brand come Frilli e Permeare, ci hanno portato a sviluppare soluzioni uniche e inimitabili sul mercato. Con l'approvazione del decreto - continua - molte aziende hanno deciso di approfondire gli aspetti tecnici legati alla produzione di vini dealcolati, incrementando così la richiesta di incontri e informazioni. In particolare, stiamo riscontrando un crescente interesse da parte di grandi aziende e gruppi, in particolare da chi ha già esperienza nella produzione di vini dealcolati sia in Italia che soprattutto all'estero (su tutti Germania, Francia e Stati Uniti). Questo fenomeno dimostra come il settore stia evolgen-

do verso soluzioni sempre più innovative e di qualità". Il decreto da solo, come abbiamo ripetuto più volte in queste pagine, non basta però a superare gli ostacoli e le criticità che ancora si frappongono tra le aziende e l'entrata a pieno regime nel settore dei vini dealcolati, perché "le tecnologie necessarie per la dealcolazione e le competenze specifiche per la gestione dell'alcol ad alta concentrazione non sono tipicamente parte delle attività di una cantina tradizionale - sottolinea Stolfa -. Inoltre, le realtà vinicole si trovano di fronte a una sfida a livello commerciale: coloro che si affacciano per la prima volta a questo mercato devono imparare a valorizzare e posizionare strategicamente i vini dealcolati, sapendo comunicarne il valore aggiunto al consumatore finale".

Un altro ostacolo, messo ampiamente in conto dalle aziende, è rappresentato dall'entità dell'investimento che ogni imprenditore riterrà di sostenere, in base alle proprie necessità, possibilità e ambizioni. "Le caratteristiche di Libero Wine ci permettono di offrire una garanzia di risultati qualitativi molto elevati, di fatto incomparabili alle altre tecnologie presenti sul mercato per la dealcolazione - ricorda ancora il ceo di Omnia Technologies -. Le nostre soluzioni, a cui si sono aggiunte quelle a ridotto tenore alcolico sviluppate da Acram, hanno un value for money eccellente, soprattutto considerando la complessità del sistema e il fatto che offrono una chiave di diversificazione strategica straordinaria ai nostri clienti. Si tratta infatti di un impianto che non solo è totalmente conforme alle esigenze legislative, ma che può rappresentare un'opportunità strategica per chi vuole posizionarsi in un mercato in forte crescita, con un prodotto altamente innovativo e di qualità superiore".

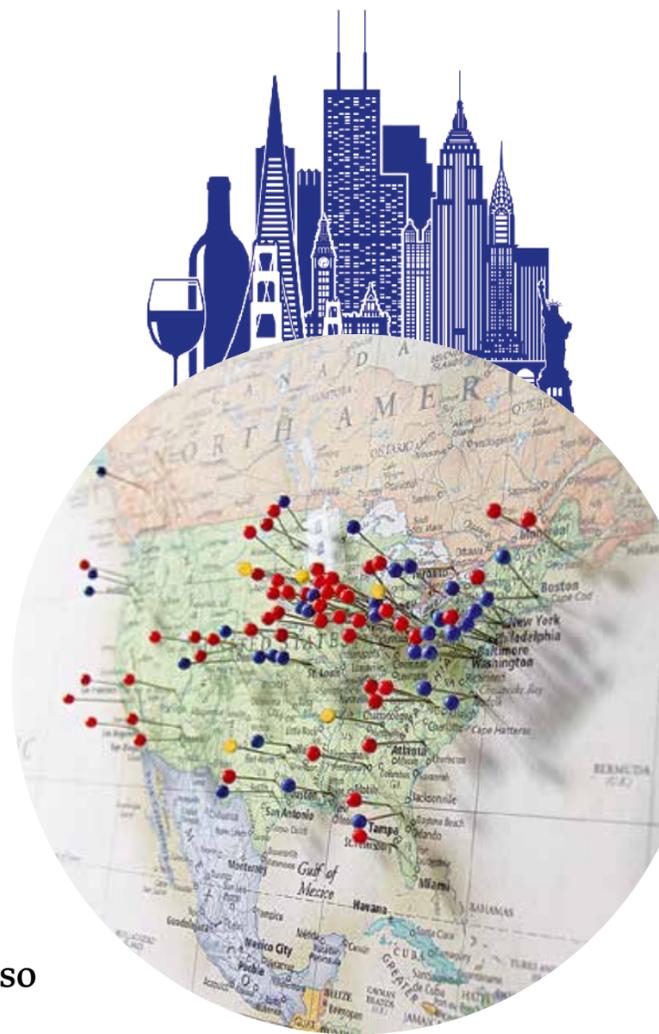


L'azienda non ci ha fornito una indicazione precisa sul costo della macchina: si parla di valori oscillanti tra il milione e il milione e mezzo di euro, a seconda della capacità produttiva, ma "per un impianto completo, chiavi in mano, con la tecnologia Libero Wine e inclusivo dei costi di impiantistica (idraulica, elettrica, tecnica, Atex, ecc)".

L'ANALISI DEL RAPPORTO SILICON VALLEY BANK 2025

MERCATO USA: serve una strategia riorganizzativa

Il tradizionale rapporto sullo stato di salute dell'industria vinicola a stelle e strisce dipinge un quadro di non semplice lettura, tra cali generalizzati dei consumi, ricambio generazionale, nuovi trend. La certezza è che ormai ci si trova davanti a un nuovo scenario, che difficilmente prevede ritorni allo status precedente. Ci sono comunque alcuni segnali positivi e opportunità: dalla tenuta del segmento premium (ma fino a quando?) alla buona ricettività verso alcuni bianchi, bollicine in particolare, che possono essere porta d'ingresso alle nuove generazioni



Fonte grafici: SVB - State of the US Wine Industry 2025

pagine a cura di PAOLO FERRANTE

Rimettere mano alle strategie, con un occhio di riguardo ai cambiamenti strutturali che stanno scompaginando il mercato del vino negli Usa. Nella consapevolezza che dietro i numeri, quelli proposti dagli analisti, ci sono diverse riserve tecniche e che i modelli predittivi presentano derive che andranno corrette con dati empirici, in un processo di "adattamento" che si protrarrà probabilmente per diversi anni.

Il rapporto "State of the US Wine Industry 2025", di Silicon Valley Bank (Svb), fornisce un quadro dettagliato di un'industria in piena transizione, costretta a confrontarsi con una domanda recessiva, nuovi trend dei consumi e ricambi generazionali, elementi che impongono una riorganizzazione profonda. In questo contesto "volubile", l'industria vinicola americana sta sperimentando una fase di trasformazione epocale, che la sta mettendo di fronte a sfide complesse. Sono in atto cambiamenti nei modelli di consumo e conseguenti stravolgimenti negli assetti dei fondamentali, con sconquassi che stanno convogliando in una spirale di crisi anche la componente primaria, considerato che diversi viticoltori della West Coast sono già in conclamata sofferenza.

Nonostante le difficoltà oggettive, ci sono segnali positivi e opportunità che, se sfruttate con le giuste strategie, potrebbero traghettare il settore verso porti più sicuri, rendendolo nel tempo più resiliente al nuovo contesto.

Uno scenario di non semplice lettura

Il 2025 sarà un anno cruciale, con le previsioni che riferiscono di un calo generalizzato della domanda sia in Usa sia a livello globale. L'indice di fiducia misurato presso gli operatori industriali del settore è ai minimi da dieci anni. D'altro canto, dal sondaggio di Svb è emerso, per il 30% del campione intervistato, una perdita di fatturato nel 2024, rispetto al 24% dell'anno precedente. L'economia e il lavoro restano i temi prioritari, e le "voci" di espulsioni degli immigrati da parte dell'amministrazione Trump non stanno aiutando le imprese (si veda box qui a destra).

Quest'anno, tuttavia, si è assistito a un drastico cambiamento del sentiment sugli sviluppi della domanda, con i giudizi che configurano una situazione peggiorativa.



Le giovani generazioni, in particolare la fascia tra 21 e 29 anni, continuano a preferire alternative al vino come birre artigianali, cocktail, ready-to-drink o bevande analcoliche, oppure scelgono di astenersi completamente dal consumo di alcol. Sono trend che non si discostano dalle dinamiche osservate a livello globale, rendendo ancora più evidente la necessità di adattamento a un mercato che ha pochi elementi in comune con il passato. In questo scenario di non semplice lettura, il segmento premium ha dimostrato maggiore capacità di tenuta, anche se i main trend preoccupano trasversalmente tutte le categorie. Altra questione cruciale è il progressivo declino dei Baby Boomers, che per decenni hanno rappresentato la componente più dinamica e fidelizzata del reparto enologico. Questa generazione - scrivono gli esperti - sta "tramontando" a un ritmo di 2,6 milioni di persone l'anno, con un picco di 4,4 milioni atteso entro il 2037. Tuttavia, il calo del consumo tra i Boomers avrà un impatto significativo sulle vendite già entro il 2031. E per bi-

lanciare, anche solo parzialmente, questa importante perdita di volume d'affari sarà essenziale attrarre i consumatori della fascia 30-45 anni, il cluster oggi più promettente, ma con atteggiamenti e comportamenti profondamente diversi da quelli della vecchia guardia.



Dal Trumpismo più minacce che opportunità per le cantine americane

Alle difficoltà contingenti si aggiunge l'incognita dazi sui prodotti made in Eu, che includono in una possibile black list anche i vini. I mercati in Usa sono già sintonizzati sugli "steroidi del trumpismo". Ma sono molte le variabili in gioco e le contromisure europee potrebbero precarizzare ulteriormente il settore. Vediamo meglio. Il report della Silicon Valley Bank evidenzia diverse preoccupazioni riguardo ai possibili inasprimenti daziari, mettendo in luce sia i potenziali vantaggi sia le minacce per l'industria vinicola locale. In una visione forse miope, se il prezzo dei vini francesi, italiani e spagnoli dovesse aumentare a seguito delle tariffe imposte da Trump, il mercato potrebbe almeno in parte riposizionarsi sui vini statunitensi. Inoltre, osservano gli analisti, le grandi aziende vinicole americane, che ricorrono abitualmente a vini sfusi d'importazione, potrebbero riorientarsi sulle produzioni locali. Il vantaggio competitivo derivante dall'aumento dei prezzi dei vini europei potrebbe essere tuttavia di breve durata se l'Unione europea dovesse replicare con contromisure, mettendo in difficoltà soprattutto i produttori di vini di pregio che hanno costruito nel tempo rapporti consolidati con i buyer europei. Un'altra grande preoccupazione è il possibile impatto inflazionistico dei dazi, che spazzerebbe ulteriormente i consumatori, penalizzando soprattutto le produzioni di fascia alta. Altro fattore di apprensione per le cantine statunitensi sono le implicazioni delle politiche di contrasto all'immigrazione. Le espulsioni di massa annunciate dalla nuova amministrazione impatteranno verosimilmente sulla disponibilità di manodopera nel settore agricolo, determinando un'ulteriore pressione sui salari che potrebbe rendere ancora più complessa la difesa dei margini, soprattutto per gli operatori di piccole e medie dimensioni. Un costo decisamente troppo elevato - a giudizio degli operatori - rispetto a un vantaggio competitivo che avrebbe peraltro vita breve. p.f.

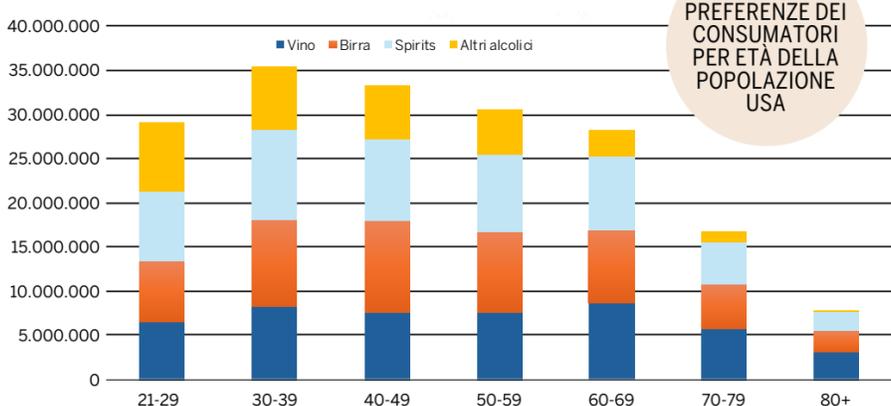
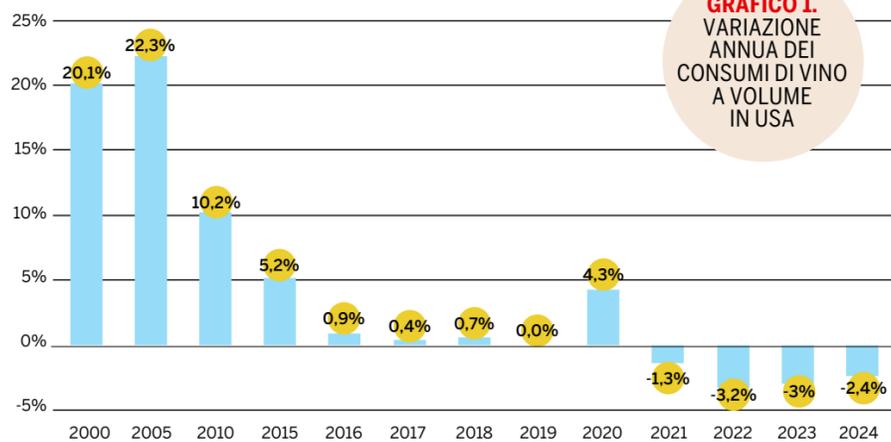


GRAFICO 3.
GIUDIZI SUGLI
EQUILIBRI
DEL MERCATO DEL
VINO IN USA
(Panel cantine
SVB)

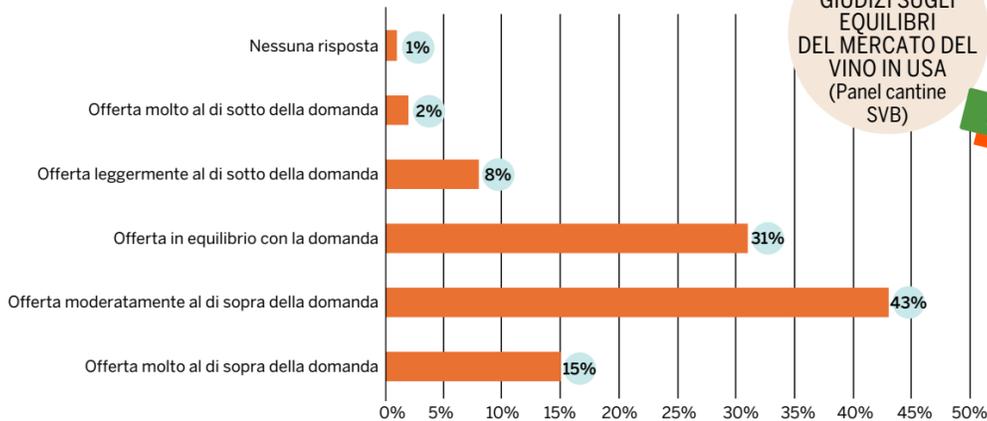
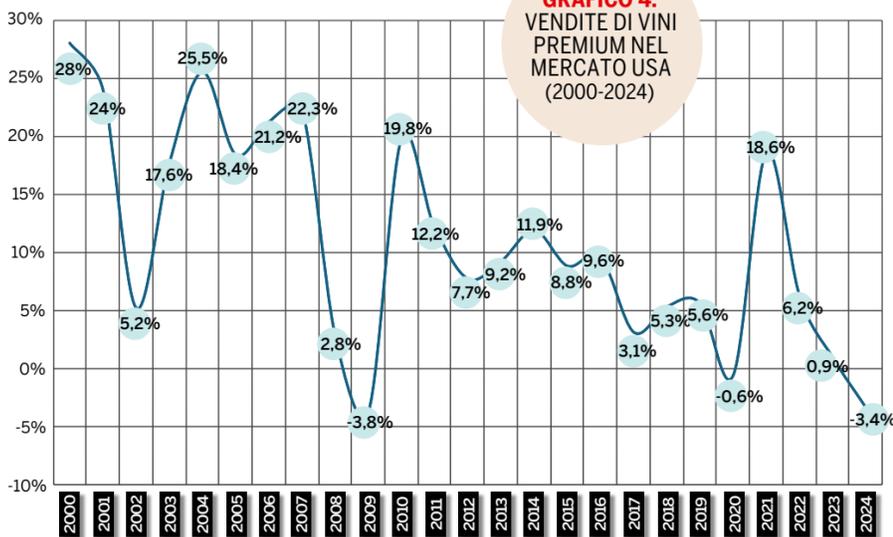


GRAFICO 4.
VENDITE DI VINI
PREMIUM NEL
MERCATO USA
(2000-2024)



Un mercato sbilanciato, tra sovrapproduzione e overstock

Un elemento centrale del rapporto è il mismatch tra domanda e offerta. Negli ultimi anni, l'industria vinicola ha prodotto ben oltre la capacità di assorbimento del mercato, determinando un significativo accumulo di giacenze. D'altro canto, dopo tre decenni di crescita sostenuta, le metriche del settore si sono appiattite. Le cantine di fascia alta e i produttori di vini premium sono stati in grado di gestire meglio questa situazione, grazie a una maggiore flessibilità e a un posizionamento più definito e orientato al consumatore. Tuttavia, per i vini mass market le condizioni ricorrenti di oversupply hanno determinato in Usa una forte pressione sui prezzi, con sconti e promozioni che hanno eroso i margini di profitto.

Nei grandi numeri, l'eccesso di offerta, alle condizioni attuali, costituisce un altro significativo elemento di intralcio per i mercati a stelle e strisce. Gli inventari all'ingrosso e al dettaglio restano fisiologicamente elevati, mentre cresce la consapevolezza di dover fronteggiare un contesto difficile connotato da surplus produttivi, nonostante la vendemmia 2024 in California abbia registrato il livello più basso dal 2008, con appena 3,2 milioni di tonnellate. Un sentiero sempre più stretto, dunque, in cui è difficile districarsi anche per le cantine più performanti. Criticità suggellate da numeri che certificano le eccedenze di vini sfusi e i crescenti volumi di uva non contrattata, con conseguenti abbandoni, estirpazioni e mancate raccolte.

Il fenomeno dell'overstocking, più accentuato presso i rivenditori, con maxi scorte che si sono accumulate negli ultimi due anni, continuerà a condizionare le trattative e potrebbe protrarsi anche nel 2026. Le cantine di fascia alta, pur mantenendo un buon equilibrio di inventario, hanno adottato un comportamento conservativo, astenendosi dagli acquisti di uva a sconto, ampiamente disponibile sul mercato. Una "di-

sciplina" che ha permesso di evitare un sovra stoccaggio, con solo il 10% dei produttori di vino premium che ha dichiarato di voler aumentare gli acquisti di uva nel 2025, segno di un approccio prudente dettato dalle difficoltà contingenti. Va comunque osservato che ogni squilibrio delle scorte negli ultimi trent'anni ha avuto caratteristiche di fondo comuni e si è sempre risolto in un recupero, ma in condizioni di mercato molto diverse da quelle attuali, con la domanda in costante espansione. In questo "superciclo", non c'è traccia di una possibile inversione del trend negativo dei consumi, l'unico salvacondotto sarà ridurre lo squilibrio tra domanda e offerta, per rimettere in assetto il mercato e ridare ossigeno alle vendite. Su questo fronte, il 2024 ha lasciato un'eredità negativa, con perdite tra l'1 e il 3% a volume e una piccola correzione in valuta. La dinamica proseguirà anche quest'anno, seppure a un ritmo più attenuato, con gli analisti che nella peggiore delle ipotesi cifrano il calo delle vendite di vini attorno al punto percentuale.

La domanda più frequente tra gli operatori del settore è: "Quanto durerà questa fase"? La risposta non è scontata, ma secondo gli esperti il periodo di adattamento potrebbe protrarsi fino alla fine del decennio. Questa correzione riflette non solo il declino "naturale" dei consumatori più anziani, ma anche la difficoltà dell'industria nel coinvolgere le generazioni più giovani.

Premium fa la differenza, ma ancora per quanto?

I dati finanziari restituiscono uno spaccato composito che offusca, nei grandi numeri, le prospettive del settore, pur evidenziando alcune divergenze. Nel 2024, il fatturato medio delle cantine è diminuito, mentre i costi operativi e gli interessi sul debito sono ulteriormente aumentati. Il risultato è una compressione dei margini di profitto, che sta mettendo sotto pressione le strutture di tutte le dimensioni. Anche

OSSERVATORIO DEL VINO UIV



TARIFF Dai dazi possibili perdite per circa 300 milioni di euro in un anno

Secondo le analisi dell'Osservatorio del Vino UIV, i dazi statunitensi al vino italiano determineranno nel 2025 una perdita delle vendite di 330 milioni di euro, dato che scenderebbe a 250 milioni qualora il dollaro dovesse mantenere gli attuali livelli di forza. La proiezione di Unione Italiana Vini ipotizza dazi al 20% per tutti i vini fermi e al 10% per gli spumanti, una tariffa inferiore per questi ultimi determinata dalle pressioni dell'industria Usa, più restia a sopportare limitazioni commerciali sulla tipologia di punta. Una perdita stimata del 15% sul risultato dello scorso anno, rileva l'Osservatorio, basata sull'esperienza francese occorsa tra metà 2020 e primo trimestre 2021, quando a fronte di dazi caricati del 25% la risposta del mercato sui volumi commercializzati è stata direttamente proporzionale: -24%. "Il vino - ha detto il presidente UIV, **Lamberto Frescobaldi** - è uno dei settori del made in Italy maggiormente esposti in caso di dazi nel primo mercato al mondo. Il danno sulle imprese sarà inevitabile, perché se vorranno rimanere competitive dovranno assumersi gran parte dell'extra-onere richiesto, visto che il mercato non è in grado di sostenerlo. Ma il danno sarà doppio, perché lo subiranno inevitabilmente anche i consumatori finali a causa di un'inflazione che tornerà a bussare con insistenza". Il 2024 si chiuderà con un valore delle spedizioni in Usa a oltre 1.9 miliardi di euro, il 24% dell'export del vino italiano nel mondo. Una quota più che doppia se paragonata al peso statunitense sul totale delle merci italiane dirette all'estero (11%). La contrazione determinata dalle extra-tariffe - rileva UIV - farà scendere in un solo anno il valore sotto 1,7 miliardi di euro, ovvero sotto ai livelli del 2021.

EXPORT VINO ITALIANO VERSO GLI USA

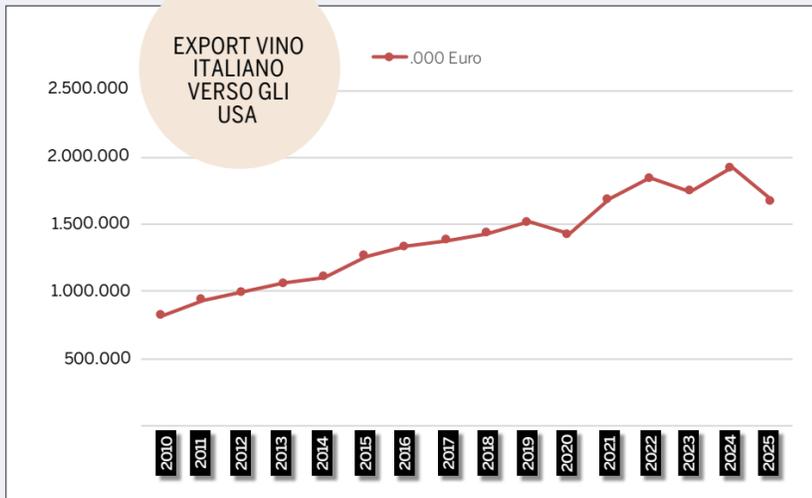
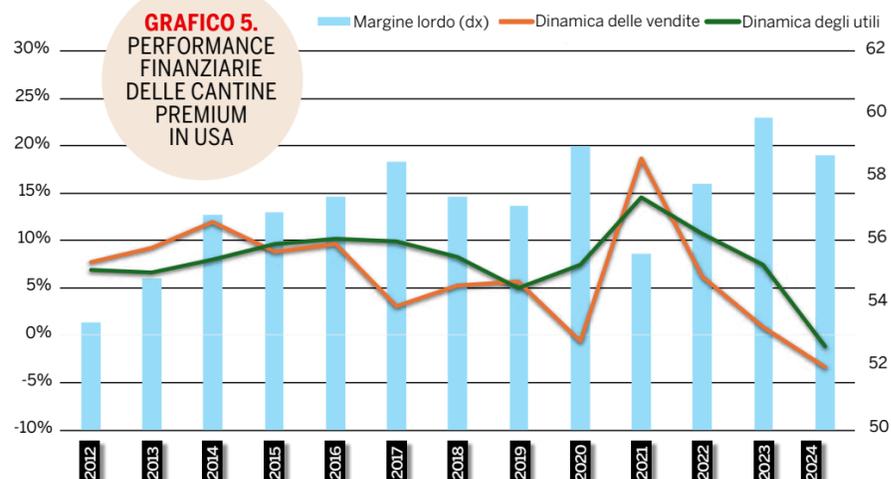


GRAFICO 5.
PERFORMANCE FINANZIARIE DELLE CANTINE PREMIUM IN USA



se le cantine posizionate su vini di alto pregio hanno mostrato una maggiore resilienza, grazie a una gestione più efficiente degli inventari e a un migliore controllo dei costi. Si consideri, al riguardo, che il quartile superiore delle aziende, nella distribuzione per livelli qualitativi, ha fatto segnare una crescita media dei ricavi del 22%, mentre quello inferiore ha subito una contrazione del 16%. Complessivamente, la media ponderata nel segmento premium ha registrato una lieve flessione (del 3,4%) dei ricavi (vedi grafico 4 a pagina 9). Ma con un'interessante evidenza: le aziende che hanno puntato maggiormente sulla vendita diretta al consumatore (direct-to-consumer) hanno ottenuto risultati migliori rispetto a quelle più dipendenti dal canale all'ingrosso.

Si osserva, trasversalmente, una pressione sui margini e sul capitale circolante e un peggioramento della redditività complessiva, attribuibile all'effetto trascinamento dei maggiori costi delle annate 2022 e 2023. Il fenomeno potrebbe proseguire quest'anno, sostengono gli analisti. E anche il costo del debito, come accennato, costituisce un problema: è cresciuto in modo significativo, incidendo sulla gestione finanziaria delle cantine premium, per l'effetto congiunto dei saldi medi più elevati sulle linee di credito e dei considerevoli rialzi dei tassi di interesse. Fattori che, unitamente alla ridotta redditività, che limita i capitali di rischio, stanno comprimendo la capacità di investimento delle aziende.

