

VINO & CONSUMI

LA GUIDA PER GLI OPERATORI
DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

ANNO 6 - NUMERO 5 - MAGGIO 2019
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



MADE WITH WATER
l'acqua non è scontata!

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.

SOLUZIONI TECNOLOGICHE PER LA DEPURAZIONE

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 innovati-

vi. Le quantità più elevate di acqua vengono utilizzate per le operazioni di sanificazione e pulizia.

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 depurazione che tenga conto del carico massimo di reflui previsti durante la stagione della vendemmia.



IMPIANTI MODULARI PREFABBRICATI



IMPIANTI PER TRATTAMENTO ACQUE PRIMARIE



EDIZIONE
STRAORDINARIA

REPORTAGE VINITALY 2019

CHE

SPETTACOLO!

È un po' come il Festival di Sanremo. Tutti lo criticano, ma alla fine tutti lo guardano. Anche per **Vinitaly** il destino è il medesimo. Alla vigilia c'è chi non perde occasione per lasciarsi andare alle 'solite' previsioni, ma alla fine dei conti, o se preferite della fiera, nessuno è disposto a rinunciarci. E giustamente.

Eh sì, perché **Vinitaly** non è soltanto un grande happening. È molto di più. Non solo, dunque, una fiera che sta ritrovando sempre più la sua matrice b2b. È un appuntamento imperdibile e irrinunciabile, al di là della spettacolarizzazione spesso legata alla passerella dei politici di turno.

Vinitaly è un brand, una sorta di bandiera che tutti conoscono e riconoscono nel mondo, un marchio che si combina con quello del vino made in Italy.

Un'offerta qualificata, unica e apprezzata.

Insomma, il vino italiano è tanta roba, come dicono le nuove generazioni, è una componente molto rilevante sotto il profilo economico, un tratto distintivo dell'Italia.

A questo 'ben di Dio', abbiamo voluto dedicare un'edizione straordinaria di **Vini&Consumi**. Per racchiudere le eccellenze che hanno animato le quattro giornate di Verona: **aziende, prodotti, persone.**

La forza dei numeri

Edizione record, la 53esima. A Verona, 125mila visitatori, provenienti da 145 nazioni, hanno animato una manifestazione che le aziende vogliono sempre più business oriented.

Dal nostro inviato a Verona, **Matteo Borré**



Caotica, frenetica, irrinunciabile: si è chiusa mercoledì 10 aprile, dopo quattro giorni vissuti intensamente da chiunque vi abbia preso parte, la 53esima edizione del Vinitaly. Una fiera sempre più internazionale, quella organizzata da VeronaFiere. Il riferimento assoluto, a livello mondiale, per tutti gli operatori realmente intenzionati a scoprire, comprendere e approfondire quel Mare Magnum che – sempre più – è oggi il panorama enologico italiano. Ma cosa dicono i numeri? Vinitaly 2019 è stata capace di catalizzare 125mila presenze provenienti da 145 nazioni. Cifre, dunque, in scia all'edizione dello scorso anno. Ma – sottolineano gli organizzatori – a fronte di un innalzamento della qualità e del numero dei buyer esteri accreditati: +3% sul 2018, per un totale di 33mila operatori professionali stranieri.

Le premesse per un successo, d'altronde, c'erano tutte. Ed erano nell'aria già da tempo. Appuntamento sold out mesi prima del taglio del nastro. Con tante cantine ad aver scelto di rinnovare la propria presenza espositiva, grazie a stand ancor più grandi e appariscenti. Ma anche spazi (100mila metri quadrati espositivi netti) ripensati in chiave funzionale e per rispondere alle crescenti esigenze delle 4.600 aziende presenti (130 in più dello scorso anno) da 35 nazioni. E le attese sono state ampiamente ripagate. “È stato il Vinitaly più grande di sempre, ma da domani saremo già al lavoro per migliorare ancora”, il commento a caldo di Maurizio Danese, presidente di VeronaFiere. “Continua la focalizzazione sulla selezione di visitatori, verso una presenza sempre più professionale e internazionale: registriamo molta soddisfazione da parte degli espositori e questo significa che la svolta intrapresa nel 2016 è la direzione da seguire”. Proprio l'elemento della caratterizzazione b2b della fiera è stato al centro dei commenti delle aziende quest'anno. Quasi all'unanimità, infatti, è stato riconosciuto dagli espositori l'irrinunciabilità dell'appuntamento veronese. Che si vuole sempre più business oriented. E anche – o forse soprattutto – sempre più vetrina ideale per

il vino italiano nel mondo. Su questo, VeronaFiere ha battuto un altro importante colpo, come dimostra la grande novità annunciata in chiusura di Vinitaly 2019: il lancio della nuova piattaforma di promozione Wine To Asia, che sarà attiva dal 2020 a Shenzhen, in Cina. “Una delle cifre anche di questa edizione di Vinitaly è stata di sicuro l'internazionalità”, conferma Giovanni Mantovani, direttore generale della Spa veronese. “Merito delle ulteriori risorse investite sull'attività d'incoming, con la selezione e gli inviti da 50 paesi target e la collaborazione con Agenzia Ice”.

