

VINO & CONSUMI

LA GUIDA PER GLI OPERATORI
DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

ANNO 5 - NUMERO 5 - MAGGIO 2018
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



PER FARE UN **BUON VINO**
CI VUOLE **TANTA ACQUA 4.0**



STA

Società Trattamento Acque
L'ACQUA PER PASSIONE

PER FARE UN BUON VINO CI VUOLE TANTA ACQUA



SCOPRI IL PERCHÈ >

Nel settore vitivinicolo è importante depurare le acque reflue provenienti dalle linee produttive sia in fase di vinificazione, sia in fase di imbottigliamento, dagli scarichi del lavaggio dei niti, dal lavaggio delle attrezzature e macchinari, pulizia dei locali di lavorazione, laboratori e altri ambienti. **Le acque reflue**, anche se prive di particolari agenti tossici, hanno un contenuto organico tale da dovere subire un **trattamento depurativo per poter essere scaricate** in Pubblica Fognatura o in Corso Idrico Superficiale, nel rispetto dei parametri previsti dal D.Lgs. 152 del 2006.

PER PRODURRE 1 LITRO DI VINO VENGONO UTILIZZATI DAI 5 AI 12 LITRI DI ACQUA.

PIÙ LA TECNOLOGIA È ALL'AVANGUARDIA, MENO È LA NECESSITÀ DI ACQUA.
È POSSIBILE ABBATTERE I COSTI DI DEPURAZIONE DELL'ACQUA, GODENDO DELL'IPERAMMORTAMENTO 4.0.

LA GESTIONE DELLE ACQUE NELLE CANTINE

Da mezzo litro a 5 litri per ogni chilo di uva lavorata. Con buona approssimazione, e premesso che può essere un dato anche estremamente variabile da azienda ad azienda, è questa la forbice in cui oscilla il consumo medio di acqua in cantina.

Ogni cantina, anche quella meno tecnologica, può intraprendere un percorso di sostenibilità nel riutilizzo dell'acqua applicando piccoli accorgimenti ulteriormente migliorabili con l'applicazione di tecnologie e impianti adatti e innovativi. Le quantità più elevate di acqua vengono utilizzate per le operazioni di sanificazione e pulizia, quali il lavaggio di macchinari, i contenitori, pavimentazioni e barriques. La capacità della cantina di misurare i

consumi idrici in ogni operazione (o gruppo di operazioni) e quantificare allo stesso tempo la quantità di acque reflue prodotte è fondamentale nell'affrontare il problema.

Un consumo significativo, soggetto a picchi stagionali - in primis il periodo vendemmiale e le fasi della trasformazione - passibile di essere razionalizzato sia con piccoli accorgimenti, sia con l'implementazione di impianti tecnologicamente avanzati, con evidenti miglioramenti in termini di sostenibilità, ambientale ed economica.

A fronte di una generalizzata sensibilità di matrice ambientale, orientata a un risparmio soprattutto dell'acqua in entrata, non c'è ancora un vero e pro-



IMPIANTI DI DEPURAZIONE A FANGHI ATTIVI
A SCHEMA CLASSICO



REATTORI A FANGHI ATTIVI CON FUNZIONAMENTO
A CICLO DISCONTINUO "SBR"

VINI & CONSUMI

LA GUIDA PER GLI OPERATORI DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

ANNO 5 - NUMERO 5 - MAGGIO 2018
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

L'ITALIA CHE VINCE. E CI PIACE UN SACCO

Riccardo Colletti e Angelo Frigerio

Giù il cappello. Vinitaly 2018, da poco andata agli archivi, ha fatto boom. Non è soltanto una questione di numeri. Quelli sono una conferma importante. Si può e si deve parlare di trionfo nei fatti. Nella qualità delle giornate, nella passione che chiunque sia passato da Verona a ridosso della metà di aprile ha potuto verificare. Un clima unico. Un'aria di festa. Che hanno fatto da sfondo a quattro giornate di business puro, di lavoro e di confronto.

Vinitaly 2018 ha messo sì in evidenza le eccellenze del vino a tutto tondo. Ma ancor più è stata lo specchio dell'Italia. Della sua capacità di fare sistema nonostante tutto e di vincere anche dovendo lottare spesso ad armi impari.

In molti hanno evidenziato e ribadito, non senza stupore, questo concetto. Come per tanti altri settori industriali, fatti di piccoli e medi imprenditori abituati a lavorare duro e sodo, quello vitivinicolo italiano è un'eccellenza senza se e senza ma.

Vinitaly 2018 ci ha consegnato una cartolina da conservare. Anzi, da continuare a guardare: non per vanità. Semmai per non smettere di avere fiducia, coraggio e voglia di fare, per combattere e competere in tutto il mondo.

Un dato è certo. L'Italia del vino sa vincere. Anche per questo (non solo) ci piace un sacco. E così abbiamo deciso di confezionare questa Edizione Straordinaria di **Vini&Consumi**, raccontando a caldo le quattro appassionanti giornate di Vinitaly 2018. Un giusto tributo a tutti e per tutti.

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO
Direttore editoriale
RICCARDO COLLETTI

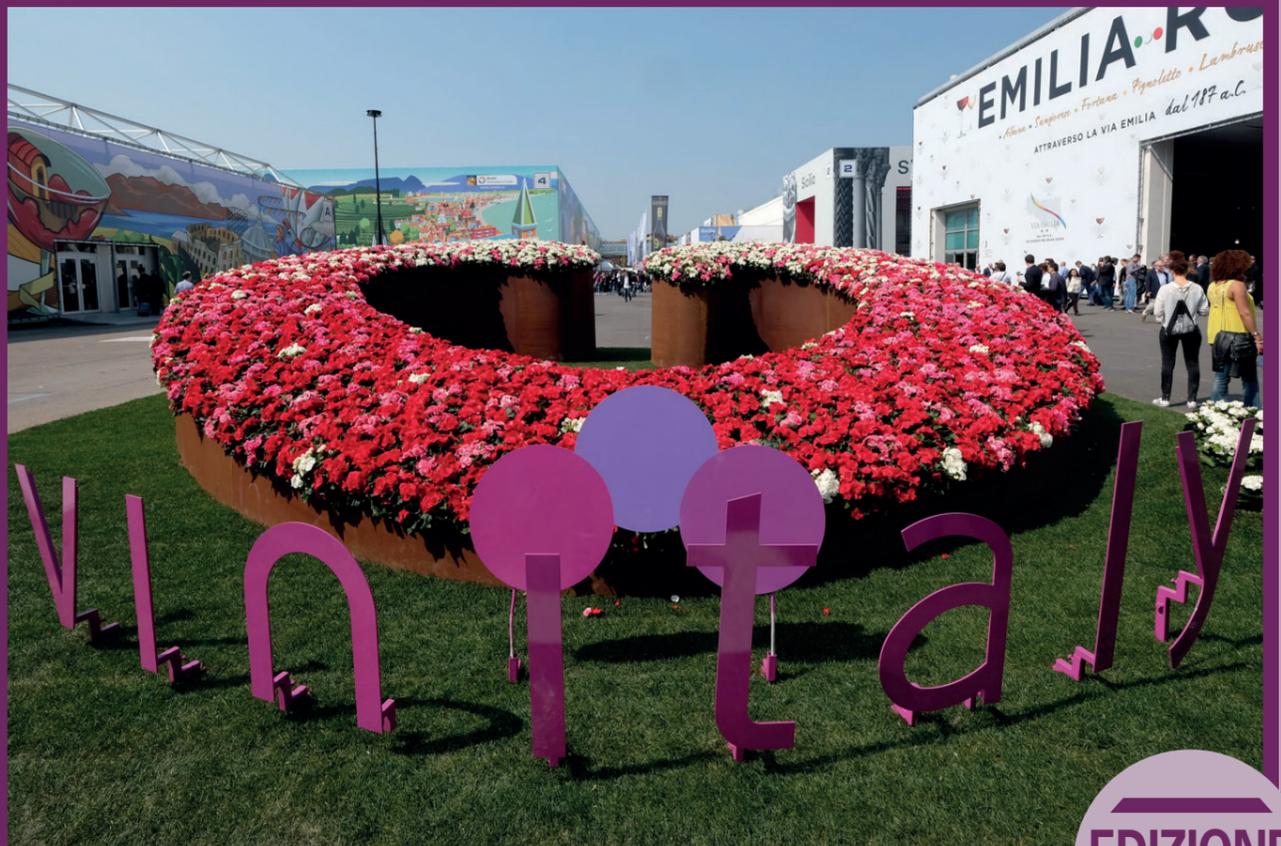


Editore: Edizioni Turbo Srl
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39 0362 600616
e-mail: info@tespi.net

Periodico mensile
Registrazione al Tribunale di Milano n. 273 del 6 maggio 2003
Poste Italiane SPA - Spedizione Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Anno 5 - numero 5 - Maggio 2018
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Una copia 1,00 euro - Poste Italiane SpA
L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a:
Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Riccardo Colletti

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 26 aprile 2018



EDIZIONE STRAORDINARIA

REPORTAGE VINITALY 2018

TANTA ROBA!

Standing ovation: bilancio positivo

La politica scende in fiera

Vini&Consumi Awards: and the winner is...

Le strategie di retailer ed e-tailer

Tutte le novità della fiera

Enolitech: la tecnologia del futuro

Nomisma: il vino italiano all'estero

In Gdo vince la qualità: i dati Iri 2017

Federvini: cinque priorità per il Governo

REPORTAGE VINITALY 2018

STANDING OVATION!

Buyer internazionali in aumento del 6%.
128mila i visitatori provenienti da 143 Paesi.
Applausi per le manifestazioni collaterali.
A cominciare da Vinality and the City.
Che ha registrato quasi 60mila appassionati
e wine lover tra Verona e Bardolino,
Valeggio sul Mincio e Soave.

Dai nostri inviati a Verona
Riccardo Colletti, Raffaella Cordera, Matteo Borré,
Federica Bartesaghi, Irene Galimberti



Una grande festa. Un grande successo. Il resto non conta. Lo hanno visto tutti. E' il giudizio unanime dei tanti espositori che la nostra rivista **Vini&Consumi** ha incontrato e visitato. Lo certificano i numeri. Ed eccoli allora: l'edizione 2018 di Vinality, la cinquantaduesima – andata in scena a Verona dal 15 al 18 aprile - ha chiuso i battenti registrando 128mila visitatori, in linea con lo scorso anno, provenienti da 143 nazioni. In aumento invece la qualità e il numero dei buyer esteri accreditati che, quest'anno, registrano un significativo +6% per un totale di 32mila presenze. Un risultato importante, fortemente voluto e cercato, ottenuto grazie ai continui investimenti nell'incoming da parte di Veronafiere, selezionando operatori top attraverso la rete dei propri delegati in 60 paesi e con la collaborazione di Ice-Agenzia nell'ambito del piano di promozione straordinaria del made in Italy, voluto dal Mise (Ministero dello sviluppo economico).

A Veronafiere per quattro giorni sono state presenti oltre 4.380 aziende espositrici (130 in più dello scorso anno) provenienti da 36 paesi e più di 15.100 vini proposti tramite l'innovativo strumento della Vinality Directory online, in lingua italiana, inglese e cinese per favorire contatti commerciali tutto l'anno. "Vinality 2018 ha confermato la vocazione di rassegna dedicata al business

e alla promozione del mondo vitivinicolo", ha commentato con giusta soddisfazione il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese. "Siamo sulla strada giusta, individuata con determinazione in occasione del cinquantesimo. La rassegna in quartiere è sempre più orientata al professionista, mentre cresce notevolmente il fuori salone pensato per i winelover in città. Proprio Vinality and the City quest'anno ha portato quasi 60mila appassionati nel centro storico di Verona e nei comuni di Bardolino, Valeggio sul Mincio e Soave. Un progetto uscito dalla fase di start-up e diventato ormai un prodotto a sé stante e come tale sarà sviluppato a partire dalla prossima edizione".

Gli hanno fatto eco le parole di Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere: "La crescente presenza di professionisti all'edizione 2018 testimonia il consolidamento del ruolo b2b di Vinality a livello internazionale, con buyer selezionati e accreditati da tutto il mondo. La top ten delle presenze assolute sul totale di 32mila buyer accreditati da 143 nazioni, vede primi gli Stati Uniti d'America seguiti da Germania, Regno Unito, Cina, Francia, Nord Europa (Svezia, Finlandia, Norvegia e Danimarca), Canada, Russia, Giappone, Paesi Bassi insieme al Belgio. Paesi che presidiamo durante tutto l'anno anche attraverso il sistema Vinality e con Bellavita Expo, la società partecipata con Fiere di Parma attraverso la

new.co VPE. Nel corso di questa edizione, abbiamo presentato anche la nuova iniziativa Wine South America (si veda riquadro a lato), in programma a settembre di quest'anno nello stato di Rio Grande do Sul".

Uno degli altri fattori chiave che hanno contribuito al successo di Vinality è la ricchezza dell'offerta. Una proposta variegata, ben assortita e integrata, scandita dalla contemporaneità Sol&Agrifood ed Enolitech, vale a dire la rassegna su accessori e tecnologie per la filiera oleicola e vitivinicola.

Ma non è tutto: a Vinality ogni espressione dell'enologia ha trovato il suo giusto spazio espositivo e commerciale. E' stato il caso di VinalityBio e Vivit – Vite Vignaioli Terroir, unitamente alla presenza della collettiva Fivi, la Federazione dei vignaioli indipendenti (si veda box a lato). Infine, da segnalare l'ottimo riscontro per gli eventi collaterali e in particolare da Vinality and the City. Che ha registrato quasi 60mila appassionati e wine lover tra Verona e i tre borghi storici della provincia: Bardolino, Valeggio sul Mincio e Soave.

Insomma, un successo pieno e a tutto tondo. Come merita il mondo del vino, in particolare quello italiano. Che ha un motivo in più per brindare e fare festa. Ma ancor più per mettere già in agenda l'appuntamento del 2019. Sempre con Vinality. Sempre a Verona, dal 7 al 10 aprile.

Vinitaly sbarca in Brasile con Wine South America

Veronafiere lancia il nuovo salone sul vino dedicato al mercato dell'America latina. Stiamo parlando di Wine South America, la cui prima edizione è in programma dal 26 al 29 settembre prossimi, dunque fra quattro mesi o poco più. Nel 2017 l'export di vini italiani in Brasile ha raggiunto i 35 milioni di euro (+48,6%) e alla manifestazione sono previsti 250 espositori, tra cantine, esportatori, distributori, rappresentanti, produttori di macchinari per la vitivinicoltura, accessori per il consumo e aziende fornitrici di servizi specializzati. Presenti anche spazi riservati all'olio di oliva e ad uno dei prodotti simbolo del Sudamerica: il caffè. I principali paesi partecipanti sono Italia, Brasile, Argentina, Cile, Uruguay, Portogallo, Francia, Germania, Spagna, Nuova Zelanda, Sudafrica, Stati Uniti, Australia e Slovenia. Oltre agli incontri B2B, Wine South America ha in calendario eventi di presentazione di nuove tecnologie, degustazioni enogastronomiche e cooking show di prodotti regionali. Secondo un'analisi Vinitaly/Nomisma Wine Monitor, infatti, le importazioni di vino in Brasile sono tornate a crescere in maniera consistente nel 2017, con un incremento del 27,6%, a 325 milioni di euro. Con gli sparkling, che sebbene rappresentino una quota ancora bassa dei consumi (8,3% a valore), volano a +42,5 per cento. L'Italia, quinto player in un paese dominato dal vino cileno, di Argentina, Portogallo e Francia, lo scorso anno ha fatto anche meglio con un balzo del 48,6% (+59,4% gli spumanti) per un valore che

ha sfiorato i 35 milioni di euro e un market-share del 10,6 per cento. "Con Wine South America, proseguiamo nell'espansione della rete di promozione internazionale legata al brand di Vinitaly", ha spiegato Maurizio Danese, presidente di Veronafiere. "Siamo in Brasile già dal 2011 con tre eventi dedicati al settore del marmo, della meccanica e delle costruzioni e questo nuovo appuntamento completa e rafforza la nostra presenza in un'area strategica, porta di accesso a tutto il Sudamerica". Il Paese verde oro ha una popolazione in crescita che supera i 200 milioni di abitanti e un consumo pro capite di vino di appena 2 litri, molto basso se paragonato ai 31 litri dell'Italia o ai 45 della Francia: tutte condizioni che indicano un grande mercato potenziale. "La domanda di vino ha risentito solo parzialmente dei problemi politico-finanziari del biennio 2015-2016", ha puntualizzato Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, "e oggi il Brasile si presenta, al pari di altri buyer sudamericani presenti all'evento, come una piazza strategica per il nostro export. Con un Pil previsto in crescita del 2% annuo da qui al 2022 e una relativa discesa dell'inflazione e della disoccupazione, ci attendiamo una buona crescita delle importazioni a partire dal 2018". Per quanto riguarda la filiera vitivinicola nazionale, il Brasile conta 80mila ettari coltivati a vigneto e 1.100 aziende produttrici, concentrate per il 90% nello Stato di Rio Grande do Sul.

Raffaella Cordera

Maurizio Danese, presidente di Veronafiere



Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere

VinitalyBio, Vivit e Collettiva Fivi: storie d'Italia da raccontare

Nonostante aspetti di contiguità che possono esserci nelle tecniche produttive, le aziende di questi tre ambiti hanno messo in luce peculiarità che li contraddistinguono anche agli occhi degli operatori e dei buyer. La scelta dipende dal consumatore di riferimento: chi ha cercato il prodotto certificato biologico di VinitalyBio (giunto alla quinta edizione e realizzato in collaborazione con Federbio), chi ha seguito il percorso dei vignaioli artigianali di Vivit, chi infine si è rivolto a produttori che dal vigneto al consumatore mantengono e valorizzano il legame con il proprio vino come sono quelli di Fivi. Sempre più apprezzati, i vini del padiglione 'green' rappresentano nicchie in espansione in Italia e all'estero. Dalla ricerca Vinitaly/Iri 2018 è scaturito che le vendite di vino bio sono cresciute nella distribuzione organizzata italiana nel 2017 del 45,3% in volume e del 40,5% quelle degli spumanti per un totale di oltre 4 milioni di litri e 25 milioni di euro. Nel contempo la ricerca Vinitaly/Wine Monitor su 'Il futuro dei mercati, i mercati del futuro' ha evidenziato come, in Paesi maturi come la Germania, il vino biologico sarà un key factor per il nostro export.

Ancora considerato di nicchia, il vino bio non è più una moda. Anzi. Lo ha spiegato bene Maria Grazia Mammuccini, produttrice biologica e vicepresidente di FederBio: "È il riconoscimento da parte del mercato dello stretto legame del vino con il territorio e la sua tutela ambientale, sociale ed economica. Il vino più di altri prodotti rappresenta questo in Italia e ancor più all'estero, proprio per la peculiarità del nostro Paese di avere un vino per ogni territorio". L'Italia è il primo pro-

dotto di vino certificato biologico al mondo, circa 500 milioni di litri e il 1% del totale vitato del nostro paese. Nel 2016 le vendite sono ammontate a 275 milioni di euro, con un balzo del 34% rispetto all'anno precedente. Di questi, 192 milioni hanno rappresentato il valore del vino esportato, in rialzo del 40% sul 2015, mentre il progresso sul mercato interno è stato del 22%.

La Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti (Fivi) si è presentata con una collettiva in continua crescita per un totale di 158 aziende. "Abbiamo scelto di stare uniti, grandi e piccoli senza distinzioni. Con noi c'è anche Vivit, che raggruppa vignaioli con i quali condividiamo il legame con il territorio e l'approccio alla vigna, visto che quasi il 50% delle nostre aziende sono certificate biologiche o biodinamiche", ha evidenziato Matilde Poggi, produttrice e presidente dell'associazione. Fivi rappresenta 1.100 aziende per lo più familiari, di piccole e grandi dimensioni, che gestiscono in prima persona tutto il processo di produzione del vino, dalla propria vigna fino alla vendita.

Rinnovato e ampliato anche il salone speciale dei vini artigianali Vivit - Vigne Vignaioli Terroir - giunto alla settima edizione, realizzato in collaborazione con l'Associazione Vi.TE. "Abbiamo voluto raccontare i nostri territori attraverso i nostri vini", ha spiegato Gabriele Da Prato, presidente dell'associazione, "dal momento che tutti i vignaioli presenti condividono un codice etico che ci unisce nella filosofia produttiva, ma poi ciascuno porta all'interno di Vi.Te un'identità inconfondibile e la sua storia".

Raffaella Cordera



REPORTAGE VINITALY 2018



Maria Elisabetta Alberti Casellati, presidente del Senato



Luca Zaia, governatore della Regione Veneto

LA POLITICA SCENDE IN FIERA

Dai selfie con Matteo Salvini e Luigi Di Maio, agli interventi più 'istituzionali'. Verona è diventata un piccolo 'Transatlantico'...

A cura di Riccardo Colletti



Il premier in carica per gli affari correnti, Paolo Gentiloni



Andrea Olivero, viceministro alle Politiche agricole, alimentari e forestali



Le due autentiche 'star' politiche di Vinitaly: Matteo Salvini e Luigi Di Maio

Da tradizione, anche per questioni di calendario elettorale (in Italia, del resto, si vota ogni due per tre), Vinitaly è una tappa fissa per il mondo della politica. A cominciare dalle figure istituzionali, con in pole position i membri del governo e segnatamente lo stesso Presidente del Consiglio, fino ad arrivare agli assessori dei principali comuni, passando logicamente per i governatori regionali. Presenze per certi versi 'obbligatorie', quelle del Palazzo, vista l'importanza che riveste il Sistema-Vino sia per molti territori, sia per il nostro Paese nel suo insieme. Se a questo ci aggiungete che molti dei nostri politici da tempo hanno deciso di dedicarsi addirittura alla produzione (Massimo d'Alema e Renato Brunetta, tanto per citare i primi due), ma che soprattutto l'edizione 2018 di Vinitaly è coincisa con l'ingarbugliata matassa delle consultazioni per dare vita a un nuovo governo (a quasi due mesi dalla tornata elettorale del 4 marzo), allora è facilmente intuibile che Verona sia stato un crocevia frequentato al pari di Montecitorio, Palazzo Madama e del Quirinale.

L'arrivo di Matteo Salvini e Luigi Di Maio, i due cosiddetti "nuovi volti" della politica, ha letteralmente scatenato i flash dei fotografi, la corsa al selfie e l'assalto di radio e televisioni. Chi si è trovato nei padiglioni al loro passaggio (o per curiosità li ha seguiti) lo ha potuto toccare con mano. Alla loro presenza si è aggiunta quella di figure più 'istituzionali'.

Maria Elisabetta Alberti Casellati, presidente del Senato, ha detto: "Vinitaly è un'eccellenza assoluta e un vero fiore all'occhiello per l'intero Paese. Qui c'è l'Ita-

lia migliore, che lavora, che innova, che riesce a coniugare il lavoro nei campi con l'innovazione tecnologica e con le nuove frontiere del commercio digitale".

Andrea Olivero, viceministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, invece ha ribadito: "Questa grande festa del vino italiano rappresenta un momento di riflessione per capire quanto è stato fatto e quali sono i passi per crescere ulteriormente. Il vino è diventato icona del made in Italy e il legame con il turismo è forte ed è in grado di rappresentare l'Italia. Questa città può confermare più di ogni altra che è possibile una liaison tra produzione e bellezza. Serve sempre di più aprirsi al turismo, perché i dati ci dicono che un turista su tre cerca food & wine".

L'intervento del premier (dimissionario ma in carica per gli affari correnti) Paolo Gentiloni che, accompagnato dal presidente di Veronafiere, Maurizio Danese e dal direttore generale Giovanni Mantovani, ha visitato i padiglioni delle regioni Lazio, Marche, Abruzzo e Umbria per portare un messaggio simbolico di solidarietà e vicinanza alle imprese che lavorano nel cratere del terremoto, ha sottolineato: "Questa Italia ha bisogno di non sprecare il lavoro che è stato fatto finora, in un cammino che ci rende forti e competitivi nel mondo. È un grande onore ringraziare le imprese di questo settore straordinario", ha precisato Paolo Gentiloni. "Nell'ultima generazione c'è stato uno straordinario sviluppo. Basta visitare Vinitaly per capire che la forza trainante del settore vitivinicolo è il mondo delle imprese, dei tecnici, del marketing, che ha una straordinaria capacità

organizzativa. Così l'Italia dimostra che non è seconda a nessuno e nulla ha da invidiare ai francesi. Il vino è, per la nostra Penisola, una storia antica, un legame forte col territorio, molto spesso coinvolge l'impresa familiare e può vantare, soprattutto negli ultimi anni, un impressionante numero di donne. Un settore che è in crescita nelle produzioni e nell'export e che ha dimostrato come anche le piccole e medie imprese siano state in grado di competere e vincere la sfida sui mercati globali. Possiamo migliorare la nostra scommessa sull'Asia, abbiamo fatto passi in avanti, ma abbiamo ancora del terreno da recuperare nei confronti dei principali competitor".

Ai saluti di Federico Sboarina, sindaco di Verona e Antonio Pastorello, presidente della Provincia, si è aggiunto quello di Luca Zaia, presidente della Regione Veneto: "Sono stato a Parigi, all'Unesco, e posso annunciare che stiamo costruendo l'ipotesi di candidatura per il Valpolicella. Nel mondo del vino abbiamo molto da comunicare, dobbiamo parlare di Wine Pride, dell'orgoglio del vino italiano, perché il vino deve essere il biglietto da visita dell'Italia nel mondo. Vinitaly è la più grande fiera e la più bella fiera del vino. Non è un caso che nasca in Veneto, perché l'Italia è il primo produttore mondiale di vino e soprattutto il Veneto si conferma la prima regione in Italia, con una cinquantina di denominazioni e una produzione di 8,5 milioni di ettolitri, con un export di mezzo miliardo di euro di bollicine. Non soltanto: si deve tenere presente che dei quasi sei miliardi di export, ben due miliardi li realizza proprio la nostra regione".

REPORTAGE VINITALY 2018



AND THE WINNER IS...

La quarta edizione dei Vini&Consumi Awards.
27 i riconoscimenti attribuiti da una giuria
qualificata composta da 21 esponenti
tra buyer e operatori del settore.

A cura di **Raffaella Cordera**

Grande festa nella serata di lunedì 16 aprile, a Verona, durante Vinitaly 2018. In una Sala Vivaldi gremita, infatti, sono stati proclamati i vincitori degli Awards realizzati dalla nostra rivista **Vini&Consumi**, e organizzati da Tespi Mediagroup.

Il premio, giunto alla quarta edizione, intende valorizzare l'impegno delle aziende del settore vitivinicolo che si sono distinte nell'ideazione e realizzazione di attività di marketing e comunicazione, e nell'innovazione di prodotto durante l'anno solare 2017.

Ad assegnare i **Vini&Consumi Awards** è stata una giuria qualificata di 21 membri del mondo retail e operatori del settore. Un premio vero, attribuito da esperti che vivono il mercato quotidianamente in tutte le sue sfaccettature e che hanno conferito il giusto e meritato tributo alle aziende (ma un applauso e un sincero ringraziamento va sia a tutte quelle che sono entrate in nomination, sia a quelle che hanno partecipato, fornendo le candidature) che con impegno e passione lavorano per il mercato vitivinicolo italiano e in particolare sul canale della distribuzione moderna.

Ci rivediamo il prossimo anno per la quinta edizione dei **Vini&Consumi Awards**.



La giuria

| | |
|---|--|
| Benetti Raffaello – Promos | Frigerio Angelo – Tespi Mediagroup |
| Bianchini Filippo – Conad 2000 A | Loi Fabio – Conad del Tirreno |
| Bilotta Davide – Vendor Manager | Magnocavallo Marco – Tannico |
| Grocery/Wine&Spirits Amazon Italia | Mortillaro Gianluca – Etruria/Sma |
| Bonfà Marco – Conad Emmeci | Ostidich Daniela – Marketing&Trade |
| Brandimarte Daniele – Conadadriatico | Perego Luca – Carrefour |
| Calò Giuseppe – L'Alco | Pizzighella Luca – Signorvino |
| Calogero Giuliano – Despar Italia | Saggion Daniele – In's Mercato |
| Colombo Flavio – Iperal | Scarcelli Francesco – Coop Italia |
| Delorenzi Marta – Koelnmesse | Spagna Luca – Auchan Retail International |
| Frascaroli Valerio – Conad | Taglia Giancarlo – Buon Gusto Italiano |

alle pagine 8 e 9 l'elenco e le foto dei vincitori

segue

REPORTAGE VINITALY 2018



AND THE WINNER IS...



MIGLIOR SPOT TV
 "Settesoli sostiene Selinunte - Campagna fundraising" - Cantine Settesoli
 Ritira il premio: Roberta Urso.
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR CAMPAGNA AFFISSIONE
 "Non c'è estate senza Melarosa" - Cantine Due Palme
 Ritira il premio: Valerio Nisi (a sinistra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR CAMPAGNA RADIO
 "Galassi, è nel gusto il promemoria" - Due Tigli
 Ritira il premio: Paolo Galassi (a destra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR CAMPAGNA STAMPA CONSUMER
 "Metodo Classico. Emozione Contemporanea." - Rotari - Gruppo Mezzacorona
 Ritirano il premio: Fabio Maccari (a sinistra) e Luca Rigotti (al centro).
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR CAMPAGNA STAMPA TRADE
 "Mario Primo Chianti" - Tenute Piccini
 Ritirano il premio: Mario Piccini (al centro) e Maurizio Rossi (a destra).
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR CAMPAGNA SOCIAL
 "Campagna Comunicazione Nazionale Santa Cristina" - Santa Cristina
 Ritira il premio: Enrico Chiavacci (a destra).
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR SITO WEB
 "www.cantineduepalme.it" - Cantine Due Palme
 Ritira il premio: Valerio Nisi (a sinistra).
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR MATERIALE POP
 "Testate di gondola Mr. Vino" - Zonin 1821
 Ritira il premio: Stefano Silenzi (a sinistra). Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR INIZIATIVA DI CO-MARKETING
 "Corvo & Brandani Gift Group" - Duca di Salaparuta
 Ritira il premio: Benedetta Poretti.
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR INIZIATIVA A SUPPORTO DI ARTE E CULTURA
 "Settesoli sostiene Selinunte - Campagna fundraising" - Cantine Settesoli
 Ritira il premio: Roberta Urso.
 Consegna il premio: Marco Magnocavallo (Tannico).



MIGLIOR INIZIATIVA PROMOZIONALE COMMERCIALE
 "Viaggio all'origine del gusto - Scopri i grandi vini toscani di Tenute del Cerro" - Tenute del Cerro
 Ritira il premio: Sergio Soavi (a sinistra).
 Consegna il premio: Davide Gregorini (Fonte Plose).



MIGLIOR EVENTO
 "Calici di Stelle 2017" - Firriato
 Ritira il premio: Federico Lombardo Di Monte lato



MIGLIOR INIZIATIVA SOSTENIBILE
 "Certificazione V.I.V.A del Ministero dell'Ambiente" - Gruppo Chiarli
 Ritira il premio: Sofia Rocchelli. Consegna il premio: Davide Gregorini (Fonte Plose).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: AUTOCTONI ROSSI FERMI
 "Linea Soria" - Firriato
 Ritira il premio: Federico Lombardo Di Monte lato



MIGLIOR PACKAGING VINI ROSSI
 "Mario Primo Chianti" - Tenute Piccini
 Ritirano il premio: Mario Piccini (a sinistra) e Maurizio Rossi (al centro).
 Consegna il premio: Davide Gregorini (Fonte Plose).



MIGLIOR PACKAGING VINI BIANCHI
 "Cala Forte Vermentino Toscana Igt - Frescobaldi
 Ritirano il premio: Danilo Masi e Anna Paola Barbieri.



MIGLIOR PACKAGING VINI SPUMANTE
 "Asti Docg Secco" - Duchessa Lia
 Ritira il premio: Chiara Del Tufo.
 Consegna il premio: Davide Gregorini (Fonte Plose).



MIGLIOR SPECIAL EDITION
 "Valdo Rosè Floral Edition" - Valdo Spumanti
 Ritira il premio: Massimo Polloni (a sinistra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO BIO
 "Vino Pignoletto Doc frizzante biologico 'Righi'" - Cantine Riunite & Civ Società Agricola
 Ritira il premio: Vanni Lusetti (a destra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO VEGAN
 "Gutturnio Doc biologico vegano 'Biò' Valtidone" - Cantina Valtidone
 Ritirano il premio: Francesco Fissore (a sinistra), Umberto Pilla (a destra), e Mauro Fontana (al centro).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: SPUMANTE METODO CLASSICO
 "Oltrepo' Pavese Docg Cruase' metodo classico brut rosè Anamari" - Terre d'Oltrepo'
 Ritira il premio: Andrea Giorgi (a sinistra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: PROSECCO
 "Linea B-Bortolomiol: Prosecco Superiore Docg di Valdobbiadene Brut ed Extra Dry" - Bortolomiol
 Ritira il premio: Maria Elena Bortolomiol
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: ALTRI SPUMANTE METODO CHARMAT
 "Asti Docg Secco" - Duchessa Lia
 Ritira il premio: Chiara Del Tufo
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: AUTOCTONI BIANCHI FERMI
 "TRE - Trebbiano d'Abruzzo Dop" - Cantina Tollo
 Ritira il premio: Tonino Verna (a sinistra).
 Consegna il premio: Gianni Bruno (Veronafiere).



PREMIO SPECIALE
 "Nel cuore di Asolo, un vigneto ritrovato" - Montelvini
 Ritira il premio: Alberto Serena



PREMIO SPECIALE
 "Anniversario 130 anni" - Mionetto
 Ritira il premio: Francesco Mionetto (a destra).
 Consegna il premio: Angelo Frigerio (Tespi Mediagroup).



MIGLIOR INIZIATIVA CHARITY
 "Cantina Valtidone ha a cuore la sua valle" - Cantina Valtidone
 Ritirano il premio: Francesco Fissore (a destra), Umberto Pilla (al centro) e Mauro Fontana (a sinistra). - Consegna il premio: Angelo Frigerio (Tespi Mediagroup).

ATTENTI A QUEI TRE

Le prospettive e le strategie
dei player specializzati.
Riflettori puntati su E-Marco Polo,
Signorvino e Tannico.

A cura di Irene Galimberti

E-Marco Polo: un alleato per l'e-commerce del made in Italy in Cina



Stefano Scarsciotti

Un vero alleato per fare affari in Cina. E' il portale di e-commerce E-Marco Polo, dedicato alle aziende italiane che intendono affrontare il mercato cinese. "Si tratta di una vetrina b2c", ha spiegato in occasione di Vinitaly Stefano Scarsciotti, ceo della società controllata dal Gruppo Cremonini e partner di Intesa Sanpaolo e Unicredit.

L'e-shop su Tmall Global di Alibaba (che è uno tra i più grandi marketplace online al mondo) consente alle aziende di vendere direttamente i prodotti italiani ai consumatori cinesi, senza avere una presenza fisica nel Paese. "Funge da 'general contractor' e permette di vendere prodotti direttamente con un servizio end-to-end", ha specificato il ceo Stefano Scarsciotti, "con le attività di logistica a supporto dei processi di export/import, marketing, customer care, oltre alle strategie e alle azioni di brand-marketing". Nel 2017 - primo anno di attività - sono stati venduti oltre 70mila prodotti, con 2 milioni di visitatori unici e 220mila follower. Le vendite sono state trainate, in particolare, dal settore del vino.

E-Marco Polo è infatti risultata la prima vetrina italiana per la vendita di vini su Tmall Global, oltre ad essere tra le prime 100 nel food&beverage di tutto Alibaba. Ma non solo. Il tasso di conversione medio annuo (vale a dire il rapporto fra ordini e visitatori) è stato del 3,74%, con picchi superiori al 5% e un pubblico composto al 60% da giovani, che torna ad acquistare sul portale nel giro di tre mesi, per un significativo tasso di fidelizzazione. Guardando ai primi tre mesi del 2018, si è registrata un'accelerazione del trend positivo, con un giro d'affari lordo in aumento del 70%.

Le abitudini dei consumatori, secondo l'Osservatorio Signorvino



Luca Pizzighella, direttore commerciale di Signorvino

Uno spaccato dell'Italia del vino e delle abitudini dei consumatori. A fornirlo l'Osservatorio Signorvino, l'enocatenata che - con 15 punti vendita distribuiti fra Torino e Firenze, passando per Milano, Verona e Bologna - ha raggiunto uno sviluppo tale da poter fornire dati interessanti per produttori e operatori del settore. I negozi contano infatti più di 1.500 etichette di almeno 250 fornitori, che permettono di tracciare valori e volumi delle denominazioni più vendute, profilando anche diversi target di consumatori. Ad esempio, in base al venduto 2017 (820mila bottiglie) è stata stilata la classifica delle prime 15 denominazioni a valore, con Amarone, Franciacorta e Prosecco, nell'ordine, sul podio. L'assortimento conta più di 80 etichette d'Amarone, oltre 70 di Franciacorta e Barolo e quasi 40 di Brunello. Nei primi tre mesi del 2018 il giro d'affari è stato pari a 3 milioni di euro, con il 49% dei volumi (56% dei valori) rappresentato dai rossi; il 28% (24% a valore) dalle bollicine; il 19% (15% a valore) dai bianchi; l'1% (0,5% a valore) dai rosati. Il cliente medio è l'uomo di 40 anni, con un buon numero di turisti, viste le location strategiche. Cresce l'interesse, e anche il business, per i vini biologici, che rappresentano il 10% dell'offerta totale e il 7% delle vendite. Signorvino propone, oltre a 350 etichette di vini premiati e famosi (scelta rassicurante per i clienti), anche 250 referenze di piccoli produttori (che suscitano la curiosità del pubblico più esperto). Da segnalare l'interesse e la partecipazione dei Millenials agli eventi formativi organizzati dall'enocatenata.

Tannico: "Fermata Vinitaly"



Da sinistra, Juliette Elodie Bellavita, Marco Magnocavallo e Riccardo Zilli

Tra i protagonisti di Vinitaly 2018 anche il portale e-commerce Tannico. Che ha portato il suo rivoluzionario approccio al mondo del vino in fiera a Verona. E lo ha fatto in maniera insolita e innovativa. Con il debutto del Double Decker brandizzato Tannico. Un classico bus inglese degli anni '60 a due piani, che il numero uno delle vendite di vino online in Italia ha restaurato per l'occasione e trasformato in un winebar dal fascino irresistibile. Nel corso di Vinitaly, innumerevoli gli appuntamenti che hanno animato lo spazio, tra presentazioni, brindisi e degustazioni guidate. Tra i tanti partner di Tannico che hanno supportato l'iniziativa, veri e propri nomi d'eccellenza: da segnalare, in particolare, il 'Food & Wine Pairing' che ha visto le bollicine TrentoDoc Ferrari abbinare alle creazioni dello chef Renato Bosco a base di salumi Levoni.