Sulla base di queste evidenze, il segmento nel suo complesso si attende una crescita piatta entro il 2027-2029, al netto di strategie di marketing mirate per attrarre nuovi consumatori, che potrebbero invece cambiare i trend e ridare slancio agli acquisti. Quest'anno, grazie a posizioni di inventario più bilanciate, le cantine premium saranno in grado di applicare anche piccole correzioni ai prezzi di vendita, mentre il circuito mass market subirà le pressioni dovute agli squilibri per un eccesso d'offerta. Per gestire il surplus, le politiche di sconto nel mainstream saranno il mezzo più utilizzato, interessando trasversalmente tutti i prodotti: dall'uva ai vini sfusi agli imbottigliati. Resta l'evidenza di una buona percentuale di cantine che ha dichiarato di volere applicare quest'anno alcuni ritocchi al rialzo ai listini: la survey attribuisce questa intenzione al 42% del campione, ma è prevedibile, a detta degli stessi analisti SvB, che la quota possa sensibilmente ridursi.

Bianchi battono i rossi anche negli States

Nonostante il calo complessivo della domanda, emergono alcune tendenze positive che potrebbero rappresentare un punto di svolta per il settore. I dati del rapporto certificano una buona



NUOVE REGOLE PER IL VINO NEGLI USA: PIÙ FORMATI PER PRODUTTORI E CONSUMATORI

Il 10 gennaio scorso, l'Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (Ttb) degli Stati Uniti ha introdotto significative modifiche agli "standard of fill" per il vino e i distillati. La nuova normativa amplia la gamma delle dimensioni dei contenitori, un passo che mira a modernizzare il settore, supportare l'export e rispondere alla crescente domanda di formati diversificati. Questa revisione rappresenta il punto d'arrivo di un processo avviato nel 2022, quando il Ttb ha lanciato una serie di consultazioni pubbliche con produttori, distributori e consumatori, allo scopo di aggiornare la normativa per rendere il settore più competitivo e in linea con le esigenze di un mercato globale in rapida evoluzione.

Nel corso degli anni, le aziende hanno manifestato la necessità di introdurre, nelle scelte legate al packaging, elementi di maggiore flessibilità, sia per favorire l'adattamento ai nuovi trend di consumo sia per migliorare la competitività dei vini a stelle e strisce oltre confine. Molti Paesi già consentono una più ampia varietà di formati, ma senza l'adeguamento degli standard statunitensi il commercio cross border dei vini a stelle e strisce avrebbe subito evidenti limitazioni. Tecnicamente, il termine "standard of fill" si riferisce alle quantità autorizzate di liquidi nei contenitori, normate dal Code of Federal



Regulations, per garantire uniformità, trasparenza e conformità agli standard commerciali. Grazie alle nuove regole, le cantine potranno adesso utilizzare una gamma più ampia di formati, da un minimo di 180 ml fino a 2,25 litri, un range che comprende al suo interno una serie di formati intermedi. Diversi i vantaggi anche per i consumatori. Le bottiglie più piccole, come quelle da 300 ml, risultano particolarmente interessanti per chi desidera testare un nuovo vino senza

impegnarsi nell'acquisto di una classica bottiglia da 750 ml, oppure per il consumo individuale. I formati magnum, come l'1,8 o il 2,25 litri, rispondono invece alle esigenze di gruppi o a occasioni speciali, ma intercettano anche le necessità di consumatori abituali che optano per formati più capienti anche per questioni di convenienza sul prezzo.

Il Ttb ha aggiornato gli standard of fill anche per i distillati, introducendo nuove dimensioni e uniformando le regole per i contenitori innovativi e tradizionali. Tra i nuovi formati autorizzati figurano, ad esempio, il 350 ml, il 500, fino ai più grandi da 1,5 e 3 litri. Il vantaggio è soprattutto per le distillerie artigianali e i produttori maggiormente orientati all'esportazione, che potranno sfruttare formati maggiormente diffusi sui mercati internazionali. p.f.

ricettività del mercato per alcune tipologie di vini bianchi, come il Sauvignon Blanc e il Pinot grigio, e l'ottima performance del Prosecco, tra gli sparkling. I white blend hanno potuto beneficiare di una crescita delle vendite del 3,9% (dati SipSource), un andamento in netta controtendenza con la dinamica dei rossi, segmento in cui osservano riduzioni double digit su più fronti, con perdite piuttosto evidenti per Merlot, Malbec e Shiraz. Considerati più accessibili e leggeri, alcuni bianchi, in particolare le bollicine, stanno attirando i bevitori più giovani, offrendo

un potenziale punto d'ingresso nel mercato per nuove fasce di consumatori. Tuttavia, le occasioni di esperienza diretta, elemento chiave per il successo delle cantine premium, è in declino. Le visite alle sale di degustazione, che erano crollate durante la pandemia, non sono ancora tornate ai livelli pre-Covid. Nonostante il "revenge travel" - il desiderio di viaggiare e vivere esperienze dopo il lockdown - abbia temporaneamente aumentato il turismo enogastronomico, i dati del 2024 indicano negli Usa una pericolosa fase di stagnazione.

Nuove generazioni e stili emergenti

L'ampio ventaglio delle opzioni che caratterizza la fascia dei consumatori da 30 a 45 anni rende il vino solo una delle molteplici alternative nella gamma del beverage alcolico, e non necessariamente la prima scelta. Ma non è solo una questione di gusti o di preferenze, né tantomeno di stili o di occasioni di consumo. Questo gruppo demografico, che pur non avendo la stessa affinità dei Boomers verso il vino rappresenta una fascia potenzialmente ricettiva, affronta anche una maggiore pressione sul piano economico, che lascia meno spazio nel budget per il consumo regolare di vino, in particolare nella fascia premium. Va inoltre considerato che a differenza delle bevande più "immediate" - cocktail, birre o ready-to-drink - il vino è percepito come un prodotto complesso, che richiede un certo grado di conoscenza per essere apprezzato. Il suggerimento è semplificare il linguaggio e superare i limiti dei formati tradizionali come la bottiglia da 750 ml, con confezioni innovative, come lattine, bottiglie più piccole o bag-in-box di alta qualità. Educare insomma senza intimidire, ricorrendo anche a esperienze digitali attraverso lo sviluppo di piattaforme di e-commerce avanzate, utili per il marketing, indispensabili per l'engagement.

Vigneti senza compratori

Il rapporto dedica ampio spazio anche alle problematiche dei viticoltori, oggi in una posizione particolarmente vulnerabile. Il mercato fondiario statunitense è in difficoltà: troppi vigneti sono in vendita e gli acquirenti sono sempre di meno. I prezzi sono in caduta libera. E il 2025 non porterà miglioramenti, con i valori medi dei filari destinati a ridursi ulteriormente. A giudizio di alcuni analisti, questa situazione rappresenta un'opportunità per rinegoziare i contratti con i fornitori di uva, con impliciti miglioramenti dei margini operativi delle cantine. Un approccio che andrebbe tuttavia a contrastare con l'esigenza di mantenere una base agricola solida e resiliente, indispensabile per il futuro dell'industria stessa. Per riequilibrare l'offerta, gli esperti del settore suggeriscono la rimozione di almeno 50mila acri di filari, corrispondenti a oltre 20mila ettari. Un'operazione che dovrebbe prediligere le aree più soggette a fitopatie e attacchi parassitari e le varietà destinate a vini di fascia bassa, generalmente venduti a meno di 12 dollari la bottiglia. Nonostante siano già in corso programmi di estirpazione, il consenso converge verso l'esigenza di un intervento ancora più tranchant per limitare la produzione e stabilizzare il mercato. Considerato tra l'altro che solo il 16% delle cantine ha dichiarato di voler aumentare quest'anno gli acquisti di uva.

Paolo Ferrante

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it
CARLO FLAMINI (Curatore pagine Osservatorio del Vino)
c.flamini@uiv.it

HANNO COLLABORATO:
Paolo Ferrante, Andrea Guolo, Giulio Divo,
Valentina Ricciardi, Gabriella De Lorenzis

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

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

GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327,
g.chiesa@uiv.it
Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
VALERIA VALENTINI, tel. 02 72 22 28 48
corrierevinicoloabbonamenti@uiv.it

Questa testata è associata a
USPI
Unione Stampa Periodica Italiana

UNIONE ITALIANA VINI
SERVIZI
aderisce al progetto europeo
WINE IN MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE

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



La ricerca è il nostro terreno fertile.

Investiamo nella ricerca,
per crescere nella sostenibilità.

Scopri i cloni selezionati di
Padergnone su www.vicopad.it

P
Padergnone
VIVAI VITICOLI COOPERATIVI

Via Barbazan, 19 Padergnone | 38096 Vallelaghi (TN) Trentino | Tel. +39 0461 864142 | info@vicopad.it | www.vicopad.it

EXPORT, DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI E PROMOZIONE:
RIFLESSIONI A MARGINE DELL'ANALISI DI NOMISMA-WINE MONITOR PER ISTITUTO GRANDI MARCHI



FINE WINE: GOOD NEWS PER L'ITALIA NEGLI STATES. MA PER L'OCM...

Le prospettive di crescita sono buone, anche migliori dei francesi, conferma Wine Monitor. Gli States rimangono il vero riferimento per il nostro export in un contesto dove le tensioni geopolitiche rendono più difficile e incerto investire nella diversificazione delle esportazioni che continua, comunque, a essere una priorità strategica. "I grandi produttori devono entrare nei Paesi emergenti in maniera più aggregata - spiega Michele Bernetti (vicepresidente Igm) -. Per i piccoli è meglio puntare sui mercati che offrono continuità di risultati". La gestione dell'Ocm migliora, ma ancora siamo lontani dalla meta: burocrazia e tempi troppo lunghi per i rimborsi degli investimenti allontanano le piccole imprese. L'importanza della nuova ristorazione per i top wine italiani, secondo Chiara Lungarotti

di ANDREA GUOLO

Per il vino italiano è diventato più difficile gestire un orizzonte che vada oltre i mercati già consolidati dell'export. Stati Uniti, Germania e Gran Bretagna, che sono le tre principali destinazioni estere, generano circa la metà del giro d'affari complessivo delle esportazioni complessive tricolori; poi ci sono nazioni come Canada, Svizzera, Francia (grazie soprattutto alla crescita del Prosecco) e altri Paesi europei che integrano questo patrimonio e rappresentano, insieme ai "tre big", il terreno più fertile e più stabile per i nostri produttori. E lo sono perché offrono sicurezza, frutto di investimenti radicati e di relazioni consolidate con gli importatori, ma anche di un rischio-Paese contenuto, per quanto l'eventuale applicazione di dazi da parte statunitense stia alimentando i timori di un 2025 complicato per l'Italian wine. La via dello sviluppo internazionale deve certamente passare attraverso l'investimento nei nuovi mercati, ma quali? **Michele Bernetti**, presidente e amministratore delegato di Umani Ronchi e vicepresidente dell'Istituto Grandi Marchi (Igm), ha affrontato questo tema con il Corriere Vinicolo a margine dell'incontro che l'Istituto ha organizzato recentemente a Milano, presentando l'indagine realizzata da Nomisma-Wine Monitor che ha esplorato le evoluzioni e le prospettive del vino italiano di qualità attraverso il punto di vista delle aziende associate, per poi approfondire i trend emergenti e i comportamenti di consumo dei fine wine negli Stati Uniti.

La discontinuità dei mercati emergenti
"Occorre - ha affermato Bernetti -

diversificare l'analisi tra le aziende grandi e quelle piccole. Le prime possono investire sui nuovi mercati, ma lo devono fare in maniera più aggregata, evitando di procedere in ordine sparso. Per le seconde, è necessario puntare sui mercati più sicuri, perché lì c'è una continuità delle vendite, mentre i mercati emergenti sono caratterizzati da una marcata discontinuità. Basti pensare alla Cina, che inizialmente prometteva molto bene; da qualche anno è venuta a mancare e, nell'immediato, non vedo possibilità di un recupero, almeno fino a quando non cambierà l'orientamento governativo. La situazione del vino in Cina mi pare abbastanza simile a quella che riguarda i beni di lusso".

L'Istituto Grandi Marchi, del quale fa parte Umani Ronchi, ha come obiettivo l'essere ambasciatore del vino italiano nel mondo e cerca di indirizzare i propri associati in determinati mercati internazionali: l'evento istituzionale del 2024 ha riguardato il Canada e quest'anno sarà la volta di Giappone e Corea del Sud. "La quota di fatturato derivante dal mercato asiatico per le aziende che aderiscono all'Istituto è molto alta - puntualizza Bernetti - ed è certamente un'area da esplorare e potenziare. Cercare nuovi mercati? Non è facile. Il Messico è cresciuto molto e richiede particolari attenzioni, mentre l'America latina nel suo complesso mi pare abbastanza ferma: vedremo ora cosa accadrà con il nuovo trattato tra Europa e Mercosur. C'è un impegno serio a diversificare, da parte di tutti i produttori; ma in questa fase storica, caratterizzata da forti tensioni geopolitiche, i rischi connessi ai mercati nuovi sono aumentati. Quindi, anche per un'azienda struttu-

MICHELE BERNETTI



CHIARA LUNGAROTTI



PIERO MASTROBERARDINO



ta, andare a investire in un mercato dove poi subentrano dazi o tensioni commerciali, aumenta il livello di incertezza".

Ocm, la fuga dei "piccoli"

Un aspetto particolarmente demotivante per gli investimenti commerciali è quello legato alle modalità di accesso ai bandi Ocm. Qui Bernetti solleva una problematica grave e irrisolta: quella dei tempi di rimborso degli investimenti promozionali effettuati dalle aziende per essere più incisive in quei mercati internazionali. "Noi come Umani Ronchi abbiamo ottenuto, nelle ultime settimane, il pagamento di quanto ci spettava sulla base degli investimenti risalenti al 2022. Stiamo quindi parlando di tre anni di esposizione verso le banche. Queste tempistiche scoraggiano, naturalmente, le piccole aziende rispetto al ricorso a questo strumento, che ha anche altre complessità". Il presidente e ceo di Umani Ronchi riconosce che qualche piccolo passo in avanti, negli Ocm, è stato fatto in termini di gestione amministrativa e burocratica delle pratiche, e aggiunge che inizialmente l'iter

di presentazione del progetto era stato concepito "in maniera forse troppo libertina". Ma tra le difficoltà di rendicontazione, e le molte incertezze presenti a livello gestionale delle pratiche, il risultato è che "le piccole aziende tendono a fare sempre meno ricorso ai bandi Ocm. Indipendentemente dal fatto che oggi, rispetto al passato, sono aumentate le difficoltà congiunturali e andare all'estero è diventato molto più costoso, stiamo registrando una sostanziale scomparsa dei piccoli investimenti legati ai mercati raggiungibili tramite gli Ocm".

Usa loves Italian fine wine

Guardando il bicchiere mezzo pieno, com'è giusto che sia per un produttore vitivinicolo, Bernetti appare confortato dai risultati emersi dall'analisi di Nomisma-Wine Monitor sul trend di crescita dei fine wine italiani in un mercato strategico come quello statunitense. "Da queste ricerche, che guardano al passato, dobbiamo trarre le indicazioni giuste per muoverci nel futuro. Mi rassicura leggere, di fronte a tanto pessimismo che aleggia nel settore a seguito

di alcune brutte notizie attuali, le considerazioni confortate dai dati, che danno una lettura positiva del vino italiano. Del resto, anche i consumatori più giovani sembrano propensi a scegliere fine wine piuttosto che altre categorie di prodotto. E il fatto ancora più interessante è che il vino italiano è tra i più attraenti nella categoria dei fine wine, dove spesso pensiamo di essere meno forti rispetto alla Francia. Non dobbiamo più temere di essere considerati come dei produttori di vini di servizio". Per quanto riguarda nello specifico il territorio statunitense, Bernetti evidenzia che "la percezione del vino italiano di qualità è molto più alta negli stati federali presi in considerazione per la ricerca e, in generale, in quelli dove c'è più cultura di prodotto. In questi stati val la pena di puntare in termini di promozione, per ottenere più vendite e una crescita della fama dei fine wine italiani".

I nostri punti di forza

Andiamo quindi ad approfondire la ricerca di Nomisma-Wine Monitor per Istituto Grandi Marchi, presentata durante l'in-

contro di Milano da **Denis Pantini**. Le 18 imprese intervistate hanno dichiarato, per il 2023, un fatturato complessivo di 658 milioni di euro, di cui il 55% derivante dall'export (contro il 48% della media nazionale), e se il nord America rappresenta ormai il 27% della quota delle aziende Igm, l'Europa resta comunque il punto di riferimento principale con un 53% complessivo (30% Ue, 23% resto d'Europa tra cui Uk). È interessante il dato sull'incremento del 2023 rispetto all'anno in cui nacque l'Igm: l'Asia è aumentata del 132%, l'Unione europea del 104% e gli Usa, già forti all'epoca, del 67%. Il resto dello studio è focalizzato sul mercato statunitense e ha evidenziato come i punti di forza dei fine wine italiani siano qualità, brand e proprietà familiari delle imprese vitivinicole. I principali ostacoli sul mercato nordamericano sono invece rappresentati, nell'ordine: dalla concentrazione in atto nella distribuzione, dal rapido cambiamento dei consumi e dal calo complessivo della spesa per il vino. Gli Stati Uniti sono il primo mercato mondiale per consumi e import di vino, e l'Italia è

QUALITÀ, BRAND E PROPRIETÀ FAMILIARE I PUNTI DI FORZA DEI FINE WINE ITALIANI NEGLI USA

Fonte: Wine Monitor Nomisma per IGM Survey Imprese



Quali fattori hanno decretato negli ultimi 20 anni il successo del vino della sua azienda negli Stati Uniti?
Top citazioni - Risposta multipla

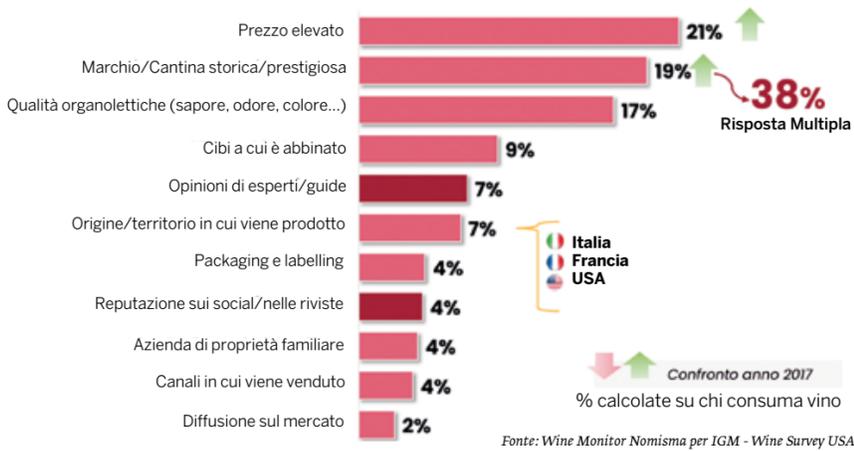


Quali fattori hanno rappresentato, invece, nel corso degli ultimi 20, i principali ostacoli al successo dei vini della sua azienda negli Stati Uniti?
Top citazioni - Prima risposta in ordine di importanza



% calcolate su imprese vitivinicole associate a IGM

QUALI FATTORI REPUTA PIÙ IMPORTANTI PER DEFINIRE UN FINE WINE?
Prima risposta in ordine di importanza



Il secondo fornitore estero dopo la Francia, 2,31 miliardi contro 1,95 nel 2023, ma nel 2024 il nostro Paese ha realizzato una crescita del 4,8% nei primi undici mesi, contro il +1,8% della Francia, grazie al contributo fondamentale degli sparkling, sebbene rispetto ai francesi rimanga ancora un differenziale di prezzo, che si sta comunque riducendo, ha commentato Pantini. Le interviste sono state raccolte tra 2.600 consumatori basati in quattro stati federali (California, New York, New Jersey e Florida), e da queste è emerso che sta aumentando la consumer base dei fine wine e che, tra le tipologie di questi vini, più della metà dei consumatori ha scelto nell'ultimo anno i rossi fermi. L'identikit del consumatore americano di fine wine è rappresentato per il 37% da wine expert, per la stessa percentuale da un esponente della upper class, per il 35% da un residente nello stato del New Jersey e per il 34% da un nativo digitale (millennial). Le caratteristiche più ricercate in un fine wine? Qui non ci sono particolari sorprese: deve essere innanzitutto "invecchiato", proprietà ricercata da tre consumatori su quattro.

stata la prima volta, nella storia contemporanea del vino italiano, di un riconoscimento simile a sud di Montalcino. Mastrobardino evidenzia - anche sulla base di confronti avuti con altri imprenditori all'interno dell'Istituto - come, nel momento in cui una cantina presenta vini dal lungo affinamento e anche vere e proprie verticali, la risposta della ristorazione sia molto favorevole, perché quei vini poi sono apprezzati dai clienti finali. "Stiamo parlando non di vini rimasti invenduti e quindi tenuti in cantina per evitare il deprezzamento, bensì di vini che sono stati progettati per uscire in distribuzione dopo anni di affinamento; di vini bianchi come il Fiano o il Greco che, dopo cinque anni, esprimono tutta la loro freschezza. L'unico limite è rappresentato dagli spazi disponibili in cantina ma, proprio per questo, una

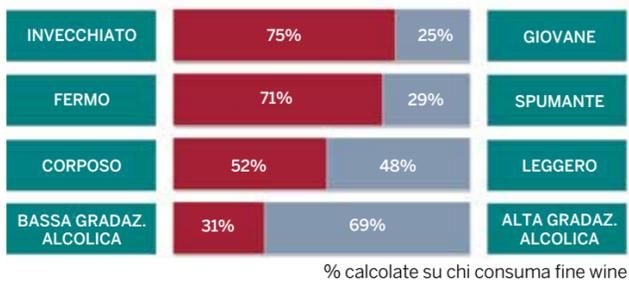
to del "pegno rotativo". "Questi prodotti sono indubbiamente utili - conferma il produttore irpino - ma vanno valutati di volta in volta perché se l'azienda ha un equilibrio finanziario sano, il costo del denaro applicato dalla banca come strumento ordinario è spesso inferiore rispetto al tasso proposto dalla banca per finanziare lo stoccaggio e l'invecchiamento".

Il "fine" tricolore vince e punta sulla nuova ristorazione

L'analisi di Nomisma-Wine Monitor affronta il tema delle abitudini di acquisto e di consumo di fine wine tra gli americani ed emerge un tendenziale aumento della spesa dedicata (lo afferma il 40%, contro un 41% di stabilità e un 19% di diminuzione), delle quantità acquistate e delle occasioni di consumo. Questo trend ascendente dovrebbe continuare nei prossimi due/tre anni premiando così l'Italia che, tra i Paesi di origine dei "vini fini", è seconda solo agli Stati Uniti nella classifica dei consumi degli intervistati, i quali hanno degustato nel 44% dei casi i fine wine domestici, nel 24% quelli italiani e nel 17% quelli francesi. La reputazione dei vini italiani, del resto, è superiore tra gli americani rispetto a quelli di ogni altro Paese straniero. E pensando ai fine wine tricolori, le caratteristiche che gli americani ricollegano sono classe ed eleganza (24%), storia/tradizione

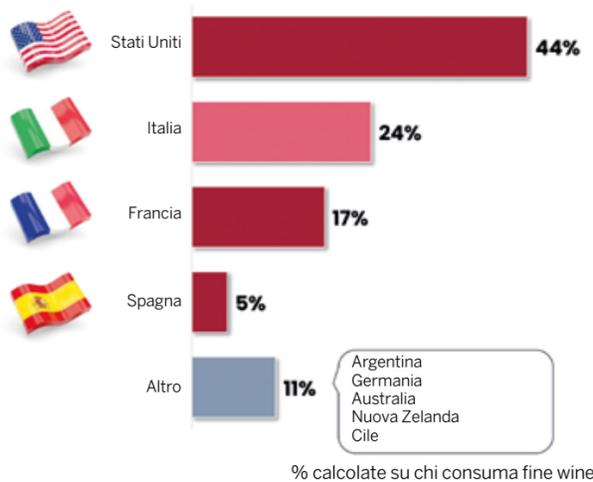
QUALI SONO LE PRINCIPALI CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE CHE RICERCA IN UN FINE WINE?

Fonte: Wine Monitor Nomisma per IGM Wine Survey USA



DA QUALI PAESI PROVENGONO I FINE WINE CHE HA CONSUMATO PIÙ SPESSO NELL'ULTIMO ANNO?
Prima risposta in ordine di importanza

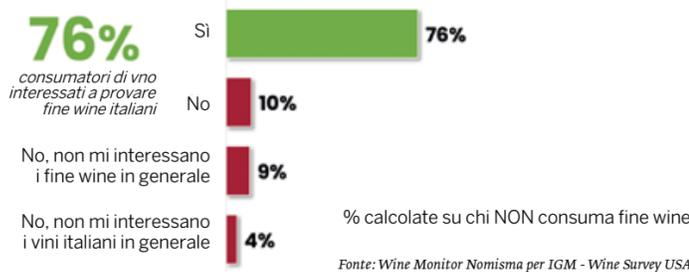
Fonte: Wine Monitor Nomisma per IGM Wine Survey USA



4 CONSUMATORI SU 10 HANNO BEVUTO UN FINE WINE ITALIANO... MA TRA CHI NON LI BEVE L'INTERESSE A PROVARLI È ALTO



Sarebbe incuriosito a provare i FINE WINE ITALIANI?



L'affinamento, fonte di valore

Proprio il tema dell'invecchiamento, che abbiamo approfondito di recente sul Corriere Vinicolo (vedi CV n. 33/2024), si impone come un aspetto fondamentale per il mercato dei fine wine e valorizzante per la cantina. Ad affermarlo è lo stesso presidente dell'Istituto Grandi Marchi, **Piero Mastrobardino**, confermando le nostre sensazioni sul fatto che, quando un'azienda vitivinicola si accolla l'onere dell'affinamento in cantina (pratica oggi sempre più rara) anziché trasferirlo al distributore o all'esercente finale, sia esso enotecario o ristoratore, questa strategia viene premiata dal mercato. "La mia azienda opera in un territorio che ha da sempre valorizzato i propri vini con lunghi affinamenti prima dell'uscita in distribuzione. I nostri Taurasi sono sempre usciti dopo 7-8 anni di permanenza in cantina. Oggi, il tannino più fine di cui disponiamo ci permetterebbe di uscire prima, ma ci rendiamo conto che l'attesa comporta ottimi risultati qualitativi e consente di applicare prezzi di vendita più elevati. Lo scorso anno, il nostro Taurasi Radici Riserva 2016 è stato considerato il quinto vino al mondo da Wine Spectator, ed è

parte degli investimenti in atto è mirata alla realizzazione di spazi nuovi per gli affinamenti". La leva finanziaria dell'invecchiamento diventa chiaramente consistente perché l'azienda allunga i tempi di incasso, dovendo far maturare per anni questi vini anziché immetterli nel mercato dopo pochi mesi, ma i prezzi di vendita sostengono l'incremento della marginalità. E tenendo in cantina il vino, il produttore lo immette in distribuzione esprimendo il massimo livello qualitativo e ottenendo un prezzo inimmaginabile per un prodotto "nuovo", dove la concorrenza sul prezzo è spesso spietata. E qui entrano in gioco gli istituti bancari che hanno attivato strumenti finanziari dedicati all'affinamento lungo, simili a quelli che diverse banche mettono a disposizione nelle denominazioni che richiedono tanti anni come la Valpolicella per l'Amarone o come Montalcino per il Brunello anche attraverso lo strumen-

(17%) e versatilità (12%). Quattro consumatori su dieci, tra il campione intervistato, hanno bevuto un fine wine italiano, ma tra gli altri sei che non lo hanno mai degustato è molto alto l'interesse a provarlo. Questa voglia diffusa tra i consumatori, anche in chiave di ricambio generazionale, impone la necessità per i grandi vini italiani di inserirsi in nuovi ambiti di ristorazione, diversi da quella "stellata", come ha evidenziato **Chiara Lungarotti**, a capo dell'azienda di famiglia con sede a Torgiano (Umbria): "Oltre al fine dining, il mondo del vino ha scoperto il casual dining, i wine bar e, più in generale, tutto quel che può avvicinare un pubblico diverso e le nuove generazioni, perché il fine dining è frequentato da un target più maturo e con maggiore capacità di spesa. Noi stessi, come azienda, siamo riusciti a entrare all'interno di catene e marchi di ristorazione davvero interessanti, in Italia e all'estero". **Andrea Guolo**



IL CORRIERE DELLE DONNE DEL VINO NEWS



ASSOCIAZIONE NAZIONALE
**LE DONNE
DEL VINO**

Il podcast

"Donne, vino e segreti" è il podcast de Le Donne del Vino per raccontare l'empowerment femminile nell'industria vitivinicola italiana. Un progetto voluto dall'Associazione nazionale Le Donne del Vino, sostenuto dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione Puglia e realizzato da La Content per ispirare, emancipare e portare consapevolezza sul ruolo e sulla professionalità delle donne nel mondo dell'industria vitivinicola italiana. I 5 episodi di "Donne, vino e segreti" sono disponibili su Spotify e tutte le principali piattaforme di streaming musicale.