La top five dei Paesi d'origine dei buyer esteri giunti a Verona vede in pole position gli Stati Uniti (+2% sul 2018), seguiti da Germania (+4%), Regno Unito (+9%), Cina (+3%) e Canada (+18%). Ma non meno importante è il +11% delle visite dal Giappone. O la sempre maggiore centralità dell'elemento digitale: Vinitaly Directory, la business guide online consultabile in nove lingue, è arrivata a superare le 18mila etichette a catalogo (+20% sullo scorso anno), registrando un boom di accessi al portale, con un milione di pagine visualizzate in due settimane. Insomma, Vinitaly 2019 è stata un successo, anche se non sono mancate alcune problematiche da segnalare in un'ottica di costante miglioramento. In primis la situazione legata al traffico e alla viabilità, che purtroppo presenta ancora alcune difficoltà da superare, proprio per non vanificare gli sforzi messi in campo da VeronaFiere in questi ultimi anni per fornire un miglior servizio a espositori e visitatori. Quindi, dopo la svolta b2b di due anni fa, si deve registrare come, a Vinitaly 2019, più di qualche presenza “di troppo” – il riferimento è agli “estranei” al campo professionale – si sia riaffacciata dalle parti del quartiere fieristico: serve non abbassare la guardia su questo punto, a tutela della qualità della manifestazione e a garanzia della sua centralità all'interno del calendario fieristico anche nel futuro.

Appuntamento, allora, al prossimo anno: con la 54esima edizione di Vinitaly annunciata dal 19 al 22 aprile 2020.

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 6 - numero 5 - Maggio 2019
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 18 aprile



M. DANESE



Giovanni Mantovani



And the winner is...

La quinta edizione dei Vini&Consumi Awards. 26 i riconoscimenti attribuiti da una giuria qualificata composta da 23 buyer e operatori del settore, e presieduta da Luca Spagna (Horizon International Services), che ha personalmente premiato i vincitori.

Nella serata di lunedì 8 aprile, a Verona, durante Vinitaly 2018, sono stati proclamati i vincitori degli Awards realizzati dalla nostra rivista **Vini&Consumi**, e organizzati da Tespi Mediagroup.

Proprio come nelle edizioni precedenti, l'iniziativa, che si è tenuta nella Sala Vivaldi del polo fieristico di Veronafiere, ha voluto valorizzare l'impegno delle aziende del settore vitivinicolo che si sono distinte nel corso dell'anno solare 2018. Sia nell'ide-

azione e nella realizzazione di attività di marketing e comunicazione particolarmente efficaci, sia per quanto riguarda l'innovazione di prodotto.

Ad assegnare i **Vini&Consumi Awards** è stata una giuria qualificata di 23 membri del mondo retail e operatori del settore. Presidente di giuria è stato Luca Spagna di Horizon International Services (supercentrale d'acquisto di cui fanno parte Auchan, Metro, Casino e Dia). Un premio vero, attribuito da esperti che vivono il mercato quotidiana-

mente in tutte le sue sfaccettature, e che hanno conferito il giusto e meritato tributo alle aziende che con impegno e passione lavorano per il mercato vitivinicolo italiano e in particolare sul canale della distribuzione moderna. Un plauso e un sincero ringraziamento a tutte le realtà che sono entrate in nomination, ma anche a quelle che hanno partecipato all'iniziativa, fornendo le loro candidature. Appuntamento dunque al prossimo anno per la sesta edizione dei **Vini&Consumi Awards!**