LE NOVITÀ



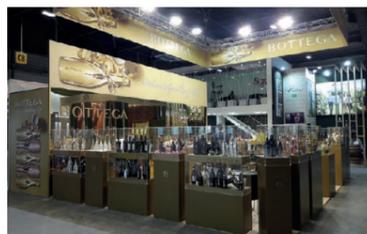
VINICOLA DECORDI Alessandro Decordi



Giulia e Alessandro Decordi

“Quest’anno a Vinitaly non presentiamo nuovi vini, ma l’importante rinnovamento della nostra linea di produzione. Un intervento necessario per proseguire nel percorso di crescita dell’azienda. E che ci permette, grazie a quello che è stato l’inserimento di nuovi macchinari, come ad esempio la doppia etichettatrice o la sleeveatrice, di essere più efficienti e flessibili. Ma, al contempo, anche garantire maggiore qualità e sicurezza ai nostri prodotti”.

BOTTEGA



Vermouth protagonista allo stand Bottega a Verona. Due referenze - bianco e rosso - realizzate con la collaborazione di Lamberto Vallarino Gancia e già pluripremiate Oltremanica. Per comunicare meglio le caratteristiche dei due prodotti, all’interno dello stand è stato predisposto un vero e proprio percorso olfattivo. In primo piano anche il ‘Bottega Gold’, dall’esclusiva bottiglia dorata. Un Prosecco spumante Brut ottenuto dalla vinificazione in bianco di uve Glera provenienti da Valdobbiadene, premiato dal prestigioso riconoscimento ‘The Prosecco Master’ di *The Drink Business*.

PICCINI Maurizio Rossi



Maurizio Rossi e Camelia Lazar

“Un Vinitaly 2018 all’insegna di nuovi lanci e tante conferme per Piccini. In primo piano a Verona abbiamo posto, da una parte, con ‘Mario Primo’, la riscoperta di una tradizione vitivinicola di famiglia nella produzione del Chianti, intepretra in chiave contemporanea. Allo stesso tempo, poi, abbiamo voluto esaltare la ‘nuova avventura’ in terra siciliana di Piccini, che si esprime nei vini dell’Etna della tenuta Torre Mora, di cui è stato lanciato il nuovo ‘Scalunera’ Etna Rosato. Infine, tornando in Toscana, spazio a un’altra grande novità: il ‘Collezione Oro’ Chianti Superiore Docg. Un ampliamento della gamma, per un nuovo classico realizzato con tutta la passione che Piccini sa donare ai suoi vini di pregio”.



VILLA SANDI Giancarlo Moretti Polegato



Da sinistra: Giancarlo Moretti Polegato e Mirko Baggio.

“Il nostro è un Vinitaly all’insegna della grande novità La Gioiosa con la Ribolla gialla. Un progetto strutturato, che prende vita nella tenuta di proprietà a Spilimbergo. Uno Chardonnay destinato alla Gdo, da uve della vendemmia 2017 e con affinamento breve, che vuole non soltanto rispondere a una richiesta del mercato, ma soprattutto ribadire la nostra vocazione alla produzione di spumanti di qualità incentrati su una forte identità territoriale. Puntiamo a diventare i portabandiera, in Italia e all’estero, della Ribolla gialla: un prodotto che piace e che noi non potevamo non declinare all’insegna delle bollicine”.

SANTA MARGHERITA GRUPPO VINICOLO Annarita Ciccirelli



“Per Vinitaly 2018, in tema di novità, abbiamo puntato sulle bollicine e sui rosé. In particolare, rafforzando il presidio dei mercati internazionali. Questo attraverso il profondo restyling di due sparkling capaci d’intercettare i gusti dei millennials: da una parte il Prosecco Superiore Valdobbiadene Docg Brut, dall’altra il nuovo Chardonnay rosé, blend di Glera, Chardonnay e Malbec. In primis coinvolgerà Usa e Paesi limitrofi, ma non escludiamo di allargare il presidio ad altre aree di mercato. Altra novità portata a Verona, poi, è ‘Stilrose’: un Riviera del Garda Classico Chiaretto Doc, in cui le uve dal vitigno autoctono Gropello si fondono con quelle di Barbera, Sangiovese e Marzemino”.



GIACOBACCI Angela Giacobazzi



Giovanni e Angela Giacobazzi

“A Vinitaly celebriamo il marchio di famiglia, attraverso il ricordo del suo passato glorioso e, al contempo, con un rinnovato slancio che punta ai successi futuri. È in quest’ottica che s’inserisce la nuova immagine, ulteriore passo in avanti nel percorso di sviluppo dell’azienda. Ci riappropriamo così dello storico payoff ‘It’s my wine’ e ribadiamo quei valori che ci rendono unici: l’innovazione, il saper osare e l’essere ‘fuori dal coro’. In questa direzione s’inseriscono anche le novità: da una parte, le due versioni, brut e rosé, di Metodo Classico 100% da Lambrusco di Sorbara. Dall’altro, i due nuovi Giacobazzi 5 e 6: rispettivamente un rosé Brut e un Fragolino spumante dolce”.

ANTINORI Jacopo Chianni



Da sinistra: Jacopo Chianni ed Enrico Chiavacci

“A Vinitaly e in questo inizio di 2018, con Santa Cristina, ci siamo focalizzati da una parte sul nostro cavallo di battaglia, il rosso Santa Cristina Igt Toscana, dall’altra sulla grande novità del ‘Capsula Viola’ Chardonnay: un bianco dallo stile moderno che si caratterizza per piacevolezza, freschezza e sapidità. Il suo nome e il colore della capsula, tratti distintivi dell’originaria denominazione, rendono omaggio alla sua storia: nasce nel 1980, all’interno del Consorzio del Vino Galestro, dall’esigenza di produrre un vino bianco per esprimere il territorio del Chianti”.



VALDO SPUMANTI Pierluigi Bolla



A sinistra: Pierluigi Bolla. Da destra: le onorevoli Federica Zanella e Mariastella Gelmini di Forza Italia

“Vogliamo offrire al consumatore un vino per ogni momento, palato e canale distributivo. Il Prosecco può vincere la sfida con i metodi Chardonnay di tutto il mondo, grazie al suo stile smart e pop. Ma oggi Valdo non è solo sinonimo di Prosecco, come dimostrano le novità di Vinitaly: a partire dal Valdo Oro Extra Dry Blanc de Blancs, dedicato alla Gdo e selezione delle migliori uve a bacca bianca. Guarda alle nuove tendenze, invece, il Valdo Ice, bollicine ‘on the rocks’ da degustare con ghiaccio. Mentre ritorna la Valdo Rosé Floral, nella sua speciale edizione limitata firmata Fabrizio Sclavi. Infine, da segnalare le nuove vesti grafiche del Prosecco Valdo Doc Extra Dry e del Valdo Cuvée Extra Dry”.



LE NOVITÀ DI VINITALY 2018

AZIENDA AGRICOLA TORTI – L'ELEGANZA DEL VINO

Patrizia Torti



Da sinistra: Emanuele Bottioli, direttore del Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese, Patrizia e Laura Torti

“A Verona presentiamo la nuova linea di vini Hello Kitty. Una gamma di etichette dall'Oltrepò Pavese, nate dalla partnership tra la cantina della mia famiglia e Sanrio, società proprietaria del marchio Hello Kitty, icona pop celebrata a livello globale da oltre 40 anni. Cinque i vini proposti, con capofila lo spumante rosé Hello Kitty, blend di uve Pinot nero e Chardonnay. Un Metodo Martinotti di qualità disponibile anche nella scintillante Special Edition 'Pink Collection'. Completano la gamma 'Sweet Pink', la bollicina Demi Sec presentata nella bottiglia da 0,375 lt con un cuore ricavato nel vetro e serigrafato in oro, insieme al classico Pinot nero e a un Pinot nero vinificato in bianco”.

BERTANI DOMAINS



Il Vinitaly 2017 di Bertani Domains è stato caratterizzato dalla novità della trasformazione della storica realtà in azienda agricola. Un mutamento di struttura che mira a una sempre più marcata valorizzazione del patrimonio di vigneti e di vini della cantina. A livello di prodotti, in vetrina a Verona il restyling della linea Puiatti, ma anche il Supertuscan 'Motuproprio', blend dei migliori Sangiovese provenienti dalle tre principali Denominazioni toscane.

SANTERO

Tra le molte novità presentate dall'azienda piemontese a Verona, balza sicuramente all'occhio il '958 Santero Blue Milena Andrade Extra Dry', una bollicina dall'inconfondibile colore blu, versatile e adatto a svariate occasioni di consumo.



CODICE CITRA

Valentino Di Campli



Il team Codice Citra

“Un Vinitaly all'insegna delle sfumature, il nostro. Sono quelle del Montepulciano d'Abruzzo, che quest'anno festeggia un importante anniversario: i 50 anni della Doc. E per celebrare al meglio questo importante traguardo, abbiamo voluto promuovere una Masterclass esclusiva, che ha visto proprio il Montepulciano d'Abruzzo protagonista. Una degustazione guidata da Riccardo Cotarella, il nostro nuovo consulente enologico, insieme agli enologi Lino Olivastri e Davide Dias. Dove a venire presentati sono stati i tre vini realizzati dal neonato Codice Citra Wine Team: e se già disponevamo di un'ottima squadra, Cotarella è il giusto allenatore, che in pochi mesi ha saputo intervenire in maniera magnifica sui nostri vini”.



Da sinistra: Valentino Di Campli e Riccardo Cotarella

DUCA DI SALAPARUTA

Benedetta Poretti



“Le novità di Vinitaly 2018 coinvolgono tutti e tre i nostri brand: Duca di Salaparuta, Corvo e Florio. A livello Gdo, per 'Corvo Rosso' è stato promosso un restyling nell'etichetta e un refresh del blend all'insegna di una sempre maggiore qualità. Al portfolio Duca di Salaparuta, invece, si aggiunge una nuova gamma dai tratti freschi: si tratta di 'Oniris', linea che si compone di un bianco e un rosso per l'estate adatti a conquistare un pubblico giovane. Infine, con Florio festeggiamo i 30 anni d'elegante 'Morsi di Luce': con una nuova etichetta e il format Dulcis in Florio, che in una scatola in latta vintage abbina vino da dessert e cioccolato, nelle tre tipologie al latte, fondente e bianco”.



CANTINA VALTIDONE

Mauro Fontana



Da sinistra, Mauro Fontana e Gianpaolo Fornasari

“Sono diverse le novità che abbiamo presentato in occasione di Vinitaly. A Verona, grande protagonista la linea bio Tenuta Villa Tavernago, ottenuta da uve provenienti da vigneti a coltivazione biologica dal 1978. Ma in vetrina anche l'Ortrugo 50 Vendemmie, destinato al solo canale Horeca e che si aggiunge ai Malvasia e Gutturino, nelle versioni frizzanti e ferme, che in questi anni hanno celebrato il mezzo secolo di attività della nostra cantina. Infine, da segnalare anche l'ultima arrivata nella nostra proposta alla Gdo: la linea di vini biologici e vegani Biò Valtidone”.



PASQUA VIGNETI E CANTINE

Riccardo Pasqua



Da sinistra: Riccardo e Alessandro Pasqua

“Al cento del nostro Vinitaly è l'Amarone Famiglia Pasqua 2013, di cui abbiamo presentato l'edizione limitata 'Labyrinth', in 7mila bottiglie numerate, disegnata da Giorgia Fincato, giovane artista veneta protagonista della nostra campagna di mecenatismo 'Talent never tasted better' insieme allo chef Diego Rossi e alla ballerina Lidia Caricatore. Nel labirinto vediamo una rappresentazione della storia di Pasqua. Ma è anche metafora della vita, impossibile da afferrare nella sua interezza solo con la ragione. Infine, il labirinto è il processo degustativo: ogni volta che si assaggia un grande vino lo si 'decodifica', e solo richiamando alla memoria esperienze che ci portano a riconoscere le sue qualità ne cogliamo le sfaccettature”.

DUCA DI SALAPARUTA

Benedetta Poretti



“Le novità di Vinitaly 2018 coinvolgono tutti e tre i nostri brand: Duca di Salaparuta, Corvo e Florio. A livello Gdo, per 'Corvo Rosso' è stato promosso un restyling nell'etichetta e un refresh del blend all'insegna di una sempre maggiore qualità. Al portfolio Duca di Salaparuta, invece, si aggiunge una nuova gamma dai tratti freschi: si tratta di 'Oniris', linea che si compone di un bianco e un rosso per l'estate adatti a conquistare un pubblico giovane. Infine, con Florio festeggiamo i 30 anni d'elegante 'Morsi di Luce': con una nuova etichetta e il format Dulcis in Florio, che in una scatola in latta vintage abbina vino da dessert e cioccolato, nelle tre tipologie al latte, fondente e bianco”.



CANTINE SETTESOLI

Roberta Urso



Roberta Urso e Mirco Gabbin

“Vinitaly 2018 è l'occasione perfetta per festeggiare i primi 60 anni di vita di Cantina Settesoli. A Verona abbiamo portato la novità del Mandrarossa Calamossa Terre Siciliane Igt, un vino pétillant realizzato con una selezione delle migliori uve autoctone del territorio di Menfi e delle zone limitrofe. Non a caso, in etichetta, che già si caratterizza per una texture che richiama il profilo delle nostre spiagge siciliane, indichiamo proprio le coordinate della splendida insenatura dove le nostre vigne si affacciano sul mare”.

CANTINA MADONNA DEI MIRACOLI – VINI CASALBORDINO

Massimo Zuccarini



“A Vinitaly ci siamo presentati con l'importante restyling che ha coinvolto la nostra linea Terre Sabelli, che con la sua nuova elegante etichetta, in rilievo e zigrinata, sta riscuotendo l'apprezzamento di tanti operatori. A questo si aggiunge, a livello di prodotti, la novità di 'Contea', un Pecorino Terre di Chieti Igt”.



MEDICI ERMETE Alessandra Medici



Alessandra e Alessandro Medici

“Il nostro cavallo di battaglia a questo Vinitaly è stato ‘Phermento’, l’ultimo arrivato tra i vini che proponiamo a catalogo. Si tratta di un Lambrusco Sorbara in purezza, realizzato con il metodo ancestrale e che presenta una chiusura col tradizionale tappo a corona. Il legame col territorio è rilanciato anche dall’etichetta, opera di un pittore di origini reggiane”.

ASTORIA Riccardo Polegato



“Tra le novità di Vinitaly 2018 a spiccare è ‘Xala’, la nostra prima Ribolla gialla spumante brut. Un metodo Charmat realizzato con le uve provenienti da una piccola azienda agricola in zona Colli Orientali del Friuli, con cui i nostri tecnici collaborano tutto l’anno per garantire un prodotto di qualità. Altra novità a Verona, il ‘Tiramisù Spumante’, idea nata dalla collaborazione con la prima Tiramisù World Cup lo scorso novembre e in cui si fondono i profumi della Glera con la morbidezza del Moscato. Infine, una nuova e innovativa etichetta a effetto 3D per il ‘9.5 Cold Wine’, il più pop tra i vini Astoria”.

CANTINA CASTELNUOVO DEL GARDA Massimo De Rossi



“A Verona lanciamo diverse novità. In primis, un ampliamento di gamma della nostra linea bio a marchio Ca’ Vegar, che include ora anche un Merlot e uno Chardonnay. Presentiamo inoltre un restyling completo dei nostri brand, tra cui la gamma dei vini spumanti: oltre a Prosecco Doc e Bardolino Doc rosato, fa parte dell’offerta anche il Chiacetto Metodo Classico, che ha ricevuto due prestigiosi riconoscimenti”.

AZIENDA UGGIANO Giacomo Fossati



Da sinistra: Anna Gori, Giacomo Fossati e Giacomo Politi.

“Il nostro focus per il 2018 saranno i monovarietali, in particolare a seguito dei lanci dello scorso anno del ‘Chardò’ Chardonnay di Toscana Igt e del ‘Syrà’ Syrah di Toscana Igt. Qui a Vinitaly, la novità è però il restyling dell’etichetta per il ‘Petraia’ Merlot di Toscana Igt, un Supertuscan che rappresenta da anni un riferimento per la nostra azienda”.

MONTELVINI Alberto Serena



“Diverse e importanti le novità per Vinitaly. Da un punto di vista di prodotto, ci limitiamo al lancio della Jéroboam da 3 lt del nostro cavallo di battaglia: l’Asolo Prosecco Superiore Docg Extra Brut. Ed è ancora la Docg Asolo la protagonista dei nostri progetti futuri: a partire dal nuovo protocollo di spumantizzazione incentrato a valorizzare ancor più le caratteristiche della Denominazione. Ci concentreremo, infatti, su sapidità, struttura e aroma fruttato, rimanendo bassi con i solfiti. E sempre in tema di valorizzazione della Docg Asolo s’inserisce il progetto ‘Vigneto ritrovato’, Cru di mezzo ettaro in cui lavoriamo per andare alle radici della storia del nostro Prosecco Superiore”.

CEVICO – DUE TIGLI Paolo Galassi



Il team Cevico

“Un Vinitaly ricco di novità, in cui risalta il lavoro di restyling effettuato per le etichette del marchio Galassi. Abbiamo rinnovato l’immagine del brand caratterizzando le bottiglie con alcuni segmenti del celebre mosaico ‘Trionfo di Dioniso’ ospitato al Museo archeologico nazionale di Sarsina: un ulteriore elemento d’identità, per vini che si riconoscono in valori di riferimento quali territorio, storia, cultura e arte. In tema di biologico, da segnalare il lancio del Nero d’Avola rosato Sicilia Doc, che arricchisce la gamma ‘B.Io – BPuntoIo’, ma anche del ‘Sancripino Bio’ in brik da 250 ml. Infine, altre novità green sono ‘Bio Coloeus’ in bottiglia da 0,75 lt e il ‘Cantine Ronco Bio’ in brik da 500 ml”.



CANTINA PRODUTTORI CORMÒNS Andrea Russo



“A questo Vinitaly si chiude il cerchio del percorso intrapreso ad aprile 2017, finalizzato a un rebranding del marchio a 360°. Un progetto che mira a rivoluzionare il nostro posizionamento a scaffale, ma non solo. Nel nuovo payoff, ‘Custodi dell’Armonia’, vogliamo sintetizzare quello che sarà il nostro cammino futuro, volto a valorizzare, in tutto e per tutto, il territorio in cui operiamo. Partendo dai valori dello stare insieme, l’essere autentici, del preservare le tradizioni, abbiamo fornito un’identità ben precisa alle nostre gamme per Horeca e Gdo: entrambe oggi si presentano con una nuova immagine, oltre che rinnovate in forma, etichette e anche contenuto”.

CASA VINICOLA SARTORI Paolo Sartori



In foto, Elena Brisighella e Paolo Sartori

“Il focus per il 2018 resta la volontà di puntare sui prodotti di fascia Premium. In primis, sui nostri cavalli di battaglia: l’Amarone e il Ripasso. E proprio in questa direzione abbiamo scelto di rinfrescare il packaging del Valpolicella Doc Superiore Ripasso, l’etichetta che distribuiamo maggiormente e che rappresenta uno dei capisaldi del nostro business. A riguardo, dopo i primi test e inserimenti, il feedback è già positivo”.