**SAVE
THE DATE**
LA CONVENTION
ANNUALE DA
GIOVEDÌ 15
A DOMENICA
18 MAGGIO

Quattro giorni intensi,
ricchi di appuntamenti,
incontri, visite in
cantina, masterclass
per scoprire questa
regione



LE DONNE DEL VINO SI DANNO APPUNTAMENTO IN ABRUZZO

Le Donne del Vino abruzzesi capitanate dalla produttrice Martina Danelli Mastrangelo ci porteranno a vivere quattro giorni intensi, ricchi di appuntamenti, incontri, visite in cantina, masterclass per scoprire questa regione con una tradizione vitivinicola ricca che si estende attraverso paesaggi mozzafiato tra montagne, colline e la costa adriatica. Una grande varietà di microclimi, zone montuose, colline che influenzano il clima creando condizioni ideali per la viticoltura favorendo la produzione di uve di alta qualità come il Montepulciano, Trebbiano, Cococciola, Passerina e Pecorino, solo per citare alcune delle varietà autoctone fondamentali.

Una regione all'avanguardia caratterizzata da una combinazione di tradizione e innovazione dove si stanno esplorando tecniche moderne di vinificazione e viticoltura di precisione, pur mantenendo pratiche tradizionali; una sinergia che, negli anni, ha portato a un aumento della qualità e della reputazione dei vini abruzzesi a livello nazionale e internazionale, tanto da far sì che l'Abruzzo diventasse nel 2022 "Wine Region of the Year", titolo di conferito dal magazine Wine Enthusiast. Queste propizie condizioni hanno favorito una forte crescita dell'enoturismo. "Coltiviamo scenari futuri" sarà il titolo del convegno al centro della manifestazione. Oltre alle cantine de Le Donne del Vino abruzzesi, visiteremo "la Costa dei Trabocchi", ossia quel tratto costiero che vede la presenza di numerosi trabocchi, speciali palafitte in legno un tempo usate per la pesca che oggi ospitano locali e ristoranti, scopriremo le bellezze di Pescara e L'Aquila, che sarà capitale italiana della cultura 2026, e la Valle del Vomano, nota per le importanti e suggestive abbazie circondate da vigneti. Questa regione è un tesoro da scoprire per coloro che desiderano immergersi nella vera essenza paesaggistica, storica e culturale italiana. Si ringraziano fin d'ora l'Assessorato alla Agricoltura della Regione Abruzzo e il Consorzio di tutela Vini d'Abruzzo per l'interesse dimostrato verso questa iniziativa. Un grazie particolare va alla delegata dell'Abruzzo Martina Danelli Mastrangelo, alle vice delegate Stefania Bosco e Arianna Maria Di Pietro, alla consigliera nazionale Jenny Viant Gomez e al loro gruppo di lavoro impegnato nell'organizzazione di questa nuova avventura de Le Donne del Vino.

Segnatevi la data e non mancate!

Il tema che ci accompagnerà per tutto il 2025

Donne, Vino, Innovazione

Care Donne del Vino, ci aspetta un 2025 molto intenso ma sono certa che insieme riusciremo a realizzare tutti i nostri progetti e portare la nostra voce nell'enologia italiana per rafforzare sempre di più il ruolo femminile.

Insieme al Consiglio Direttivo, che ringrazio di cuore per tutto il lavoro che ha svolto in questi due anni di collaborazione, abbiamo svolto un tema importante che sarà il fil rouge di parte delle nostre iniziative "Donne, Vino, Innovazione" tema che ci accompagnerà per tutto il 2025. L'innovazione nel settore viticolo sta assumendo molte forme, dalle tecnologie avanzate in vigna e in cantina, alla sostenibilità ambientale, fino all'uso dei social media per promuovere il vino e comunicare con i consumatori.

Le donne, con la loro capacità di pensare in modo creativo e collaborativo, stanno guidando molte di queste innovazioni, stanno introducendo pratiche agricole sostenibili, esplorando nuove varietà di uva e creando vini che riflettono le tendenze moderne.

Il complicato lavoro di trasformare questi concetti in immagine è stato affidato all'architetto e wine designer Federica Cecchi che, come lo scorso anno, ha messo a nostra disposizione il suo talento, la sua esperienza e la sua sensibilità, dando vita al volto di questa donna che incarna la tradizione ma anche la modernità, in equilibrio tra passato e futuro che manifesta nel suo lavoro quotidiano. Come spiega Federica Cecchi nella sua intervista (vedi pag. 5) "ogni riccio diventa



una rotella simbolo di resilienza, di adattabilità e di creatività, caratteristiche essenziali in un mondo di costante mutamento". Come gioielli due gocce d'acqua si trasformano in preziosi orecchini che ci ricordano l'importanza di un futuro sostenibile. Ringrazio di cuore Federica Cecchi per questa immagine che ci ha donato e che rappresenta in pieno il cuore dell'Associazione e il desiderio di portare nel mondo del vino innovazione e sostenibilità, contribuendo ad un approccio più responsabile verso l'ambiente.

Attorno a questo tema si svilupperanno, in occasione dell'8 marzo, tutte le iniziative regionali delle Donne del Vino con degustazioni, incontri e tavole rotonde in tutta Italia. Grazie alla collaborazione con

Veronafiere, al presidente Federico Bricolo, all'ad Maurizio Danese e all'exhibition manager Gianni Bruno, ci incontreremo a Vinitaly con un calendario fitto di eventi; tra questi un'innovativa degustazione, un'esperienza immersiva tutta da scoprire che ci vedrà protagoniste al Palaexpo martedì 8 aprile, alle ore 11.30 nella sala Argento.

Il mio in bocca al lupo invece va alla delegata dell'Abruzzo, Martina Danelli Mastrangelo, e alle sue vice Stefania Bosco e Arianna Di Pietro, che da mesi stanno lavorando con grande impegno, insieme a tutte le socie abruzzesi, per organizzare la Convention nazionale che quest'anno si svolgerà dal 15 al 18 maggio nella loro splendida regione e che spero vi vedrà numerose. Daniela Mastroberardino

WALTER MASTROBERARDINO, L'IMPRENDITORE VISIONARIO CHE HA PORTATO IL VINO CAMPANO NEL MONDO

Le Donne del Vino si stringono con affetto e profonda commozione attorno alla loro presidente nazionale, Daniela Mastroberardino, per la recente scomparsa del padre Walter, venuto a mancare all'età di 92 anni nella sua Montefusco. Fondatore della cantina Terredora di Paolo, Walter Mastroberardino, classe 1933, ultimo dei figli di Michele Mastroberardino, pioniere dell'export del vino italiano nei difficili decenni dell'inizio del Novecento, è stato un imprenditore appassionato che con il suo lavoro e la sua visione ha segnato la storia del vino irpino e campano, lasciando un'eredità di passione e dedizione che continuerà a vivere. *Le Donne del Vino*



IL CORRIERE VINICOLO



A PAG. 4 Le giovani Donne del Vino

Fabiana Romanutti, direttore responsabile ed editoriale della testata quantobasta.it, presta la sua penna a D-News per raccontare, in una nuova rubrica, le giovani Donne del Vino e condividere con loro pensieri, problematiche e la loro visione sul futuro del mondo del vino al femminile. In questo numero parliamo con Noemi Pizzighella, "la più giovane vignaiola dell'Amarone".



Associazione Italiana Sommelier

IL PROGETTO FORMATIVO "ESSENZE DI VITE"

IL SOGNO DI DIVENTARE MAÎTRE, NON SOLO UN SERVIZIO MA CONDIVISIONE DI CULTURA, PASSIONE ED EMOZIONI



Conosciamo da vicino la vincitrice della borsa di studio Ais dell'Emilia-Romagna, Maria Cavanna



ho frequentato l'Istituto superiore Lazzaro Spallanzani di Castel Franco Emilia dove ho imparato moltissimo sia personalmente sia nelle materie scolastiche.

Hai svolto uno stage alla Francescana di Bottura, che cosa ti ha regalato quell'esperienza?

Quando ero in terza superiore mi è stato proposto di andare a fare uno stage da Massimo Bottura, inizialmente ero incerta e pensavo perché lo avessero chiesto proprio a me. Poi, grazie anche ai miei genitori ed amici, l'agitazione è passata e ho deciso di accettare. Non è sempre stato facile, ci sono stati momenti dove

avrei voluto lasciare tutto ma grazie al supporto della mia famiglia e al maître Beppe Palmieri ho concluso il mio percorso. Un percorso, quello alla Francescana di Bottura, che mi ha dato tanto e mi ha permesso di farmi le ossa; stare al passo con persone che ogni giorno sono determinate sempre a dare il meglio in tutti i servizi non è stato facile e spesso mi domandavo come avrei fatto ad essere sempre all'altezza. Presto ho capito che quello era lo standard di un 3 stelle Michelin e quindi mi sarei dovuta adattare e smettere di piangere per qualsiasi sbaglio che commettevo. Posso dire che lo stage mi ha cambiata in meglio, sono cresciuta e ho capito cosa si intende per crescere mentalmente.

Che cosa ti ha spinto a candidarti per partecipare al progetto "Essenze di Vite" e frequentare il corso per sommelier Ais a Modena?

Ad agosto del 2023 la mia prima visita in Sicilia alla cantina storica Florio a Marsala con degustazione di tre vini, le prime sensazioni sono state il profumo presente nella cantina e nelle botti; poi mi ha affascinato la narrazione che mi ha aperto gli occhi sull'incredibile mondo che ruota attorno alla produzione del vino, fatto di passione, dedizione e conoscenza tramandata di generazione in generazione. Il secondo punto, altrettanto importante, riguarda il significato che questo percorso formativo ha per me in relazione alla mia carriera. Frequentare il corso per sommelier Ais rappresenta non solo un passo cruciale per la mia crescita professionale, ma anche un tassello indispensabile per realizzare il mio sogno più grande: diventare maître. Questo obiettivo, che porto nel cuore da molto tempo, richiede non solo competenze tecniche e un'approfondita conoscenza del mondo della ristorazione, ma anche una sensibilità particolare verso il vino e il suo ruolo fondamentale nell'esperienza gastronomica. Sono fermamente convinta che acquisire queste competenze attraverso il corso

Ais possa fornirmi gli strumenti necessari per distinguermi nel mio ambito lavorativo e per offrire un servizio di eccellenza ai miei futuri clienti.

Cosa hai provato nell'attesa di conoscere il nome della studentessa vincitrice della borsa di studio Ais dell'Emilia-Romagna?

Ero molto in ansia, era una miscela di emozioni contrastanti: da un lato la speranza e l'entusiasmo per il possibile traguardo, dall'altro la paura di non riuscire a raggiungerlo.

Dopo pochi mesi dall'inizio del corso quali sono le tue impressioni?

Ho appena finito il primo livello del corso sommelier Ais e le prime impressioni sono state positive: un corso sviluppato in modo molto professionale come tutti i docenti che ci hanno accompagnato lungo il percorso, trasmettendoci non solo le loro competenze tecniche e teoriche, ma anche la loro passione per il mondo del vino. Ogni lezione è stata curata nei minimi dettagli, rendendo il corso un'esperienza coinvolgente e formativa.

Qual è la materia che ti appassiona di più e perché?

La materia che mi appassiona molto è "Il servizio del vino", perché inizia tutto dalla preparazione della carta dei vini, un processo che richiede competenza, cura dei dettagli e attenzione alle esigenze dei clienti. Ma ciò che rende davvero speciale questo ambito è la comunicazione con il cliente: il dialogo diventa un momento di scambio, in cui si comprendono i gusti e le preferenze per consigliare il vino più adatto, raccontando la storia e le caratteristiche di ogni bottiglia. Questo rapporto umano arricchisce l'esperienza, trasformando il semplice servizio in un'occasione per condividere cultura, passione ed emozioni.

Cosa consigli a una tua coetanea che vorrebbe avvicinarsi al mondo del vino?

Consiglierei di iniziare a piccoli passi, leggendo libri che parlano della storia del vino e di prendersi il tempo per esplorare questo vasto mondo senza fretta. Alcuni consigli pratici per approfondire la passione del vino? Sicuramente annusare qualsiasi tipo di spezia, di pianta, di cioccolato, di aromi terziari oppure secondari che non sentiamo al primo impatto, ma soprattutto aiuta il ricordo di quando si è piccoli, cioè aver sentito un odore e poi ricordarlo attraverso il vino. Un altro consiglio è visitare cantine storiche, dove ti trovi immerso nella storia e nel profumo del vino oppure coltivare la passione del vino attraverso la condivisione, quindi parlare con amici, creare momenti in cui si discute di ciò che si sta degustando rende l'approccio più piacevole e divertente. P.B.

"Essenze di Vite", il progetto formativo de Le Donne del Vino in collaborazione con Ais ha visto premiate sette giovani studentesse meritevoli di Istituti turistici e alberghieri e dato loro l'opportunità di seguire i tre livelli del corso Ais per sommelier. Grazie a questa iniziativa, le candidate stanno acquisendo competenze di alto livello, aprendosi la strada verso un futuro professionale nel campo dell'enogastronomia. Conosciamo meglio Maria Cavanna, una delle sette candidate che ha appena concluso il primo livello del corso Ais a Modena

Tra pochi giorni compirai 19 anni, quali sono i tuoi interessi e come è nata la tua passione per il vino?

Verissimo, tra pochi giorni compio 19 anni, tra i miei interessi,

dopo la scuola l'idea è frequentare l'Università di Scienze gastronomiche a Parma, come il mio professore di Sala. Amo viaggiare e, grazie alla scuola, ho visto posti che da sola non sarei mai riuscita a visitare, come Riga in Lettonia, dove ho partecipato a un concorso internazionale della categoria Restaurant service e mi sono classificata al terzo posto, oppure Alessandria in Piemonte. La mia passione per il vino è nata tra i banchi di scuola, in un primo tempo pensavo di diventare cuoca ma per fortuna ho cambiato idea scegliendo la sala e ho scoperto un nuovo mondo e il vino.

Sei originaria di San Pietroburgo, da quanti anni vini in Italia e quali sono stati i tuoi studi?

Sono nata a San Pietroburgo,

vivo in Italia da quando avevo 3 anni, ho iniziato a studiare tanto fin dall'asilo per imparare una lingua per me del tutto sconosciuta, i primi tempi non parlavo per timidezza e per timore. Dopo la scuola primaria ho frequentato le medie Galileo Ferraris dove ho vinto un concorso di poesia con una composizione dedicata alla mia nonna ("Mia nonna"); infine



IN RICORDO DI AMBRA PEROTTI TIRABOSCHI

Una Donna del Vino che ha dato un grande contributo alla nostra associazione e che mancherà a tutte noi

Nel mondo del vino, così come in altri ambiti delle professioni, si può essere leader anche senza assumere ruoli istituzionali, si può essere riconosciuti come autorevole fonte di mediazione senza mai mostrarsi arrendevoli e si può imporre un brand senza ricorrere in maniera ossessiva agli strumenti della comunicazione o della promozione, ma semmai facendo leva sull'assiduità certosina nel lavoro, sull'ascolto partecipe delle persone e dei mercati, nonché sull'identità e sulla qualità dei prodotti. Lo ha dimostrato Ambra Perotti, contitolare con il marito Franco Tiraboschi dell'azienda agricola Cà Lojera, in Lugana. La sua scomparsa, nelle primissime ore del nuovo anno - vinta, a settantasei anni, da una malattia cui si è opposta con dignitosa, silente fierezza quasi per un decennio - ha lasciato sgomenti quanti l'hanno conosciuta e l'hanno avuta amica, collega, spesso consigliera fidata nelle più diverse vicende dell'imprenditoria e, più in generale, della vita.

Vignaioli, Ambra e Franco lo divennero un po' per volta, con l'indole dell'autodidatta che impara un passo dopo l'altro. Sul finire degli anni Ottanta, avevano piantato qualche vigna su un pezzo di terra argillosa a Sirmione, quasi al confine con Peschiera del Garda, dove vivevano. Conferivano l'uva, ma erano tempi ancora difficili per la viticoltura della zona, e poteva accadere che il raccolto restasse invenduto. Così vollero provare a vinificare la vendemmia del '92, loro che di cantina non avevano alcuna esperienza. Fu la prima di una lunga serie di annate imbottigliate, alcune epocali.

Cà Lojera nacque così, radicata su un principio di empirica, pratica determinazione, e tale ha continuato a essere, divenendo nel tempo, grazie alla fervida e tenace opera di tessitura praticata da parte di Ambra (Franco si occupava, nel frattempo, della campagna e della cantina), un punto di riferimento essenziale in quel travolgente processo di affermazione della denominazione di origine del Lugana, la quale si sarebbe consolidata, nell'ultimo ventennio, come uno dei casi di maggior successo nel panorama vinicolo nazionale, con tassi di crescita qualitativi, quantitativi, commerciali e reddituali che difficilmente trovano uguali tra i vini bianchi italiani. Al punto che oggi, parlando di Ambra e tessendo un consuntivo del suo itinerario di imprenditrice del vino, sovengono quelle stesse parole con le quali Luigi Veronelli dipinse il Lugana quand'è decenne ed è in grado di stupire per la sua "composta autorevolezza". La medesima composta autorevolezza che ad Ambra è riconosciuta dai colleghi e dal territorio, e non è un caso che proprio lei sia stata pragmatica fautrice della longevità dei vini che da questo territorio si traggono, tant'è che Cà Lojera è, ad oggi, la cantina del Lugana che possiede il più profondo archivio di vecchie annate. Un altro esempio della sua concretezza lungimirante. Mancherà, Ambra, ma resterà il suo esempio.



INTERVISTA A DONATELLA CINELLI COLOMBINI



Nuove soluzioni per trovare l'equilibrio tra sicurezza e libertà di consumo



Da poco più di un mese l'entrata in vigore del nuovo Codice della strada, con l'inasprimento delle sanzioni riguardanti alcol e guida, ha sollevato preoccupazioni per il possibile impatto sui consumi di vino. Cantine, ristoranti, bar e locali si stanno prodigando per trovare soluzioni e un bilanciamento tra sicurezza e libertà individuale, promuovendo servizi di trasporto alternativi, offrendo vini al calice oppure iniziative come il "driver discount". Ne parliamo con Donatella Cinelli Colombini, fondatrice del Movimento Turismo del Vino e past president de Le Donne del Vino

In che modo queste normative stanno influenzando il settore vitivinicolo e quello della ristorazione?

Le prime notizie, che arrivano dai ristoranti, sono piuttosto allarmanti e parlano di cali nei consumi di vino di oltre il 20%. Prevedo percentuali ancora peggiori dalla primavera in poi. I dati attuali sono rilevati sui pubblici esercizi delle città dove è più semplice tornare a casa con metropolitana o taxi. Nei piccoli centri, in cui i mezzi pubblici sono

pressoché insistenti, temo che il contraccolpo sarà più grande anche perché le probabilità di essere fermati dai Carabinieri è più alto, soprattutto nelle ore notturne. Fino all'estate non sapremo il reale effetto dell'inasprimento delle sanzioni e dei controlli deciso dal ministro Salvini. Nei ristoranti in cui sono andata recentemente ho notato un rafforzamento della proposta di vino al bicchiere. Credo sia una buona idea perché consente al cliente di bere bene e abbinare il vino alle proprie pietanze indipendentemente dalle scelte degli altri commensali. Inoltre offre al ristoratore una marginalità superiore che, in parte, compensa il calo di fatturato.

Per la sua esperienza ha notato cambiamenti nel comportamento dei consumatori?

Tutti sono più prudenti di prima. Io stessa, se vado al ristorante e dopo devo guidare, non supero i 20 cl seguendo le indicazioni delle tabelle (1) affisse fuori dai ristoranti. In definitiva si tratta di una quantità sufficiente ad accompagnare il pasto, quando il

vino è buono e si intende rimanere all'interno un consumo salutare. Infatti, il consumo moderato, quello che aiuta il sistema cardiocircolatorio e allunga la vita, prevede l'assunzione di mezza bottiglia divisa su due pasti per gli uomini e di un terzo di bottiglia, divisa su due pasti per le donne. Questo significa che dovrei accompagnare la cena con 13-15 cl di vino.

Lei ha promosso uno sconto sulle degustazioni per chi guida: basterà a convincere i wine lovers?

Da solo non basterà. Accanto allo sconto noi abbiamo fatto altri interventi nelle esperienze enoturistiche, introducendo l'assaggio di cibi tipici in ognuna di esse e rendendole più diversificate: si va dalla produzione del proprio Supertuscan diventando enologi per un giorno alla degustazione itinerante accompagnata da brani sonori scelti da un musicista sommelier.

Qual è, secondo lei, il ruolo dei produttori di vino nell'educare i consumatori riguardo al consumo responsabile di alcol?

È un percorso che parte anche da piccole cose. Per esempio, la gran parte dei giovani non sa bere. Butta giù il vino come fosse acqua e questo impedisce di sentire i sapori per cui, alla fine, si beve troppo. Con questi giovani, per prima cosa, insegno il piacere del bere un sorso per volta con calma. Mostro loro che bevendo lentamente godono di più e si divertono di più senza eccedere.

Cosa è cambiato nella gestione di degustazioni o eventi in cantina?

È presto per dirlo ma c'è una differenza da tenere presente. Nelle degustazioni le persone coinvolte sono spesso professionisti o appassionati che sputano il vino per cui riescono facilmente a stare entro i limiti dell'alcol test. Invece negli eventi questo non avviene. Nessuno sputa il vino durante

i pasti. Quindi, chi deve guidare, è costretto a limitarsi a pochi assaggi. C'è anche un rovescio della medaglia: aziende con ricettività e ristorante, come la mia Fattoria del Colle, vengono preferite per matrimoni e altri eventi perché, dopo la cena e il party c'è un bel letto comodo che aspetta gli ospiti in appartamenti, ville e camere.

In Italia, le cantine vitivinicole sono soprattutto in zone rurali, spesso distanti da raggiungere con i mezzi pubblici: ritiene che la promozione di soluzioni di mobilità sostenibile, come i servizi navetta nei territori del vino, possa contribuire a mitigare l'impatto delle nuove normative?

Si lo credo, per questo insisto sui sindaci perché diano licenze di Ncc o taxi. Nell'immediato mi sembra una soluzione da perseguire.

Come vede l'evoluzione delle normative sul consumo di alcol e sulla guida nei prossimi anni?

Le norme italiane sono più o meno in linea con quelle degli altri Paesi europei. Non prevedo altri cambiamenti a breve.

Guardando ad altri Paesi europei, dove da anni è iniziata la stretta sull'alcol, quali lezioni potrebbero essere utili per il settore vitivinicolo italiano?

Il trasporto pubblico va potenziato e non solo per consentire qualche assaggio in più, ma perché i nostri bellissimi centri storici vanno liberati dalle auto private e gli abitanti delle campagne, specialmente se anziani, hanno diritto a più servizi di trasporto. In Svizzera il treno arriva ovunque, a Londra molti residenti non possiedono la macchina...

Qual è il messaggio che vorrebbe trasmettere ai consumatori riguardo al consumo di vino e alla guida?

Bevete meno ma bevete meglio, sarete più sani, più sicuri e più felici.

Paola Bosani

Note (1) <https://www.epicentro.iss.it/alcol/apd2017/poster%20fronte%20retro%20tabella%20livelli%20alcolemia%20e%20principali%20sintomi.pdf>

CONFRONTO E APPROFONDIMENTO

Donne del Vino della Toscana ed educazione finanziaria



CHI SONO LE DONNE DEL VINO DELLA TOSCANA

Le Donne del Vino toscane sono 120 cioè il 10% dell'intera Associazione nazionale e si distinguono per il loro eccezionale attivismo. Nel primo trimestre 2025 sono previsti il corso di educazione finanziaria, due degustazioni in collaborazione con i Sommelier Ais, la prima sui vini ottenuti da vitigni autoctoni di Toscana e Lazio e l'altra in occasione dell'8 marzo con tutte le Docg regionali, infine la visita alla Collezione Casamonti in Palazzo Salimbeni con l'Associazione Aigi. Fra le socie compaiono molte nuove professioniste del vino, come la grafica che disegna etichette e packaging, l'immobiliarista specializzata nella compravendita di cantine con vigneto, l'avvocatessa esperta in diritto vitivinicolo, chi si occupa di comunicazione digitale o di wine hospitality. Accanto a loro produttrici, sommelier, ristoratrici, enoteche, enologhe, esperte, giornaliste e addette ai settori commerciale e marketing del vino.

Presso la sede di Firenze della Banca d'Italia, si è svolto il primo seminario sperimentale di educazione finanziaria, in Italia, studiato su misura per le imprenditrici del settore vitivinicolo

Nella classifica del World Economic Forum sulla partecipazione femminile alla vita economica, l'Italia è al 104° posto su 146 Paesi del mondo. Le donne molto spesso delegano la gestione del denaro e questo le penalizza in termini personali e professionali, soprattutto quando devono gestire un'impresa; ciò acuisce il gender gap nei livelli di alfabetizzazione finanziaria. La Banca d'Italia da oltre un decennio è impegnata in un vasto programma di educazione finanziaria rivolto inizialmente al mondo della scuola e poi via via esteso ad ampi e importanti settori della popolazione.