La giuria

Presidente: Luca Spagna – Horizon International Services (Auchan, Metro, Casino, Dia)	Stefania Continolo – Unicoop Tirreno
Massimo Baldi – Sogegross	Marta De Lorenzi – Koelnmesse
Raffaello Benetti – Promos	Angelo Frigerio – Tespi Mediagroup
Filippo Bianchini – Pac2000	Fabio Loi – Conad del Tirreno
Paolo Brera – Coralis	Tonino Mantero – Basko
Fabio Bocchini – Gruppo Vegè	Marco Magnocavallo – Tannico
Giuliano Calogero – Despar	Mario Peccedi – Bennet
Antonella Campo – Despar Fiorino	Luca Pizzighella – Signorvino
Riccardo Colletti – Vini&Consumi	Federico Rossetto – Rossetto Trade (Gruppo C3)
Flavio Colombo – Iperal	Francesco Scarcelli – Coop Italia
Roberto Comolli – Il Viaggiator Goloso	Giovanni Spanò – Conad Sicilia
	Walter Stassi – Gruppo Pam

alle pagine 6 e 7 l'elenco e le foto dei vincitori

segue

reportage
vinitaly 2019



AND THE WINNER IS...



Miglior spot Tv
"Sancripino, il nostro vino...Anche bio" – Due Tigli
Ritira il premio: Paolo Galassi
Consegna il premio: Luca Spagna (Horizon)



Miglior campagna affissione
"Abbinalo a ciò che ami" (Ottobre-dicembre - Firenze/Milano) – Santa Cristina
Ritira il premio: Jacopo Chianni



Miglior campagna radio
"Campagna di comunicazione natalizia Radio 24" – Casa Vinicola Sartori
Ritira il premio: Paolo Sartori



Miglior campagna stampa consumer
"Abbinalo a ciò che ami" (Quotidiani) – Santa Cristina
Ritira il premio: Jacopo Chianni



Miglior campagna stampa trade
"Sostenibilità, vita e arte. Un percorso virtuoso dalla terra alla bottiglia" – Bortolomiol
Ritira il premio: Elvira Bortolomiol



Miglior campagna social Facebook
"Cantine Riunite" – Cantine Riunite & Civ
Ritira il premio: Mario Vandì



Miglior campagna social integrata
"Campagna integrata Digital sui vini Alie, Nipozzano e Leonia" – Frescobaldi
Ritirano il premio: Anna Paola Barbieri e Danilo Masi



Miglior sito web
www.mionettowhitetime.com – Mionetto
Ritira il premio: Francesco Mionetto



Miglior materiale Pop
"Concorso Seduzione Naturale" – Valdo Spumanti
Ritira il premio: Silvia Cavazza



Miglior evento
"Tour Floral Jungle" – Valdo Spumanti
Ritira il premio: Andrea Felisi



Miglior evento culturale
"Restauro dell'ex Filanda di Valdobbadiene che diventa nuova sede dell'istituto per la ristorazione Dieffe" – Villa Sandi
Ritira il premio: Leonardo Moretti Polegato



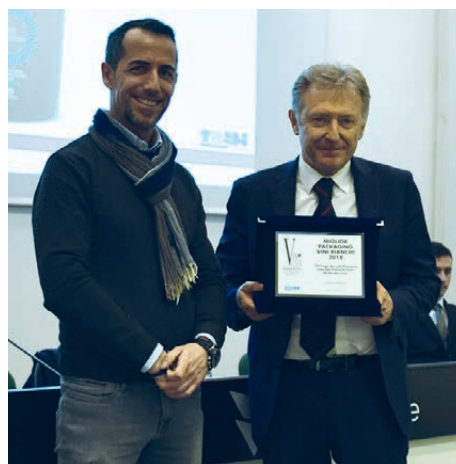
Iniziativa charity
"Progetto charity Natale 2018 di Cantine maschio con la Onlus gomitolo rosa"
– Cantine Riunite & Civ Società Agricola
"Settesoli sostiene Selinunte... e la illumina"
– Cantine Settesoli
"Un bicchiere per AMOP" – Cantina Valtidone
"Vendemmia solidale – Festa e beneficenza nella Terra del Prosecco Superiore" – Le Manzane
Ritirano il premio, da sinistra: Umberto Pilla e Mauro Fontana (Cantina Valtidone), Silvana Ceschin (Le Manzane), Roberta Urso (Cantine Settesoli) e Mario Vandì (Cantine Riunite & Civ)



Miglior packaging vini rossi
 "Nebbiolo Langhe Doc Heredis – I Collirossi azienda agricola" – Natale Verga
 Ritirano il premio: Alessandra Verga e Roberto Lazzaro



Miglior restyling packaging linee
 "Restyling linea Mezzacorona Classica" – Mezzacorona
 Ritirano il premio: Stefano Fambri e Barbara Darra



Miglior packaging vini bianchi
 "Ortrugo dei colli Piacentini vino Doc frizzante linea 50 Vendemmie" – Cantina Valtidone
 Ritira il premio: Mauro Fontana