CECCHI Giacomo Tarquini



“Vinitaly è l’occasione per festeggiare i 125 anni dell’azienda, cui diamo risalto anche con etichette dedicate, ma non solo. Nel 2018, infatti, celebriamo anche i primi 20 anni di una tra le nostre referenze di punta: il Morellino di Scansano Docg ‘La Mora’. A riguardo, abbiamo promosso un restyling per la versione Riserva, che andrà in esclusiva a un’importante insegna Gdo italiana. Mentre tra le altre novità portate a Verona, si segnalano il ‘Litorale’ rosato Val delle Rose, nuova produzione a base Sangiovese, e il Cabernet in purezza ‘Samma’, sempre firmato Val delle Rose”.



LE NOVITÀ DI VINITALY 2018

PLANETA Concetta Bonini



Una degustazione a Verona guidata da Alessio Planeta

“Sono molti i progetti che abbiamo in cantiere per il 2018, a cominciare da ‘Exploring Nero d’Avola’, un tour che ha lo scopo di far conoscere al pubblico internazionale il più importante tra i vitigni a bacca rossa siciliani, frutto di zone e annate diverse. Protagoniste, a Vinitaly 2018, anche le novità dal territorio di Noto: ‘Allemanda’, il nuovo nome del Moscato bianco, e ‘Controdanza’, un Nero d’Avola che va in bottiglia insieme a una piccola percentuale di Merlot. Inoltre, per valorizzare sempre più la centralità della produzione di olio, quest’anno Planeta raddoppia la presenza a Verona con un proprio stand anche al Sol&Agrifood”.

CANTINE F.LLI BONELLI Elena Bonelli



“Vinitaly 2018 coincide con l’esordio ufficiale della nostra nuova immagine. Un nuovo logo, dai tratti freschi e dinamici, ma soprattutto un restyling a 360° delle nostre etichette: dalla linea Horeca a quella per la Gdo, passando per la proposta bio. Ci siamo ispirati alla Val Trebbia e ai colli piacentini, dove i nostri vini prendono vita. Ma grandi protagoniste sono anche le immortali parole di Luigi Illica, librettista noto per aver realizzato, tra i tanti, i testi delle celebri opere pucciniane ‘La bohème’, ‘Tosca’ e ‘Madama Butterfly’. Nella gamma Horeca, in particolare, i nomi dei vini richiamano alcuni passaggi delle sue arie più famose”.

LEONE DE CASTRIS Serena Guida



Serena Guida e Piernicola Leone De Castris

“Puntiamo anche nel 2018 sugli autoctoni pugliesi in un’ottica di valorizzazione del territorio. Tra le novità portate a Vinitaly, da segnalare il restyling del logo, pur sempre nel rispetto dei 350 anni che caratterizzano la nostra storia. A questo si aggiunge la rinfrescata che andrà a coinvolgere le nostre etichette. E che vede protagonista anche una tra le referenze di punta firmate Leone De Castris: il ‘Five Roses’, che proprio nella 2017 presenta un’annata eccezionale”.

ZORZETTIG Annalisa Zorzettig



“Ritorniamo ancora una volta a Vinitaly per ribadire cosa significhi per noi fare vino. Una storia lunga un secolo per la mia famiglia che si fonda su valori autentici. A partire dall’ospitalità tipica friulana e dal concepire il vino come un elemento culturale. Tuteliamo i vitigni autoctoni del nostro territorio, insieme alla biodiversità in vigna. Sempre per puntare alla migliore qualità. Come dimostra anche il prossimo ampliamento della cantina, i cui lavori stanno per prendere avvio”.

CAPETTA – DUCHESSA LIA Riccardo Capetta



“Un Vinitaly carico di novità, in particolare a marchio Duchessa Lia. Abbiamo fatto il nostro ingresso nel mondo del biologico con la Barbera d’Asti Docg Bio: una delle referenze più caratteristiche del nostro territorio, presentata in un packaging che richiama, col suo colore verde, la filosofia green del prodotto, a cui si aggiunge il tappo Green Line della Normacorc, da materiale riciclabile al 100%. Altra novità a Verona è la Barbera d’Asti Docg Superiore ‘Galaverna’, che arricchisce la linea premium dei vini nobili Docg piemontesi. Infine, da segnalare è anche l’ultima innovativa bollicina lanciata sul mercato: l’Asti Docg Secco, che punta a essere il protagonista della prossima estate”.



CA’ DE’ MEDICI Mattia Medici



Da sinistra: Mattia e Regolo Medici

“Sono diverse le novità portate a Vinitaly. A partire dalla nuova bottiglia, che sarà pronta per maggio e andrà a caratterizzare i vini della nostra linea di etichette d’alta qualità, a cominciare dal ‘Remigio’ Premium Lambrusco Reggiano Dop. È la riscoperta e il recupero di un vecchio design, a simboleggiare quella che è la storia di Ca’ De’ Medici, nonché la lunga tradizione che caratterizza le nostre produzioni. Nel 2018, poi, procederemo ad alcuni aggiustamenti nel nostro portfolio: non troveremo più etichette come il ‘San Giacomo Maggiore’ e il Reggiano Dop ‘Oblio’, mentre la Malvasia dolce Gold ‘Rubigalia’ diventerà spumante”.

CIELO & TERRA Paola Cielo



“Vinitaly 2018 è stata l’occasione per presentare il nuovo concept grafico firmato Freschello. Nell’ottica della nostra strategia di marketing, abbiamo studiato nel dettaglio una veste raffinata per evolvere il brand. La volontà è di esprimere al meglio le caratteristiche di Freschello. Gli interventi di restyling, infatti, enfatizzano la forza di un prodotto che non si lega ai gusti regionali e che per la sua personalità semplice e immediata incontra un favore sempre più ampio. Dal design grafico pulito ed essenziale, che sottolinea la leggerezza dei vini, le nuove bottiglie renderanno chiare le componenti delle nostre referenze, aumentandone notevolmente la riconoscibilità a scaffale”.



AGRIVERDE Giannicola Di Carlo



“Per il 2018, puntiamo sul restyling della linea Riseis, che diventa bio, e sul rilancio dello spumante ‘Brut rosé 830 Cuvée Prestige’. Ma in serbo abbiamo anche altre novità, che porteranno a un nuovo brevetto produttivo innovativo, di cui presto riveleremo i dettagli. La predisposizione mentale e familiare per la qualità, la tutela dell’ambiente e la salute dell’uomo, ci permettono di allargare sempre più le nostre vedute per condividere progetti ambiziosi e d’avanguardia. Sono sempre più convinto che uniti si vince, ci si contamina di buoni propositi e si riesce a migliorare più velocemente. E, di conseguenza, si affrontano al meglio i mercati e si offrono maggiori garanzie ai nostri partner distributivi”.

SHENK ITALIA Beatrice Perazzi



“Presentiamo quest’anno importanti novità nell’ambito della nostra offerta di vini biologici, che è stata ulteriormente ampliata con un vino rosso, un bianco e uno spumante della linea ‘Bacio della Luna’. Cresce anche la gamma di vini siciliani ‘Gergenti’, che si arricchisce di uno spumante da uve Grecanico, e quella dei vini piemontesi, a marchio ‘Casale del Barone’. Ma più in generale, per il 2018, il focus principale del nostro sviluppo sarà il biologico”.

ENOITALIA Stefania Vittoni



“Tra le novità che presentiamo al Vinitaly spicca senza dubbio il Pinot Grigio delle Venezie della linea ‘Gemma di luna’. Un prodotto pensato soprattutto per il mercato statunitense, perfetto per occasioni di consumo speciali grazie anche al prezioso rivestimento verde acqua e al pack esclusivo: una cappeliera da sei bottiglie. Non meno innovativo è ‘Lignum Vitis’, un blend di Frappato e Shiraz che vanta un’originale etichetta in legno. Molte novità anche sul fronte del biologico: dal Prosecco bio con uve di vitigni autoctoni di Treviso, ‘Alberto Nani Prosecco Doc Organic’, lanciato nel 2017, a ‘Terra Venetica’, una linea di vini biologici della Valpolicella che si arricchisce oggi di un Amarone della Valpolicella Docg e un Valpolicella Ripasso Doc”.

RUFFINO Alessandro Ippolito



“Questo è il primo Vinitaly per il nostro Chianti Riserva, presentato a dicembre 2017 per festeggiare il 140esimo anniversario della nostra casa vinicola. In primo piano anche i vini di Maremma della cantina La Corsa, grazie a cui ci presentiamo oggi sul mercato con due grandi rossi toscani: il Bolgheri Classico e il Morellino di Scansano. Il nostro obiettivo per il futuro è senza dubbio quello di continuare ad alzare l’asticella qualitativa dei nostri prodotti, oltre che essere più capillari nella rete distributiva. I vini Ruffino sono già ampiamente presenti in diversi paesi del mondo, tanto che siamo il primo vino italiano venduto in Canada”.

CANTINE DUE PALME Valerio Nisi



Assunta De Cillis e Angelo Maci

“In vetrina a Vinitaly 2018 mettiamo il ‘Coronero’ Rosato Salento Igp in edizione limitata, col nuovo uvaggio, blend di Primitivo e Aglianico. Ma presto si affaccerà un’altra novità: si tratta del Pinot grigio, il frutto della vendemmia di circa due ettari di vigneto nei pressi di Salice Salentino. Inoltre, da inizio dell’anno, ha preso il via ufficiale la produzione dell’olio extravergine di oliva firmato dai soci di Cantine Due Palme”.

GRUPPO MEZZACORONA



Tante le novità presentate dal Gruppo nel corso dell’ultimo Vinitaly, a cominciare dai nuovi vini realizzati nelle tenute in Trentino Alto Adige e Sicilia: il Castel Firmian ‘Dabèn’ Moscato Rosa Trentino Doc 2016, il Teroldego Rotaliano Doc Superiore 2017 senza solfiti aggiunti, e l’Hedonis Sicilia Doc Riserva 2015 di Feudo Arancio. Il focus dell’azienda rimane, senza dubbio, la sostenibilità. Nel 2017 Mezzacorona ha ottenuto per la seconda volta la certificazione di produzione Sqnp e a inizio 2018 ha lanciato su tutti i mercati mondiali i propri ‘vini certificati’.



F&P WINE GROUP Giulia Perini



Da sinistra: Stefano, Giulia e Paolo Perini

“La grande novità di questo Vinitaly è sicuramente la presentazione ufficiale al mercato internazionale di F&P Wine Group. Che rappresenta i brand Cantine Quattro Valli, Il Poggiarello, Perini & Perini, Romagnoli e Borgofulvia. Ed è proprio firmata Borgofulvia la principale novità di prodotto che portiamo a Verona, ovvero un restyle completo della linea ‘Gli Impero’, che va ora a occupare una fascia di mercato più alta e che si compone di un Rosso, un Bianco dell’Emilia, un Gutturino, un Ortrugo, un Bonarda e una Malvasia”.

SERENA WINES 1881



L’azienda si presenta a Vinitaly con una nuova identità: non più Vinicola Serena ma Serena Wines 1881, in riferimento al continuo sviluppo del business estero. Grande attenzione, nel corso della fiera, sia per il vino in fusti sia per il vino in bottiglia di tutti i sub-brand Serena Wines 1881, in particolare Ville D’Arfanta e lo Champagne De Vilmont. Il Vinitaly è stata l’occasione ideale anche per presentare la nuova linea ‘Seranello’, che punta a conquistare sia i consumatori il mercato domestico sia quelli internazionali.

CANTINA SOCIALE DORGALI Michele Canzittu e Donatella Buttu



“Il nostro obiettivo per i prossimi 12 mesi sarà mantenere l’elevato livello di qualità e continuare a valorizzare la tipicità dei nostri vini. Tra i molti prodotti della nostra gamma, una menzione speciale va sicuramente al ‘Bardia’ senza solfiti aggiunti, un Igt 100% da uve autoctone. Un’importante scommessa che sta riscuotendo un grande successo”.

LE NOVITÀ DI VINITALY 2018

TERRE CORTESI MONCARO Doriano Marchetti



"A Vinitaly presentiamo l'annata 2000 di alcune tra le nostre etichette più conosciute e apprezzate, a cominciare dal Verdicchio dei Castelli di Jesi nelle versioni Classico Superiore 'Verde Ca' Ruptae', Riserva Classico 'Vigna Novali' e Passito 'Tordiruta', fino al Conero Riserva 'Vigneti del Parco' e al Rosso Piceno Superiore 'Campo delle Mura'. Annate speciali per abbinamenti importanti, oggetti di premi internazionali. In primo piano anche l'ampliamento della nostra gamma di vini biologici, un settore in cui operiamo da oltre 30 anni, a testimonianza dell'attenzione e della cura che abbiamo sempre dimostrato sia nei confronti dei consumatori, sia dell'ambiente".

ARGIOLAS



Protagoniste dell'affollatissimo stand Argiolas a Vinitaly, la prima annata in commercio del Carignano del Sulcis Doc Riserva 'Is Solinas', caratterizzato da una nuova etichetta.

FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI



Confermati gli ottimi riscontri per il brand Sant'Orsola, anche nel mondo dell'Horeca. Lo stesso canale a cui s'indirizza il side project Elém, gamma di special edition che puntano a rappresentare proposte di livello superiore. Nel 2018, il focus di Fratelli Martini Secondo Luigi sarà la promozione del nuovo Asti Secco Docg: proprio come è stato già per il Prosecco Ice, anche questa nuova bollicina sarà al centro delle strategie aziendali per svecchiare i consumi e intercettare i millenials.

CANTINE RIUNITE & CIV



Mario Vandi

Un'importante edizione di Vinitaly per Cantine Riunite & Civ, realtà vitivinicola italiana numero uno per fatturato in Italia e tra le maggiori al mondo, che conta oggi quasi 1.700 soci produttori di uve e 16 cantine associate in Emilia-Romagna, Veneto e in altre regioni d'Italia. L'offerta enologica è ampia e variegata e risponde ai bisogni di tutti i canali distributivi. Una menzione speciale va al Lambrusco Riunite, che compare nella lista dei 25 vini italiani più influenti degli ultimi 25 anni.

BORTOLOMIOL



'Audax Zero.3' Valdobbiadene Prosecco Superiore di Valdobbiadene Docg Extra Brut: è questa la novità presentata in fiera dalla casa vinicola Bortolomiol, che completa così la collezione dei Tradizionali, che accanto alle versioni Brut, Extra Dry, Dry e Demi Sec aggiunge l'Extra Brut, rispondendo così alla domanda dei mercati nazionali e internazionali che sempre più spesso ricercano una bollicina dal basso grado zuccherino. Uno spumante simbolo dell'agricoltura sostenibile dei vigneti Bortolomiol grazie al Protocollo Green Mark. Vinitaly è inoltre stat l'occasione per presentare il restyling del 'Bandarossa Special Reserve', che entra ufficialmente nella collezione Couture.



TENUTE DEL CERRO



Il fiore all'occhiello del gruppo Unipol ha chiuso il 2017 con risultati record sui mercati internazionali, con un business estero in crescita di circa il 20%. A trainare le vendite sono soprattutto il Nobile di Montepulciano e il Brunello di Montalcino. Con cinque tenute, di cui quattro vitivinicole, tra Toscana e Umbria, l'azienda presidia in modo capillare sia il canale Horeca sia la Grande distribuzione.

TERRE DEL BAROLO



Francesco Mastrocola

Grande soddisfazione viene espressa dall'azienda per l'andamento della linea biologica, che si compone di Barolo Docg 2014, Nebbiolo d'Alba Doc e Barbera d'Alba Doc. Per i prossimi 12 mesi il focus sarà inoltre la promozione della linea Arnaldo Rivera: 11 vini, nati a partire dall'annata 2013, frutto di un protocollo ufficiale sottoscritto tra la Cantina e alcuni soci viticoltori al fine di produrre uve d'eccellenza in alcuni tra i più prestigiosi vitigni delle Langhe. La linea Arnaldo Rivera è pensata unicamente per il canale Horeca.

MASI AGRICOLA



Alessandra Boscaini

Nell'ambito della fiera, la maison della Valpolicella celebre per il suo Amarone ha presentato grandi novità, a cominciare dal cru 'Colbaraca' 2016 - un Soave Classico prodotto con sole uve Garganega provenienti dall'omonimo vigneto - e un restyling completo dei 'classici' di Masi: 'Levarie Soave Classico 2017', 'Frescaripa Bardolino Classico 2017' e 'Bonacosta Valpolicella Classico 2016'. Novità di prodotto anche per le Historic Venetian Estates, l'ambizioso progetto di Masi finalizzato al recupero del lustro della nobiltà triveneta. Con 'Mas'Est' Marzemino 2017 e 'Mas'Est' Teroldego 2016' la linea Conti Bossi Fedrigotti si arricchisce infatti di prodotti varietali a evidenziare la forte vocazione territoriale di questo chateau del Trentino.



CANTINA DI SOAVE Bruno Trentini



In foto al centro, da sinistra, Bruno Trentini e Attilio Carlesso

“Abbiamo dato il via, nel corso di Vinitaly, ai festeggiamenti per i 120 anni dalla nostra fondazione. E se per il futuro abbiamo progetti all'altezza di quello che è stato il nostro passato, per celebrare degnamente l'importante anniversario, puntiamo a concludere gli imponenti lavori di ampliamento della Cantina entro la fine del 2018. Un progetto estremamente ambizioso che ci garantirà la forza produttiva per continuare ad essere un solido punto di riferimento per i nostri viticoltori e per tutto il territorio. Tra le novità portate a Verona, a spiccare sono soprattutto il Pinot Grigio Garda Doc Rocca Sveva 2017 e il Garda Spumante Doc Maximilian I”.

CANTINE VOLPI



Protagonista dello stand Cantine Volpi è la nuova annata 2016 del Timorasso 'Cascina La Zerba di Volpedo' Colli Tortonesi Doc, di recente premiata con la medaglia d'oro all'International Trophy 2018. Presentata in anteprima anche la nuova annata 2016 del Barbera superiore 'Cascina La Zerba' Colli Tortonesi Doc. Da non dimenticare la linea biologica 'Era' - dal nome greco della dea della natura, Diana - che si è aggiudicata importanti riconoscimenti internazionali e costituisce il 70% della produzione.

CANEVEL



Carlo Caramel

Allo stand Canevel Spumanti Valdobbiadene, che dal 2016 è parte del Gruppo Masi, presente l'intera gamma Valdobbiadene Docg che si arricchisce di un'importante novità: il 'Campofalco' Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut. Prodotto da uve del vigneto singolo Monfalcon, interamente a conduzione biologica, è il primo frutto tangibile della aggregazione tra le due cantine venete.

CANTINA DI CARPI E SORBARA Eleonora Rossi



“A Vinitaly l'azienda presenta la nuovissima 'Foglia Oro', una gamma di Lambruschi e Pignoletto da posizionamento Premium, pensata per la Gdo. Una linea che è caratterizzata da un profondo legame con il territorio e un ottimo rapporto qualità prezzo. Saremo inoltre parte attiva di un importante progetto solidale: dal 15 maggio al 15 giugno, nei punti vendita Coop e Conad di Modena e provincia, chi acquisterà le bottiglie di Lambrusco della Cantina contrassegnate dall'apposita etichetta contribuirà con un euro e mezzo al finanziamento dell'angiografo per la realizzazione di una sala operatoria all'avanguardia nell'ospedale di Baggiovara (in provincia di Modena).