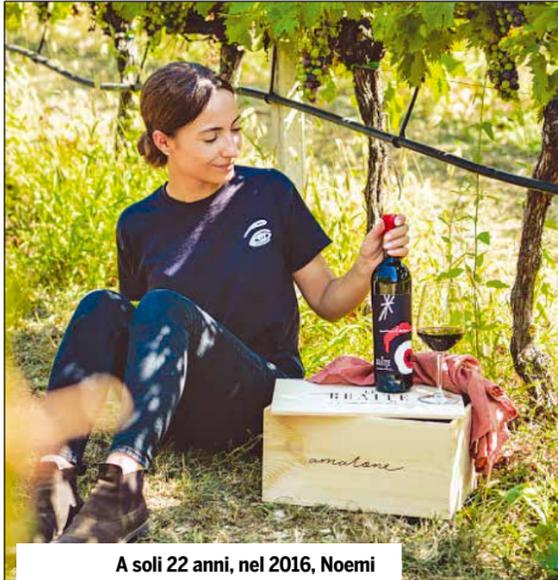
Tra i destinatari di programmi nazionali specifici le donne con il programma "Le donne contano" e le piccole imprese con il programma "Piccole imprese grandi idee".

Su richiesta delle Donne del Vino della Toscana, la sede di Firenze della Banca d'Italia ha organizzato un seminario di educazione finanziaria dedicato alle imprenditrici del settore vitivinicolo della Toscana. Il corso è stato progettato pensando alle loro esigenze e ha trattato tre tematiche: controllo di gestione: bilancio e indici, relazione banca cliente, istruttoria di credito e il monitoraggio della relazione creditizia, infine centrale dei rischi.

Il seminario, che si è tenuto il 30 gennaio scorso, ha voluto quindi rappresentare un momento di confronto e di approfondimento, rivolto alle donne del mondo agricolo toscano.

(1) https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagini-alfabetizzazione/2023-indagini-alfabetizzazione/statistiche_AFA_20072023.pdf

Le Donne del Vino sono professioniste con ruoli dirigenti soprattutto nelle cantine ma anche in enoteche, ristoranti o in altre imprese connesse al vino quali l'architettura o la compravendita di aziende. Secondo le informazioni in possesso de "Le Donne del Vino", la Toscana è un'isola felice riguardo all'educazione finanziaria perché la preparazione dei suoi cittadini è mediamente fra le migliori in Italia, anche se in nessuna regione del nostro Paese, si raggiunge la sufficienza. Tutte le indagini sull'alfabetizzazione finanziaria (Indagine 2023 di Ipsos per Unicredit, Edufin Index 2024 dell'Osservatorio di Alleanza Assicurazioni e Fondazione Mario Gasbarri con la collaborazione scientifica di SDA Bocconi, School of Management) confermano un "gender gap" piuttosto forte con un indice di 54 per le donne e 59 per gli uomini rispetto a una sufficienza di 60 punti. La Banca d'Italia conduce dal 2017, con cadenza triennale, un'indagine campionaria sull'alfabetizzazione finanziaria e le competenze finanziarie in Italia (IACOFI)(1). L'alfabetizzazione finanziaria è misurata da un indicatore complessivo che aggrega tre dimensioni: conoscenze, comportamenti e atteggiamenti. Il livello di alfabetizzazione finanziaria varia a seconda di alcune caratteristiche delle persone; aumenta al crescere del titolo di studio, il punteggio è minore tra i giovani tra 18 e 34 anni, e nella popolazione con oltre 64 anni. Vi è un divario di genere che penalizza le donne il cui punteggio risulta inferiore rispetto a quello degli uomini.



A soli 22 anni, nel 2016, Noemi Pizzighella prende in mano l'azienda di famiglia "Le Guaite", nella Valle di Mezzane nella Valpolicella Orientale e presenta il suo progetto: "Le Guaite di Noemi", nome che deriva dall'etichetta di un vino amato da Noemi che i genitori le avevano dedicato. Fin da piccola si avvicina a questo mondo, alla vendemmia e al lavoro in cantina, così, una volta scoperta la grande storia vinicola della Valpolicella, ha continuato a percorrere la strada della sua famiglia, coltivando la passione e l'amore per il territorio e per la viticoltura. Noemi con "Le Guaite di Noemi" rappresenta il futuro, senza dimenticare i valori del passato: vini che si rivolgono al panorama nazionale e internazionale. I suoi pilastri: cura, tempo, passione!

Il vino, per te: una scelta o un destino?

Entrambi! Ho sempre seguito i miei genitori in ogni momento, dalla cantina alla vigna, al lavoro collaterale, diciamo, cioè pubbliche relazioni, eventi, degustazione. Fin da quando ero adolescente li affiancavo: per imparare e perché mi piaceva il loro lavoro. Per questo poi mi hanno definita la più giovane vignaiola dell'Amarone.

Una famiglia appassionata del suo lavoro e del territorio è stata sicuramente un pilastro importante nella tua formazione,

ma come è nata la passione?

Ho avuto la fortuna di avere due genitori che fin da quando ero piccola mi hanno sempre coinvolto nel loro lavoro e mi hanno trasmesso i valori legati alla terra. Un lavoro duro ma pieno di passione per il nostro territorio, che è anche quello che contraddistingue

nel mondo il made in Italy. La mia passione è sbocciata e poi esplosa quando a 17 anni ho cominciato a lavorare in cantina. La possibilità di iniziare presto a fare esperienza diretta e poter imparare tutti i lavori collegati è stata fulminante per me.

E quindi che cosa è successo?

Ho preso in mano l'azienda nel 2016 e ho stravolto completamente la parte commerciale, il brand e l'immagine aziendale. Ciò che in famiglia, di comune accordo, abbiamo mantenuto e, semmai solo migliorato, è sempre rimasta la parte agronomica e quella di vinificazione e lavorazione in cantina. È chiaro quindi che, avendo preso in mano l'azienda a poco più di vent'anni, sono sempre stata in prima linea, sia nel portare avanti la tradizione della Valpolicella, sia nell'essere sempre presente agli eventi, istituzionali e non. Credo nel mio territorio e nella denominazione e credo che ognuno debba fare la sua parte.

Orgogliosamente ti firmi "owner", cioè proprietaria...

Non è stato semplice come in ogni

cambio generazionale, ma alla fine sono i fatti che parlano. Da una piccola azienda che eravamo e conosciuta da pochi, oggi siamo una realtà riconosciuta come una delle importanti espressioni della Valpolicella, per la sua filosofia e per la qualità dei vini. Le sfide di ogni giorno sono ciò che mi nutre, nel bene e nel male. Non tutte le sfide sono semplici ma la soddisfazione che ho nel superarle è impagabile. Sì, sono proprietaria della mia cantina ora, ma questo non cambia il mio lavoro. Da sempre ho fatto tutti i lavori legati alla mia attività, ovviamente ora mi dedico più a certi aspetti che prima magari venivano seguiti dai miei genitori, ma ho sempre fatto tutto ciò che serviva, dall'essere in vigna al commercializzare i miei vini, al comunicarli al meglio ai miei clienti.

I vini rossi, i vostri rossi così importanti, come riesci a farli conoscere e apprezzare anche dai giovani d'oggi?

Gran parte dei miei clienti che vengono a fare le visite in cantina sono giovani come me o ancora più giovani. Per me la comunicazione è tutto.

Fin dall'inizio del mio percorso ho sempre valorizzato questa parte e ci ho sempre creduto fortemente. Utilizzare il lessico corretto e mettere a proprio agio il cliente con spiegazioni adatte al suo livello di conoscenza dà una sensazione di inclusione. Per troppo tempo abbiamo comunicato il mondo del vino come se fosse elitario e riservato a pochi esperti, dimenticandoci che il nostro più importante cliente è il cliente finale, che non sempre è un conoscitore accurato del mondo del vino. A volte è ai primi approcci, a volte è a livello intermedio, o può essere anche un esperto. Ma per me è importante dare a tutti lo stesso servizio di informazione sulla mia denominazione e sulla denominazione in generale, in modo tale che una volta usciti dalla mia cantina non abbiano solo un'esperienza, ma anche una conoscenza maggiore del territorio e quindi dei miei vini. In poche parole, se non trasmettiamo le nostre conoscenze ai giovani e non li appassioniamo a questo mondo, possiamo produrre i migliori vini del mondo e/o i più importanti, ma loro berranno altro.

Che vini produci in azienda?

Produco vini rossi, importanti e meno importanti. Abbiamo una denominazione che ci permette di esprimerci in più sfumature, dal più fresco e meno impegnativo come il Valpolicella, al più complesso e impegnativo come l'Amarone. Abbiamo la fortuna che con cinque espressioni del nostro territorio possiamo accompagnare il cliente dall'antipasto al dolce. La nostra filosofia aziendale è sempre stata quella di non uscire con annate troppo recenti sul mercato. Una scelta legata alla tradizione dell'attesa del vino e alle caratteristiche dei nostri vini.

Donna del Vino e anche Sbarbatella: quanto conta per te l'associazionismo?

Conta moltissimo, ma per un'azienda piccola come la mia - abbiamo solo qualche dipendente stagionale che ci aiuta, mentre in cantina, in magazzino, siamo io e mamma a occuparci di tutto (e fortunatamente ho lei che mi aiuta) - non è così semplice partecipare ed essere sempre attive sulle attività o gli eventi che vengono fatti.

Le Donne del Vino siciliane

"DXD: CALICI DI VITA"

Le Donne del Vino - Delegazione Sicilia a Palermo per la 12ª tappa del wine dinner solidale on tour. Convivialità e solidarietà nel segno della cultura del rispetto per l'associazione "Marisa Leo aps", a sostegno dei progetti di rinascita delle donne. In due anni raccolti circa 12.000 euro a favore di nove associazioni del territorio in prima linea nel contrasto alla violenza di genere

A Palermo, la 12ª tappa del wine dinner solidale "DxD: Calici di vita". L'appuntamento on tour dell'Associazione nazionale Le Donne del Vino - Delegazione Sicilia guidata da Roberta Urso, si è svolto lo scorso dicembre nella splendida cornice liberty dello Stand Florio, sulla costa sud del capoluogo siciliano. Convivialità e solidarietà nel segno della cultura del rispetto per la "Marisa Leo aps", l'associazione creata da Nina Cammarata per continuare a promuovere il cambiamento sociale voluto dalla figlia, la 39enne di Salemi, Donna del Vino siciliana, scomparsa per mano dell'ex compagno il 6 settembre 2023.

"DxD: Calici di vita", è un progetto itinerante voluto dalla delegazione siciliana per raccogliere fondi a favore delle associazioni impegnate sul territorio regionale nel contrasto alla violenza di genere. "Questo format tutto siciliano - spiega Roberta Urso - fortemente voluto dalla nostra Marisa, ha il preciso scopo di tenere alta l'attenzione sul tema del contrasto alla violenza di genere parlando di vino: il target di riferimento è infatti rappresentato dai wine lover che partecipano ai nostri appuntamenti conviviali facendo del bene. Ossia, acquistando i vini delle socie produttrici in vendita al temporary shop, il cui ricavato per intero, unitamente a parte della quota del lunch/dinner, viene destinato di vol-

ta in volta a favore di associazioni o centri antiviolenza siciliani che in questi quasi due anni abbiamo messo in rete. Sono infatti nove quelli cui abbiamo dato voce durante le 12 tappe di DxD, che ci hanno viste attraversare la Sicilia, da Marsala, a Catania, da Modica a Mazara del Vallo, da Noto a Bronte, da Partinico a Sollichiata, fino a Palermo che ci ha ospitate per la seconda volta per la nostra ultima tappa dell'anno. Circa 12.000 euro sono, fino a questo momento, stati raccolti e immediatamente donati di volta in volta alle associazioni beneficiarie e destinate a finanziare i loro progetti a tutela di donne e bambini in difficoltà". Le produttrici dell'Associazione - che in Sicilia conta 105 socie tra produttrici, imprenditrici, giornaliste, enologhe, sommelier, agronome - han-



no messo a disposizione i loro vini per la cena, di cui parte del ricavato andrà alla "Marisa Leo aps".

Etichette speciali

Il clou di "DxD: Calici di vita", è stato il temporary store con le speciali etichette tra cui anche le Magnum che le produttrici hanno messo a disposi-

zione per la vendita; il ricavato è stato interamente devoluto all'associazione che, nata a febbraio di quest'anno, sostiene progetti di rinascita di donne che hanno trovato il coraggio di ribellarsi alla violenza. "In questo anno che è trascorso da quando Marisa ci ha lasciati - dice Antonina Cammarata, madre di Marisa e presidente dell'associazione - grazie all'Associazione Marisa Leo sono stati organizzati e avviati numerosi eventi e progetti dedicati alla

lotta contro la violenza sulle donne, continuando così il suo prezioso impegno. È un onore per me far parte di questo percorso significativo, che mi consente, insieme a persone straordinarie, di trovare la forza per andare avanti e mantenere vivo il ricordo di mia figlia e delle sue passioni. Non è un caso che, in questa speciale serata e in questo cammino, il coinvolgimento dell'Associazione Le Donne del Vino sia così significativo, poiché Marisa ne faceva parte con grande passione e dedizione. Desidero esprimere un sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno reso possibile questo evento, un'opportunità per vivere momenti di leggerezza e riflessione. Vorrei sottolineare quanto Marisa amasse il vino, e per questo motivo la presenza della vostra Associazione era fondamentale. Grazie per le emozioni che state regalando a tutti noi". Ricco il menù della serata, in un tripudio di profumi e sapori di Sicilia, che ha previsto l'entrée con finger di polpetta di pesce con salsa di pane alla menta, l'antipasto composto da tartare di pesce del giorno su crumble di pane, tagliatella di seppia croccante adagiata su riso nero e brunoise di verdure, coda di polpo grigliato su cremoso di patate e scorzetta di cedro di Trabia. Il secondo, turbante di pesce azzurro al pan d'arancio, fagiolini saltati e patate al forno. Il dessert, un omaggio all'arte della piccola pasticceria siciliana.



L'ARTE DEL DESIGN E LA BELLEZZA DELL'IMPERFEZIONE

Come vedi il mondo del vino oggi? E come valuti il calo dei consumi?

Crede che per tanti anni abbiamo sottovalutato le problematiche, dal territorio alla commercializzazione. Siamo entrati nel mondo del business senza pensare alle radici di questo lavoro e a valorizzarle al meglio per mantenerle. Produrre vino è un lavoro umile dell'agricoltura e questi valori sono la nostra tradizione da tramandare alle nuove generazioni. Ciò non significa restare fermi, restare agli anni '50-'60 del secolo scorso, ma essere responsabili del patrimonio che abbiamo.

Che consigli dai alle giovani donne che vogliono avvicinarsi nei ruoli più vari al mondo enologico?

È un mondo bellissimo dove la passione, soprattutto per noi donne, fa la differenza; la donna ha una marcia in più, ne sono fortemente convinta, e nel mondo del vino questo aspetto è ormai riconosciuto anche da molti uomini. Il mio consiglio è fare esperienza in molti ambiti del settore, anche in quelli considerati più umili come le lavorazioni in vigna o la vendemmia. Esperienze che si portano nel cuore per tutta la vita e che ampliano la nostra conoscenza. Nel mondo del vino non si è mai arrivati, quindi dico: "Avviate fame di conoscenza e di vita. E sarete un valore aggiunto".



Conoscenza, ricerca, sostenibilità e innovazione. L'intelligenza artificiale: una buona compagna di viaggio che non potrà mai sostituire l'anima, l'esperienza e la creatività dell'artista. Parliamo di questo e di tanto altro con Federica Cecchi, architetto, wine designer che da 25 anni racconta il vino e i suoi protagonisti

Sono più di vent'anni che si dedica alla comunicazione per aziende vinicole trasmettendone storia e valori. Qual è il segreto per essere sempre al passo con i tempi?

Il segreto sta nell'adattarsi ai cambiamenti con agilità e creatività. In un mondo in continua evoluzione, coloro che riescono a innovare e a reinventarsi hanno il potere di trasformare le sfide in opportunità. La chiave di volta è mantenere una mente aperta e curiosa, pronta a esplorare nuove idee e a sperimentare senza paura. Stare al passo con i tempi per me significa anche esse-



Quali sono le tendenze attuali nel design del vino che ritiene più interessanti e quali meno?

Quelle che escono dagli schemi, sfidando le convenzioni tradizionali. Trovo meno interessante fare uso di eccessivi effetti speciali tipografici che distolgono l'attenzione dal brand e dal prodotto a favore del designer. Se il progetto creativo si basa su un solido concept, non è necessario usare troppi effetti speciali che poi, in chiave sostenibile, hanno un forte impatto sull'ambiente. Qui ragiono da architetto... i miei progetti non sono la celebrazione del mio estro ma l'incontro di estetica e funzionalità dedicata al committente, a chi abiterà quella casa. Con questo approccio, metto al centro le esigenze e i desideri di chi vivrà gli spazi, cercando di creare ambienti che rispecchino la loro personalità e il loro stile di vita.

Dopo il tema "Donne, Vino, Cultura" ha creato la nuova immagine (foto in copertina) de Le Donne del Vino per il 2025 "Donne, Vino, Innovazione". Qual è il concept che ha definito gli elementi fondamentali e ha guidato il progetto?

Premetto che rappresentare 1.200 donne con le loro forti personalità in una singola immagine che sintetizzi il tema dell'anno è stata una grande sfida! Confesso che il tema del 2025 è stato più complesso da interpretare rispetto a quello del 2024. Lo studio si è orientato nel creare un incontro perfetto che celebrasse l'innovazione, la creatività e la passione di ogni donna. In un mondo in cui l'innovazione è il motore del cambiamento, la Donna del Vino si sta distinguendo sempre di più nel settore vitivinicolo, portando avanti tradizioni e nuove idee. La sua mente è una fucina di creatività, dove ogni rotella gira in perfetta armonia, intrecciando pensieri e sogni che si trasformano in realtà. Un mix di ingegno e passione che ispira anche chi la circonda. Ogni riccio diventa una rotella, simbolo di resilienza, adattabilità, creatività caratteristiche essenziali in un mondo in costante mutamento. Grazie alla sua visione e al suo impegno, la Donna del Vino, non solo si adatta ai tempi, ma diventa anche un faro di sostenibilità e speranza per le generazioni future. Ho voluto inserire dei segni importanti legati alle risorse rinnovabili: il sole, il vento e l'acqua.

L'acqua è un bene prezioso per le Donne del Vino: una goccia si trasforma in un gioiello che la Donna del Vino indossa ogni giorno. Porta con sé un messaggio universale: l'importanza della conservazione e del rispetto per le risorse naturali. Indossando questi orecchini, la Donna del Vino esprime non solo il suo amore per la natura, ma anche il suo impegno verso pratiche sostenibili e responsabili.

È un promemoria di come ogni goccia conti e di come, con piccole azioni quotidiane, possiamo contribuire a un futuro più verde. Spero che questa immagine riesca a trasmettere il potere e la determinazione che queste donne incarnano ogni giorno.

Crede che i consumatori siano sempre più interessati a scelte di packaging sostenibili?

Negli ultimi anni le persone sono diventate più consapevoli dell'esaurimento delle risorse naturali e cresce anche l'attenzione alle generazioni

CONTINUA A PAG. 6

Un altro appuntamento in Sicilia

Il 23 febbraio le Donne del Vino della Sicilia saranno protagoniste di un altro importante appuntamento a Catania dove parteciperanno con le eccellenze delle loro cantine alla serata di Gala al Teatro Sangiorgi organizzata dall'associazione Andos di Catania, un appuntamento dedicato alla promozione della cultura della prevenzione e al sostegno delle attività benefiche dell'Associazione. Allo spettacolo parteciperanno artisti nazionali, tra questi la cantante Malika Ayane. L'Associazione nazionale Donne Operate al Seno nasce nel 1976 a Trieste con l'obiettivo principale di offrire supporto e aiuto, riabilitazione fisica e psicologica alle donne affette da carcinoma mammario. A Catania Andos ha costituito il suo Comitato nel febbraio del 2004, con la premiazione "Candelora d'Oro" ricevuta durante i festeggiamenti in onore di Sant'Agata, patrona della città e dell'Associazione. Da allora le iniziative e le attività del comitato catanese sono state sempre mirate e incessanti in tutta la provincia, con la presenza di medici e volontari che prestano cura, attenzione e dedizione a ogni evento di informazione e divulgazione in difesa dal cancro, al fine di diffondere in maniera capillare la cultura della prevenzione e dell'educazione alla salute nella popolazione femminile.



SEGUE D PAGINA 5

L'ARTE DEL DESIGN E LA BELLEZZA DELL'IMPERFEZIONE

ni future. Il confezionamento tradizionale e la sua produzione hanno un impatto negativo sull'ambiente e sono assolutamente insostenibili nel lungo periodo. La sostenibilità è una questione fondamentale per molti acquirenti, il che significa che le scelte di acquisto dei consumatori nei mercati sviluppati sono in gran parte influenzate dall'impatto ambientale dei prodotti. La sostenibilità è diventata lo standard di base del design del packaging. Nei miei progetti, scelgo sempre bottiglie leggere. L'uso del vetro leggero è fondamentale per la sostenibilità del comparto enologico e contribuisce alla riduzione del consumo di ossido di carbonio per il trasporto e di meno materie prime per la produzione. Prediligo le carte riciclate, per me, naturalmente le più belle. Ogni foglio è diverso dall'altro, un intreccio di fibre che si uniscono per creare una superficie caratteristica e inimitabile. Texture e sfumature donano un aspetto naturale e autentico, che risveglia la creatività e l'immaginazione. Usare carta riciclata non è solo una scelta ecologica, ma anche una celebrazione della bellezza nell'imperfezione. Infine, adottare poco inchiostro a base di petrolio a favore di inchiostri ecologici fa sì che ogni packaging possa raccontare una storia non solo di identità ma anche di rispetto per il pianeta.

Ci sono progetti di cui è particolarmente orgogliosa? Perché?

Vitarium di San Felice. Mi sono innamorata di San Felice a prima vista, quando per la prima volta mi sono trovata davanti a un Borgo disegnato nel paesaggio toscano, sospeso in una dimensione atemporale, dove il passato e il presente si fondono in una sinfonia di colori e memorie. Ho avuto la fortuna di raccontare quattro episodi attraverso l'arte visiva e narrativa per arricchire l'esperienza, trasformando la degustazione in un vero e proprio atto culturale offrendo un dialogo profondo tra il produttore e il degustatore. Borgo con la sua trama sospesa nel tempo, "La Pieve" con un dettaglio prezioso della Pieve che si trova all'interno della tenuta, "In Avane" che celebra la biodiversità con lo zafferano etrusco, simbolo della Toscana. Infine, l'outsider, colui che esce dai canoni tradizionali: il Pugnello immerso nel suo Vitarium, il vigneto sperimentale di San Felice, custode della biodiversità vitivinicola toscana per salvare e valorizzare gli antichi vitigni autoctoni toscani.

Un altro progetto di cui sono orgogliosa è Selvante di Campo al Mare per Tenute Folanari. È stato un colpo di fulmine, a settembre passeggiando lungo il vigneto di Cabernet Franc di Bolgheri alla base di questo vino, rimasi affascinata dalla texture del terreno franco-argilloso e dal perfetto connubio tra questo vitigno e il suo terreno ideale. Ho avuto una visione: celebrare la perfezione del connubio. La texture dorata non è soltanto un piacere per gli occhi, ma racchiude in sé l'essenza di un terreno unico: il terreno franco-argilloso. Quando si parla di viticoltura, il terreno gioca un ruolo cruciale nel determinare le caratteristiche del vino. La texture dorata simboleggia non solo la bellezza visiva del terreno, ma anche la perfetta sinergia tra la terra e il vitigno, che si traduce in un supertuscan. E poi Bisciu di Manwinery, una cantina emergente che mi ha messo in mano il suo sogno di fare vino. L'immagine protagonista dell'etichetta è un riccio di mare. I ricci di mare sono in via d'estinzione e questa etichetta esprime, in tutta la sua bellezza, un essere perfetto e mira a richiamare l'attenzione sulla tutela dell'ambiente naturale. Il nome che ho "pescato" per questo rosato è Bisciu che in dialetto pugliese vuol dire gioiello. Il dialetto è parte fondante della tradizione popolare e vale la pena salvaguardarlo e valorizzarlo tenendolo sempre in vita.

Per comunicare il vino ai giovani attraverso le etichette, scelta dei colori o altro?

La comunicazione del vino ai giovani deve essere molto creativa e coinvolgente, caratterizzata da colori vivaci e design moderni per attirare l'attenzione. Inoltre, l'uso di grafiche contemporanee o illustrazioni artistiche può raccontare una storia che risuona con le esperienze e i valori dei giovani consumatori. Anche il linguaggio gioca un ruolo fondamentale: descrizioni fresche e originali, magari con un pizzico di umorismo o riferimenti culturali contemporanei, possono rendere il vino più accessibile e interessante. Infine, la sostenibilità e l'innovazione sono temi molto apprezzati dalle nuove generazioni, quindi evidenziare pratiche eco-friendly può essere un altro modo efficace per comunicare con questo pubblico. La Gen Z, la generazione economicamente più rilevante, digitalmente nativa, è abituata a interagire con il mondo attraverso i social media e le piattaforme digitali, influenzando le tendenze e le decisioni di acquisto. La Gen Z preferisce esperienze ai prodotti e sceglie brand che condividono i loro valori, tra cui l'attenzione all'ambiente.

Quanto l'uso dell'intelligenza artificiale può agevolare o sostituire la creatività?

Credo che l'AI non potrà mai sostituire la creatività, ma affiancarla. Tuttavia, l'intelligenza artificiale può diventare uno strumento potente nelle mani di artisti e creativi, fornendo nuove prospettive e possibilità. Può aiutare ad automatizzare alcuni aspetti noiosi del processo, liberando più tempo per l'ispirazione pura. In un mondo ideale, l'AI e gli esseri umani lavorerebbero in sinergia, ciascuno valorizzando le proprie unicità. La vera essenza della creatività risiede nelle peculiarità dell'individuo, nella capacità di vedere il mondo attraverso lenti personali e di trasformare quelle visioni in opere d'arte, in musica, in parole. Ogni artista, ogni scrittore, ogni musicista infonde un pezzo del proprio spirito in ciò che crea, e questo è qualcosa che nessuna macchina potrà mai replicare. La bellezza dell'arte umana sta proprio nella sua imperfezione, nelle sfumature sottili che riflettono emozioni e storie vissute, in un continuo dialogo tra passato e presente, tra sogno e realtà. La sensibilità, le radici culturali, il bagaglio esperienziale portano a scelte creative strutturate che non potranno mai essere sostituite da un freddo algoritmo. Paola Bosani

IN PILLOLE

NON TUTTI SANNO CHE...

Riflettori accesi sul mondo del vino e i suoi protagonisti. Flash news e curiosità

FORMAZIONE: IL PROGETTO D-VINO ARRIVA IN ABRUZZO E NELLE MARCHE



La delegazione abruzzese e marchigiana dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino ha dato il via al Progetto D-Vino il corso di formazione su cultura, professioni e linguaggio del vino che ha l'obiettivo di introdurre l'enologia nel novero delle materie di studio presso gli Istituti turistici e alberghieri del nostro Paese. Le Donne del Vino ritengono che una conoscenza più approfondita su questa materia possa, in primis, aumentare le prospettive di lavoro dei futuri professionisti del settore alberghiero e turistico, ma anche migliorare la consapevolezza per un consumo responsabile; quindi, implementare le prospettive di sviluppo dei distretti del vino e delle imprese che lo producono e vendono, potenziando così l'offerta e la fruizione di esperienze enoturistiche.