Miglior packaging vini spumanti
 "Mionetto Sergio White Edition - Cuvée Extra Dry" – Mionetto
 Ritira il premio: Francesco Mionetto



Miglior special edition
 "Spumante extra dry Swing da uve Pinot Nero" – Cantina Valtidone
 Ritira il premio: Mauro Fontana



Miglior prodotto bio
 "Sancripino Bio brik 250 ml" – Due Tigli
 Ritira il premio: Paolo Galassi



Miglior innovazione di prodotto prosecco
 "Asolo Prosecco Superiore Docg Biodiversity Friend" – Villa Sandi
 Ritira il premio: Mirko Baggio



Miglior innovazione di prodotto altri spumanti / Metodo Charmat
 "Saint Germain Doux" – Firriato
 Ritira il premio: Chiara Gullo



Premi speciale miglior iniziativa commerciale
 "Orange Moments" – Tenute Piccini
 Ritira il premio: Maurizio Rossi



Premio speciale
 In ricordo di Massimo Zuccarini, amico e uomo sincero, per la dedizione professionale e la passione per il suo Abruzzo
 Ritirano il premio: Eligio Troiano e Giuseppe Molisani (Casalbordino)



Premio speciale anniversario
 "Da 125 anni interpreti del Chianti Classico e della tradizione di famiglia" – Cecchi
 Ritira il premio: Andrea Cecchi

Le nuove sfide del vino

I presidenti della filiera a confronto, alla presenza del ministro del Mipaft Gian Marco Centinaio. Innovazione tecnologica, sostenibilità ed enoturismo i temi caldi del dibattito.

A cura di **Angelo Frigerio**

Anche quest'anno Vinitaly ha ospitato l'intera filiera italiana del vino durante il convegno intitolato "Parlano i Presidenti: conversazione con le organizzazioni della filiera vitivinicola", che ha visto i vertici istituzionali del settore confrontarsi sulle strategie da adottare per migliorare la competitività e presentare i temi caldi del settore alla presenza del ministro delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo, Gian Marco Centinaio.

Le nuove sfide del vino, l'innovazione tecnologica, la competitività sui mercati internazionali, la sostenibilità e l'enoturismo sono state alcune delle tematiche centrali, per le quali sono state ribadite la volontà e la necessità da parte della filiera di continuare a lavorare uniti.

"Il settore vitivinicolo", ha esordito Massimiliano Gian-santi, presidente di Confagricoltura, "sta affrontando due sfide importanti per incrementare la propria competitività: affermare i propri prodotti sui mercati, anche internazionali, e favorire la sostenibilità dei processi produttivi. In entrambi i casi l'innovazione tecnologica è uno strumento strategico, anche per un prodotto di antichissima tradizione come il vino. Il vigneto 4.0 è una realtà radicata in molti territori, ma occorre ancora lavorare per superare molte criticità, sia strutturali sia politiche e culturali. La viticoltura non è contro la tradizione o riservata alle 'grandi aziende', ma un'opportunità per rilanciare la competitività di tutto il comparto e per favorire la crescita e l'occupazione dell'agricoltura e del Paese".

A sottolineare il ruolo del comparto a livello internazionale Dino Scanavino, presidente Cia: "Il vitivinicolo rappresenta uno dei settori che ha meglio utilizzato le risorse della politica agricola comune ed è spesso 'apripista' degli accordi internazionali di libero scambio che sono non solo funzionali alle esigenze del made in Italy, ma anche una straordinaria opportunità da cogliere per le imprese italiane. I mercati stranieri rappresentano la via obbligata di sviluppo e i trattati bilaterali sono la dimostrazione che i paesi europei traggono la loro forza nello stare insieme. Per il nostro Paese, ciò è particolarmente vero in quei negoziati dove

siamo in condizione di giocare all'attacco, come il Ceta tra Ue e Canada ma anche il Jefta tra Ue e Giappone, accordi che rappresentano un messaggio potente anche contro la preoccupante crescita dei protezionismi e delle politiche di chiusura commerciale".

Il tema dei prezzi legati alla produzione del vino è stato sollevato da Ruenza Santandrea, coordinatrice Vino dell'Alleanza cooperative Agroalimentari: "Come cooperazione", ha spiegato, "abbiamo pensato a un pacchetto di proposte che richiedono un'azione ordinata e coordinata tra i numerosi attori operanti nel comparto. Tra queste, la riduzione delle rese massime di produzione di uva per ettaro per i vini senza Ig con indicazione della varietà e lo stimolare i consorzi di tutela dei vini a Do o Ig a una maggiore presa di coscienza rispetto ai meccanismi di governo dell'offerta messi a disposizione della normativa vigente. E' poi necessario avviare una riflessione su un migliore governo dei superi, dei declassamenti e delle stesse riclassificazioni e su eventuali usi alternativi al vino".