FIRRIATO



Il team Firriato

Presente a Vinitaly l'intera gamma della Cantina siciliana, a partire da due delle sue etichette più conosciute: Le Sabbie dell'Etna Bianco (blend di Carricante e Catarratto) e Le Sabbie dell'Etna Rosso (blend di Nerello Mascalese e Nerello Cappuccio). A seguire, i due cru realizzati sull'Etna - il Cavanera Rovo delle Coturnie e il Cavanera Ripa di Scorcivacca - e i due metodo classico di Firriato: l'Etna Doc Gaudensius Blanc de Noir e il Gaudensius Blanc de Blancs. Immane il Santagostino Baglio Sorìa, sia nella versione rossa che in quella bianca. Un corner speciale dello stand Firriato è stato inoltre dedicato alla degustazione del passito di Sicilia L'Ecrù. Da segnalare anche la prossima realizzazione di una nuova cantina che si fonda sui principi dell'ecosostenibilità.

CANTINE COPPI



Doni Coppi

'Isottè', il nuovo nato di casa Coppi, è stato presentato ufficialmente nel corso di Vinitaly. Prodotto da uve di Verdeca, è uno spumante Brut Puglia Igp che va ad arricchire la proposta dell'azienda familiare pugliese in questa tipologia. Le bollicine di Cantine Coppi si sono già distinte come il pluripremiato 'Bollicinecherie' da uve di Negroamaro, incoronato secondo miglior rosato d'Italia.

CANTINA SANTA MARIA LA PALMA



Cantina Santa Maria La Palma si presenta al Vinitaly dopo aver ricevuto un importante premio internazionale: il Cannonau Riserva 2014 si è aggiudicato la medaglia Grande Oro nel concorso del Berliner Wein Trophy 2018, la più importante degustazione di vini internazionali della Germania. Un riconoscimento al lavoro dell'intero team e dei soci conferitori, che accanto ai già noti vini bianchi ora stanno facendo emergere anche la produzione di vini rossi, dal Cagnulari al Cannonau, sino al Cannonau Riserva. Presentato da poco anche il restyling completo della gamma 'L'Aragosta', caratterizzata ora da una bottiglia più moderna e un gusto ancora più affinato ed evoluto.

GOTTO D'ORO



Marco Zanibellato

Protagonista allo stand Gotto d'Oro la nuova linea biologica, lanciata a settembre 2017, che si compone di tre etichette: il Marino Doc, il Castelli Romani Rosso Doc e il Castelli Romani Bianco Doc. Prodotti pensati sia per la Gdo, sia per l'Horeca e che puntano a diffondere la conoscenza dei vini Roma Doc nel mondo. Presenti in fiera anche i vini della linea 'Selezione' e della linea premium 'la Vinea Domini'.

LE NOVITÀ DI VINITALY 2018

BORGIO MOLINO

Laura Bellese
e Paolo Nardin



“Il nostro prodotto novità qui al Vinitaly è senza dubbio l’Asolo Prosecco Superiore Docg Brut biologico, ottenuto da uve biologiche dei Colli Asolani. Un prodotto presente sia all’interno della Grande distribuzione sia nel canale Horeca”.

CAVIT



Cavit torna a Vinitaly nel padiglione del Trentino, in un’elegante struttura in legno di rovere e acciaio. Protagonista e novità dell’anno è ‘Una Tantum’: una produzione di Riesling Renano Trentino Doc dal carattere forte e corposo. Tra le eccellenze da gustare a fiera anche ‘Rulendis’ Trentino Superiore Doc Pinot Grigio 2014 e ‘Altemasi’ Riserva Graal 2006 formato Magnum, una produzione limitata e già sold out. Ad accompagnare la degustazione di queste pregiate bollicine di montagna assaggi di ‘Trentin Sushi’, originale abbinamento culinario in omaggio al territorio.

CANTINE SGARZI LUIGI



Il team Cantine Sgarzi Luigi

In vetrina a Vinitaly l’intera gamma di vini e cocktail in lattina ‘Ciao’, che si compone di sei referenze da 200 ml: tre vini frizzanti - Secco, Rosato, Moscato - e tre wine cocktail: Lemon-Peach, Sfriz e Sangria. Prodotti che fanno del loro punto di forza la completa riciclabilità del packaging e la comodità di uso e trasporto.

CANTINA TOLLO



Ai millennials italiani Cantina Tollo dedica la rinnovata linea Valle d’Oro, presentata proprio in occasione di Vinitaly. Destinata al canale Horeca Italia, la linea si contraddistingue per il carattere giovane e il packaging accattivante e si compone di tre rossi - Montepulciano d’Abruzzo Dop, Merlot Cabernet Terre di Chieti Igp, il rosato Cerasuolo d’Abruzzo Dop - e altrettanti bianchi - Trebbiano d’Abruzzo Dop, Pecorino Terre di Chieti Igp e Passerina Terre di Chieti Igp.

MIONETTO



La storica cantina di Valdobbiadene si presenta alla 52esima edizione di Vinitaly con una brand image rinnovata e brinda con tante novità, a cominciare da due edizioni speciali dedicate alla Grande distribuzione: Luxury Cuvée Sergio ICE Edition e MO Sergio 20th Anniversary White Edition. Ad affiancarle è un’altra importante novità: il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Rive di Guia Brut Nature Luxury Collection, piena espressione dello stile enologico unico della Cantina e della sua ultracentenaria tradizione. Durante la fiera lo stand è stato animato da un ricco calendario di attività, prima fra tutte, la celebrazione dei 20 anni della storica cuvée Sergio.



AZIENDA AGRICOLA QUAQUARINI FRANCESCO

Umberto Qua Quarini



“A Vinitaly abbiamo scelto, ancora una volta, di scommettere sulla qualità delle produzioni dell’Oltrepò Pavese. In particolare, in vetrina abbiamo posto le nostre bollicine più pregiate, 100% Pinot nero. E se il Metodo Classico ‘Classese’ si conferma un prodotto sempre apprezzato, quest’anno registriamo un boom d’interesse verso il rosé, con in prima fila il nostro ‘Cruasé’ spumante”.

BANFI

Lorella Carresi



“A Vinitaly festeggiamo i primi 40 anni del progetto Banfi, anche attraverso un vino celebrativo prodotto in edizione limitata: ‘Quaranta’, un assemblaggio di Sangiovese, Cabernet Sauvignon, Merlot e Syrah. Ma sono tante le novità portate a Verona: in aggiunta alla special edition del Vermentino ‘La Pettegola’, in una versione completamente reinterpretata dall’illustratore Alessandro Baronciani, a spiccare sono il nuovo rosé ‘Cost’è’ e ‘Bepop’, un Asti Secco Docg”.



COLI

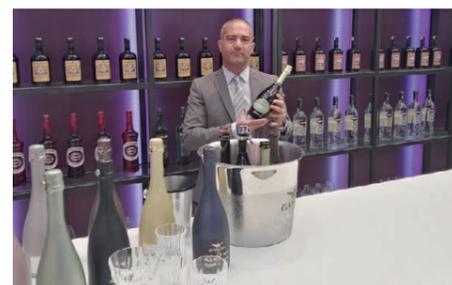
Laura Viano



“Nel 2018 continueremo a spingere sui vini toscani, in particolare i rossi. Come dimostra la nostra partecipazione a Vinitaly, in cui l’attenzione resta incentrata sul Chianti Classico Docg ‘Pratale’, una delle nostre etichette di punta”.

GANCIA

Renato Pardini



“Sono tante le novità a Vinitaly. A partire da un restyling completo delle nostre gamme. Prosegue così il percorso di sviluppo dell’azienda, testimoniato da una brand identity rivoluzionata nel segno del payoff ‘Drink beauty’, ‘Bere la bellezza’. Abbiamo reinventato l’immagine delle bottiglie, trionfo di colori che rende omaggio alle storiche creazioni Gancia, e rinnovato il logo, con un stile più agile nel segno della tradizione. Tra i prodotti, spicca il nuovo Blanc de Blancs Chardonnay dedicato alla Gdo. Mentre per l’Horeca, le novità sono i due Metodo Classico Alta Langa Docg 36 mesi Pas Dosé e 120 mesi, lo Charmat Asti Secco Docg e il Vermouth di Torino nella veste ‘vintage’, che riproduce l’etichetta originale del passato”.

DONNAFUGATA



Il team Donnafugata

A Vinitaly 2018 l'azienda siciliana presenta per la prima volta il suo vino dell'Etna, dove Donnafugata conta 15 ettari: si chiama 'Sul Vulcano' ed è un bianco, Etna Doc, ottenuto da uve Carricante. Una produzione di pregio di sole 7mila bottiglie. Grande debutto a Vinitaly anche per 'Floramundi', un Docg Cerasuolo di Vittoria che, presente sul mercato solo da pochi mesi, ha già riscosso un grande successo: solo in Italia, fa sapere l'azienda, sono oltre 1.500 i wine bar, ristoranti e le enoteche che hanno già inserito questo vino in carta.

PIERA MARTELLOZZO



Protagonista dello stand Piera Martellozzo a Vinitaly la linea 'Selezionedi', una collezione di blend firmati da Piera che si compone di cinque etichette: 'Onedis' Ribolla Gialla Millesimato Brut, 'Milo' Bianco Cuvée Friuli Doc, 'Tabbor' Rosso Cuvée Friuli Doc, e 'Fiola' vino da uve stramature.

AZIENDA AGRICOLA LA TORDERA



Un anno importante, il 2018, per La Tordera, che ha visto l'inaugurazione di un nuovo e moderno show-room, nel cuore della denominazione Conegliano Valdobbiadene. Quest'anno l'azienda agricola festeggia anche i 100 anni di vita della prima vite di Cartize e lo fa attraverso una mostra fotografica intitolata 'Storie di viti e di vite'. Da ultimo ma non meno importante: è in fase di lavorazione il progetto funzionale e architettonico della nuova cantina La Tordera.

GRUPPO ITALIANO VINI Giovanni Negri



“Dopo il buon riscontro, lo scorso anno, del lancio nel canale Horeca della linea bio, a Vinitaly 2018 presentiamo una gamma green dedicata al mondo Gdo. Si tratta di un'offerta completa che abbiamo cominciato da poco a proporre alle diverse insegne della Distribuzione moderna. Un progetto che vede coinvolte le nostre cantine in giro per l'Italia: da Nord a Sud, forniamo uno spaccato delle migliori produzioni made in Italy. La nuova linea bio è infatti composta dal Pignoletto e dal Lambrusco a firma Cavicchioli, dal Prosecco Doc Bolla, dal Grillo Doc Rapitalà e dal Primitivo Salento Igt di Castello Monaci”.

TERRE D'OLTREPÒ Marco Stenico



Da sinistra: Marco Stenico e Marco Forlino

“A Vinitaly 2018 ci siamo presentati con un'offerta di etichette capaci d'intercettare i nuovi trend di consumo e le richieste del pubblico. In particolare sono le bollicine a spiccare, un segmento dove vantiamo un potenziale importante e in cui vogliamo sempre più essere protagonisti con la qualità di cui è capace l'Oltrepò Pavese. In primis, è sul Pinot nero che scommettiamo, come dimostra un prodotto su cui stiamo puntando molto: l'O.P. Pinot nero Docg Cruasé Spumante Brut”.

LUNGAROTTI



Debutto a Verona per l'ultimo bianco firmato Lungarotti: si tratta di 'L'U Brut', novità 2018 lanciata proprio a Vinitaly. Realizzato in 12mila bottiglie, da uve Pinot nero con Metodo Charmat lungo, 'L'U Brut' è una bollicina dal bouquet delicato al naso, con un gusto secco, fresco e armonico.



GAROFOLI Caterina Garofoli



“Il 2018 si è aperto con un restyling completo delle nostre etichette, con cui abbiamo aggiunto un tocco di colore in più alla nostra proposta al mercato. La novità di prodotto è, invece, rappresentata da 'Le piccole bollicine', un vino frizzante di qualità, blend di Verdicchio e Passerina, che va a rispondere a una richiesta dei consumatori e s'inserisce in un segmento ancora poco coperto in termini d'offerta. Punta a essere un 'piccolo' progetto capace di completare il nostro ricco portfolio”.

CANTINA SAN MICHELE APPIANO Hans Terzer



“Un Vinitaly pieno di novità per la nostra cantina. A Verona, presentiamo 'The Wine Collection', esclusiva collezione, nata vendemmia dopo vendemmia, che sigilla una limitatissima produzione di piccole selezioni in purezza. Uno dei vertici della nostra offerta, insieme ad 'Appius' 2013, la cuvée realizzata con le migliori uve provenienti da vecchi vigneti. Della linea 'The Wine Collection' faranno parte tanto limitatissime produzioni in purezza, quanto eccezionali annate storiche Sanct Valentin che ho personalmente selezionato. Il millesimo 2015 è stato l'anno del Sauvignon, che dà il via a questa serie speciale di sole 3migliaia bottiglie, a cui ho voluto dedicare un'etichetta esclusiva”.



LE MANZANE Ernesto Balbinot



Silvana Ceschin ed Ernesto Balbinot

“A Vinitaly, in vetrina abbiamo messo l'annata 2017 dello spumante Conegliano Valdobbiadene Docg Prosecco Superiore Brut Millesimato '20.10'. Una novità che completa la nostra gamma e realizzata in tiratura di 39mila bottiglie. È il frutto della graduale riduzione della produzione negli ultimi tre anni, allo scopo ottenere una maggiore concentrazione di sostanze nell'uva. E si caratterizza per una vinificazione che predilige una sosta lunga sui lieviti sia in prima fermentazione sia nella successiva spumantizzazione”.

LE NOVITÀ DI VINITALY 2018

LIBRANDI
Paolo Librandi



CARPENÈ MALVOLTÌ



Gli alunni della scuola enologica: al centro Rosanna Carpenè e la preside Damiana Tervilli

Il 2018 è un anno chiave per Carpenè Malvolti, che festeggia il 150esimo anniversario dalla fondazione dello storico marchio di Conegliano. Solo pochi anni dopo, Antonio Carpenè, ebbe il merito di fondare anche la Scuola Enologica. Oggi partner, insieme alla Fondazione ITS, del progetto 'Generazioni D.O.C.G.', giunto alla sesta edizione e quest'anno incentrato sul Brandy, storica produzione della Cantina.

FANTINEL



Vinitaly 2018 ha costituito la passerella ideale per la cantina friulana che ha presentato il nuovo bianco firmato La Roncaia: il Pinot Grigio. Un'etichetta, annata 2016, che eleva ulteriormente la collezione della realtà che fa capo al Gruppo Vinicolo Fantinel, per un vino nato dalla scelta di esaltare una varietà che nella sua internazionalità è tra le espressioni più significative del Friuli Venezia Giulia. Altra new entry La Roncaia portata a Verona è la Ribolla Gialla, lanciata sul mercato a fine 2017.

“I rosati vantano una lunga tradizione in Calabria e uno dei nostri principali obiettivi, oggi, è quello di comunicare il nostro ruolo di pionieri in un segmento che riceve il sempre maggiore apprezzamento dei consumatori. Forti di questa tendenza, a Vinitaly abbiamo scommesso molto sul ‘Terre Lontane’ Vel di Neto Igt, un’etichetta in grado di conciliare la tradizione calabrese dei rosé e uno spirito moderno. Sottoposto a breve macerazione, il ‘Terre Lontane’ si distingue per un colore rosato tenue e regala un’interpretazione moderna di un grande classico del territorio”.



FERRARI F.LLI LUNELLI
Camilla Lunelli



“Ci attende un 2018 impegnativo: a livello di gruppo, più di un nuovo progetto ci vedrà impegnati quest'anno. Ma è ancora presto per svelare le novità. A Vinitaly, ci limitiamo a porre in vetrina l'ultimo nato in casa Ferrari: il ‘Perlé Zero’. È un TrentoDoc a dosaggio zero, che è concepito fin dall'origine per essere tale: è piena espressione dell'essenza dello Chardonnay di montagna. Nasce da un sapiente lavoro in cantina, dove i vini base di più annate sono affinati con materiali diversi: l'acciaio, il legno e il vetro. La cuvée attende poi sui lieviti almeno sei anni. Dalle Tenute Lunelli, invece, si segnala il rinnovato ‘Teuto’: blend di Sangiovese con il 30% di Merlot e il 5% Cabernet”.

CASA VINICOLA NATALE VERGA



Da sinistra: Natale Verga, Franz del duo comico Ale & Franz e Giuseppe Bergomi

Un Vinitaly 2018 all'insegna della solidarietà per Casa Vinicola Natale Verga. A Verona, l'azienda di Cernate (Co) ha presentato un nuovo progetto che vede protagonista la linea dei vini biologici. Alla presenza dei testimonial Giuseppe Bergomi, ex stella dell'Inter, e Fabio Caressa, giornalista e commentatore televisivo, lanciata l'iniziativa che lega le etichette bio Natale Verga all'opera della Cooperativa Sociale Onlus Agorà 97. Una percentuale dell'incasso delle vendite dei vini biologici verrà destinata a sostenere il lavoro della Onlus. In particolare, a beneficiare del supporto dell'iniziativa saranno le comunità per minori ‘Casa di Luca’ e ‘Casa di Gabri’, entrambe a Roderò, in provincia di Como.



BISOL
Gianluca Bisol e Matteo Lunelli



Da sinistra: Matteo Lunelli e Gianluca Bisol

“A Vinitaly 2018 presentiamo un progetto ambizioso che vuole rendere Bisol, sempre più, un punto di riferimento per il Prosecco Superiore di Valdobbiadene. A quattro anni dall'acquisizione, l'azienda è pienamente integrata nel Gruppo Lunelli. E l'inizio della nuova fase di sviluppo si manifesta oggi con una completa revise di gamma prodotti e immagine del brand. Nel nuovo logo in evidenza la data 1542: l'anno in cui è testimoniata la presenza della famiglia Bisol come viticoltori in Valdobbiadene. Conferma del legame col territorio, che è esaltato anche da due nuove etichette: il ‘Relio’ Rive di Guia, vertice della produzione, e il Rive di Campea, espressione del più importante vigneto di proprietà”.

CANTINA DELLA VOLTA
Angela Sini



“La novità del nostro Vinitaly 2018 è il ‘Cdv Brutosso’, un Metodo Classico ottenuto da uve Lambrusco di Sorbara in purezza e adatto per il consumo di tutti i giorni. Una nuova creazione di Christian Bellei che amplia l'offerta della nostra cantina e punta ad arrivare realmente su tutte le tavole: a partire da osterie e trattorie, fino a pizzerie e ristoranti. L'idea è d'introdurre sul mercato un Sorbara Metodo Classico che matura sui lieviti solo nove mesi prima del dégorgeamento, ottenendo così uno spumante ‘facile’, immediato e di bella persistenza. Per noi rappresenta il vino quotidiano e, proprio per questo, avrà un prezzo in enoteca inferiore ai 10 euro”.



LA VERSA
Marco Stenico



“A Verona ritornano i grandi spumanti La Versa. Debutta in questa edizione di Vinitaly il nuovo millesimato della linea ‘Collezione’, il ‘Riserva 2007’ Metodo Classico Oltrepò Pavese Docg, una selezione dedicata al canale Horeca di fascia alta”.