Campania DONNE DEL VINO, CUOCHI E PIZZAIOLI

Si è tenuta, lo scorso 9 gennaio, nella cornice dell'Hotel dei Congressi in Castellammare di Stabia, la tradizionale Festa dei Cuochi e Pizzaioli dell'Alleanza della Campania per ricordare Rita Abagnale, fiera paladina e pioniera della valorizzazione del buono e del bello nonché socia storica delle Donne del Vino della Campania. L'evento, iniziato con la presentazione regionale della guida delle Osterie d'Italia e di Slow Wine, si è concluso con una cena realiz-



zata dai cuochi e pizzaioli aderenti al Progetto regionale dell'Alleanza e i cuochi e pizzaioli "chiocciolati" delle Osterie d'Italia della Campania. Tra questi, le nostre socie: Lorella Di Porzio del ristorante "Umber-to" di Napoli, che ha proposto la cheese cake salata con baccalà,

tarallo napoletano, torzelle del Vesuvio, pomodoro confit, e Franca Di Mauro del ristorante "Il Cellaio di Don Gennaro" di Vico Equense con gli ziti spezzati al ragù napoletano. Una selezione dei vini delle produttrici della delegazione campana ha arricchito gli abbinamenti e accompagnato il ricco e goloso menu. In rappresentanza della delegazione campana hanno partecipato all'evento: le vice delegate Gilda Guida e Fosca Tortorelli e le socie Emilia Costa, Michela Guadagno, Mara

Portolano e Maria Manuela Russo. Il ricavato della serata è stato devoluto in parte all'Ambulatorio di Nutrizione del reparto oncologico del Presidio ospedaliero di Pagani e in parte al Dipartimento di Oncologia pediatrica dell'Ospedale Santobono di Napoli.



Puglia "BOLLE DI PUGLIA EXPERIENCE"

Si è svolto, lo scorso 2 febbraio, l'ultimo appuntamento di "Bolle di Puglia Experience" tra la cantina della Disfida e Palazzo della Marra a Barletta con degustazioni e masterclass a cura della socia Iliara Oliva, l'evento è stato inserito nel progetto dell'Associazione Eclettica, al quale le Donne del Vino pugliesi hanno partecipato come partner con dieci cantine e le loro bollicine. "Bolle di Puglia Experience" che attraverso degustazioni, dinner class, stand gastronomici, musica e performance artistiche coinvolge winelover e famiglie è giunto con successo alla sua quarta edizione con appuntamenti nelle aziende de Le Donne del Vino di Puglia da Lequile a Cerignola, passando per Ugento, Ostuni e Manduria, un percorso in cinque tappe organizzato dalla delegazione pugliese delle Donne del Vino, che si è confermato ancora una volta un'importante manifestazione dedicata alle bollicine pugliesi. Cinque straordinari appuntamenti che si sono svolti dall'8 dicembre fino al 2 febbraio, ognuno organizzato con cura e dedizione dalle socie sommelier Paola Restelli, Titti Dell'Erba, le produttrici Sabrina Soloperto, Michela Manduano e l'enotecaria Graziana Maiorano, in cinque territori enoici. "Bolle di Puglia Experience" si riconfer-

ma ancora una volta un format di successo, ideato per promuovere e valorizzare la conoscenza della produzione spumantistica regionale, settore che negli ultimi anni ha registrato una notevole crescita dal punto di vista qualitativo e non solo. Nonostante il calo dei consumi dopo l'introduzione delle nuove disposizioni del codice della strada, il settore della spumantistica pugliese ha mantenuto un trend dei consumi positivo. Susumaniello, Negroamaro, Primitivo, Verdeca, Bombino bianco e nero, Fiano, solo per citarne alcuni, i vitigni dai quali nascono i vini delle socie pugliesi proposti per le varie degustazioni itineranti, per un tour nelle cantine, nei palazzi storici e ristoranti tra i più noti, da Nord a Sud della Puglia.

Le socie che hanno aderito all'iniziativa:

Cantine: Apollonio, Caiaffa Vini, Cantele, Cantina La Marchesa, Cantine Due Palme, Cardone, Madri Leone, Mandwinery, Produttori di Manduria, Soloperto Vini, Tenute Rubino, Vetrère, Vignaflora, Vigneti Calitro, Villa Agreste.

Enoteche: WalkingWine di Graziana Maiorano.

Sommelier e wine communicator: Titti Dell'Erba, Iliara Oliva, Paola Restelli.

Si ringraziano i ristoranti che hanno ospitato due serate: Duca Salotto dei Sapori di Ugento e Vineria Popolare di Rosario Didonna a Cerignola.



In **Abruzzo** si è svolto in collaborazione con lo storico Istituto alberghiero "Filippo De Cecco" di Pescara. Il progetto, coordinato dalla docente di scienze e cultura dell'alimentazione dell'istituto pescarese, Eleonora Nargi, conterà in una serie di incontri tenuti dalle socie sia nelle aule sia nelle cantine, secondo un metodo di apprendimento fondato sull'esperienza pratica diretta, che mette a contatto gli studenti con professionisti che seguono l'intera filiera produttiva del vino, come le imprenditrici Paola Mazzocchetti (Azienda Fattoria Colline Verdi di Costantini), Ersilia Di Biase (Cantina Di Biase), Stefania Pepe (omonima cantina) e Simona Di Candilo (Tenuta Oderisio), gli avvocati specializzati in Diritto vinicolo ed agroalimentare Arianna Di Pietro e Valentina Bravi, la scrittrice enogastronomica Chiara Cecamore e le giornaliste Eleonora Lopes (direttore di Abruzzo Impresa) e Jenny Viant Gomez (fondatore di MasWine). Per presentare il corso si è svolto un incontro inaugurale, introdotto dalla dirigente scolastica del "De Cecco", Alessandra Di Pietro, e dalla delegata regionale delle Donne del Vino, Martina Danelli, la quale ha dichiarato: "Siamo orgogliose di questo nuovo progetto lanciato: miriamo a fare del vino una materia scolastica ove opportuno, nell'auspicio che le autorità com-

petenti comprendano il significativo apporto di tale prodotto all'economia nazionale. Una formazione specifica incentrata sull'enologia consentirà ai professionisti del futuro di entrare molto più preparati nel settore vitivinicolo, con evidenti e notevoli benefici per loro stessi, per le aziende e per i territori in cui operano, che potranno diversificare in maniera marcata la loro offerta. Ringraziamo l'Istituto De Cecco per l'opportunità concessa e la fiducia accordataci, che intendiamo ricambiare formando gli studenti nella miglior maniera possibile, sotto la guida di professionisti esperti e competenti".

Nelle **Marche** le Donne del Vino capitanate da Daniela Sorana con le vice Nazzarena Ceci e Stefania Palazzesi hanno dato il via al progetto D-Vino nell'Istituto alberghiero Panzini di Senigallia (An), grazie agli accordi presi con i professori Luca Facchini, collaboratore del dirigente e referente per la formazione interna ed eventi, e Luigino Bruni, insegnante e referente del settore sala e vendite. Agli incontri con le Donne del Vino marchigiane parteciperanno le classi del 3°, 4° e 5° anno, 6 incontri, dal 22 gennaio al 27 febbraio 2025. "Abbiamo voluto, anche attraverso i vini, dare un tema a ognuno dei primi 5 incontri: Bollicine, Verdicchi, Altri Vini Bianchi, Rossi, Vini speciali".



Social, Pr e Media relations del vino: CENTO FAQ PER INTERAGIRE CON IL MERCATO USA

Un libro che si conferma un riferimento indispensabile per chi vuole migliorare la propria strategia comunicativa ed espandere il proprio business nel mercato statunitense

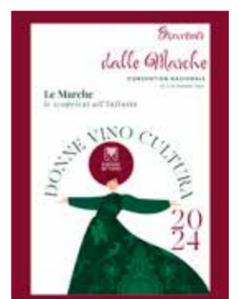
Per i produttori di vino italiani che vogliono affermarsi nel complesso mercato statunitense, un nuovo libro si propone come guida pratica e strategica. "Social, Pr e Media relations del vino: cento FAQ per interagire con il mercato Usa" è il titolo dell'opera firmata da Stevie Kim e Gino Colangelo, edita da Mamma Jumbo Shrimp. Il volume è una risorsa preziosa per chi opera nel settore vinicolo e cerca indicazioni su come comunicare e vendere con efficacia negli Stati Uniti. L'obiettivo degli autori è offrire strumenti pratici e risposte dirette alle domande più comuni poste dai produttori italiani che vogliono espandersi negli Usa. Scritto in italiano per un pubblico specifico di produttori ed esportatori, il volume sarà presto disponibile anche in inglese e in altre lingue per rispondere alle esigenze di un pubblico internazionale.

Attraverso cento domande e risposte, gli autori affrontano i temi chiave della comunicazione digitale, delle Pr e delle media relations nel settore vinicolo. Tra i temi trattati troviamo: come identificare e contattare gli influencer americani più adatti per promuovere un brand; quali social media sono più efficaci per il mercato Usa; strategie per ottenere recensioni su testate di rilievo e punteggi elevati dai critici più influenti; come navigare il panorama mediatico statunitense per costruire una solida reputazione di marca. Organizzato in 12 capitoli tematici, il libro fornisce consigli pratici, strategie di marketing e casi studio reali, rendendolo uno strumento essenziale per ogni produttore che ambisce a conquistare il mercato americano. Gli Stati Uniti rappresentano infatti il più grande mercato vinicolo del mondo, ma anche uno dei più competitivi e costosi. Per questo motivo, una strategia ben pianificata è fondamentale per evitare errori costosi e massimizzare l'impatto delle proprie azioni di marketing e comunicazione. Grazie all'esperienza di Stevie Kim e Gino Colangelo, il libro fornisce una mappa dettagliata per orientarsi tra i media, gli eventi, le recensioni e i trend del settore, offrendo un supporto concreto a chi vuole emergere e consolidare la propria presenza negli Usa. Chi sono gli autori e l'editore. Stevie Kim, chi non la conosce? Esperta di marketing e comunicazione del vino italiano, è la mente dietro Vinitaly International e una delle figure più influenti nel panorama vinicolo internazionale. Gino Colangelo è fondatore e presidente di Colangelo & Partners, una delle principali agenzie di Pr e marketing per il vino negli Usa, con oltre vent'anni di esperienza nel settore. Mamma Jumbo Shrimp è una media agency italiana specializzata nella creazione di contenuti per il settore vinicolo, food & hospitality. Il libro è disponibile su Amazon.



Convention delle Marche 2024 UN BOOK FOTOGRAFICO PER RICORDARE UN'ESPERIENZA INDIMENTICABILE

Il 2024 è stato un anno intenso e ricco di soddisfazioni per la nostra delegazione Marche. Un anno che ha visto la nostra regione protagonista della Convention nazionale 2024, un evento di grande rilievo che ha riunito tante Donne del Vino in un'esperienza indimenticabile. Vogliamo innanzitutto ringraziare chi ci ha supportato e ha creduto in noi, contribuendo al successo della Convention tenutasi lo scorso giugno. La numerosissima partecipazione e gli apprezzamenti ricevuti hanno ripagato ogni nostro sforzo organizzativo, superando ogni aspettativa e rafforzando la nostra determinazione nel promuovere il territorio marchigiano come destinazione di eccellenza nel mondo del vino. Sull'onda di questo entusiasmo, abbiamo deciso di realizzare un book fotografico che racconta i momenti più significativi della Convention, raccogliendo immagini che immortalano l'energia, la passione e la bellezza di quei giorni condivisi dal 20 al 24 giugno. Speriamo che sfogliarlo sia per voi un piacere tanto quanto lo è stato per noi realizzarlo! È possibile consultare l'album al seguente link: <http://bit.ly/4aERRd9> Grazie ancora per aver condiviso con noi questa splendida esperienza e per il continuo sostegno alla nostra delegazione e ai progetti che portiamo avanti con passione. *Le Donne del Vino delle Marche*



Friuli-Venezia Giulia e Piemonte IL LATO FEMMINILE DI BAROLO E BARBARESCO

Giovedì 13 febbraio a Udine presso il Centro culturale delle Grazie, l'Associazione Italiana Sommelier del Friuli-Venezia Giulia, in collaborazione con le delegazioni Friuli-Venezia Giulia e Piemonte dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, ha organizzato una degustazione speciale dedicata ai vini Barolo e Barbaresco dal titolo "Il lato femminile di Barolo e Barbaresco. Il Nebbiolo interpretato magistralmente da quattro produttrici piemontesi", un'occasione unica di degustare quattro declinazioni di Barolo e Barbaresco interpretate da altrettante vignaiole piemontesi: Ivana Miroglia di Tenuta Carretta e delegata regionale Piemonte con il suo Barbaresco Docg "Garassino" 2021; Valentina Gorla, Azien-

da agricola Voerzio Alberto che ha presentato un Barolo Docg "La Serra" 2020; Bruna Grimaldi, Azienda agricola Bruna Grimaldi che ha portato in degustazione il Barolo Docg "Badarina" 2020; Riikka Sukula, Azienda agricola Riikka Sukula con il suo Barolo Docg "Meriamè" 2019. Quattro modi di fare vino, ma anche altrettante zone con terreni unici in grado di evidenziare diverse caratteristiche all'interno del calice. Ringraziamo la nostra socia Fedora D'Angelo per l'idea del progetto e il sostegno organizzativo, il delegato Ais Ud Vladimiro Tulliso, la consigliera Ais Fvg Mara Micolino e Bruno Cataletto, sommelier e degustatore Ais, che ha guidato la degustazione.

Piemonte BANCA DEL VINO: I VINI DEI CAMPI FLEGREI INCONTRANO IL POGGIO DI GAVI

Sabato 25 gennaio scorso, tre Donne del Vino sono state protagoniste di un'altra serata di formazione, assaggi e abbinamenti. Questa volta la Banca del Vino - sede di Acqui Terme, coordinata dalla nostra associata Laura Norese - è stata ospite della vicepresidente nazionale Francesca Poggio a Il Poggio di Gavi. Ospite speciale dell'evento, la nostra Cristina Varchetta delle Cantine Astroni di Napoli che, dopo un lungo viaggio in treno dai Campi Flegrei, ha portato con sé il racconto della sua azienda, delle uve coltivate a piede franco - Falanghina e Piediroso - sui suoli vulcanici, in un'oasi WWF, che dona ai vini grande sapidità e carattere. Francesca Poggio, come sempre, ci ha accolti con il suo entusiasmo e il suo calore contagioso. Anche questa volta i posti sono andati esauriti, confermando il forte interesse per questi momenti di approfondimento e confronto. A rendere la serata ancora più speciale, la presenza della gioiosa famiglia di Francesca Poggio: la figlia Giorgia, il marito Angelo e la sorella Alessandra, che non mancano mai di regalare sorrisi, anche quando il lavaggio bicchieri di mezzanotte si trasforma in un momento di racconti e aneddoti. Un evento reso possibile grazie alla Banca del Vino, che ha conservato le annate di Cantine Astroni, continuando a essere il cuore pulsante di questi incontri.



Vini in degustazione.

Durante la serata sono stati aperti e degustati sei vini conservati dalla Banca del Vino di Pollenzo, con un confronto tra diverse annate e tipologie:

Campi Flegrei Falanghina Colle Imperatrice 2023 - Cantine Astroni; Campi Flegrei Falanghina Colle Imperatrice 2022 - Cantine Astroni; Campi Flegrei Bianco Tenuta Jossa 2020 - Cantine Astroni; Campi Flegrei Falanghina Vigna Astroni 2019 - Cantine Astroni; Campi Flegrei Piediroso Colle Rotondella 2021 - Cantine Astroni; Campi Flegrei Piediroso Colle Rotondella 2022 - Cantine Astroni.

In apertura Francesca Poggio ha servito due sue etichette: **L'Eco Frizzante metodo ancestrale** e il **Gavi Docg del Comune di Gavi Rovereto metodo classico 2017 FP**. Come da tradizione, la serata si è conclusa con un momento conviviale. L'attenzione e la partecipazione dimostrano ancora una volta il valore di questi incontri, che permettono di conoscere il vino non solo attraverso il calice, ma attraverso le storie e le persone che lo producono.

Dwine

Dalle cantine al femminile le proposte di punta delle nostre socie

"FRECCIANERA" EXTRA BRUT MILLESIMATO 2020

FRECCIANERA FRATELLI BERLUCCHI /www.freccianera.it
PIA DONATA BERLUCCHI

Freccianera Extra Brut Millesimato 2020. Franciacorta Millesimato Brut Docg è un millesimato sontuoso, importante ma anche fresco ed elegante. Prodotto da una selezione di uve, 50% Chardonnay, 40% Pinot nero, 10% Pinot bianco, da vigneti di proprietà della famiglia in Borgonato di Corte Franca, Torbiato di Adro e Provaglio di Iseo, resta sui lieviti almeno 40 mesi. Da una selezione dei 55 ettari di Chardonnay e Pinot bianco e dei 5 ettari di Pinot nero. Al palato presenta una mineralità spiccata che si integra con le note agrumate di bergamotto e chinotto e con le note tostate della lunga lievitazione in bottiglia. Il perlage crea stupore per persistenza e numerosità delle bollicine. Freccianera è il nome che distingue tutti i Franciacorta dell'Azienda Agricola Fratelli Berlucci che dal 1927 produce vini di qualità utilizzando solo uve delle proprie vigne, vendemmiate a mano, con maturazione e imbottigliamento nella propria cantina a Borgonato di Corte Franca. Socio fondatore del Consorzio Franciacorta, l'azienda ne interpreta il metodo e il disciplinare con cura artigianale e maestria producendo quattro millesimati pluripremiati, Brut, Satèn, Rosa e Nature, due Riserve Casa delle Colonne e Brut 25, un Blanc de Blancs tra i più amati in Europa.



"DONNA LUCIA" PASSITO IGP

TENUTA C'EST LA VIE /www.tenutacestlavie.it
LUCIA VELIA MORASCHI

La Tenuta C'est la Vie si trova sull'isola di Ischia, è costituita da 8 ettari, in parte vigneti sorretti da terrazzamenti tufacei detti parracine e circondati dal mare. La cantina è scavata in una roccia di tufo verde del 1700 completamente a mano, è moderna con botti di acciaio e barrique in legno, da lì un panorama mozzafiato sull'infinito del mare. Quattro gli ettari di vigne piantate con le varietà native: Biancolella, Forastera, Uvarilla, San Leonardo e Piediroso. Il "Donna Lucia" Passito Igp: le uve vengono fatte appassire in campo sulla pianta e dopo circa tre settimane di appassimento naturale vengono raccolte a mano e portate subito in cantina. Terminata la fermentazione alcolica il vino subisce un passaggio in legno. Il suo colore è giallo dorato con riflessi ambrati limpido con sensazioni olfattive di albicocca, uva passa e fichi secchi. Al gusto si presenta dolce, perfettamente equilibrato con retrogusto di avvolgenti note di frutta secca. Da abbinare con formaggi erborinati, dolci da forno alle mandorle o secchi come le zepole ischitane. Tenuta C'est la Vie è il luogo ideale per gli amanti dell'enoturismo: le storiche cantine, le vigne affacciate sul mare e la cucina del Bistrot offrono un'esperienza unica tra vino e sapori di Ischia.



PROMUOVI LA TUA ETICHETTA SU DNEWS DWINE, DALLE CANTINE AL FEMMINILE LE PROPOSTE DI PUNTA DELLE SOCIE

DNews, il Corriere delle Donne del Vino, è il mensile del mondo del vino al femminile allegato al Corriere Vinicolo. Viene distribuito ad un selezionato database di produttrici vitivinicole, ristoratrici, enotecarie, sommelier, giornaliste oltre naturalmente a tutti gli abbonati al Corriere Vinicolo e ai soci Unione Italiana Vini e socie Donne del Vino.

Se vuoi raccontare il tuo vino e la tua azienda, puoi farlo promuovendo una o più etichette della tua cantina attraverso questa pagina.

SE DESIDERI ADERIRE ALL'OFFERTA INVIA UNA MAIL A
DONNE@LEDONNEDELVINO.COM
E TI DAREMO TUTTE LE INFORMAZIONI NECESSARIE



Firma la dichiarazione a sostegno del settore:
Il vino è cultura, convivialità, tradizione

DIFENDI LA "CULTURA DEL VINO" E DELLA "CONVIVIALITÀ"



Il vino è tradizione e cultura

Il vino, pietra miliare della cultura, si è trasformato nel corso dei secoli da elemento nutritivo a rituale sociale. Il vino favorisce la sostenibilità ambientale e la coesione sociale. I vigneti e i paesaggi vitivinicoli simboleggiano la ricca interazione tra uomo e natura di generazione in generazione e sono riconosciute dall'UNESCO come parte integrante del nostro patrimonio culturale materiale e immateriale.



Il vino è moderazione

Il vino, gustato con moderazione, può essere parte di uno stile di vita moderato, equilibrato e sano. Il vino incarna cultura, piacere, gusto, comunità e favorisce la convivialità che si esprime nell'atto di condivisione. Sposare il consumo moderato di vino è parte integrante dell'arte di vivere di numerose culture.



Il vino è comunità e sostenibilità

L'importanza socioeconomica dei vigneti, delle pratiche agricole vitivinicole e della produzione di vino nelle aree rurali è innegabile. Il settore vitivinicolo è determinante per la tutela dell'ambiente, dei territori e delle comunità rurali.

PERCHÉ SOTTOSCRIVERE QUESTA DICHIARAZIONE? OGNI PICCOLA GOCCIA AIUTA A RIEMPIRE IL MARE!

Sostenendo questa dichiarazione:



Riconosco l'importanza di preservare il vino e il suo patrimonio storico-culturale



Riconosco l'importanza di preservare il legittimo ruolo del vino all'interno di uno stile di vita sano ed equilibrato



Sostengo il valore del vino nella tutela delle aree rurali e della loro economia



Rivendico il mio diritto a consumare il vino in modo consapevole, responsabile e moderato

Unisciti e firma!



Oppure vai su:

www.vitaevino.org



SCEGLIERE | CONDIVIDERE | PRENDERSI CURA



Mario Rossi





enovitis

IN CAMPO

ORGANIZED BY



UNIONE ITALIANA VINI

PROVE DI MACCHINE NEL VIGNETO

18-19 GIUGNO 2025

CANTINA MARRAMIERO

ROSCIANO (PE)



MARRAMIERO

IMPRESSO NEL VINO

www.enovitisincampo.it

info@enovitis.it





IL CONGRESSO INTERNAZIONALE SU STILI DI VITA E SALUTE PROMOSSO DA WINE IN MODERATION, WINE INFORMATION COUNCIL E ISTITUTO PER LA RICERCA SU VINO, ALIMENTAZIONE E SALUTE

OLTRE LA SALUTE Parliamo di vino e benessere, stili di vita e longevità

di GIULIO SOMMA e GIULIO DIVO



IL COMMENTO DEL PRESIDENTE DI UIV, LAMBERTO FRESCOBALDI

Riportare il dibattito su un corretto terreno scientifico

“Il dibattito sugli effetti che il consumo di bevande alcoliche, tra cui il vino, ha sulla salute deve essere riportato su un terreno prettamente scientifico perché solo in questo modo si offre al consumatore una informazione corretta e quindi utile per guidare scelte alimentari giuste”. Il presidente di UIV, **Lamberto Frescobaldi**, interviene sul dibattito vino e salute in vista del congresso internazionale promosso da Wim, Wic e Irvas, sottolineando come “i produttori vitivinicoli italiani e l’Unione Italiana Vini guardano con grande favore e interesse il simposio scientifico ‘Lifestyle, Wine, Diet and Health Congress’, perché siamo convinti che solo dal confronto tra ricercatori medici e studiosi di tutto il mondo possa emergere una conoscenza chiara e fondata su un tema che, purtroppo, è stato troppe volte strumentalizzato in questi ultimi tempi”.

Continuiamo ad assistere a vere e proprie crociate mediatiche contro le bevande alcoliche e il vino in particolare, costruite su letture parziali, e spesso faziose, di alcune ricerche considerate scientifiche, continua il presidente di UIV, “i cui risultati sono stati contraddetti da altrettanti studi spesso molto più ampi e approfonditi. Manipolare le conclusioni della ricerca e utilizzarla strumentalmente per battaglie politiche o, peggio, economiche non è solo scorretto da un punto di vista intellettuale ma anche lesivo dell’interesse pubblico laddove a scendere in campo sono istituzioni e organismi internazionali considerati autorevoli come l’Oms (oggi più che mai sotto analisi per la gestione del Covid-19) che utilizzano proprio questa loro autorevolezza per orientare l’opinione pubblica. La scienza è un metodo per trovare risposte vere, non dogmi o soluzioni di comodo”.

Davanti a questa offensiva diventa giusto e legittimo contrastare “con tutte le nostre forze un’ondata di opinione pseudoscientifica, falsamente animata dall’interesse verso la salute pubblica - prosegue Frescobaldi - ma in realtà orientata a colpire alcuni comparti produttivi tra cui quello del vino. E dobbiamo difenderci sostenendo, nei limiti delle nostre possibilità, spazi di confronto scientifico autentico, serio, scevro da condizionamenti, come è il prossimo appuntamento internazionale di Roma, continuando il nostro lavoro per diffondere tra i consumatori la cultura di un bere consapevole, moderato



e a tavola come suggerisce il modello mediterraneo”. Le statistiche sull’aspettativa di vita confermano che nel bacino mediterraneo si registra la maggiore longevità, un fenomeno strettamente legato ai benefici della dieta mediterranea, ricca di alimenti sani e naturali. Un ulteriore valore scientifico del “Lifestyle, Wine, Diet and Health Congress” è proprio quello di contestualizzare gli studi scientifici sugli effetti dell’alcol sulla salute umana nell’ambito del più ampio tema degli stili di vita e della dieta. Il vino è un alimento, oltre che essere un piacere, ed è così che va considerato dalla ricerca nutrizionale. “Oggi nella comunità medico-scientifica italiana e internazionale - conclude Lamberto Frescobaldi - è diventato quasi rischioso assumere un atteggiamento cauto verso questo argomento e riconoscere valore a quegli studi che confermano la correlazione tra longevità e consumo responsabile e moderato di vino. Questo ‘atteggiamento’ oscurantista non ha nulla di scientifico, è ideologico, manipolatorio e deve essere combattuto per restituire alla comunità scientifica internazionale quella legittima libertà di pensiero che rappresenta il fondamento del progresso scientifico. Perché solo così si riuscirà a restituire serietà e autorevolezza a un dibattito scientifico che riguarda la salute di tutti, dove è in gioco la tutela di un immenso patrimonio storico, culturale e paesaggistico rappresentato dalla coltivazione della vite e quindi dal vino”.