Ernesto Abbona, presidente Unione Italiana Vini, ha posto l'accento sui temi della promozione all'estero e dell'enoturismo: "Oltre a ribadire l'importanza di rilanciare il lavoro congiunto con le associazioni dei produttori portato avanti con Ice, che ha generato risultati positivi in Usa e Cina, e a mantenere i livelli di investimento di questi ultimi due anni, sperando di vedere presto il nuovo bando dei fondi Ocm promozione, credo che un altro tema centrale per promuovere il vino italiano sia l'enoturismo, una calamita potentissima capace di influenzare la scelta delle destinazioni di viaggio. In questi anni, Uiv si è spesa affinché fossero definiti principi e trovate linee guida e apprezziamo il Decreto Enoturismo, firmato dal ministro Centinaio".

"Abbiamo investito molto in questi anni nel vigneto, nelle cantine, sul mercato", ha commentato Sandro Boscaini, presidente Federvini, "ed è indubbio che le risorse messe a disposizione dall'Unione Europea attraverso l'Ocm, sia per gli investimenti e la ristrutturazione sia per la promozione, abbiano rappresentato uno stimolo importantissimo. Ab-

biamo, in pochi anni, triplicato il valore globale delle nostre esportazioni, sviluppato progetti territoriali che hanno cambiato il corso della viticoltura in alcune aree e attratto nuovi investitori, anche stranieri. Per questo, dobbiamo fare uno sforzo per concentrare l'attenzione sul valore dei nostri territori, delle produzioni vitivinicole e dei nostri prodotti. Appare necessario avere tutti lo stesso programma e gli stessi obiettivi".

A mettere al centro del dibattito l'aspetto della sostenibilità il presidente di Federdoc, Riccardo Ricci Curbastro: "Il cambiamento climatico sta imponendo di riesaminare le logiche che stanno alla base del nostro modo di agire per garantire la qualità del prodotto. La sostenibilità è un driver strategico di sviluppo e parte da una viticoltura ragionata. Questa presa di coscienza va di pari passo con la sempre più puntuale richiesta di garanzie da parte del trade e ha fatto sì che nascessero strumenti adeguati. Lo sforzo unificatore di Federdoc ha prodotto Equalitas, un progetto ormai affermato, il cui know how sta fornendo un contributo al tavolo di filiera operativo presso il Mipaft con l'intento di creare uno standard unico a governance pubblica".

Infine, sul tema dei prezzi dei vini è intervenuto anche Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi: "Dopo la positiva vendemmia 2018 non si comprende come si siano alimentate interpretazioni scorrette da parte dei mercati, che stanno portando a una valutazione dei vini inadeguata rispetto ai costi di produzione. I produttori, pertanto, hanno solo due scelte: uscire da una mortificante economia incrementando la produzione, con riflessi sul piano della qualità, oppure chiudere un'attività non più remunerativa. Immettere sul mercato prodotti a prezzi inadeguati, significa alimentare un prodotto squalificato sotto ogni punto di vista. C'è poi da tenere conto del discredito che sta investendo anche i singoli produttori, impegnati da anni a costruire l'affermazione dei nostri vini sui mercati di tutto il mondo. Il successo raggiunto fino ad ora ci obbliga a mantenere e migliorare costantemente lo standard di qualità dei nostri prodotti. E questo non è possibile, puntando sulla politica dei prezzi bassi".



Un'immagine del convegno. Al centro della foto, durante il suo intervento, il ministro del Mipaft Gian Marco Centinaio

Verona capitale della politica

Come da copione, specialmente durante la giornata inaugurale, la politica italiana (e di governo) non ha mancato l'appuntamento con Vinitaly. Dal premier Giuseppe Conte alla presidente del Senato, Maria Elisabetta Alberti Casellati, dal governatore del Veneto Luca Zaia al padrone di casa, il sindaco Federico Sboarina, per arrivare alle due 'star' più attese: i due vice premier, Matteo Salvini e Luigi Di Maio. Per tutti (quasi) un autentico bagno di folla...