ZONIN1821
Stefano Silenzi



“Proseguiamo anche nel 2018 in una strategia che scommette sulla qualità e un posizionamento Premium a scaffale. Con brand che, sempre più, s’identifichino per il loro legame col territorio. Anche in quest’ottica, a Vinitaly introduciamo due importanti rivisitazioni. Da una parte c’è Tenuta Ca’ Vescovo, che vede l’introduzione in portfolio della Ribolla gialla spumante e rivoluzionata la propria immagine all’insegna di un posizionamento che punta al segmento Super Premium. Dall’altra, post fiera, lanceremo una revise di packaging e logo per uno dei prodotti di punta Zonin1821: il Prosecco Doc Extra Dry”.

ZENATO



“La Lugana Riserva Sergio Zenato e la sfida del tempo”: questo uno dei main event della partecipazione di Zenato a Vinitaly 2018. Un’esclusiva verticale, che ha svelato tutte le sfaccettature di uno tra i prodotti di punta della storica cantina veronese. Andando a ritroso, dall’annata corrente, la 2015, passando per la 2012, la 2010, la 2006 e la 2004, fino ad arrivare alla 1993.

CAVIRO



A Vinitaly 2018, presentate al trade le novità del mondo Tavernello. Un rebranding in cui affiora in modo manifesto la presenza del mondo Caviro, con le sue 30 cantine e quasi 13mila soci viticoltori, per una rivisitazione profonda del principale marchio del gruppo. Tra le novità di prodotto, invece, a spiccare è stato il Romagna Doc spumante, meglio noto come ‘Novebolle’: una riscoperta delle esperienze spumantistiche dei primi del ‘900 in Romagna, rinnovate in chiave moderna. Il primo prodotto, una bollicina Brut denominata ‘Bolé’ è il frutto della joint venture tra le due principali cantine cooperative romagnole, per l’appunto Caviro e Terre Cevico. A breve, annunciato il lancio anche di una versione rosé.



AZIENDA AGRICOLA RICCHI
Chiara Tuliozi



Per l’Azienda Agricola Ricchi, in vetrina a Vinitaly 2018 le tante eccellenze che caratterizzano l’offerta di prodotti legati al territorio della cantina di Monzambano, in provincia di Mantova. In prima fila, a spiccare è lo Chardonnay Garda Doc ‘Meridiano’, uno dei suoi cru più rappresentativi.

AZIENDA AGRICOLA CONTE COLLALTO
Nicoletta Piovesan



“In vetrina a Verona abbiamo posto l’ultima creazione della nostra cantina: il nuovo ‘Ponte Rosso’. Si tratta di un Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut Nature in cui è racchiusa tutta la millenaria storia e il savoir-faire enologico di Conte Collalto. Un’etichetta che è stata al centro di un’importante degustazione, qui a Vinitaly, guidata dal noto sommelier Alessandro Scorsone e accompagnata dalle creazioni dello chef Alessandro Rossi, già stella Michelin nel ristorante fiorentino ‘La Leggenda dei Frati’ e recentemente approdato a ‘Villa Selvatico’ di Roncade (Tv)”.

VITICOLTORI PONTE



Vinitaly 2018 ha rappresentato per Viticoltori Ponte l’occasione di celebrare i primi 70 anni dell’azienda. Si aggiunge ai festeggiamenti per l’importante traguardo raggiunto, la presentazione del restyling completo delle etichette firmate dalla cantina veneta.

MARCHESI FRESCOBALDI



Focus del Vinitaly di Frescobaldi è stata la presentazione delle etichette della nuova tenuta a San Donato in Perano. Ufficializzata così l’entrata dello storico produttore toscano in una delle zone più vocate della Regione: il Chianti Classico. A Verona, in vetrina il ‘Tenuta Perano’ Chianti Classico 2015 e il ‘Tenuta Perano’ Chianti Classico Riserva 2015.



CANTINE PIROVANO
Beatrice Pirovano



Enzo e Beatrice Pirovano

“Per Vinitaly abbiamo scommesso su alcune tra le ultime novità lanciate: in primis, il Cabernet delle Venezie Igt e il Bianco delle Venezie Igt, ottenuti da uve leggermente appassite. A queste due etichette si aggiungono vere eccellenze del Sud, come il Primitivo di Manduria Doc e il Salento Rosso Igt pas-sito, oltre ad ‘Amarcor’, un vino rosso biologico”.

LE NOVITÀ DI VINITALY 2018



CANTINA BOLZANO



La presentazione del nuovo sito produttivo di Cantina Bolzano: questo il focus al centro del Vinitaly 2018 della realtà altoatesina. Un impianto all'avanguardia, che sorgerà alle porte di Bolzano, nella zona di San Maurizio, e sarà la più grande costruzione interrata dell'intero arco alpino, nonché la prima cantina cooperativa certificata CasaClimaWine. L'edificio, strutturato su cinque livelli, sarà perfettamente integrato nella superficie collinare circostante e sfrutterà la pendenza del suolo per realizzare il processo di lavorazione a caduta dell'uva, portando avanti un progetto ecosostenibile a 360° e che permetterà di valorizzare le caratteristiche delle diverse selezioni.

TERRE DA VINO



Il Vinitaly 2018 di Terre da Vino è stato caratterizzato dall'accento posto sul biologico con il progetto Vite Colte. In primo piano, la novità del 'Rossofuoco' Barbera d'Asti Docg 2017.

ANTONUTTI



A Verona l'azienda presenta una novità assoluta: il nuovo Ribolla Gialla Spumante Brut Doc Friuli, caratterizzato da un'esclusiva etichetta dorata e di grande impatto.

CANTINA DI LA VIS E VALLE DI CEMBRA



In primo piano per la realtà cooperativa trentina a Vinitaly 2018, il nuovo 'Diaol', lo Chardonnay che Cantina La-Vis ha eletto come vino bianco fermo di punta e di particolare pregio nella sua veste rinnovata. Ma, a Verona, presentate anche altre spumeggianti novità, tra cui la nuova annata, la 2008, di 'Aquila Reale', punta di diamante, anch'essa rinnovata nel pack, tra le bollicine TrentoDoc firmate Cesarini Sforza. In aggiunta, lanciato il nuovo TrentoDoc 'Noir Nature', Metodo Classico dosaggio zero di sole uve Pinot nero che completa la gamma 1673.

GRUPPO GENAGRICOLA



A Verona il Gruppo Genagricola ha condiviso gli ultimi aggiornamenti relativi le aziende che compongono il suo portfolio. In un 2018 di consolidamento e studio di nuovi prodotti che debutteranno sul mercato il prossimo anno, da segnalare che lo storico brand Poggiobello sarà oggetto di rinnovamento, soprattutto dal punto di vista del design estetico. Una scelta che fa seguito al restyling che ha visto protagonista, nel 2017, la linea di spumanti V8+, altro marchio Genagricola. Infine, in fase di studio il rilancio della produzione della tenuta laziale del Gruppo, per una revise dell'assortimento e del posizionamento sul mercato di prodotti in precedenza proposti a marchio Solonio.

ALLEGRINI Marilisa Allegrini



Marilisa Allegrini con lo scrittore Valerio Massimo Manfredi

"Il Vinitaly per Verona è come l'Arena e l'opera lirica, è come Giulietta e Romeo, dobbiamo esserne orgogliosi e ricordarci del valore che rappresenta per noi nel mondo. Ha saputo crescere e rinnovarsi, diventando un appuntamento fondamentale per il mondo del vino in un contesto internazionale che continua a cambiare. Il Vinitaly 2018 di Allegrini è stato dedicato al libro. Valerio Massimo Manfredi ne ha scritto uno, intitolato 'Amoris Potio', in esclusiva per l'azienda, ambientandolo a Villa Della Torre, la nostra sede. E al libro è dedicata anche la nuova etichetta limited edition de 'La Grola', un vino simbolo di Allegrini, affidata per la nuova annata, la 2015, all'artista Leonardo Ulian".

BAGLIO DI PIANETTO



Da sinistra: Renato De Bartoli, il Conte Paolo Marzotto, Marco Bernabei e Guillaume Desforges

L'azienda ha lanciato una nuova collezione: i Monovarietali Bio. Si tratta di una linea di vini freschi dalla spiccata connotazione siciliana, che si compone di sei etichette: tre bianchi e altrettanti rossi. I primi, 'Insolia', 'Catarratto' e 'Viognier', prendono vita nei vigneti di alta collina della Tenuta Pianetto, a Santa Cristina di Gela, in provincia di Palermo. I rossi, invece, nascono nella Tenuta Baroni vicino Noto, a pochi chilometri dal mare. Presenti a Verona anche i vini delle altre collezioni, con focus dedicati ad alcune etichette 'icona': i bianchi 'Ficiligno', blend di Insolia e Viognier, e 'Timeo', Grillo in purezza di grande eleganza, e poi i rossi 'Shymer', armonico blend di Shyraz e Merlot, 'Ramion', da uve di Merlot e Nero d'Avola, e 'Cembali', Nero d'Avola in purezza.

AZIENDA AGRICOLA DRUSIAN FRANCESCO



Per la prima volta nella sua storia, l'azienda guidata da Francesco Drusian propone un Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Dosaggio Zero: il '30 Raccolti', prodotto con 100% uve Glera vendemmiate a mano e selezionate da 30 parcelle delle colline di Valdobbiadene, spumantizzato con metodo Charmat. L'azienda ha inoltre deciso di devolvere parte del ricavato della vendita di '30 Raccolti' all'Associazione 'Per mio figlio' onlus, che si occupa di migliorare la qualità della vita del bambino ospedalizzato e dei suoi genitori.



MARCHESI DI BAROLO



Valentina ed Ernesto Abbona

Uno tra gli highlights a caratterizzare il Vinitaly 2018 di Marchesi di Barolo è stato l'inserimento del Barolo 'Sarmassa' 1998, una delle etichette che maggiormente rappresentano la cantina piemontese, nella lista dei 107 migliori vini made in Italy selezionati da Wine Spectator per il gran gala di OperaWine 2018. Una new entry che conferma, una volta di più, il prestigio internazionale di cui godono le produzioni firmate dalla famiglia Abbona.

REPORTAGE VINITALY 2018



ENOLITECH 2018, LA TECNOLOGIA DEL FUTURO



A cura di **Federica Bartesaghi**

Dai protocolli per la viticoltura e l'agricoltura di precisione, messi a punto con l'Agenzia Spaziale Europea, ai sistemi brevettati antimannomissione e anticontraffazione delle bottiglie. E ancora: selezionatrici capaci di eliminare a uno a uno tutti gli acini marci anche se dello stesso colore di quelli sani. Sono queste alcune delle innovazioni che hanno fatto bella mostra a Enolitech 2018, il Salone Internazionale delle Tecniche per la Viteicoltura, l'Enologia e delle Tecnologie Olivicole ed Olearie andato in scena nella cornice di Vinitaly. In aumento gli espositori esteri, in arrivo soprattutto da Europa ed Estremo Oriente, a proseguire un trend che si va consolidando nel tempo.

Nell'area dedicata ai Macchinari hanno trovato spazio e collocazione principalmente le tecnologie e i mezzi tecnici per la produzione, proposti da aziende di calibro internazionale: dal vivaismo viticolo e olivicolo, all'impiantistica e ai materiali per la coltivazione; dai macchinari ed attrezzature per la raccolta e la lavorazione ai macchinari e attrezzature per la produzione, oltre a botti, barili, barrique e tini; dai macchinari per l'imbottigliamento e il confezionamento fino a quelli per l'imballaggio. Ma non è mancato un significativo apporto e contributo anche da realtà italiane, sempre più impegnate anche in un processo di internazionalizzazione. Ovviamente, sono state protagoniste di Enolitech anche le etichette e in generale tutti gli elementi dell'abbigliamento e del packaging del vino e dell'olio. Non solo. Enolitech ha ospitato tra gli espositori anche importanti aziende di complementi di arredamento per la conservazione e di accessori per la degustazione e il consumo.



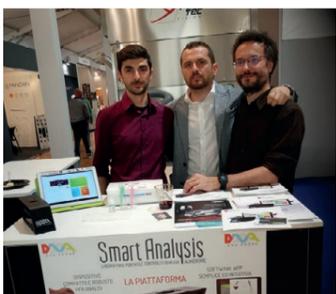
Marco Griguolo,
Depur Padana Acque



Marco Ghia,
Alfatek



Vanessa Rora,
Corno Pallets



Da sinistra: Matteo Barozzi, Alessandro Candiani e Alessandro Tonelli, Dnaphone



Da sinistra: Matteo Zambon e Roberto Testagrossa, Enoveneta



Ivano Sironi,
Ideal Plast



Giada Marra,
Oma



Cristian Beghetto e Laura Fior,
Pava Resine



Gianfranco Villanova,
Permac



Cristian Sani,
Raytec Vision



Gabriella Strazzari,
Strazzari



Al centro: Andrea Favero,
Tla



Da sinistra: Francesca Agnetti,
Esther Crocioni, Piero Moggi,
Max Rizzi e Luana Rossi,
Vetro Due - VD Glass



Da sinistra: Giorgio Pillan
e Fabio Raffaello, Zambelli



Sanna Partanen,
Albatrans



Lo stand
della società Albrigi



Sergio Guttero ed Erika Ricci,
Cmp



Lo stand del gruppo
Della Toffola



Lo stand della società
Enos



Fabio Scremin,
Giaretta Italia

DA LORO SI "USA" COSÌ...

I risultati dell'indagine realizzata da Nomisma per Vinitaly, in cinque stati americani, coinvolgendo tremila consumatori. Sotto la lente: modelli di consumo, fattori chiave d'acquisto, preferenze, perception italiana e trend futuri.

dal nostro inviato **Riccardo Colletti**

Consumi negli Usa: i 10 numeri chiave

- Il 65% della popolazione statunitense (21-65 anni) ha consumato vino nell'ultimo anno, il 39% vino mixato.
 - New York (71%) e millennials (69%) le incidenze maggiori nei consumi. Sempre i millennials (48%) californiani (45%) hanno bevuto più vino mixato.
- La birra è 'divertimento/convivialità' (28%) e 'monotonia' (11%). Il vino 'relax' (19%) e 'status symbol' (12%)
- 'Prezzo basso' (18%) 'varietale' (16%) e 'brand reputation' (15%) sono in generale i principali criteri di scelta
- Il 28% ha bevuto vino italiano lo scorso anno, il 36% a New York, il 32% in California, il 34% tra i millennials
- Per i wine consumers 'tradizione' e 'relax' sono i sinonimi del vino italiano, 'eleganza' e 'creatività' per quello francese
 - 'Non conosco il vino italiano' (37%), 'costa troppo' (22%)
 - 'preferisco i vini americani' (21%) tra i motivi dei non user (72%) del prodotto made in Italy
- La 'qualità' (52%) e la 'versatilità' (45%) sono i punti di forza del vino italiano rispetto ai concorrenti.
 - 'Promozione/pubblicità' (51%) e 'prezzo' (40%) i punti di debolezza
 - L'88% di chi consuma vino italiano è disposto a pagarlo di più (93% i millennials)
 - 'Biologici' (25%), 'flavoured' (23%), 'autoctoni' (22%), 'sostenibili' (20%), 'sparkling' e 'premium' (15%) i principali trend a 5 anni. Il packaging del prossimo futuro è ecosostenibile (46%)

La carica dei tremila. Che si portano dietro una storia, ma che soprattutto concorrono a scattare una fotografia al momento sufficientemente nitida. Consumatori maturi in un mercato ancora per nulla maturo. È la dicotomia che emerge dall'indagine Vinitaly-Nomisma Wine Monitor realizzata su modelli di consumo, fattori chiave d'acquisto, preferenze, perception italiana e trend futuri del vino di 3mila consumatori in cinque Stati (New York, California, Illinois, Minnesota, Wisconsin). L'America accelera sui consumi di vino – il 65% lo ha bevuto almeno una volta nell'ultimo anno - grazie ai suoi millennials (69%), i giovani compresi tra i 21 e i 35 anni che rappresentano il primo target tra i consumatori, e le sue metropoli (a New York i wine-addicted sono il 71%), ma sono ancora enormi i margini di crescita.

Una conferma arriva analizzando le regioni emergenti del 'Mid West', con il Minnesota che in dieci anni ha aumentato del 277% le importazioni di vino made in Italy, o l'Illinois che si è 'fermato' a +98%. I due terzi delle importazioni statunitensi di vino si concentrano in cinque soli Stati, questo la dice lunga di quanto ancora siano ampi i margini di penetrazione per i produttori italiani in questo grande Paese.

L'importanza della comunicazione

In tal senso merita attenzione il dato secondo il quale risulta che 4 consumatori su 10 tra i 'non user' non hanno mai bevuto vino italiano perché non lo conoscono. E ancora: oltre la metà dei consumatori denuncia un deficit nell'informazione del prodotto made in Italy rispetto a quelli di altri Paesi, mentre una quota considerevole consiglia di puntare la comunicazione non solo verso l'abbinamento cibo-vino (29%) ma anche sull'Italian style (18%) e sulla narrazione di vino (18%) e territorio (14%) più che sulla singola azienda (8%). E se i vini italiani sono associati maggiormente ai sostantivi 'storia' e 'tradizione', per momenti di relax ma anche di convivialità, i francesi

sono i vini da bere nelle occasioni speciali, sinonimo di 'eleganza' ed 'esclusività'. Allo stesso tempo i consumatori statunitensi dimostrano sempre più familiarità verso un prodotto nel suo complesso che, è bene ricordarlo, nei tre quarti dei casi è di provenienza domestica. Come in una sorta di omologazione dei consumi, gli user americani, che sono più giovani di quelli europei (i millennials Usa rappresentano il 40% dei consumi contro il 10% dei pari età italiani), si sono evoluti attraverso modalità di consumo più socievoli e sociali: dal boom di eno-cocktail e pre-mixati (preferiti da un terzo del campione) alla tendenza green, ormai la quarta discriminante nella scelta dell'etichetta nei consumi fuori casa (11%), dopo 'brand reputation', 'varietale' e il 'prezzo basso'. Non a caso i prodotti bio (25%), assieme ai sostenibili (20%), sono indicati come i nuovi principali trend di consumo nei prossimi cinque anni da quasi la metà del campione, in una classifica che vede posizionarsi molto bene anche la tendenza autoctona (22%).

I margini di crescita e sviluppo

Dal canto suo, Denis Pantini, responsabile di Nomisma Wine Monitor, ha ribadito: "L'approccio al vino negli Usa è decisamente meno 'integralista' e più innovativo rispetto a quello del consumatore medio europeo, come dimostra il largo consumo di vino pre-mixato in bottiglia o cocktail a base di vino: tra questi primeggiano i cocktail a base di Prosecco (57% dei consumatori di vino mixato), i Frosé cocktail (42%) e i Bourbon barrel-aged wine (41%)". Un vino che rimane status symbol ma che sposta il proprio tempio sempre più nei luoghi di aggregazione giovanile, consumato in occasioni più friendly, con i wine bar che cresceranno più di tutti (39%) assieme ai ristoranti 'casual', che a detta del campione prenderanno il posto delle grandi occasioni romantiche e dei ristoranti 'fine'. Quanto al made in Italy, rappresentano il 28% i consumatori americani che hanno consumato vino italiano negli ultimi 12

mesi. Un tasso di penetrazione che aumenta al diminuire dell'età, coinvolgendo circa un terzo dei Millennials (34%), ma solo un Baby Boomer (sopra i 55 anni) su cinque. Osservando la geografia del tricolore enologico negli Usa, lo stato di New York è quello che si dimostra più aperto al nostro vino (36%), bevuto da circa un terzo dei californiani (29%) e ancora solo da un abitante su quattro nel Mid West (24%). Paolo De Castro, vice presidente della Commissione agricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento Europeo ha commentato: "Fra Stati Uniti e Unione europea passa un terzo del commercio mondiale e una guerra di dazi fra le due sponde dell'Atlantico non gioverebbe a nessuna delle due parti; dopo la crisi dovuta all'embargo russo, gli agricoltori europei non possono rischiare di veder venire meno un mercato con un volume complessivo di export di quasi 22 miliardi di euro lo scorso anno, di cui 3,8 miliardi per il solo comparto del vino".