Necessario riposizionare il dibattito sugli effetti del consumo moderato del vino in una prospettiva nuova. Al congresso medico internazionale “Lifestyle, Diet, Wine and Health” in programma a Roma tra il 26 e il 28 marzo, si parlerà di stili di vita, benessere e invecchiamento oltreché del ruolo del vino come alimento. Sarà un’occasione per bilanciare una comunicazione spesso imprecisa e demonizzante. Che finisce con il penalizzare anche i consumatori. “Dobbiamo riportare il dibattito su vino e salute su un terreno scientifico per dare al consumatore una informazione corretta e utile” dichiara Lamberto Frescobaldi (presidente UIV). “C’è troppa confusione: la scienza deve fare chiarezza” ribatte Sandro Sartor (presidente Wim). “Fare il punto sulle conoscenze in termini di benessere e invecchiamento legati a stili di vita e consumo di vino” gli obiettivi del congresso tracciati da Attilio Giacosa (presidente Irvas)

“Dobbiamo riportare il dibattito sugli effetti del consumo di vino sulla salute su un terreno prettamente scientifico perché solo in questo modo si offre al consumatore una informazione corretta e quindi utile per guidare scelte alimentari giuste”. Con queste parole al nostro giornale (vedi box qui a sinistra) **Lamberto Frescobaldi**, presidente di Unione Italiana Vini, commenta l’annuncio del congresso internazionale “Lifestyle, Diet, Wine and Health” organizzato da Wine in Moderation (Wim), Wine Information Council (Wic) e Istituto per la Ricerca su Vino, Alimentazione e Salute (Irvas) tra il 26 e il 28 marzo prossimi a Roma, presso l’Auditorium Antonianum. Quello di Roma sarà un incontro denso di appuntamenti con relatori internazionali di prestigio, finalizzato a fare ordine nel mare magno delle informazioni legate a salute, stile di vita, longevità felice. Cercando così il giusto balance - cioè

Partiamo dal concetto di... benessere

Partiamo allora da un tema centrale dei lavori congressuali e da un concetto basilare che fungerà da filo rosso a unire i contributi di tutti gli esperti che interverranno: quello di benessere. Secondo la definizione dell’Organizzazione Mondiale della Sanità, oggi possiamo intenderlo come “una condi-





L'IMPORTANZA DEL CONGRESSO SECONDO SANDRO SARTOR, PRESIDENTE DI WINE IN MODERATION

La scienza deve fare chiarezza

“I messaggi che vengono veicolati ogni giorno dai media in relazione al consumo di alcolici, e di vino in particolare, sono estremamente confusionari e spesso al limite del contraddittorio. Se un giorno viene enfatizzato lo studio che pone l'equazione zero alcol=zero rischio per la salute, lasciando intendere che non vi sia spazio nemmeno per il consumo moderato, ecco che il giorno successivo importanti organismi di controllo indicano come un consumo moderato di alcolici possa addirittura essere considerato benefico per diminuire il rischio di mortalità generale”. Sandro Sartor, presidente di Wine in Moderation, sottolinea con queste parole l'importanza - e l'urgenza - di arrivare a un momento di chiarezza scientifica sul tema degli effetti del consumo di vino sulla salute umana. “Dato che questo è un settore industriale che risente in maniera importante degli umori dell'opinione pubblica - continua Sartor - guardiamo con un misto di preoccupazione e irritazione un'informazione estremamente ondivaga e spesso poco precisa. È per questo motivo che, con molta umiltà e voglia di apprendere, abbiamo deciso di organizzare un congresso internazionale a cui abbiamo invitato alcuni tra i massimi esperti nazionali e internazionali in fatto di salute e nutrizione. Lo abbiamo fatto perché abbiamo bisogno noi per primi di avere dei punti fermi, grazie ai quali chiarire la situazione sulla base delle conoscenze medico-scientifiche, in modo da far valere le nostre istanze anche sui tavoli dei decisori politici, ripulendo il dibattito da quelle estremizzazioni che, a oggi, non sembrano essere corroborate dall'unanimità della ricerca medico scientifica”. Il settore del vino ha tutto l'interesse a comprendere lo stato dell'arte rispetto alla questione, “tanto come produttori quanto come consumatori. Speriamo - conclude il presidente di Wim - che attraverso le risultanze congressuali, ci si possa lasciare alle spalle un momento di grandi tensioni e scarsa chiarezza. Un periodo che ha fatto del male a un settore importante anche in termini economici e occupazionali, tanto diretti quanto pensando all'indotto. Ma che, soprattutto, ha creato confusione nel consumatore, facendo intendere che anche un consumo moderato e responsabile deve essere considerato come un abuso e un rischio personale e sociale”.



Attilio Giacosa



zione di completo benessere fisico, mentale e sociale e non esclusivamente legato all'assenza di malattia o infermità. Si tratta di una definizione che, nel corso del tempo, si è evoluta in parallelo al cambiamento della situazione sociosanitaria mondiale. Nel 1948 l'Oms infatti definiva il benessere come assenza di malattia fisica e mentale unita a un'adeguata integrazione sociale. Salute e lavoro, in quel momento storico, erano quanto di più prezioso potesse avere un essere umano, dato che si era appena usciti da una guerra mondiale e l'aspettativa media della vita di un essere umano era di soli 48 anni. Oggi la stessa aspettativa tocca i 73 e, nei Paesi ad alto reddito (come l'Italia), si attesta a 84,01 anni. I progressi della medicina, della nutrizione, dell'igiene, la maggiore distribuzione della ricchezza globale (nonostante un aumento vertiginoso della popolazione) hanno allungato di quasi 30 anni l'aspettativa di esistenza di un abitante medio del nostro pianeta.

Tuttavia longevità non significa sempre e comunque benessere. È bello sapere di poter allungare la propria esistenza, ma questa stessa deve essere di buona qualità, attiva e libera da malattie. È per questo che, nel tempo, si è fatto largo un altro concetto, quello che nei Paesi anglosassoni viene definito “healthspan”. Si tratta di una parola che significa, grosso modo: “durata della vita in buona salute”. Uno dei massimi teorici e studiosi della healthspan è Matt Kaeberlein, biologo statunitense e riferimento mondiale per ciò che riguarda la biologia dell'invecchiamento. Kaeberlein, di fatto, ha rivoluzionato il concetto di salute quando, nel 2018, ha definito la healthspan come “una vita libera da malattie croniche e disabilità età-correlate”.

Ebbene, il tema della relazione tra benessere ed età anagrafica sarà centrale nei lavori congressuali. Perché si cercherà, sulla base delle più aggiornate informazioni mediche, di stabilire quali siano le abitudini di vita che concorrono al mantenimento della buona salute nel tempo. “Le statistiche indicano

come, in media, gli ultimi dieci anni di vita di un individuo siano spesso contraddistinti da patologie croniche e disabilità. La medicina è in grado di allungare l'esistenza ma non sempre può garantire la qualità della stessa. Ebbene il congresso del prossimo marzo a Roma proverà a fare il punto sulle nostre conoscenze in termini di benessere e invecchiamento. Per introdurre, attraverso gli stili di vita, tutte le abitudini che sono in grado di preservare salute efficienza fisica ed equilibrio psicologico”. Con queste parole il professor Attilio Giacosa, presidente Irvs, introduce i termini generali dei lavori congressuali.

Panel molto ricco di relatori internazionali

“I lavori si preannunciano molto ricchi in termini di contributi internazionali e approfondimenti - prosegue Giacosa - e ci saranno diversi focus degni della massima attenzione, perché è sempre più evidente, nella letteratura medico-scientifica, il legame profondo tra il mantenimento della salute e il complesso degli stili di vita. Il concetto fondamentale attorno al quale matureranno molti dibattiti è quello relativo all'epigenetica. Con questo termine mi riferisco all'insieme delle abitudini individuali, unite alle variabili ambientali, che sono in grado di intervenire sull'attivazione dei geni che compongono il nostro Dna”.

Alimentazione, ambiente e attività motoria si configurano come tre variabili di importanza fondamentale per la conservazione della salute nel tempo. “Le recenti ricerche in termini di longevità attiva - sottolinea il presidente di Irvs - stanno evidenziando come il benessere sia il frutto di un insieme di comportamenti in cui la moderazione alimentare, l'attività fisica regolare, la vita di relazione e il rispetto dei ritmi circadiani costituiscono gli ingredienti fondamentali per il mantenimento della piena efficienza fisica, psicologica e cognitiva”. Il riferimento di Giacosa non può non far pensare alle osservazioni condotte da numerosi gruppi di studio in relazione alle cosiddette “Blue zones”, ovvero le cinque aree geografiche nel mondo in cui si registra un'eccezionale longevità della popolazione, con una concentrazione significativamente alta di centenari. Queste zone includono Okinawa (Giappone), la Sardegna (Italia), Ikaria (Grecia), la penisola di Nicoya (Costa Rica) e Loma Linda (California, Usa). Gli studi suggeriscono che la combinazione di dieta a base vegetale, attività fisica moderata e costante, forti legami sociali e una visione della vita positiva contribuiscono a una maggiore aspettativa di vita sana, correlata a una riduzione dell'incidenza di malattie croniche e degenerative. In particolare, secondo le osservazioni svolte da numerosi gruppi di ricerca, la dieta mediterranea (quella autentica, tradizionale) seguita in Sardegna e Ikaria è stata associata a benefici per la salute cardiovascolare e cognitiva, in quanto ricca di antiossidanti e grassi sani. Questi fattori suggeriscono come la longevità non sia solo una questione genetica, ma il risultato di abitudini di vita salutari e sostenibili. Tali caratteristiche, che nelle Blue zones esprimono il massimo del loro potenziale, sono ampiamente diffuse nelle popolazioni che si affacciano sul Mediterraneo, sia dal lato euroasiatico, sia da quello nordafricano.

Salute, longevità e consumo di vino

Il fatto che una longevità in salute sia un fenomeno così complesso da coinvolgere anche fattori sociali, deve aiutarci a ripensare i modi in cui si comunicano tutti i temi legati alla salute pubblica. Se noi parliamo di vino - alimento che avrà dei focus specifici nei lavori congressuali - non possiamo affermare categoricamente che il suo consumo sia strettamente, direttamente e irrevocabilmente correlato all'insorgenza di alcune patologie. Gli stili di vita all'interno delle Blue zones in area mediterranea si legano infatti al consumo di moderate quantità di vino senza avere

effetti nocivi sulla salute delle popolazioni oggetto di studio. Ci sono altre criticità relative alle abitudini alimentari della popolazione, su cui bisognerebbe agire con maggiore decisione. Quali sarebbero queste altre criticità? “Il consumo abituale di cibi processati - risponde Giacosa -. Le ricerche in ambito epidemiologico ci raccontano come il consumo di cibo industriale quale base dell'alimentazione quotidiana sia correlato all'insorgenza di numerosi problemi di salute generale. C'è molta attenzione, da parte della comunità medica, nei confronti degli zuccheri. Non mi riferisco tanto allo zucchero puro e semplice con cui molti dolcificano il caffè, quanto ai cosiddetti zuccheri occulti. Si tratta di carboidrati semplici, che vengono aggiunti agli alimenti - non necessariamente dolci - allo scopo di reggerne l'acidità. Oppure per la loro azione emulsionante o addirittura quella conservante. Ebbene gli eccessi zuccherini, è stato accertato, concorrono allo sviluppo del diabete, dell'obesità, alterano la flora batterica intestinale e determinano nel lungo periodo lo svilupparsi della cosiddetta “infiamma-

REFERENZE BIBLIOGRAFICHE

- Pes G. M., Tolu F., Dore M. P., Sechi G. P., Casu G. & Poulain M. (2013). “Male longevity in Sardinia: A review of historical sources supporting a causal link with dietary factors”. European Journal of Clinical Nutrition, 67(5), 531-537.
- Trichopoulou A., Martínez-González M. A., Tong T. Y. N., Forouhi N. G., Khandelwal S., Prabhakaran D., ... & Willett, W. C. (2010). “Definitions and potential health benefits of the Mediterranean diet: Views from experts around the world”. BMC Medicine, 12(1), 112.
- Kaeberlein, M. (2018). “How healthy aging happens”. Science, 362(6418), 1310-1315.

zione di basso grado' che ha una accertata azione nociva a livello cardiovascolare e nella genesi tumorale. Io penso che, se vogliamo davvero tutelare la longevità in salute del consumatore, dobbiamo fare informazione a tutto tondo e chiedere a tutti gli attori del settore alimentare la stessa trasparenza che viene pretesa dai produttori di vino”.

Un'informazione laica

L'informazione è dunque centrale e, per essere tale, deve rimanere laica, cioè non deve sposare tesi preconette sulla base delle tendenze del momento o della convenienza politica. Chiarire quali sono i limiti per un consumo corretto di qualsiasi alimento è interesse di tutti, poiché la salute pubblica è un problema che si ripercuote su ognuno anche in termini di fiscalità e di costi sociali. Al tempo stesso bisogna dare spazio a tutte le voci del dibattito scientifico, proprio per favorire una scelta consapevole. Ebbene a questo proposito i più recenti aggiornamenti in merito sono quelli del rapporto Nasem (National Academy of Sciences, Engineering and Medicine), che reputano sostanzialmente sicuro - ed entro determinati limiti persino benefico - il consumo di moderate quantità di alcol nel proprio regime alimentare. “Non è nostra intenzione negare che l'abuso alcolico faccia male - prosegue e conclude Attilio Giacosa - dobbiamo però considerare come la salute dipenda da molte variabili tra cui anche la socialità, il piacere personale, il benessere dato dalla convivialità. Ebbene, nella nostra cultura il vino si è ritagliato da millenni un ruolo importante in questo senso e, dunque, la valutazione non può essere solo quantitativa e legata ai possibili danni dell'etanolo, anche se noi medici per primi ne raccomandiamo un consumo assolutamente moderato e responsabile, ma dovrebbe essere anche qualitativa, cioè legata a una serie di fattori che si concretizzano con il valore sociale, simbolico e affettivo della condivisione”. Di cui il vino è componente non certo secondaria.

LA COMMISSIONE UE HA PRESENTATO IL 5 FEBBRAIO SCORSO LA REVISIONE DEL PIANO ANTICANCRO



La Commissione europea stringe ulteriormente la vite sul consumo di alcolici - tornando indietro rispetto al lavoro fatto dall'Europarlamento - spingendo sull'acceleratore emotivo della salute pubblica, nonostante il dibattito sia ancora aperto. I produttori di vino sono così messi nella difficile posizione di apparire come promotori di abitudini dannose per la salute. Mentre sono stati i primi a offrire collaborazione alle Istituzioni e trasparenza verso il consumatore. "Cambia la squadra della Commissione ma il leit motiv rimane lo stesso" commenta Paolo Castelletti (UIV)

di GIULIO SOMMA e GIULIO DIVO

La revisione del Beca IL NUOVO (VECCHIO) "ATTACCO AL VINO"



Paolo Castelletti

Tasse e terrorismo pseudo-scientifico per ridurre i consumi del vino: dalla nuova Europa (rimasta sul punto la stessa di prima), nonostante alcuni proclami pre-natalizi che avevano fatto ben sperare, torna subito la crociata anti-alcol con toni, se possibile, anche peggiori del passato. Contro cui la filiera italiana insorge con un unico grido: inaccettabile. Bruxelles non si è, infatti, fatta sfuggire la prima occasione utile per puntare di nuovo il dito sul settore, con la presentazione - da parte della Commissione Ue lo scorso 5 febbraio - della revisione del Beca, il Beating Cancer Plan, ovvero il piano strutturato in più punti per ridurre il rischio cancro e, contestualmente, migliorare gli accessi ai trattamenti più avanzati per tutti i cittadini dell'Unione, lavorando in termini di equo diritto all'accesso alle diagnosi precoci così come alle terapie all'avanguardia. Tra i punti dibattuti del Beca, quello relativo alla prevenzione è anche uno dei più controversi poiché - tra gli altri interventi prospettati - si allinea in maniera sempre più decisa verso l'equazione zero rischio= zero alcol che appare più una presa di posizione ideologica che una strategia di politica sanitaria. Si parla di posizione ideologica poiché anche nella comunità medica di alto valore accademico manca una unanimità di giudizio in relazione agli effetti di lungo termine sul consumo alcolico e non si fa alcuna distinzione tra il vino, che si presta per sua natura a un consumo moderato e consapevole, e i superalcolici, che vengono utilizzati più di frequente per abusi alcolici e sono alla base del diffuso alcolismo nei Paesi del Nord Europa.

O meglio: è certo l'effetto negativo in un quadro di abuso, ma il discorso è assai meno chiaro quando si parla di consumo moderato e responsabile, come evidenziato dal recente rapporto Nasem (le National Academies of Sciences, Engineering and Medicine, un'istituzione autorevole nella definizione delle linee guida di salute pubblica del Governo degli Stati Uniti - vedi Corriere Vinicolo 3/2025) che addirittura suggerisce un decremento in termini di mortalità generale se e quando il consumo alcolico si mantiene al di sotto di determinati limiti. Relativamente al grande tema del cancro, il rapporto Nasem (dal titolo "Review of Evidence on Alcohol and Health") è molto prudente nello stabilire una correlazione tra consumo moderato di alcol e lo sviluppo delle principali forme tumorali, eccettuato l'importante tema del carcinoma della mammella, che sembra invece contare su evidenze più epidemiologicamente significative. Al contrario un consumo che non superi i 30 grammi/giorno per l'uomo e 18 per la donna non ha portato - secondo le indagini Nasem che costituiscono una revisione approfondita della letteratura prodotta in merito - a nessuna variazione statistica del rischio tumorale del tratto digestivo, alto o basso che sia.

La scienza è divisa, la Commissione Ue no

Ma se manca unanimità all'interno della comunità medico-scientifica legata alla correlazione assoluta tra alcol e rischio tumorale, per quale motivo l'Unione europea sta accelerando in maniera tanto vistosa, e per certi versi disordinata, su alcune norme che finiscono con il penalizzare il settore? In primo luogo riassumiamo le norme stesse, per inquadrare il discorso in maniera esauriente.

Una dei punti più importati riguarda l'introduzione di nuove misure più stringenti che riguardano la tassazione dei prodotti e la limitazione delle vendite transfrontaliere (vino incluso). In secondo luogo vengono reintrodotti le avvertenze sanitarie sulle etichette, paragonabili a quelle che oggi possono trovarsi sui pacchetti di sigarette. In ultimo, ecco le limitazioni alla comunicazione e alla promozione.

"Cambia la squadra della Commissione - commenta il segretario generale UIV, Paolo Castelletti - ma il leit motiv rimane lo stesso. Speravamo che la nuova Commissione incentrasse il suo lavoro su misure volte a rafforzare la competitività delle imprese (come del resto indicato nel rapporto Draghi sulla competitività dell'Ue, considerato dalla stessa Ursula Von der Leyen come documento ispiratore del suo secondo mandato) e non certo a inasprire la tassazione, creando nuove distorsioni nel mercato unico. La sensazione - aggiunge - è che nella Ue la mano destra non sappia cosa faccia la sinistra: basti pensare al caso degli health warning, che sono stati riproposti nel documento, quando lo stesso commissario alla Salute Varhelyi, in audizione in Parlamento europeo, aveva detto che non era una priorità per la nuova Commissione". Conclude, quindi, Castelletti con un auspicio: "Ci appelliamo agli Stati membri e in particolare agli europarlamentari italiani per bloccare in sede di Consiglio e di Parlamento Ue un documento redatto senza alcuna consultazione pubblica con gli stakeholder. Sarebbe un esordio shock della nuova legislatura per un settore che vale, per il Vecchio Continente, oltre 100 miliardi di euro e milioni di posti di lavoro".

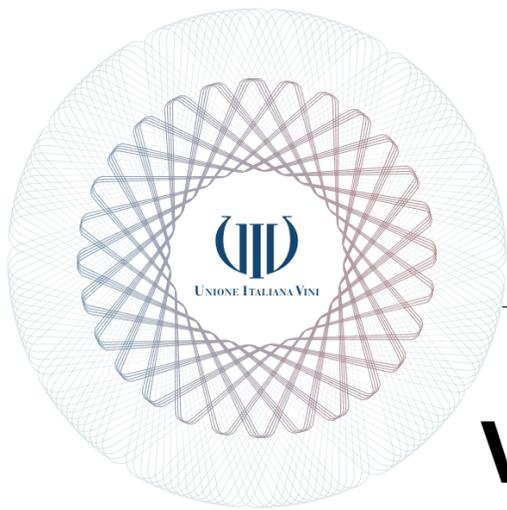
Uso strumentale del dealcolato?

Ma c'era un bisogno tanto stringente di intervenire su un settore che aveva trovato nel corso della scorsa legislatura un compromesso già abbastanza penalizzante per il settore medesimo? Si avverte un clima di confusione - raccontano dall'Ufficio Politico di UIV - dovuto al fatto che oltre il 90% delle azioni richieste precedentemente dal piano Beca erano già state implementate, con un conseguente adeguamento da parte dei produttori. Non è ben chiaro, quindi, quale sia lo scopo di questi giochi al rialzo nel momento in cui il settore si era già dimostrato ricettivo nei confronti delle richieste della Commissione, sia pure attraverso una mediazione che tenesse conto di quanto possa essere delicato intervenire a gamba tesa in un settore che già deve scontare per sua stessa struttura enormi variabili, con un grandissimo rischio di impresa. Il timore è che si tenti di "monetizzare", attraverso la tassazione, la produzione di vini in relazione al contenuto di alcol etilico, utilizzando la "scusa" dell'emergente mercato del vino dealcolato. Che questo prodotto possa nel tempo ritagliarsi fette interessanti di fatturato non è impossibile e saranno le tendenze del mercato a indicare se e quale sarà la strada. Tuttavia stiamo parlando di un segmento ancora largamente minoritario che, comunque, non può certo essere eletto ad alternativa del prodotto "tradizionale", né tantomeno essere utilizzato strumentalmente per colpire il settore.

L'equazione che emerge è, infatti, semplice: avviare un processo di tassazione progressiva correlata al contenuto di volume alcolico, dato che adesso esiste il prodotto dealcolato come alternativa al consumo, considerata più salubre. Ma è davvero così necessario adottare questa misura depressiva dei consumi (in un mercato già complicato da una difficile congiuntura geopolitica) se l'alcol rappresenta un problema sociosanitario soprattutto nei Paesi in cui vige la cultura del distillato e non del fermentato? Il problema sembra di lana caprina, ma in realtà non è così perché il titolo del capitolo Ue relativo agli alcolici si intitola "Reducing harmful alcohol consumption". "Harmful", lo ricordiamo, è un termine che si traduce con "pericoloso" ed è riferito alla quantità del consumo, re-introducendo quindi un concetto importante: quello dell'abuso di alcol e non dell'uso come dannoso alla salute. Sebbene questo richiamo prezioso rimanga solo nel titolo del capitolo. Posizione, peraltro, perfettamente allineata con quanto sostenuto dagli esperti del Nasem: il problema non è - come invece è stato accertato per il tabacco - correlato a un consumo tout-court ma connesso all'eccesso o a quei fenomeni di "binge drinking", che rappresentano sì un problema culturale e sociale, ma che sono strutturalmente più caratteristici di prodotti come cocktail e long drink. Al contrario, manca ancora - nonostante le ricerche - quell'evidenza statistica che dimostri un aumento alcol correlato del rischio cancro a prescindere dalla quantità.

La posizione punitiva della Ue

La posizione Ue, dunque, definibile come punitiva è mirata essenzialmente a massimizzare il risultato di prevenzione con il minimo sforzo culturale e concettualmente creativo. Eppure sappiamo bene come le misure proibizioniste - di fatto repressive - non servono a creare una cultura della salute. Obiettare che i divieti di fumo nei luoghi pubblici abbiano avuto un effetto importante per ridurre l'abitudine tabagica non è calzante, poiché i divieti sono stati introdotti quale strumento per difendere i non fumatori dal fumo passivo, verso il quale c'è ampia letteratura in relazione ai suoi effetti e alla sua pericolosità. In conclusione, a commento di queste novità, è possibile delineare questo scenario: la nuova Commissione, appena insediata, alza la posta intervenendo nuovamente su un capitolo già oggetto di un lungo confronto parlamentare conclusosi con un risultato nel complesso soddisfacente, dove si erano combinate istanze diverse, e che aveva avviato un processo entrato a pieno regime di cui non si è voluto valutarne i risultati conseguiti. E si decide di tornare ad attaccare un settore che attraversa già un momento di difficoltà senza alcuna motivazione legata a nuovi ulteriori dati scientifici relativi alla cancerogenicità del vino se consumato nelle quantità adeguate. La sensazione che si fa largo è che si voglia in qualche modo far passare un aumento della tassazione sui prodotti contenenti alcol, adducendo a pretesto motivazioni di salute pubblica su patologie che sono ad altissimo impatto emotivo e che, pertanto e così stanti le cose, porrebbero la Commissione al riparo da qualsiasi giudizio politico.



La pagina del SERVIZIO GIURIDICO

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



Vino biologico in etichetta: le ultime novità

Recentemente sono state apportate alcune modifiche al Reg. UE 2018/848, in particolare per quanto riguarda la presentazione del logo di produzione biologica

L'etichettatura dei vini biologici in Italia è regolata da un complesso quadro normativo che mira a garantire trasparenza per i consumatori e conformità agli standard europei.

Il Regolamento UE 2018/848, entrato in vigore il 1° gennaio 2022, rappresenta il cardine della legislazione sull'agricoltura biologica, stabilendo requisiti rigorosi per l'etichettatura, la produzione, la trasformazione, la commercializzazione e la certificazione di prodotti biologici, inclusi i vini. Cosa significa "vino biologico"? Un vino può essere definito biologico solo se prodotto con uve provenienti da agricoltura biologica e trasformato rispettando tecniche enologiche autorizzate dalla normativa di settore. L'obiettivo è ridurre al minimo l'uso di sostanze chimiche di sintesi, pesticidi e additivi.

In materia di etichettatura, pertanto, nel rispetto di quanto prescrive la normativa, sono ammessi termini riferiti alla produzione biologica quali, per esempio, "biologico", "bio" ed "eco".

Inoltre, l'articolo 32 del Reg. UE 848/2018, prevede obbligatoriamente che un vino biologico debba

includere i seguenti elementi: il logo biologico dell'Unione Europea (la cd. "foglia verde"), obbligatorio per tutti i prodotti preconfezionati e il codice identificativo dell'organismo di controllo responsabile della certificazione biologica, seguito dall'indicazione del luogo di coltivazione delle uve (ad esempio, "Agricoltura UE" / "Agricoltura non UE" oppure "Agricoltura Italia", nel caso in cui tutte le materie prime agricole di cui il prodotto è composto siano state coltivate in Italia).

È doveroso evidenziare che, ad oggi, le indicazioni obbligatorie da riportare in etichetta per un prodotto biologico risultano semplificate

rispetto al passato in quanto, a seguito del Decreto ministeriale 229771 del 20 maggio 2022, non devono più essere riportate le diciture "Organismo di controllo autorizzato dal Mipaaf" e "Operatore controllato N." che precedevano il codice identificativo attribuito dall'organismo di controllo, essendo stato abrogato il DM 18/7/2018 n. 6793.