DUE TIGLI – TERRE CEVICO

Paolo Galassi



“La novità di questo nostro Vinality è il lancio del bicchierino monodose in Pet da 187 ml. Una soluzione innovativa, presentata in tre varianti di brand a copertura dei differenti canali di vendita: con il marchio È Gòt destinato al mondo Horeca, Cantine Ronco per la Gdo e B.io bpuntoio che si propone a un’offerta biologica multicanale. Si tratta di un prodotto dall’elevato contenuto di servizio: di grande praticità, risulta facile da utilizzare e, soprattutto, indispensabile in alcune situazioni di consumo dove il vetro è sconsigliato o vietato per ragioni di sicurezza. Un’innovazione non soltanto a livello di formato, ma soprattutto nel modo nuovo di vivere il vino. Il bicchierino monodose, infatti, è realizzato in materiale 100% riciclabile e confezionato in atmosfera protettiva. Ma, una volta aperto, permette anche di essere richiuso grazie al coperchio di plastica, che consente di conservare al meglio il gusto e gli aromi della referenza al suo interno. Con questa innovazione, puntiamo a parlare a un consumatore sempre più orientato al *single-dose* e predisposto a un consumo di vino *on the go*. Comodo e accessibile, infatti, il vino in bicchiere si presenta con un abito davvero smart: immediato e senza barriere, si adatta innanzitutto a contesti conviviali, giovanili e disimpegnati, come aperitivi, feste, concerti o street food”.

SANTA CRISTINA

Enrico Chiavacci



“Un Vinality, il 2019, in cui abbiamo scelto di consolidare il tanto lavoro promosso sull’immagine del brand Santa Cristina negli ultimi mesi. Ancora una volta, mettiamo al centro la capacità dei prodotti della linea a sposare perfettamente i più diversi momenti conviviali di consumo, adattandosi a ciascuna occasione. Con il nostro obiettivo che resta quello di riuscire sempre meglio a parlare a un nuovo target di consumatori, andando a intercettare anche i più giovani e le donne. Per far questo, stiamo scommettendo in particolare sul nostro classico per eccellenza: il Santa Cristina Rosso. Ma anche su una serie di produzioni che sposano al meglio i nuovi gusti, oltre che stili di vita e consumi moderni: a partire dal Rosato, che negli ultimi tempi ha fatto segnare performance di vendita di assoluto interesse, passando per lo spumante Metodo Classico Brut, blend di uve Chardonnay, Pinot bianco e una piccola quantità di Pinot nero, che proponiamo anche in un’elegante confezione in pregiata cartotecnica per special edition dedicate ai periodi delle feste, fino a giungere al rinnovato progetto del Capsula Viola Chardonnay. Una speciale menzione va proprio a quest’ultima referenza, che ha fatto il suo esordio nei punti vendita a metà febbraio. Il nuovo Capsula Viola Chardonnay, infatti, rappresenta un classico della tradizione enologica italiana, che oggi torna con uno stile moderno, in cui a essere enfatizzate sono le storiche caratteristiche di piacevolezza, freschezza e sapidità. Nel restyling che abbiamo promosso, a spiccare è anche la scelta di una bottiglia stile bordeaux, ma assolutamente originale, con peculiari riflessi azzurri e una spalla meno accentuata: elementi capaci di rendere unico e autentico questo vino. Proprio come il simbolo del polpo e l’etichetta romboidale, che – oltre a caratterizzarlo – contribuiscono in maniera decisiva nel farlo risaltare a scaffale”.

VILLA SANDI

Giancarlo Moretti Polegato



“L’highlight principale del nostro Vinality è stato, senza dubbio, l’ufficializzazione dell’acquisizione di Borgo Conventi. Quello del Collio è un territorio altamente vocato, che mi ha sempre attirato. E Borgo Conventi ne rappresenta un importante pezzo di storia vitivinicola. Si tratta di una tenuta che seguivamo da tempo. E, a partire dal 1° aprile scorso, è avvenuto il passaggio di mano dalla famiglia Folonari – che l’aveva rilevata nel 2001 dal suo fondatore, Gianni Vescovo – alla mia. Borgo Conventi dispone di 30 ettari di vigneti, che insistono nelle zone Doc friulane del Collio e dell’Isonzo, per una produzione che si attesta attorno alle 300mila bottiglie l’anno, tra bianchi e rossi friuliani. La gestione resterà indipendente, ma sarà siglato dall’azienda un accordo di distribuzione, tanto per l’Italia, quanto per l’estero, con Villa Sandi, così da favorire una sinergia commerciale. Questa acquisizione è il coronamento di un sogno per chi, come la mia famiglia, è sempre guidato dalla ricerca della qualità e dell’eccellenza, nel rispetto delle identità territoriali. Grazie a Borgo Conventi, infatti, arricchiremo ora la linea di vini da noi prodotti, con anche l’eccellenza dei bianchi friuliani. Referenze a si andranno ad aggiungere le novità per il 2019: da segnalare, in particolare, il debutto a scaffale del Prosecco Organic nel formato della mezza bottiglia, che meglio si adatta alle esigenze del consumatore target di questa tipologia di produzione”.