In chiusura il commento di Maurizio Forte, Ice di New York, nonché coordinatore della rete Usa. "Gli Stati Uniti sono il mercato più promettente per il vino italiano: è questo il dato che emerge dalla ricerca. Gli Usa assorbono già un quarto del nostro export e cresceranno del 4-5% l'anno nel prossimo quinquennio. I nostri prezzi medi restano tuttavia ancora bassi, nonostante il 94% dei consumatori ritenga che il vino italiano abbia una qualità uguale o superiore a quello francese, tanto che l'88% sarà disposto a pagarlo di più in futuro. Abbiamo quindi dei chiari margini per migliorare la percezione dei nostri vini. Il Progetto Vino Usa, sviluppato dall'Agenzia Ice, mira proprio a colmare questa lacuna elevando il posizionamento e la conoscenza del vino Made in Italy, grazie ad un investimento pubblico senza precedenti. Si tratta di un percorso ambizioso reso possibile dall'impegno del ministero dello Sviluppo Economico e dal grande gioco di squadra realizzato con Federvini, Unione Italiana Vini, Federdoc e ovviamente Vinitaly, con cui Ice ha una partnership consolidata nel tempo, che si rafforza di anno in anno".

IL FUTURO? GREEN, SPARKLING E PREMIUM

I trend che emergono dal sondaggio condotto da Nomisma Wine Monitor per Vinitaly.
I rossi ritornano al centro della scena.
Buone prospettive per l'Italia.

a cura di **Raffaella Cordera**

I rosé negli Usa, i bianchi fermi in Germania, i rossi in Cina, Russia e in Giappone. E gli sparkling, i vini del momento ma anche del prossimo futuro, previsti in crescita in particolare tra i consumatori di Regno Unito, Giappone e Russia, seguiti da quelli di tedeschi e statunitensi. Ma innanzitutto il successo commerciale del vino nei prossimi cinque anni sarà determinato in buona parte dai prodotti a marchio green (bio oppure sostenibili), vera leva del mercato di domani secondo un sondaggio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor presso i manager di 12 tra i principali gruppi vitivinicoli del Paese (che nell'insieme sviluppano circa 2 miliardi di euro di fatturato), chiamati a esprimere un'opinione sui trend a breve termine (cinque anni) del mercato del vino nei sei mercati top di Usa, Regno Unito, Cina, Germania, Giappone e Russia.

Secondo i capitani d'impresa intervistati, saranno soprattutto i prodotti biologici e quelli premium gli artefici del successo del vino mondiale. Con la tendenza-green predominante nei mercati storici (Germania, Usa, Regno Unito e Giappone), e la fascia premium (oltre i 20 dollari a bottiglia) che contagerà ulteriormente gli Usa e gli emergenti Russia e Cina. Buon sen-

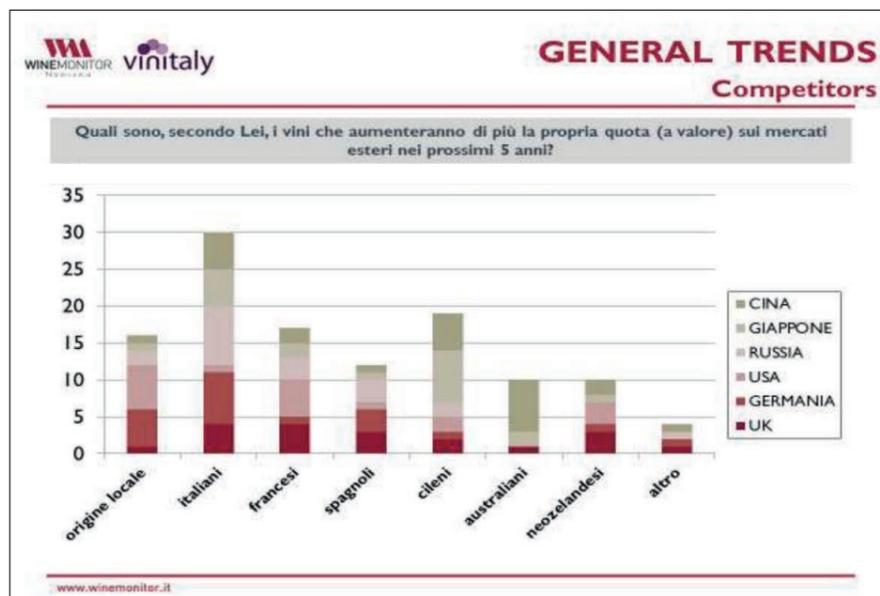
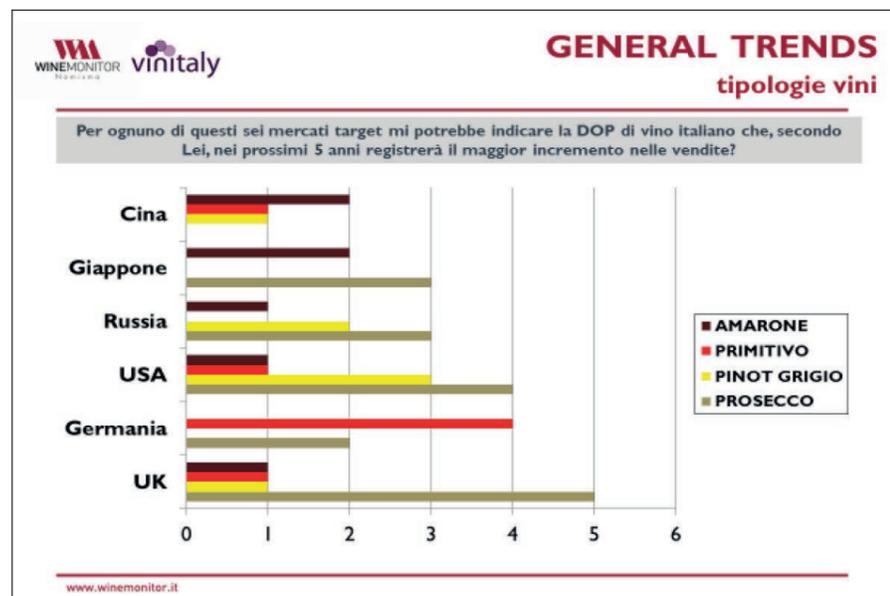
timent anche sugli autoctoni, indicati trend del futuro specialmente in Giappone e in seconda battuta in Russia e Stati Uniti, mentre – a sorpresa – è previsto un ritorno di fiamma per i rossi fermi, la seconda tipologia più promettente dietro agli immancabili sparkling. L'Italia, per le 12 aziende top player, se la caverà piuttosto bene e riuscirà ad accrescere le proprie quote di mercato specialmente in Russia e nei due principali buyer dell'Estremo Oriente, con una buona ripresa delle vendite pure nella vecchia Germania.

Timide le aspettative su un incremento delle quote di mercato italiane negli Stati Uniti (sebbene siano indicati in crescita anche nel prossimo lustro), dove ad approfittarne saranno invece i produttori francesi oltre a quelli di casa; mentre in Cina, dopo l'Australia che crescerà più di tutti, anche il Cile e l'Italia approfitteranno del rallentamento dello storico market leader, la Francia. In Gran Bretagna saranno ancora i francesi a comandare, mentre i vini del Belpaese si faranno largo assieme a quelli neozelandesi, che sfrutteranno l'effetto della Brexit. Inoltre, un'attenzione particolare è riservata ai prodotti di origine locale: in un vigneto sempre più globale questi saranno tra i primi ad appro-

ffittare un po' ovunque della febbre da vino, prendendo sempre più piede specie tra i consumatori tedeschi e statunitensi.

Per il vino made in Italy, previsto un segno meno a valore nel Regno Unito, dei passi avanti negli Usa, in Germania e nel Paese del Sol levante, mentre sarà deciso l'aumento a Mosca e Pechino.

Infine, secondo il sondaggio Vinitaly-Nomisma Wine monitor realizzato pochi giorni fa nell'ambito dello studio "Il futuro dei mercati, i mercati del futuro", la previsione sulle performance delle principali denominazioni italiane premia il solito Prosecco, indicato come il vino a maggiore prospettiva di mercato un po' ovunque, eccetto in Cina. Con qualche eccezione: il Pinot grigio negli Usa, il Primitivo in Germania, l'Amarone in Cina. Il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese ha dichiarato: "Quello degli stakeholder è un punto di vista privilegiato, che conferma in gran parte le attese dell'export vinicolo illustrate di recente dalle nostre analisi di mercato. Queste ricognizioni sono per noi fondamentali per tracciare le coordinate della promozione da adottare in favore delle imprese e del settore".



REPORTAGE VINITALY 2018

IN GDO VINCE LA QUALITÀ

I dati Iri nel 2017. Il canale della distribuzione moderna ha sviluppato un fatturato di 2,5 miliardi di euro. Conquistano sempre più spazio i vini biologici. Vince il formato da 0,75 litri. Flettono le vendite di brick.

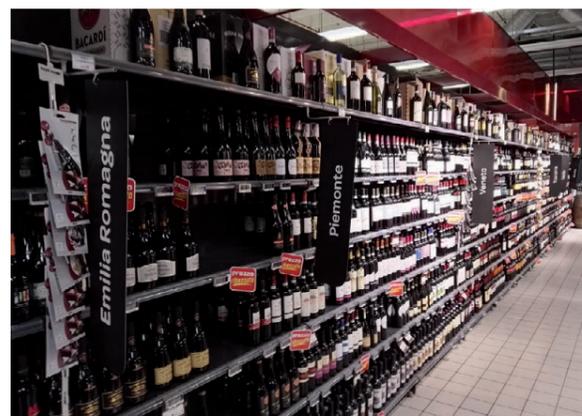
di Riccardo Colletti

Vino nei supermercati: quali sono i criteri utilizzati per la scelta dai consumatori che lo acquistano? Prima di tutto formato, colore e denominazione di origine; poi il prezzo e, infine, la regione di appartenenza. E gli acquisti di vino nella Grande distribuzione organizzata sono rilevanti: 8 milioni di ettolitri per un fatturato di 2,5 miliardi di euro. I più acquistati sono i vini a denominazione d'origine e i vini tipici regionali, mentre avanzano i vini biologici (5,3 milioni di bottiglie). Il formato preferito dai consumatori è la bottiglia da 0,75 litri mentre il brick è in flessione e sono sempre più graditi nuovi formati come la mezza bottiglia (+21,3%) e il bag in box (+13,8%). Lo riferisce la ricerca dell'istituto di ricerca Iri sul mercato del vino nella grande distribuzione nel 2017, presentata a Vinitaly 2018 nel corso della tavola rotonda su vino e Gdo organizzata da Veronafiere, tradizionale momento di confronto tra cantine e catene distributive. In un trend che da anni vede scendere i consumi di vino degli italiani che però cercano sempre più la qualità, la grande distribuzione ha migliorato sensibilmente la propria offerta.

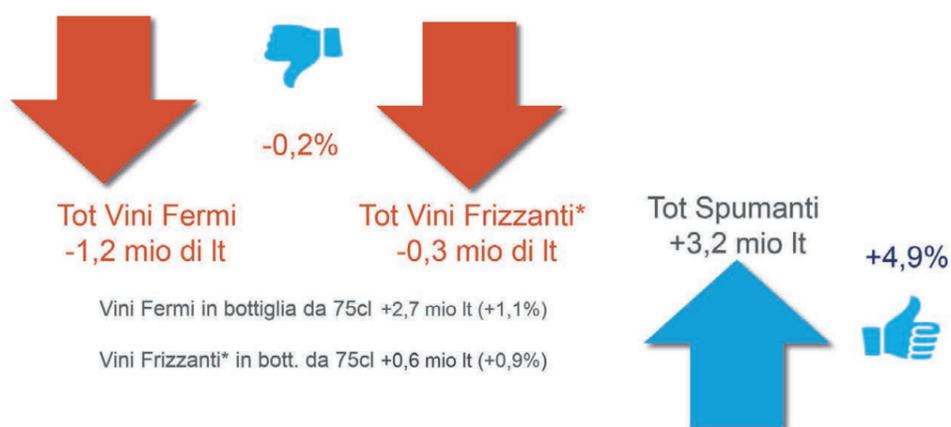
Nel corso della tavola rotonda – alla quale hanno partecipato Roberta Corrà di Federvini (e direttore generale di Gruppo Italiano Vini), il consigliere nazionale di Unione Italiana Vini, Enrico Zanoni, (nonché direttore generale di Cavit), Alessandro Masetti, responsabile settore Shelf Stable Food & Beverage di Coop Italia, Alessandra Corsi, responsabile marketing dell'offerta e sviluppo dei prodotti a marchio di Conad e Gianmaria Polti, responsabile Acquisti Beverage, Carrefour Italia, non sono mancati interessanti spunti di analisi e confronto.

8 MILIONI DI ETTOLITRI E 2,5 MILIARDI DI EURO LA SOMMA DI VINI E SPUMANTI NEI SUPERMERCATI ITALIANI





NEL 2017 È STATO ACQUISTATO PIÙ SPUMANTE E MENO VINO



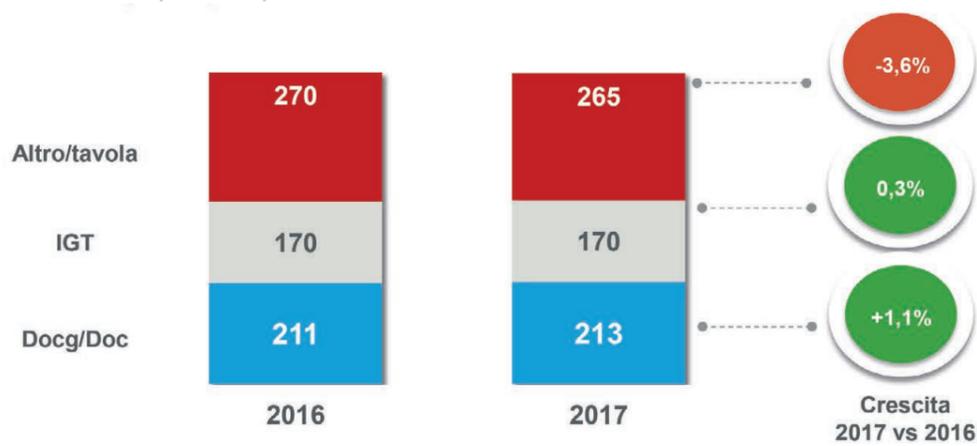
Fonte: IRI Infoscansensus@ Iper+Super+Libero Servizio Piccolo +Discount – Anno Terminante 31 dicembre 2017
*Frizzanti bianchi, rossi e rosati
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

**Roberta Corrà,
Federvini e direttore generale
di Gruppo Italiano Vini**

“Durante il 2017 nella Grande distribuzione organizzata italiana sono stati venduti vini per 648 milioni di litri per un valore sempre più vicino ai due miliardi. Crescono le vendite di vino sugli scaffali e lo fanno grazie ai vini autoctoni regionali e ancora grazie alla spinta degli spumanti. Le performance migliori si sono registrate per i vini Doc e Docg che hanno registrato una crescita del 2% in volume, del 4% in valore e del 2% nel prezzo medio (che per i vini a denominazione tocca i 4,54 euro al litro). Per quanto riguarda i vini bianchi si conferma in generale la ricerca dei consumatori di vini a moderata gradazione alcolica, aromatici, fruttati, facili e piacevoli. Le migliori performance sono state registrate da Vermentino, Traminer, Müller Thurgau, Falanghina, Sauvignon, Pecorino, Grillo, che in particolare aumenta del 22,8% in quantità e del 21,2% in valore, fino ad arrivare all’Ortugo dei Colli Piacentini che, sia pure con una base di partenza ristretta, segna un +18,8% in quantità e un +16,2% a valore. Ovviamente continua il trend positivo del Prosecco a cui si sta affiancando una crescita interessante degli “altri spumanti”; da segnalare inoltre una performance positiva dei metodi classici (oltre 5%). Fra i rossi interessante la crescita del Chianti, sia Docg che Classico, del Valpolicella Ripasso (insieme all’Amarone) e del Primitivo, le cui vendite sono aumentate del 20,5% in volume e del 23,5% nel giro d’affari. E’ indubbio il fondamentale ruolo giocato dalla Gdo nell’evoluzione del settore vitivinicolo, una crescita non solo numerica, ma anche di qualità. Del resto, è aumentata la sensibilità per prodotti di prestigio con prezzi anche elevati, con marche note, profondamente legate al territorio. Questo in risposta al cambiamento delle esigenze del nuovo consumatore. Un consumatore che ha una consapevolezza maggiore ed è esigente e sente la necessità di essere informato sulle caratteristiche dei vini che acquista. Ricerca anche e in maniera crescente prodotti di qualità medio alta, e per questo è disposto a spendere di più”.