Inoltre, si rende noto che il Reg. UE 2024/2867, pubblicato in G.U.U.E. l'11 novembre 2024, ha recentemente introdotto alcune modifiche al Reg. UE 2018/848, in particolare per quanto riguarda la presentazione del logo di produzione biologica. Tra le novità principali emergono:

- 1** la regolamentazione del colore del logo anche nel modello cromatico RGB, oltre ai formati Pantone e CMYK, al fine di offrire una migliore resa cromatica;
- 2** l'uso del logo anche in un bianco e nero totalmente invertito (formato negativo), ma solo qualora non sia possibile utilizzare il modello a colori;
- 3** l'inclusione di un bordo esterno attorno al logo, per garantirne la leggibilità, in contesti nei quali i risultati scarsamente visibili a causa dello sfondo.



Per domande e ulteriori chiarimenti, scrivere al Servizio Giuridico di UIV: serviziogiuridico@uiv.it



UNIONE ITALIANA VINI
SERVIZIO GIURIDICO

PROGRAMMA CORSI ETICHETTATURA: VINI & AROMATIZZATI

FEBBRAIO 2025

- **VENERDÌ 14:** ore 10:00 - 12:30
Etichettatura Prodotti Aromatizzati
🇪🇺 - **UE - Data già svolta!**
- **GIOVEDÌ 20:** ore 10:00 - 12:30
Etichettatura Vini + Aromatizzati
> 7% alc. regolamentati dal TTB;
< 7% alc. regolamentati dal FDA.
🇺🇸 USA
- **VENERDÌ 21:** ore 10:00 - 12:30
Etichettatura Vini
Casistiche standard e particolari
🇪🇺 UE

Iscriviti Ora!
Acquista dal nostro nuovo e-commerce!



Per info e iscrizione scrivi a
serviziogiuridico@uiv.it

Docente



Avv. Chiara Menchini





Il meccanismo, basato sulla perdita di suscettibilità e la risposta precoce contro il patogeno, si configura come un interessante tratto ai fini dell'integrazione nei programmi di selezione varietale per viti resistenti

di VALENTINA RICCIARDI^(1,2),
GABRIELLA DE LORENZIS⁽¹⁾

(1) Università degli Studi di Milano
(2) Istituto di Bioscienze e Biorisorse del Consiglio Nazionale delle Ricerche, Palermo

Nella lotta contro la peronospora, una delle malattie più devastanti per la produzione vitivinicola, lo sviluppo e l'utilizzo di varietà resistenti rappresentano un approccio particolarmente promettente. Questo metodo consentirebbe di ridurre significativamente la necessità di frequenti trattamenti chimici, mitigando così il rischio di effetti negativi sull'ambiente e promuovendo una viticoltura più sostenibile. Le varietà di vite resistenti sono generalmente ottenute attraverso incroci con specie di vite (come *Muscadina rotundifolia* o *Vitis amurensis*) dotate di resistenza al patogeno, ma con un corredo genetico diverso rispetto alle cultivar tradizionalmente utilizzate per la produzione di vino (*Vitis vinifera*). Questo approccio comporta numerose sfide nel processo di selezione e costituzione di nuove varietà. Tuttavia, l'identificazione recente di alcune cultivar di *V. vinifera* resistenti alla peronospora, come Mgaloblishvili, ha aperto nuove prospettive e possibilità nel miglioramento genetico per una difesa sostenibile del vigneto.

L'unicità delle varietà georgiane come fonte di diversità per i programmi di breeding.

Diversi studi sulla caratterizzazione del germoplasma georgiano hanno rivelato aspetti molto interessanti che lo caratterizzano. Queste risorse genetiche formano un cluster separato rispetto alle altre varietà europee di *V. vinifera*, e possiedono un elevato grado di diversità per molti tratti eno-carpologici e fenologici. Colore degli acini, aromi, spessore della cuticola, epoca di matura-

zione, presentano un ampio e peculiare range di eterogeneità (Fig. 2). Inoltre, particolarmente interessanti risultano i tratti di resistenza a differenti patogeni, dai funghi ai fitoplasmi, e di resistenza a stress abiotici come le scottature (Sargolzaei et al., 2021). Ciò che rende uniche e molto attraenti queste risorse è il corredo genetico che possiedono. Essendo parte della specie *V. vinifera*, conservano un buon livello di similitudine con le cultivar utilizzate nella produzione vitivinicola, e di conseguenza

i processi di incrocio sarebbero notevolmente semplificati dall'utilizzo di queste risorse.

Mgaloblishvili: la varietà georgiana resistente a peronospora della vite

Alcuni anni fa, l'Università degli Studi di Milano, in collaborazione con i ricercatori georgiani, ha condotto uno screening sulle varietà georgiane per la ricerca di caratteri utili ai programmi di miglioramento varietale. Il loro lavoro ha portato all'identificazione della prima varietà di *V. vinifera* resistente a peronospora mai identificata: Mgaloblishvili. Diversi studi successivi hanno permesso di ricostruire il meccanismo di resistenza della cultivar, rivelandone l'unicità nel suo genere (Toffolatti et al., 2018). Il meccanismo è basato sulla limitazione della crescita e della sporulazione del patogeno agente causale della malattia (*Plasmopara viticola*). Questo processo è determinato dalla regolazione di geni chiave coinvolti nel riconoscimento dei patogeni, il segnale prodotto dall'ormone etilene, e dalla sintesi dei cosiddetti VOCs (Composti Organici Volatili), molecole con effetti antimicrobici. Insieme a questi ultimi, la varietà è in grado di produrre enzimi che possono ostacolare la crescita e lo sviluppo dei patogeni, e di modificare alcune sue componenti strutturali formando delle vere e proprie barriere fisiche contro l'invasore. A tal proposito, un esempio di meccanismo caratterizzato con successo è stata la deposizione di callosio. Questo zucchero viene prodotto dalla

pianta, e durante i primi momenti dell'infezione esso viene utilizzato per incapsulare le ife di *P. viticola* e bloccarne la crescita (Fig. 3).

Allo scopo di rendere utili questi tratti ai programmi di miglioramento genetico, è stato successivamente svolto uno studio di associazione genomica (GWAS) per identificare le basi genetiche della resistenza di Mgaloblishvili. Esse sono state individuate nei tre loci *Rpv29*, *Rpv30* e *Rpv31*, presenti nei cromosomi 14, 3 e 16, rispettivamente (Sargolzaei et al., 2020).

Geni di resistenza e geni di suscettibilità.

Tramite lo studio del sequenziamento dell'RNA, comparando la varietà resistente alla controparte suscettibile Pinot nero, i ricercatori sono stati in grado di distinguere due tipologie di geni fondamentali per il meccanismo di difesa di Mgaloblishvili. Questi geni si distinguono in geni di resistenza (geni R) e geni di suscettibilità (geni S). I geni R, propri delle varietà resistenti, sono geni che conferiscono resistenza alla pianta in forma diretta. Di solito, essi hanno funzione di recettori in grado di riconoscere il patogeno ed attivare le difese successive necessarie. I geni S, al contrario, sono geni presenti nelle varietà suscettibili che vengono sfruttati dal patogeno per instaurare l'infezione con successo. Esempi di questi geni sono quelli coinvolti nelle vie ormonali che regolano la difesa della pianta, o geni che fanno parte del metabolismo primario della pianta e vengono sfruttati dal patogeno per il proprio sostentamento. Questi geni, a differenza dei primi, vengono quindi sottoposti a callosio. Questo zucchero viene prodotto dalla



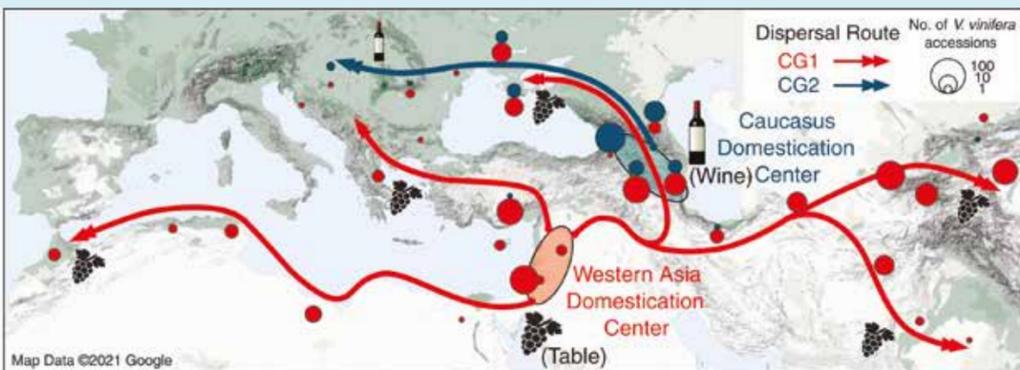
foto di David Maghradze

PERONOSPORA I SEGRETI DELLA RESISTENZA SVELATI NEL GENOMA DI MGALOBLISHVILI

FIGURA 1 - Doppio processo di domesticazione della vite in Caucaso (ellissi in blu) e nel Levante (ellissi in rosso). Le frecce indicano le rotte di migrazione della vite (Dong et al. 2023)

Il Caucaso, una culla di domesticazione della vite

La vite (*Vitis vinifera*) è una specie indigena dell'Eurasia e si ritiene che le prime specie appartenenti al genere *Vitis* siano apparse sulla terra circa 65 milioni di anni fa. Oggigiorno, la specie *V. vinifera* include sia la vite coltivata (*V. vinifera* subsp. *sativa*), sia quella selvatica (*V. vinifera* subsp. *silvestris*), considerata, quest'ultima, la progenitrice della prima (This et al., 2006). Dalla vite selvatica, il processo di domesticazione è avvenuto tramite la selezione di tratti legati alla produzione vinicola, come per esempio dimensione degli acini, contenuto zuccherino, colore degli acini e aromi, dando origine alle varietà oggi conosciute e largamente coltivate. Questo processo di domesticazione è avvenuto circa 11.000 anni fa, contestualmente in due zone, il Caucaso ed il Levante (Dong et al., 2023, Fig. 1). Essendo il focus della selezione concentrato sui tratti sopracitati, altri caratteri utili alle piante (es: minore suscettibilità alle malattie) sono, purtroppo, stati persi lungo il processo di domesticazione. Tuttavia, i luoghi in cui il processo ha avuto inizio, i cosiddetti centri di domesticazione, si configurano come luoghi in cui l'originale diversità della specie è rimasta in qualche modo conservata. Per questi motivi, l'impiego di varietà provenienti da questi luoghi potrebbe conferire notevoli vantaggi ai programmi di miglioramento varietale. Tra i centri di domesticazione della vite ipotizzati, il sud del Caucaso, ed in particolar modo la Georgia, è certamente uno dei più rilevanti a questo proposito (Sargolzaei et al., 2021).



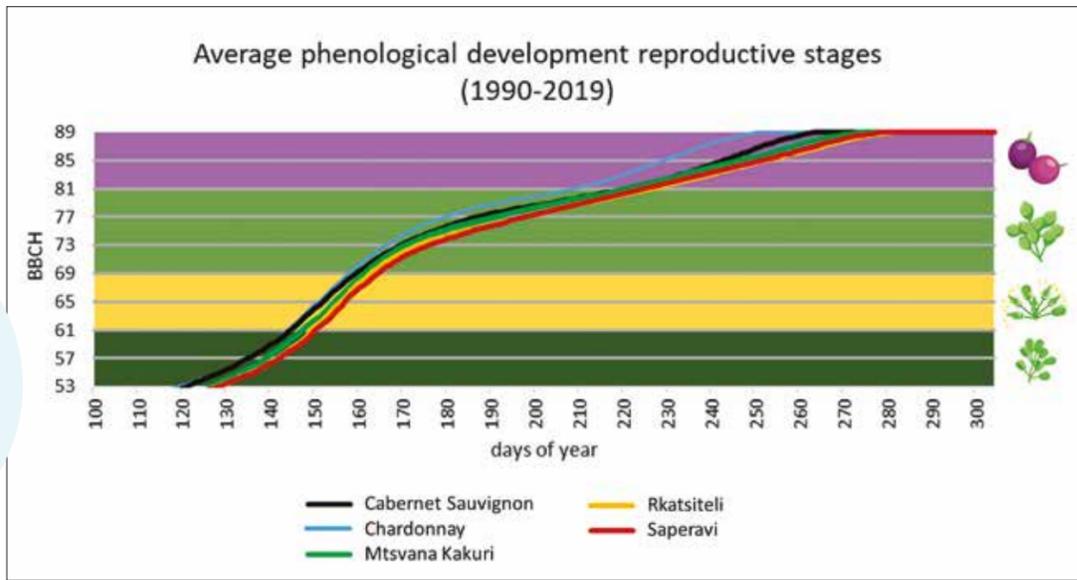


FIGURA 2 - Simulazione fenologica per tre cultivar georgiane, confrontate con Chardonnay e Cabernet sauvignon, utilizzando dati meteorologici di Perugia (Italia) (anni 1990-2019). La fenologia è rappresentata seguendo la scala di riferimento BBCH: (i) 53-59 sviluppo dei fiori; (ii) 60-69 fioritura; (iii) 70-79 sviluppo dei frutti; (iv) 80-89 maturazione (Sargolzaei et al. 2021)

FIGURA 4 - Rappresentazione schematica del locus *Rpv29* in Mgaloblishvili (resistente a *P. viticola*) e PN40024 (susceptibile a *P. viticola*). Le frecce indicano i geni presenti nel locus

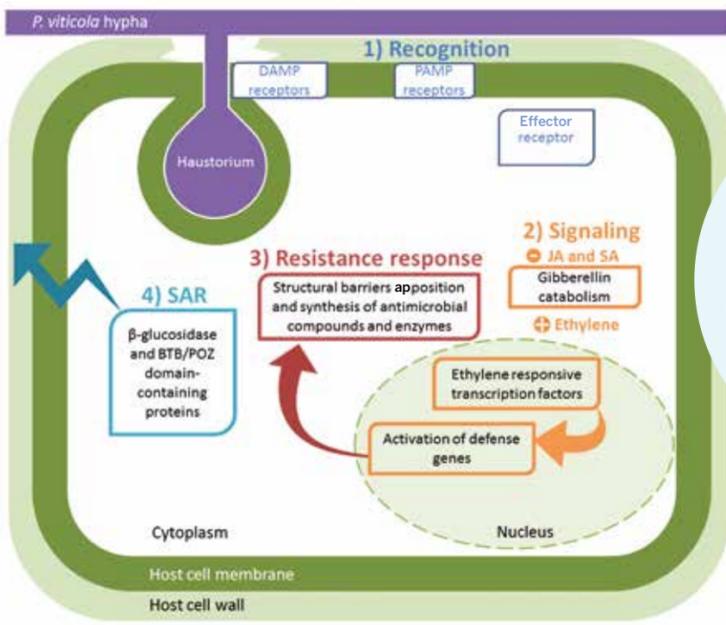
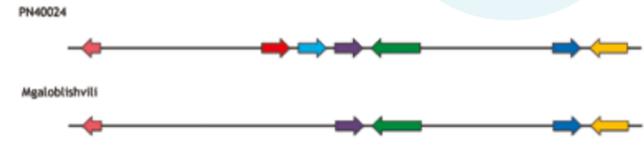


FIGURA 3 - Rappresentazione schematica del presunto meccanismo di resistenza di Mgaloblishvili (in verde) contro *P. viticola* (in viola). (1) Riconoscimento del patogeno. (2) Traduzione del segnale basata sull'etilene. (3) Risposta di resistenza basata sulla sintesi di composti antimicrobici ed enzimi di degradazione della parete fungina e rinforzo della parete cellulare (Toffolatti et al. 2018)



BIBLIOGRAFIA

Dong, Y., Duan, S., Xia, Q., Liang, Z., Dong, X., Margaryan, K., Musayev, M., Goryslavets, S., Zduni, G., Bert, P.-F., Lacombe, T., Maul, E., Nick, P., Bitskinashvili, K., Dénes Bisztray, G., Drori, E., De Lorenzis, G., Cunha, J., Florentina Popescu, C., ... Chen, W. (2023). Dual domestications and origin of traits in grapevine evolution. *Science*, 8.

Pessina, S., Lenzi, L., Perazzoli, M., Campa, M., Dalla Costa, L., Urso, S., Valè, G., Salamini, F., Velasco, R., & Malnoy, M. (2016). Knockdown of MLO genes reduces susceptibility to powdery mildew in grapevine. *Horticulture Research*, 3. <https://doi.org/10.1038/hortres.2016.16>

Ricciardi, V., Minio, A., Massonnet, M., Wittenberg, A. H. J., Figueroa-Balderas, R., Maghradze, D., Toffolatti, S. L., Failla, O., Cantu, D. and De Lorenzis, G. (2024). The genome of *Vitis vinifera* cv. Mgaloblishvili reveals resistance and susceptibility factors to downy mildew in the *Rpv29* and *Rpv31* loci. *Under review at Horticulture Research*.

Sargolzaei, M., Maddalena, G., Bitsadze, N., Maghradze, D., Bianco, P. A., Failla, O., Toffolatti, S. L., & De Lorenzis, G. (2020). *Rpv29*, *Rpv30* and *Rpv31*: Three Novel Genomic Loci Associated With Resistance to Plasmopara viticola in *Vitis vinifera*. *Frontiers in Plant Science*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpls.2020.562432>

Sargolzaei, M., Rustioni, L., Cola, G., Ricciardi, V., Bianco, P. A., Maghradze, D., Failla, O., Quaglino, F., Toffolatti, S. L., & De Lorenzis, G. (2021). Georgian Grapevine Cultivars: Ancient Biodiversity for Future Viticulture. *In Frontiers in Plant Science (Vol. 12)*. Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpls.2021.630122>

This, P., Lacombe, T., & Thomas, M. R. (2006). Historical origins and genetic diversity of wine grapes. *In Trends in Genetics (Vol. 22, Issue 9, pp. 511–519)*. <https://doi.org/10.1016/j.tig.2006.07.008>

Toffolatti, S. L., De Lorenzis, G., Costa, A., Maddalena, G., Passera, A., Bonza, M. C., Pindo, M., Stefani, E., Cestaro, A., Casati, P., Failla, O., Bianco, P. A., Maghradze, D., & Quaglino, F. (2018). Unique resistance traits against downy mildew from the center of origin of grapevine (*Vitis vinifera*). *Scientific Reports*, 8(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-018-30413-w>

agli invasori. Per questo motivo, il loro spegnimento o la loro rimozione dalle varietà suscettibili permetterebbe di conferire resistenza alle varietà. Un esempio emblematico di questo approccio è rappresentato dal silenziamento dei geni MLO nella vite per conferire resistenza all'oidio. Questi geni, coinvolti nella suscettibilità alla malattia, sono stati identificati come target chiave: il loro spegnimento, attraverso tecniche come le Tea (Tecnologie di evoluzione assistita), riduce drasticamente la capacità del patogeno di infettare la pianta (Pessina et al., 2016).

La genomica comparativa permette la scoperta dei meccanismi di difesa delle piante

La genomica comparativa è un settore di ricerca della Biologia in cui diversi strumenti molecolari e computazionali vengono utilizzati per confrontare intere sequenze di genomi di diversi organismi. Analizzando con attenzione differenze e similitudini dei genomi, e quindi dell'intero corredo genetico degli organismi, i ricercatori sono in grado di ottenere rilevanti

informazioni sul loro funzionamento. Uno dei primi dati che emerge da questo tipo di analisi è l'identificazione di varianti strutturali, in gergo SVs. Le SV sono modifiche o cambiamenti che avvengono nella struttura del DNA all'interno di un genoma. Se si dovesse immaginare il DNA come un libro con capitoli e paragrafi, le SV possono essere come capitoli mancanti, paragrafi spostati, duplicati o scritti in modo diverso. Queste variazioni di sequenza rivestono una notevole importanza biologica, poiché possono influenzare significativamente il funzionamento del genoma. Nei genomi, le alterazioni nella sequenza delle basi spesso si traducono in cambiamenti funzionali. Quando un gene subisce variazioni nella sua sequenza, è probabile che il suo funzionamento venga modificato. Tali variazioni possono portare a un'espressione genica più o meno intensa, oppure a cambiamenti più radicali, come l'alterazione completa della funzione o, in casi estremi, la perdita del gene stesso dalla genoma e la funzione ad esso associate. Queste alterazioni, pertanto, possono in-

fluenzare in modo significativo il fenotipo.

Il genoma di Mgaloblishvili suggerisce l'origine del meccanismo di resistenza a peronospora in V. vinifera

Le analisi di genomica comparativa condotta sul genoma di Mgaloblishvili hanno rivelato l'origine peculiare del suo meccanismo di difesa (Ricciardi et al., 2024, in revisione). In modo sorprendente, non è tanto la presenza di geni R esclusivi a distinguere questa varietà dalle altre suscettibili, quanto le differenze nelle sequenze di questi geni che ne determinano l'unicità. Un aspetto cruciale emerso riguarda il numero e la struttura dei geni presenti nei loci di resistenza di Mgaloblishvili (*Rpv29* e *Rpv31*), che si distinguono significativamente da quelli delle varietà suscettibili. Mgaloblishvili, rispetto alle varietà suscettibili, tende ad avere un numero di geni inferiori nei due loci di resistenza. Questi geni potrebbero essere fattori di suscettibilità (geni S), che in quanto mancanti renderebbero Mgaloblishvili meno vulnerabile all'at-

tacco del patogeno. Inoltre, la presenza di piccole e molteplici varianti strutturali (e.g. inserzioni o delezioni di basi, SNPs - polimorfismi di singoli nucleotidi) nelle sequenze dei geni presenti suggerisce una diversa regolazione della loro espressione. Questo spiegherebbe la maggiore prontezza di Mgaloblishvili nel rispondere all'infezione, orchestrando efficientemente difese sufficienti a rallentarla ed ostacolarla.

Prospettive future

Ogni anno la peronospora della vite è responsabile di perdite ingenti nella produzione vitivinicola mondiale. L'utilizzo massiccio di fungicidi per trattare questa malattia è al momento la strategia di difesa principale e più efficace. Tuttavia, essa non è più considerata sostenibile per il settore viticolo. Ai fini di raggiungere l'obiettivo di ottenere una gestione ecosostenibile del vigneto, una buona soluzione potrebbe essere la selezione e l'impiego di varietà di vite resistenti. L'impiego di fonti di resistenza provenienti da varietà di *V. vinifera* potrebbe conferire un grande vantaggio ai programmi di

miglioramento genetico basati sull'incrocio. Lo studio del genoma di Mgaloblishvili, prima cultivar identificata di *V. vinifera* resistente a peronospora, ha permesso di svelarne l'origine del meccanismo di resistenza. Il meccanismo, basato sulla perdita di suscettibilità e la risposta precoce contro il patogeno, si configura come un interessante tratto ai fini dell'integrazione nei programmi di selezione varietale per viti resistenti. In particolare, queste risorse potrebbero essere utilizzate nel processo di piramidizzazione dei caratteri di resistenza insieme ad altri loci R con effetti più robusti, ma più tardivi, nella risposta all'infezione. Da una parte, l'impiego dei loci dalla cultivar caucasica aumenterebbe la prontezza delle varietà nel contrastare l'infezione; dall'altra, i loci R non-vinifera aumenterebbero ulteriormente l'efficacia della loro risposta senza rischiare di indebolire il proprio effetto. Il risultato si tradurrebbe nella diminuzione della pressione selettiva sui loci R regolarmente impiegati nelle odierne varietà Piwi, rendendone più durevole la resistenza e prestandola negli anni.

IL MAGAZINE
CON IL VIGNETO
PROTAGONISTA
**IL CORRIERE
VINICOLO**



**PROSSIMO APPUNTAMENTO
CV n.10 del 17 MARZO
PRENOTA IL TUO SPAZIO**
Per informazioni su costi e modalità
di adesione contattare:
corrierevinicolo@uiv.it

“Oltre” il giornale

UN SISTEMA SPECIALIZZATO DI INFORMAZIONE SUL VINO ITALIANO

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928



CAMPAGNA ABBONAMENTI 2025 - 40 NUMERI

140 euro Abbonamento cartaceo

120 euro Abbonamento digitale + archivio articoli
e archivio storico dal 1928

220 euro Abbonamento cartaceo e digitale + archivio articoli
e archivio storico dal 1928

**IL PRIMO E UNICO SETTIMANALE
DEL MONDO DEL VINO**

Ufficio abbonamenti: tel. 02 7222 2848
corrierevinicoloabbonamenti@uiv.com - www.corrierevinicolo.com

DIFESA VIGNETO

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

agrofarmaci & bioagrofarmaci



AGRIBIOS ITALIANA

Agri Bio Aktiv per limitare lo sviluppo di agenti patogeni

L'attività microbica di un suolo ne condiziona fortemente la fertilità. Le pratiche agricole possono deprimere la vita nei suoli ma oggi possiamo intervenire e ridare vita ai terreni stanchi distribuendo specifici pool microbici ottimizzati per rivitalizzare il suolo e biostimolare le colture. Decenni di osservazioni e studi sulle specie fungine appartenenti al genere *Trichoderma* hanno dimostrato che quelle interessanti in agricoltura sono numerose, alcune

delle quali autorizzate all'uso nella formulazione di prodotti per la nutrizione e la protezione delle piante coltivate. Si tratta di funghi dall'azione diversificata, in grado di influenzare in vario modo la salute e le performance produttive di colture erbacee e arboree. Agri Bio Aktiv di Agribios Italiana è un attivatore dei terreni a base di sostanza organica umificata, inoculi batterici e fungini. Favorisce e orienta la proliferazione nel terreno dei microrganismi utili allo sviluppo delle piante. La sua composizione microbica, ricca di *Trichoderma* e di batteri della rizosfera, limita lo sviluppo di agenti patogeni responsabili di alcune malattie dell'apparato radicale come *Fusarium*, *Pythium*, *Armillaria*, *Sclerotinia*, *Phytophthora*, *Rizoctonia* ecc., migliorando lo stato sanitario delle colture e incrementa la produzione per ettaro. L'impiego di Agri Bio Aktiv permette di ottenere molteplici risultati tra i quali: migliorare lo stato sanitario della coltura, incrementare le produzioni per ettaro delle colture da reddito, migliorare l'aspetto visivo delle piante ornamentali e dei tappeti erbosi e fornire l'idoneo supporto per lo sviluppo dei microrganismi. Agri Bio Aktiv si inserisce perfettamente nei piani di concimazione delle aziende agricole favorendo il naturale rispetto della corretta tempistica di intervento.