CANTINA VALTIDONE

Mauro Fontana



Da sinistra: Mauro Fontana e Gianpaolo Fornasari

“Siamo arrivati a Vinality dopo un inizio 2019 spumeggiante: i primi tre mesi si sono chiusi con una crescita dell’8% sui numeri 2018, anno in cui le nostre performance sono risultate positive ben oltre gli iniziali ambiziosi obiettivi. Il proseguimento del trend di crescita è il segno che non ci vogliamo sedere. E che puntiamo a essere sempre più protagonisti sul mercato. Anche per questo, a Verona portiamo il restyling di Vinum Merum, linea dedicata all’Horeca che punta a conquistare il pubblico dei più giovani. Ma in vetrina abbiamo messo anche Swing, una bollicina rosé che ha avuto un successo tale, dopo il lancio dello scorso anno, che oggi è arrivata a essere venduta finanche a New York. Per il mondo Gdo, infine, il focus è sul nostro Blanc de Blancs: uno spumante millesimato brut da uve Chardonnay che ci auspichiamo possa essere inserito a scaffale in sempre più catene. Attenzione massima anche al progetto biologico: quest’anno, grazie a una vendemmia più generosa della precedente e a nuovi vigneti che nel frattempo hanno completato la conversione, la produzione si dovrebbe attestare attorno a quota 130mila bottiglie”.

CASA VINICOLA SARTORI

Paolo Sartori



“A Vinality abbiamo collocato in vetrina gli ultimi prodotti lanciati. A partire dai due Pinot grigio diventati Doc delle Venezie: quello che è parte della Linea Arco dei Giovi e Blush. Il primo, di colore paglierino dai lievi riflessi dorati, si caratterizza per il profumo piacevolmente fruttato e un sapore fresco e delicato.

Blush, invece, presenta un caratteristico color ramato tenue e si contraddistingue per il bouquet floreale con leggeri sentori agrumati. Infine, un’altra novità lanciata quest’anno è il Rosso Veronese Igt Rv: un nuovo progetto che rappresenta uno studio compromesso tra un vino ricco di corpo da uve passite e uno giovane fruttato. Un blend con 50% Corvina Veronese, 20% Merlot, 10% Rondinella, 10% Corvione e 10% Cabernet Sauvignon. Dopo la raccolta, una parte delle uve è posta in piccole cassette per l’essiccazione parziale fino all’inizio di novembre, mentre quella restante è avviata a una normale vinificazione. L’affinamento avviene in grandi botti di rovere per un periodo tra i quattro e i sei mesi, cui seguono quattro mesi di riposo in bottiglia. Prende così vita un rosso granato, dal profumo intenso e persistente di frutti rossi e spezie, che in bocca è corposo, rotondo, gradevole, leggermente asciutto e vellutato, con un corpo morbido strutturato armonico”.

reportage vinality 2019

FERRARI F.LLI LUNELLI Matteo Lunelli



“Il nostro Vinality si è incentrato sulla mission che ci siamo posti di essere sempre più Gruppo capace di raccontare ognuno dei brand d'eccellenza che compongono il nostro portfolio. L'obiettivo, dopo aver svalicato quota 100 milioni di euro nel fatturato, è di posizionarsi stabilmente con i nostri prodotti in fascia alta, diventando simbolo di eccellenza nel bere. Siamo sulla giusta strada, come dimostra il 'game changer' dei 98 punti ricevuti da Wine Advocate del critico Robert Parker per il nostro Giulio Ferrari Rosé 2006: una prima assoluta per una bollicina italiana. Ma sono davvero molte le novità che hanno caratterizzato la nostra presenza a Verona. Come ad esempio lo stand dedicato a Bisol 1542, a indicare quanto importante sia questa sfida per noi: vogliamo, infatti, trasformare il marchio nel riferimento assoluto per il Prosecco Superiore, come la sua storia plurisecolare impone. Grandi passi in avanti, poi, li abbiamo compiuti anche sui vini delle Tenute Lunelli: abbiamo, infatti, raggiunto quella cifra stilistica a cui ambivamo e qui a Vinality abbiamo scelto di porre in vetrina l'ultimo nato, ovvero Auritea, un Costa Toscana Cabernet Franc Igt. Un doveroso accenno, infine, va fatto ai grandi formati: stiamo implementando il nostro impegno nella produzione di questa tipologia di prodotti, perché vogliamo diventarne i primi ambasciatori. La nostra politica commerciale, infatti, in futuro sarà sempre più indirizzata a favorirne l'acquisto, indirizzando i consumatori su una scelta sempre più consapevole, che favorisce la conservazione della referenza ed esalta la qualità dei vini che proponiamo”.