CRESCONO DI PIÙ I VINI A DENOMINAZIONE; I VINI DA TAVOLA RAPPRESENTANO LA MAGGIOR PARTE DEI VOLUMI

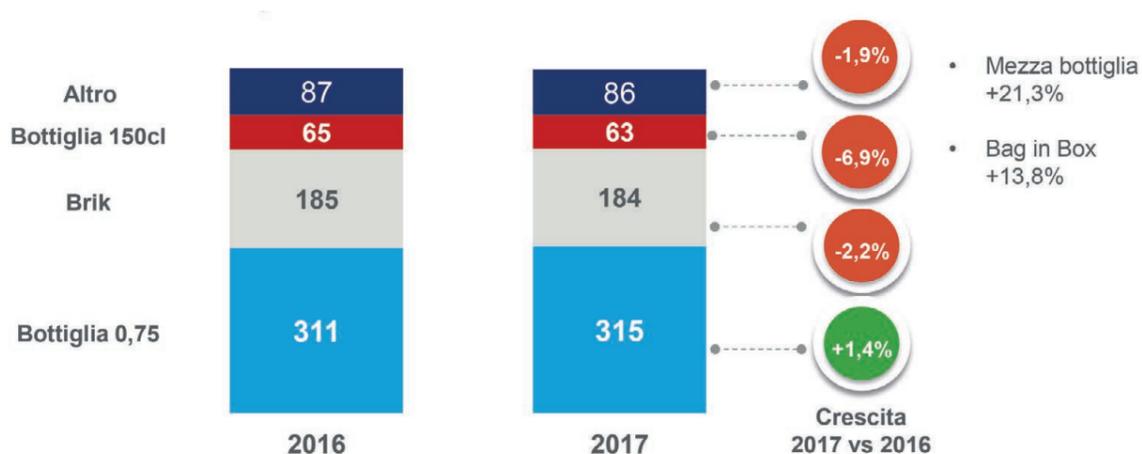
NUMERO DI LITRI (MILIONI) E VARIAZIONE



Fonte: IRI Infoscansensus@ Iper+Super+Libero Servizio Piccolo +Discount – Anno Terminante 31 dicembre 2017
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

LE VENDITE TENDONO A CONCENTRARSI SU DUE FORMATI: BOTTIGLIA 075 E BRIK

NUMERO DI LITRI (MILIONI) E VARIAZIONE



Fonte: IRI Infoscansensus@ Iper+Super+Libero Servizio Piccolo +Discount – Anno Terminante 31 dicembre 2017
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

REPORTAGE VINITALY 2018



Alessandro Masetti, responsabile settore Shelf Stable Food & Beverage di Coop Italia

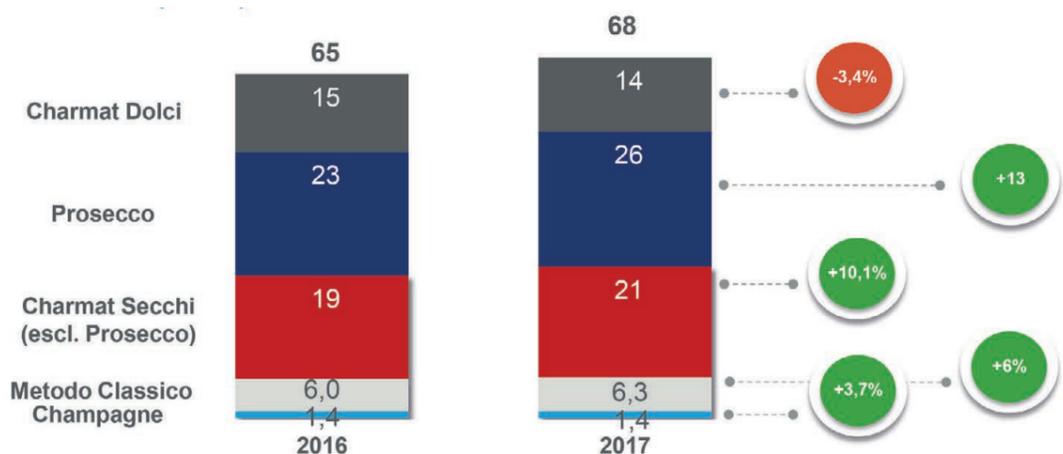
“In Coop leggiamo una conferma più marcata dei trend in atto da diversi anni, come il vendere meno volumi a fronte di una maggior qualità del prodotto scelto. A parte il comparto spumanti, che continua a godere di una storia tutta sua e di una effettiva effervescenza anche in termini di novità e riscoperta di produzioni di interesse regionale anche al di fuori delle denominazioni di prosecco. Il dato complessivo è fortemente caratterizzato da un calo sensibile delle quantità a fronte di una marcata crescita del valore unitario. Il differenziale che riscontriamo cresce importanti a valore nei vini a denominazioni a fronte di una stabilità dei volumi, mentre i vini da tavola stanno subendo più di altri una forte contrazione delle vendite legate alla scarsa vendemmia del 2017. In questa fascia di mercato l'aumento importante dei prezzi di acquisto, solo parzialmente compensato dall'incremento alla vendita e unitamente al tracollo della pressione promozionale, sta facendo registrare perdite che arrivano fino a due cifre negli ultimi mesi. I vini a denominazione, invece, tengono a volume e crescono in modo significativo a valore. In questo contesto riteniamo che sia importante, soprattutto quando si sceglie un prodotto che ha una battuta di acquisto più alta, il rapporto di fiducia che il consumatore ripone nel distributore: a questo si deve l'esperienza di co-branding che Coop ha sperimentato sul proprio marchio di punta, Fior Fiore, impegnandosi in un esercizio innovativo di creare vini dedicati, e non etichette dedicate. Lo scopo è lavorare nel solco della migliore tradizione vinicola italiana. La logica non è quella di un prodotto industriale ma artigianale, realizzato su quantità limitate utilizzando le migliori tecniche di vinificazione che la tecnologia mette oggi a disposizione delle cantine storiche nostre sostenitrici, seguendo la raccolta in vigna su appezzamenti dedicati e facendoci supportare nella scelta finale del prodotto da enti esterni accreditati, in questo caso l'Ais, per meglio rappresentare le particolarità territoriali. Siamo molto contenti di come questa novità sia stata colta dal consumatore”.

Enrico Zanoni, consigliere nazionale Unione Italiana Vini e direttore generale di Cavit

“La fotografia fornita dalla ricerca Iri conferma sostanzialmente le principali tendenze emerse in questi ultimi anni. Una costante 'premiumizzazione' della domanda, come evidenziato dalla crescita dei vini Doc e Docg e dalla continua erosione dei formati oltre 0,75 litri. Una crescita degli spumanti, guidata dal Prosecco ma che vede sia gli altri charmat, quali Müller Thurgau, e soprattutto il Metodo Classico con trend decisamente positivi. La conferma di una forte connotazione regionale del consumo dei vini fermi (i primi 10 vitigni pesano circa il 30% dei consumi totali), con l'eccezione di quei vitigni che, per storicità come nel caso del Chianti, convenienza, ad esempio Lambrusco, e tendenza, lo testimoniano Traminer e Primitivo acquisiscono una distribuzione sempre più nazionale”.

NELLO SPUMANTE CONTINUA IL DOMINIO DI QUELLI SECCHI

NUMERO DI LITRI (MILIONI) E VARIAZIONE



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo +Discount – Anno Terminante 31 dicembre 2017
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

TRA LE TIPOLOGIA A MAGGIOR CRESCITA NELLO SPUMANTE, SVETTANO GLI SPUMANTI SECCHI



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 31 dicembre 2017
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

NEL VINO EMERGONO NUOVI REGIONALISMI E ALTRI SI CONFERMANO



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Anno Terminante 31 dicembre 2017
Vini in bottiglia da 75cl con fatturato >2 mio euro e vendite >500.000lt
© 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Gianmaria Polti, responsabile Acquisti Beverage di Carrefour Italia

“I risultati del 2017 sono stati positivi. Notiamo sempre di più che i clienti vogliono prodotti ad un buon livello di qualità ma con un giusto posizionamento di prezzo. Sperimentano prodotti nuovi e gradiscono avere un assortimento ampio tra cui scegliere, come ad esempio durante le grandi attività promozionali delle fiere del vino autunnali. I trend dimostrano che le bollicine italiane sono sempre più amate e sempre di più ci accompagnano a ‘tutto pasto’. La scelta fatta da Carrefour alcuni anni fa di dare più spazio a questo segmento ci permette di raggiungere risultati di crescita a doppia cifra. Siccome le abitudini alimentari sono cambiate, i vini biologici sono a tutto tondo una realtà. Infatti, le aziende produttrici stanno convertendo alcune produzioni e la nostra catena sta dedicando uno spazio e una numerica di referenze rilevante all’interno dei nostri assortimenti nelle grandi superfici, ma anche nei negozi di prossimità. Un discorso analogo vale per i consumi regionali, che mai come nel vino devono essere intercettati e difesi per offrire sempre e in ogni regione un assortimento che risponda alla domanda dei nostri clienti. Le uniche note meno positive vengono dal segmento dei vini da tavola sia in brick che in grandi formati che, da qualche anno, sta soffrendo a livello di vendite e con la difficile situazione legata all’ultima vendemmia ha avuto un repentino aumento dei prezzi. Un’ulteriore frenata che sarà uno dei punti su cui riflettere per la ridefinizione degli spazi da dedicare a questo segmento all’interno della categoria”.

VINI E SPUMANTI BIO: LA STORIA CONTINUA



Alessandra Corsi, responsabile marketing dell’offerta e sviluppo dei prodotti a marchio Conad

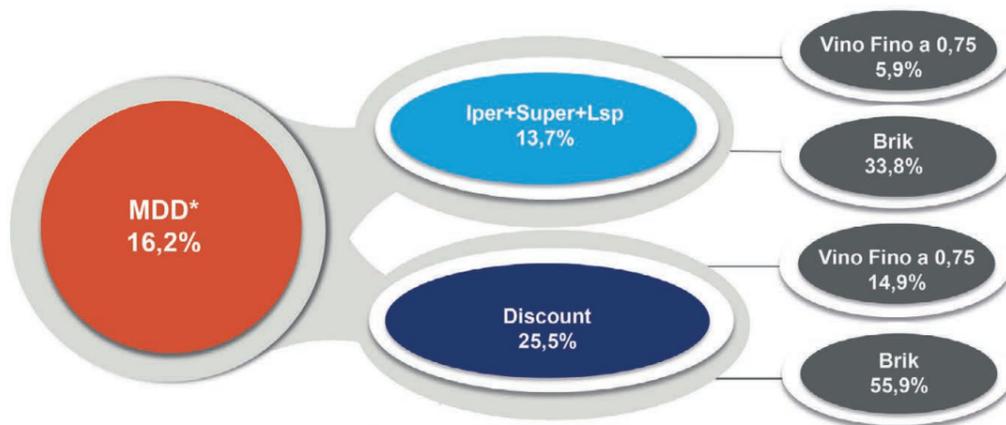
“Dal nostro osservatorio scaturisce una chiara indicazione circa uno spostamento, già osservato negli ultimi anni, verso la qualità che verso la quantità. Trend testimoniato anche dall’incremento dei vini di qualità (che ad oggi rappresentano oltre l’80% a valore se consideriamo anche le bollicine) a scapito dei vini comuni. All’interno della Gdo si registra un andamento in crescita, in ragione dello sforzo compiuto nel cogliere i trend emergenti, tramite ampliamento e valorizzazione della qualità dell’offerta, con l’utilizzo delle diverse leve del retail mix: assortimento, promozionalità, esposizione, e marca commerciale. Si nota sempre più forte la riscoperta dell’italianità come simbolo di un patrimonio qualitativo del nostro paese, trasversale a molte categorie e anche nel vino piuttosto rilevante, accompagnata dalla volontà di scoprire le tipicità e territorialità: prova ne è la crescita continua di vitigni che in precedenza erano localizzati esclusivamente nei territori di vocazione ma che ora stanno superando i loro storici confini per essere apprezzati da consumatori di altre regioni. Conad opera con successo in questa categoria: ciò è testimoniato da una crescita a valore a tassi doppi rispetto al mercato di riferimento e si tratta di risultati ottenuti grazie ad accurate scelte assortimentali, operate in collaborazione tra Consorzio e Cooperative, al fine di tenere conto delle esigenze locali. Il dna Conad, vocato non solo per la categoria vino, si combina con una presenza capillare sul territorio che, grazie a oltre tremila punti vendita, ci consente di ricoprire il ruolo di ambasciatore della tipicità. Con riferimento alla Mdd nella categoria vino, Conad opera con oltre 80 referenze e una quota di mercato doppia rispetto alla media retail: 20% a valore e 30% a volume. Questo è possibile grazie all’attenta selezione delle cantine con l’obiettivo di valorizzare le aziende eccellenti del nostro paese. In merito al branding, utilizziamo la marca Conad per il vino comune, mentre per vini di qualità (bollicine comprese) utilizziamo marchi esclusivi, etichette differenti evocative del territorio di provenienza dei vitigni rappresentati”.



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo © 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

PESO DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE (MDD) / PRIVATE LABEL A TOTALE VINO

QUOTA DI MERCATO IN VOLUME - TOTALE VINO CONFEZIONATO



Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo +Discount – informazioni aggiornate a dicembre 2017. *esclusi marchi di fantasia esclusivi, non a codice insegna © 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

PRIMI TRE MESI 2018 – MEGLIO IL VINO DEGLI SPUMANTI (PASQUA DEL PRIMO APRILE È LA RAGIONE, ANTICIPATA RISPETTO ALLO SCORSO ANNO)

| | Vino confezionato | Spumante |
|---------------------------------|-------------------|----------|
| Variatione % Valori | +3,6% | 17,5% |
| Variatione % Volumi | -5,4% | 17,6% |
| % Valori in Promo e Variatione* | 33% (-7) | 46% (+6) |
| Variatione % Prezzi | 10% | 0% |



* Informazione relativa ai primi tre mesi del 2018 – il confronto risente della Pasqua caduta nel 4° mese nel 2017. Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo – Prime 13 settimane 2018 terminanti al 1° aprile © 2018 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

“CINQUE PRIORITÀ PER IL GOVERNO”

Federvini, parla il presidente Sandro Boscaini:
“Ancora troppi i ritardi nei disciplinari.
Sull'estero bisogna accelerare”.

a cura di **Raffaella Cordera**

Un grande proscenio quale è Vinitaly costituisce l'arena ideale per accendere il dialogo con tutte le istituzioni. In particolare con la politica che funge da driver per un'attività coordinata sotto ogni profilo. Federvini è scesa in campo evidenziando quelle che sono le cinque priorità del settore vitivinicolo, su cui è indispensabile un'azione efficace e tempestiva da parte del prossimo esecutivo. A prescindere da quando ci sarà, anche se i tempi stringono.

Federvini ha così focalizzato l'attenzione su cinque vettori prioritari. Il primo riguarda l'approvazione dei decreti attuativi al Testo Unico del Vino che ancora mancano all'appello e che

riguardano schedario, analisi e controlli, contrassegni. Si tratta di autentici snodi per garantire trasparenza, qualità e semplificazione burocratica.

Sempre in questo ambito, secondo quanto diramato da Federvini, non può ulteriormente tardare la nomina dei membri del Comitato Vini, ente preposto all'approvazione delle modifiche dei disciplinari delle denominazioni. Attualmente sono oltre 50 le richieste di modifica di disciplinari in fase di stallo: gli operatori hanno bisogno delle modifiche o della adozione dei disciplinari, l'azione del Comitato non può essere ulteriormente ritardata.

“È ancora in agenda il tema annoso della promozione nei Paesi



Sandro Boscaini,
presidente di Federvini

terzi con il contributo dei fondi previsti dall'Ocm: la riduzione dei fondi 2016 e l'enorme ritardo del bando 2017, proprio quando lo slancio del nostro export doveva essere accompagnato da un'azione di promozione più attenta e attiva, pesano enormemente”, ha dichiarato Sandro Boscaini, presidente di Federvini. “Nonostante ciò il settore ha saputo dimostrare una grande forza, continuando a investire e a crescere all'estero”. Occorre tornare a sedersi intorno ad un tavolo, anche con le Regioni, per poter gestire con la maggiore efficacia ed efficienza possibile questo ambito.

In materia di dazi e protezionismo Federvini appoggia tutte le iniziative che mirano a salvaguardare un mercato libero,

senza balzelli o altri ostacoli che incidano sui normali flussi commerciali. Il Governo italiano dovrà essere quindi in prima linea per salvaguardare la libera circolazione, difendendo altresì le denominazioni italiane a livello di accordi internazionali. “Il settore vitivinicolo è tra i principali contribuenti della bilancia commerciale italiana, è anche un faro per la scelta dell'Italia come meta turistica”, ha concluso Sandro Boscaini. “Questo rende molto orgogliose le nostre aziende. Proprio per questo motivo il riassetto dei conti pubblici che renderà ancora più forte il nostro Paese dovrà essere realizzato con manovre fiscali ponderate che non vadano a penalizzare settori e ambiti così trainanti”.

Una nuova iniziativa con Ice

L'Agenzia Ice – Istituto per il Commercio Estero – e Federvini hanno ideato per la prima volta un 'road show' in Stati Uniti e Canada dedicato al mondo degli aperitivi, liquori, amari, distillati, tipici della tradizione italiana. L'iniziativa è stata resa possibile grazie ai fondi straordinari per il made in Italy, messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo Economico. Aziende italiane storiche, associate a Federvini, sono state testimonial di eccezione in conferenze ed eventi negli Usa e in Canada, coordinati dai competenti Uffici Ice d'Oltreoceano.

Da Seattle a Las Vegas, da Cleveland a Miami fino Washington, mediante dei seminari guidati dal bartender di fama internazionale Tad Carducci si è puntato su una degustazione guidata per dare corpo e gusto a “No Italy, no Cocktail”, con l'obiettivo di spiegare il ruolo di questi prodotti nella storia della mixology contemporanea. Lo stesso tema, che costituisce il fil rouge delle azioni, sarà declinato in Canada anche alla manifestazione Spirit of Toronto per poi proseguire tra le città di Quebec e Montreal durante l'evento itinerante “Invasion Cocktail” dove i prodotti saranno presentati nei bar più importanti delle due città, in eventi dedicati ai consumatori e agli operatori. Gran finale al Bar Convent Brooklyn in scena dal 12 al 13 giugno all'interno dello stand istituzionale Ice. “Era giusto, in un contesto come quello del Vinitaly, parlare di un'iniziativa mirata a tenere sempre alta

l'attenzione verso questo settore così importante, che nella tradizione affonda le sue radici e nell'innovazione trova slancio ed ispirazione”, ha dichiarato Micaela Pallini, presidente del Gruppo Spiriti di Federvini.

Nell'ambito dello stesso progetto, nella seconda metà di settembre, le aziende saranno impegnate ad accogliere una delegazione proveniente dagli Usa e dal Canada in un tour di incoming nel quale poter mostrare i territori ed illustrare la storia, ma soprattutto la grande passione che rende il settore della liquoreria, degli aperitivi, dei digestivi e dell'arte distillatoria un'eccellenza italiana.

“I tempi erano maturi per avviare un progetto promozionale, dedicato al settore delle bevande spiritose tipiche italiane, concepito con il coinvolgimento dei produttori ed organizzato da Ice con le risorse messe a disposizione dal Ministero dello Sviluppo Economico. E' molto importante poter contare sul supporto delle istituzioni ed è vivo auspicio che le azioni di quest'anno diano l'impulso a ulteriori attività che rafforzino il messaggio”, ha concluso il presidente di Federvini Sandro Boscaini, che evidenzia: “Il forte legame tra vino e spiriti come un completamento di presenza del Made in Italy in un ideale pranzo perfetto, dall'aperitivo ai vini che accompagnano i cibi, ai digestivi di fine pasto; i prodotti della vite per rendere più interessante la nostra vita”.



prio controllo dettagliato dei flussi idrici. E invece il nodo della questione, o meglio il punto di svolta, è proprio qui: il controllo degli utilizzi, dettagliati per singola unità produttiva e singola operazione, e delle caratteristiche delle acque che entrano ed escono dalle singole operazioni.

Occorre ricordare che i reflui enologici, se non adeguatamente trattati, possono portare gravi danni all'ambiente e in particolar modo per le acque profonde e superficiali. Ad oggi, in fase di costruzione, una cantina deve avere a progetto l'impianto di de-

purazione che tenga conto del carico massimo di reflui previsti durante la stagione della vendemmia. Solo con informazioni corrette sui consumi si possono verificare eventuali sprechi e pianificare corrette razionalizzazioni e riutilizzi.

S.T.A. propone **soluzioni impiantistiche** su misura per ogni specifica necessità, impianti con diverse tecnologie e materiali, interrati o fuori terra che possono risolvere a 360° le esigenze della **Piccola, Media e Grande Industria Vitivinicola**.



L'ACQUA PER PASSIONE



STA

Società Trattamento Acque

S.T.A.
Società Trattamento Acque S.r.l.

Via Giordano di Capi, 28-30
Z.I. Valdaro - 46100 Mantova
Tel. +39 0376 372604
Fax. +39 0376 270180

Sedi Operative

Magazzino e Showroom
Via Vespucci, 5
Z.I. Valdaro
46100 Mantova (MN)

S.S. 420 Sabbionetana
Loc. Vicomoscano 26041 Casalmaggiore (CR)
Tel. +39 0375 200183 Fax. +39 0375 205673

Loc. Dossello
27011 Belgioioso (PV)
Tel. e Fax. +39 0382 971172

www.stacque.com



EURO-SOA
SOCIETÀ ORGANISMI DI ATTESTAZIONE