SERBIOS

Una nuova concezione di gestione fitosanitaria degli insetti

La recente registrazione di Surround® WP Crop Protectant (n° 18626 del 02.10.2024) apre a una nuova concezione di gestione fitosanitaria degli insetti. Per la prima volta sul mercato è possibile parlare del primo insetticida di "copertura" che consente di gestire in maniera preventiva e diretta il problema dei parassiti. Surround® WP Crop Protectant permette una copertura delle colture e un'azione sinergica di deterrenza, abbattimento ed efficacia prolungata. Una volta applicato, Surround® permette di dare supporto alle normali strategie abbattenti ma, in più, garantisce continuità di respingimento a successivi ritorni dei parassiti evitandone indesiderate punture, ovideposizioni o danni da rosure. La particolare formulazione, totalmente priva di silice cristallina (sostanza cancerogena indesiderata presente nelle polveri silicee), fornisce sicurezza e profilo ecotossicologico privo di frasi di rischio e candida questa sostanza a un prossimo riconoscimento



nella categoria a basso rischio. Surround® WP Crop Protectant è registrato su diverse colture arboree come agrumi contro *Ceratitis capitata*, pero contro *Cacopsylla pyri*, olivo contro *Dacus oleae*, *Phylloxera spumarius* e *Prays oleae*, frutta a guscio contro *Cacopsylla pyri* e *Phylloxera spumarius*. In attesa di ulteriori estensioni di registrazione anche su vite per il controllo di *Scaphoideus titanus*. La dose di impiego varia dai 25-30 kg/ha ai 50kg/ha, questo per garantire la copertura omogenea delle colture da proteggere. Un ulteriore vantaggio di Surround® è la fotoprotezione da scottature e innalzamenti termici portando vantaggi fisiologici e fotosintetici, grazie alla schermatura da raggi UV e IR. Il trattamento promuove la respirazione nelle ore più calde e una riduzione degli sprechi idrici. L'applicazione deve essere ripristinata solo in caso di dilavamento e il suo utilizzo non interferisce con eventuali lavorazioni o trasformazioni della frutta raccolta e non ha intervallo di pre-raccolta.

GOWAN ITALIA

Linea Vite: soluzioni innovative per una difesa sostenibile

Gowan Italia conferma il proprio impegno a favore del settore vitivinicolo e continua a presentare una gamma completa di soluzioni affidabili ed efficaci per la difesa e nutrizione del vigneto. Agrofarmaci e Concimi speciali, con diverse soluzioni che costituiscono un riferimento assoluto e collaudato per le migliori strategie colturali, come ad esempio i formulati antiperonosporici a base delle sostanze attive di casa Gowan *Zoxamide* (Zoxium, Reboot, Electis) e *Benalaxyl-M* (Fantic). Fra le novità 2025 spicca l'elicatore antioidico, induttore di resistenza, *Ibisco Vit*, specificamente autorizzato per l'impiego su vite. Si inserisce fra le specialità più innovative della "Linea Biopreparati", come ad esempio il coadiuvante speciale *Mago*, e il biofungicida *Remedier*, primo agrofarmaco autorizzato per il controllo preventivo del mal dell'esca, dopo la potatura invernale, e ora impiegabile anche



che in fase vegetativa per il controllo di botrite e marciume acido, con un'ottima efficacia. Gowan presenta poi la più ampia gamma di fungicidi rameici, altamente performanti e adatti a ogni esigenza, dalla combinazione brevettata della linea Airone, agli altri formulati Bussola, Hattrick, Cuproram, ecc. Infine, la novità più recente è rappresentata dall'erbicida Platform Plus, a base di *Carfentrazone*, per il controllo di erbe infestanti e polloni. Oltre ai prodotti per la difesa, Gowan presenta anche una serie di nutrizionali per migliorare la fisiologia e produttività delle piante, come il biostimolante *Tamarack* e il nuovo ferro complesso *Sprifer New*.

MANICA

Rame in prefioritura: la novità che c'è sempre stata



La difesa antiperonosporica su vite è da sempre presa in considerazione quando si rilevano le prime tracce di infezione, seguendo la regola dei tre-dieci prima di cominciare i trattamenti; tuttavia, diversi studi hanno dimostrato l'inesattezza di questa pratica. Le oospore svernanti, infatti, sono paragonabili a spugne secche, che hanno bisogno di essere ripetutamente immerse nell'acqua prima di diventare attive. Quindi, nel caso in cui si verificano piogge ripetute in epoca pre-germinazione, le oospore che sono pronte alla germinazione proseguiranno il loro ciclo biologico indipendentemente dalla presenza o meno di 10 cm di vegetazione. Le infezioni primarie, infatti, non si manifestano solamente su foglie, ma su tutti gli organi verdi (tralci, cirri e grappolini). È bene dunque anticipare la difesa, prevenendo la diffusione dei patogeni utilizzando i rameici Manica. La Poltiglia 20 WG Manica è il fungicida di copertura per eccellenza, grazie al suo meccanismo d'azione multi-sito che lo rende immune all'insorgenza di fenomeni di resistenza ed è adatto anche all'uso su tessuti giovani per questi motivi: il rame irrobustisce le pareti cellulari offrendo una maggiore resistenza fisico-meccanica nei confronti delle malattie fungine; azione devitalizzante sulle oospore in germinazione; elevata adesività garantisce una prolungata protezione anche a basso dosaggio; nessun rischio di fitotossicità e di deperimento di vigoria; tutti i formulati rameici Manica sono perfettamente miscibili con i fosfonati di potassio.

VCR - VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

La gestione dei vitigni resistenti

Serve innovazione e competenza per difendere in maniera efficace il vigneto. La conferma viene dai forti danni da peronospora e oidio accusati anche nel 2024 come nel 2023. Un doppio "stress-test" per il vigneto Italia che ha messo in crisi consolidate strategie di difesa. In molti areali solo i vitigni resistenti hanno consentito di salvare la vendemmia, soprattutto dove sono stati gestiti con professionalità. "Se conosci il nemico e te stesso, la tua vittoria è sicura", scriveva SunTzu ne "L'arte della guerra". Il miglioramento genetico è un ingrediente fondamentale anche per la vite. Occorre però essere consci che l'immunità non esiste, che ci sono diversi livelli di resistenza e che azzerare gli interventi di difesa mette a rischio la durata della resistenza nel tempo. Le varietà resistenti messe a punto dall'Università di Udine assieme a VCR, Vivai Cooperativi Rauscedo (Fleurtaï, Sorrel, Sauvignon Kretos, S. Nepis, S. Rytos, Pinot

Iskra e Kersus tra i bianchi; Cabernet Eidos. C. Volos. Merlot Kanthus, M. Khorus, Pinot Kors e Volturnis tra i rossi) sono state selezionate per unire resistenza a qualità enologica e adattabilità alle condizioni pedoclimatiche della Penisola. Le prove effettuate nel 2024 dall'Università di Piacenza non hanno riscontrato casi di superamento della resistenza. Maggiore è la pressione della malattia, ossia la frequenza delle infezioni nel corso della stagione e la disponibilità di inoculo, più severa è però l'espressione dei sintomi sulle varietà sensibili e, in maniera decisamente più ridotta, anche sulle resistenti. Nelle annate difficili abbassare questa pressione di inoculo con un numero contenuto di trattamenti ben posizionati (il 40-50% di quelli per le varietà convenzionali) consente ai resistenti di esprimere al meglio la loro potenzialità. Info: <https://www.vivairauscedo.com/indice-prodotti/resistenti/>



Da sinistra, Sorrel indenne da peronospora a confronto con Trebbiano compromesso nonostante i sei trattamenti. (Foto scattate nella stessa azienda viticola in Abruzzo)



**MERCATO DELLO SFUSO
A PORTATA DI CLIC**

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

**MERCATI
VINICOLI**

**QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO**

SITUAZIONE AL 6 FEBBRAIO 2025

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

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



rilevazioni a cura di MED.&A.

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

P I E M O N T E

Alba		Vino Dop (litro)			
Barbaresco	2022		nq		nq
Barbera d'Alba	2024	2,50		2,70	
Barolo	2021		nq		nq
Dolcetto d'Alba	2024	1,90		2,05	
Langhe Nebbiolo	2024	1,90		2,10	
Nebbiolo d'Alba	2023	2,10		2,30	
Roero Arneis	2024	2,70		3,00	

Alessandria		Vino Dop (litro)			
Dolcetto del Monferrato	2024	1,20		1,30	
Dolcetto di Ovada	2024	1,20		1,30	
Piemonte Barbera	2024	1,10		1,20	
Piemonte Cortese	2024	nq		nq	

Asti		Vino Dop (litro)			
Barbera d'Asti	2024	13	1,30		1,40
	2024	14	1,50		1,80
Barbera del Monferrato	2024	12-13,5	1,20		1,30
Grignolino d'Asti	2024		1,30		1,40
Piemonte Barbera	2024		1,10		1,20
Piemonte Cortese	2024		nq		nq
Piemonte Grignolino	2024		1,20		1,30

Asti		Mosto (kg)			
Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2024	0,75		0,85	

F R I U L I - V E N E Z I A G I U L I A

Vino Dop annata 2024 (litro)					
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Cabernet Sauvignon	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Chardonnay	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Friulano	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Merlot	12-12,5	0,85		0,95	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	1,05		1,15	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,10		1,25	
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,10		1,25	
Friuli Refosco	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Ribolla	12-12,5	1,20		1,30	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,30		1,80	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,85		0,95	
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,10	4,8%	1,20	

Vino Igp annata 2024 (litro)					
Venezia Giulia Ribolla	10-12,5	1,00	11,1%	1,20	9,1%
Venezia Giulia/Treventine Cabernet Sauvignon	12-12,5	0,90		1,00	
Venezia Giulia/Treventine Chardonnay	12-12,5	0,80		0,90	
Venezia G./Treventine Merlot	12-12,5	0,70		0,80	
Venezia G./Treventine Pinot bianco	12-12,5	0,80		0,85	
Venezia G./Treventine Pinot nero	12-12,5	0,85		0,95	
Venezia G./Treventine Refosco	12-12,5	0,80		0,90	
Venezia G./Treventine Sauvignon	12-12,5	0,90		1,30	
Venezia G./Treventine Verduzzo	12-12,5	0,70		0,75	

L O M B A R D I A

Vino Dop annata 2024 (litro)					
Oltrepò Pavese Bonarda	12,5	1,10		1,20	
O. Pavese Pinot nero vinif. bianco	11,5	1,35		1,45	
O. Pavese Pinot nero vinif. rosso	12	1,30		1,50	
Oltrepò Pavese Riesling	11,5-12,5	0,95		1,20	
Oltrepò Pavese Sangue di Giuda-Buttafuoco	11,5	1,20		1,40	

Vino Igp annata 2024 (litro)					
Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,95		1,10	
Provincia di Pavia Croatina	12	0,95		1,10	
Provincia di Pavia Moscato	11-11,5	0,95		1,15	
Provincia di Pavia Pinot grigio	11-12,5	1,00		1,20	

E M I L I A

Vino comune annata 2024 (ettogrado)					
Rossissimo desolforato	11,5-12,5	7,00		7,30	
Rossissimo desolforato mezzo colore	11-12,5	6,30		6,80	

Vino Igp annata 2024 (ettogrado)					
Emilia Lambrusco	10,5-11,5	5,30		5,50	
Emilia Lambrusco bianco	10,5-11,5	6,00		6,10	

Vino Igp annata 2024 (litro)					
Emilia Malvasia	11-13	nq		nq	

Vino Igp annata 2024 (prezzi grado distillazione+zuccheri)					
Emilia Lambrusco bianco frizzantato	10,6-11,5	6,40		6,50	
Emilia Lambrusco rosso frizzantato	10,6-11,5	5,70		5,90	

Mosto annata 2024 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto Lancellotta	11-12	nq		nq	

R O M A G N A

Vino comune annata 2024 (ettogrado)					
Bianco	9,5-11	5,40		5,50	
Bianco termocondiz.	10,5-12,5	6,30		6,40	
Bianco term. base spum	9-10	6,40		6,50	
Rosso	11-12	5,00		5,60	

Vino Dop annata 2024 (ettogrado)					
Emilia Romagna Pignoletto	11-11,5	6,50		7,00	

Vino Dop annata 2024 (litro)					
Romagna Sangiovese	12-13	0,85		0,92	
Romagna Trebbiano	11,5-12,5	nq		nq	

Vino Igp annata 2024 (ettogrado)					
Rubicone Chardonnay/Pinot	11-12,5	nq		nq	
Rubicone Merlot	11,5-12,5	5,30		5,50	
Rubicone Sangiovese	11-12,5	6,50		6,60	
Rubicone Trebbiano	11-11,5	6,50		6,70	

Mosto annata 2024 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto	9-11	4,90		5,00	

Mosto annata 2024 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	65-67	5,60		5,80	

M A R C H E

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2024	13-13,5	nq	nq	
Rosato	2023	11-12,5	nq	nq	
Rosso	2024	12	4,20	4,50	

Vino comune (litro)					
Montepulciano	2023	14-15	0,70	0,80	

Vino Dop (litro)					
Falerio Pecorino	2024	13-14	1,10	1,10	
Lacrima di Morro d'Alba	2023	12,5-13	1,55	1,60	
Rosso Conero	2023	13-13,5	1,20	1,20	
Rosso Piceno	2023	13-14	0,80	1,00	
Verdicchio Castelli Jesi C.	2024	13	1,45	1,50	
Verdicchio Castelli J.C. sup	2024	13	1,80	2,00	
Verdicchio di Matelica	2024	12,5-13	nq	nq	

Vino Igp (litro)					
Marche bianco	2024	12-13,5	nq	nq	
Marche Passerina	2024	12-13	1,00	1,00	
M. Passerina base spum.	2024	10,5	1,00	1,00	
Marche rosato	2024	12	0,75	0,75	
Marche Sangiovese	2024	13	0,80	0,80	

P U G L I A - F o g g i a , C e r i g n o l a , B a r l e t t a , B a r i

Vino comune annata 2024 (ettogrado)					
Bianco	10,5-12	5,20		5,30	
Bianco termovinificato	10,5-12	5,60		5,80	
Rosso	10,5-12	5,20		5,50	
Rosso da Lambrusco	13-14	6,50		7,00	
Rosso da Montepulciano	12-13,5	5,40		5,80	

Vino Igp annata 2024 (ettogrado)					
Daunia Sangiovese	11-11,5	5,40		5,80	
Puglia Lambrusco	10-11,5	nq		nq	
Puglia Lamb. frizzantato	10-11	nq		nq	
Puglia Malvasia bianca	10,5-12	5,80		6,20	
Puglia rosato	11-12,5	5,70		6,00	
Puglia Sangiovese	11-11,5	5,40		5,80	
Puglia Trebbiano	11-12	5,70		6,20	

Vino Igp annata 2024 (litro)					
Puglia Chardonnay	11-12	0,75		0,82	
Puglia Pinot bianco	11-12,5	nq		nq	
Puglia Pinot grigio	11,5-12,5	nq		nq	
Puglia Primitivo	13-15	0,90		1,20	
Puglia Primitivo rosato	11,5-13	0,85		1,00	

Mosto annata 2024 (gr. Bé q.le)					
Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	33-35	5,50		5,60	
Mosto conc. bianco	33-35	nq		nq	
Mosto conc. rosso	33-35	nq		nq	
Mosto muto bianco	10-11	4,70		4,80	
Mosto muto rosso	11-12	4,60		4,70	
Mosto muto rosso Lambrusco	12-13	nq		nq	

Mosto annata 2024 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	65-67	5,60		5,80	

Mosto annata 2024 (kg)					
Mosto da uve aromatiche Moscato	11-12	nq		nq	

P U G L I A - L e c c e , B r i n d i s i , T a r a n t o

Vino comune (ettogrado)					
Rosso	2024	12-13	nq	nq	

Vino comune (litro)					
Rosso strutturato	2024	14-16	1,00	1,30	

Vino Dop (litro)					
Primitivo di Manduria	2024	14-15	1,40	1,60	
Salice Salentino	2024	13-14	0,85	0,95	

Vino Igp annata 2024 (litro)					
Salento Cabernet	13-14	nq		nq	
Salento Chardonnay	12,5-13	0,90		0,95	
Salento Fiano	13-13,5	1,00		1,10	
Salento Malvasia nera	13-14,5	0,80		0,90	
Salento Negroamaro	12-13,5	0,90		1,00	

(segue) Vino Igp annata 2024 (litro)					
Salento Primitivo	14-15	0,95		1,25	
Salento rosato	12,5-13	0,85		0,90	
Tarantino Merlot	13-14	nq		nq	

VENETO

TRENTINO - ALTO ADIGE

VERONA
Vino comune (ettogrado)

Bianco	2024	9,5-12	6,20		6,30
--------	------	--------	------	--	------

Vino Dop (litro)

Soave	2024	11,5-12,5	0,80		0,95
Bardolino	2024		0,95		1,10
Bardolino Chiaretto	2024		1,00		1,15
Bardolino Classico	2024		1,10		1,20
Custoza	2024		0,90		1,05
Delle Venezie bianco	2024	12	0,75		0,80
Garda Bianco	2024	12-12,5	0,70		0,80
Garda Chardonnay	2024		1,05		1,15
Garda Garganega	2024	12-12,5	0,75		0,85
Garda Pinot grigio	2024	11-12,5	1,15		1,30
Lugana	2024		4,20		4,40
Pinot grigio d.Venezie	2024	12-12,5	1,10		1,20
Soave Classico	2024	11,5-12,5	1,10		1,25
Valdadige Pinot grigio	2024	12-12,5	1,45		1,55
Valpolicella	2023		1,80		2,00
Valpolicella	2024		1,70		1,90
Valpolicella atto Ripasso	2023		2,70		3,00
Amarone e Recioto d. V	2021		10,50		11,00
Amarone e Recioto d. V	2022		10,00		10,50
Amarone e Recioto d. V. Cl.	2021		11,00		11,50
Amarone e Recioto d. V. Cl.	2022		10,50		11,00
V. atto Amarone Cl e Rec.	2023		8,60		9,00
V. atto Amarone e Recioto	2023		8,30		8,70
Valpolicella Classico	2023		1,90		2,10
Valpolicella Classico	2024		1,80		2,00
Valpolicella Classico sup.	2022		2,30		2,50
Valpolicella Ripasso	2022	13-13,5	2,80		3,10
Valpolicella Superiore	2023		2,00		2,30
Valpolicella atto Super.	2024		1,90		2,00
Valpolicella Cl. Ripasso	2022	13-13,5	2,90		3,20
Valpol. Cl. atto Super.	2023		2,10		2,40
Valpol. Cl. atto Super.	2024		2,00		2,10

Vino Igp (ettogrado)

Provincia di VR bianco	2024	10-13	6,20		6,50
Prov. di VR Garganega	2024	11-12,5	6,40		6,60
Provincia di VR rosso	2024	11-12	5,00		5,80

Provincia di VR Merlot	2024	11,5-12,5	5,30		5,80
Veneto rosso passito	2022	15-16	3,00		4,00

Vino Igp (litro)

Prov. di VR Chardonnay	2024	11,5-12,5	0,75		0,90
Prov. di rosato Verona	2023		nq		nq
Prov. di Verona rosso	2023	13-14	1,10		1,90

TREVISO
Vino Dop annata 2024 (litro)

Delle Venezie bianco	10-12	0,65		0,80
Piave Cabernet	12-12,5	0,90		1,15
Piave Merlot	11,5-12	0,80		0,90
Pinot grigio d.Venezie	10-12	1,10	4,8%	1,20
Pinot nero atto taglio Prosecco rosé	10-11	1,00		1,20
Prosecco Vald. Cartizze Docg	9-10	5,50		6,50
Prosecco Conegliano V. Rive Docg	9,5-10	2,50		2,65
Prosecco Conegliano Vald.Docg	9-10	2,30		2,50
Prosecco Asolo Docg	9,5-10	2,40		2,50
Prosecco Doc	9-10	1,85		1,95
Venezia Pinot grigio	11-12	1,10		1,20

Vino Igp annata 2024 (ettogrado)

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

Vino Igp annata 2024 (litro)

Pinot nero	10,5-12	0,85	6,3%	1,00	11,1%
------------	---------	------	------	------	-------

Mosto annata 2024 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)

Mosto c. rett. Bx 65/68° (or. ITA)	65-68	5,50	7,8%	5,70	7,5%
------------------------------------	-------	------	------	------	------

Vino Dop annata 2024 (litro)

Lago di Caldaro	1,65		1,95
Teroldego Rotaliano	1,65		2,10
T. Cabernet Sauvignon	1,75		2,40
Trentino Chardonnay	2,00		2,40
Trentino Lagrein	1,80		2,30
T. Lagrein rosato Kretzer	1,60		2,00
Trentino Marzemino	1,35		1,90
Trentino Merlot	1,20		1,75
Trentino Moscato	2,10		2,50
Trentino Müller Thurgau	1,50		1,80
Trentino Nosiola	2,00		2,40
Trentino Pinot bianco	2,10		2,50
Trentino Pinot grigio	2,00		2,40
Trentino Pinot nero	3,00		4,00
T. Riesling Renano	2,20		2,60
Trentino Sauvignon	2,50		3,50
Trentino Sorni bianco	2,00		2,40
Trentino Sorni rosso	1,70		2,10
Trentino Traminer	3,80		4,50
Trento	2,70		3,20
T. Pinot nero base spum.	3,40		3,90
Valdadige Schiava	1,50		1,70

Vino Igp annata 2024 (litro)

Vign.Dolomiti Chardonnay	nq		nq
Vigneti Dolomiti Merlot	0,75		1,00
Vigneti Dolomiti Müller T.	nq		nq
Vigneti Dolomiti Pinot g.	nq		nq
Vigneti Dolomiti Schiava	1,35		1,60
Vign.Dolomiti Teroldego Novello	nq		nq

TOSCANA

Vino Dop (litro)

Chianti	2022	12-13,5	1,40		1,70
	2023	12-13,5	1,40		1,50
	2024	12-13,5	1,20		1,40
Chianti Classico	2021	13-14	3,00		3,20
	2022	13-14	3,00		3,20
	2023	13-14	3,00		3,10
Morellino di Scansano	2024		1,50		1,70
Vino atto Chianti	2024	12-13,5	0,90		1,25

Vino Igp (litro)

Toscana bianco	2024	11-12	0,80		0,90
Toscana bianco	2024	12,5-13	1,00		1,20
Toscana Chardonnay	2024	12-13	1,50		2,00
Toscana rosso	2024	12-13	0,70		0,90
Toscana rosso	2024	13-14	0,90		1,20
Toscana rosso Pratica Uso Governo	2024	12,5-14	1,00		1,30
Toscana Sangiovese	2024	12	0,70		0,90
Toscana Sangiovese	2024	13	0,90		1,10
Toscana Vermentino	2024	12-13	1,50		1,70



Vino Dop (litro)

Rosso Piceno	2023	13-14	nq		nq
Rosso Piceno Sup.	2023	13,5-14	nq		nq
Montepulciano d'Ab.	2024	13-14,5	1,40		1,50
Trebbiano d'Abruzzo	2024	11,5-12,5	nq		nq
Sicilia Grillo	2024	12-13	1,20		1,30
Sicilia Nero da'Avola	2024	12,5-14,5	1,10		1,30
Pinot gr. delle Venezie TV	2024		1,30		1,40
Pinot gr. delle Venezie VR	2024		1,40		1,60
Soave	2024		1,15		1,20
Prosecco Doc	2024		2,10		2,25
Bardolino	2024		1,40		1,60
Custoza	2024		1,40		1,60
Valpolicella	2024		2,50		2,70
Valpolicella Classico Ripasso	2022		3,50		3,80

Vino Igp (litro)

Marche Sangiovese	2024	13-14	1,00		1,00
Terre d'A. Passerina	2024	11-12,5	nq		nq
Terre d'A. Pecorino	2024	12-13	1,25		1,50
Terre d'A. Pinot gr	2024	11,5-13	nq		nq
Puglia Chardonnay	2024	11-12,5	1,15		1,25
Puglia Pinot grigio	2024	11,5-12,5	1,30		1,45
Puglia Primitivo	2024	13-15	1,10		1,35
Puglia Sangiovese	2024	11-12,5	nq		nq
Salento Primitivo	2024	13-15	1,10		1,35
Chardonnay (Sicilia)	2024	12-13	1,30		1,40
Terre Siciliane Pinot g	2024	12-13	1,20		1,40

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune annata 2024 (ettogrado)

Bianco	10-11,5	nq		nq
Bianco termocondiz.	9,5-13,5	5,50		5,90
Rosso	11-12	5,00		5,30
Rosso	12,5-13,5	5,50		6,30

Vino Dop annata 2024 (ettogrado)

Trebbiano d'Abruzzo	11-12,5	5,70		6,00
---------------------	---------	------	--	------

Vino Dop annata 2024 (litro)

Montepulciano d'Abruzzo	12-13,5	0,80		0,84
-------------------------	---------	------	--	------

Vino Igp annata 2024 (litro)

Terre d'A. Passerina	11-12,5	0,95		1,00
Terre d'A. Pecorino	12-13	0,95		1,00
Terre d'Abruzzo Pinot gr.	11,5-13	0,90		1,00

Vino Igp annata 2024 (ettogrado)

Terre d'A. Sangiovese	11-12,5	nq		nq
Terre d'A. Chardonnay	10,5-13	6,20		6,50

SICILIA

Vino comune annata 2024 (ettogrado)

Bianco	10,5-12	5,20		5,40
Bianco termocondiz.	12-12,5	6,30		6,80
Rosso	12,5-14,5	5,10		5,60

Vino Dop annata 2024 (litro)

Sicilia Cabernet	13-14,5	1,30		1,40
Sicilia Grillo	12,5-13,5	0,95		1,10
Sicilia Merlot	13-14,5	1,20		1,30
Sicilia Nero d'Avola	13-14,5	0,90		1,10
Sicilia Syrah	13-14,5	0,95		1,15

Vino Igp annata 2024 (litro)

Cabernet	13-14,5	1,20		1,30
Chardonnay	12,5-13,5	1,10		1,20
Merlot	13-14,5	1,20		1,30
Pinot grigio	12-13	1,00		1,20
Syrah	13-14,5	0,90		1,10
Zibibbo	11,5-13,5	1,10		1,30

Mosto (gr. Babo x q.le)

Mosto muto bianco 16-17°	2024	15-17	nq		nq
--------------------------	------	-------	----	--	----

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

MCR	2024	65-67	5,60		5,80
-----	------	-------	------	--	------

SARDEGNA

Vino Dop (litro)

Cannonau di Sardegna	2024	13-14	1,95		2,20
Monica di Sardegna	2023	13-14,5	nq		nq
Nuragus di Cagliari	2023	12-13	nq		nq
Vermentino di Sardegna	2024	12-13	1,90		2,10

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE

Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA

Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

VENETO

VERONA: Severino Carlo Repetto

(L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)

TREVISO: Patric Lorenzon (Patric Lorenzon & Partners)

TRENTINO-ALTO ADIGE

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

FRIULI-VENEZIA GIULIA

Patric Lorenzon (Patric Lorenzon & Partners)

ROMAGNA ED EMILIA

Giacomo Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA

Giovanni Margiacchi (Margiacchi 1926)

LAZIO E UMBRIA

Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

MARCHE

Emidio Fazzini

ABRUZZO-MOLISE

Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA

Giacomo Verlicchi (Impex srl)

SICILIA

Giacomo Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA

Giacomo Verlicchi (Impex srl)



L'innovazione in viticoltura

I vantaggi dei vasoni

ReadyPot 2.0

Anticipano l'entrata in produzione
e assicurano uno sviluppo radicale ottimale.
Caratteristiche fondamentali per rendere
il tuo impianto subito "Ready".



Scopri i vantaggi
e le offerte



www.vivairauscedo.com

Via Udine, 39 33095 Rauscedo (PN) - ITALY Tel. +39 0427 948811