BORTOLOMIOL Elvira Bortolomiol



“Quest'anno festeggiamo l'anniversario della fondazione della Cantina, voluta da mio padre Giuliano nel 1949, con un progetto molto speciale, denominato Female Land Artists Wanted. Si tratta di un concorso rivolto ad artiste internazionali specializzate nella Land Art, con l'obiettivo di celebrare le donne in un luogo dove il lavoro era principalmente femminile. La vincitrice sarà ospitata

nella 'Residenza d'Autore' presso il parco della Filandetta, ex filanda dei primi del Novecento recuperata dalla mia famiglia. Mentre l'opera premiata, ispirata al Prosecco Superiore e alle colline da cui nasce, sarà poi presentata ufficialmente al pubblico nel corso di un vernissage in cui si accenderanno i riflettori sulle tematiche ambientali e femminili, due istanze molto care all'azienda. Da tempo, infatti, ci stiamo battendo per una agricoltura ecosostenibile, impiegando, nei vigneti e in quelli dei nostri viticoltori, tecniche di coltivazione biologica e di riduzione dell'impiego dell'acqua e degli scarti di lavorazione. Allo stesso tempo, siamo impegnati per l'affermazione delle donne nel mondo del lavoro, nella società civile e nel mondo delle arti. I festeggiamenti per il 70esimo anniversario della fondazione della Cantina prevedono, inoltre, un calendario di iniziative in Italia e all'estero che si svolgeranno durante tutto l'anno, per concludersi con due appuntamenti, a New York e a Monaco di Baviera”.

CODICE CITRA Valentino Di Campli



Lo staff Codice Citra

“La nostra realtà raggruppa nove cantine della provincia di Chieti, e mette a frutto il lavoro e il know how di ben 3mila soci vignaioli, che coltivano 6mila ettari di vigneti. Forti di queste importanti competenze, a Vinality abbiamo presentato il Ferzo Montepulciano d'Abruzzo Teate 2016, che rappresenta la prima esperienza di produzione in termini di indicazione dell'area Teate. Altra novità di quest'anno è il nuovo packaging della linea Palio, che ricalca appieno la tradizione de 'La Tenzone' legata ai giochi medievali tra gli antichi rioni di Lanciano. Infine, Silene Bio è la nuova gamma di vini bio destinata al canale della Gdo. Alla nuova etichetta fanno capo due referenze, ottenute da uve biologiche di alcuni tra i vitigni più rappresentativi del territorio: Pecorino e Montepulciano d'Abruzzo. L'attenzione alla sostenibilità si esprime anche nella scelta della confezione, grazie alla bottiglia in vetro leggero per diminuire le emissioni legate ai trasporti, e al tappo Noma-core Select Green completamente riciclabile. Codice Citra quest'anno ha poi ottenuto tre importanti riconoscimenti assegnati da 5 Star Wines, la selezione annuale di vini organizzata da Vinality. I vini premiati sono stati il Pecorino Vino Spumante di qualità Brut Millesimato Fenaroli 2014, il Cerasuolo d'Abruzzo Dop Superiore Ferzo 2018 e il Montepulciano d'Abruzzo Dop Riserva Laus Vitae 2014. Tre grandi vini che rappresentano la nostra produzione a 360 gradi. E dove a spiccare è lo spumante Metodo Classico millesimato da uve Pecorino, una novità tutta abruzzese che premia i tanti sforzi e gli investimenti che stiamo mettendo in campo per far conoscere i nostri vitigni autoctoni”.

BANFI Rodolfo Maralli



Da sinistra: Elizabeth Koenig, Rodolfo Maralli e Attilio Scienza

“Un ricco Vinality per Banfi, in cui abbiamo spaziato dalla presentazione al trade dei principali restyling, passando per la verticale dedicata a sei annate inizialmente considerate minori per il Brunello di Montalcino, ma col tempo diventate grandi, fino a giungere al lancio della terza edizione della Summer School di Sanguis Jovis – Alta Scuola del Sangiovese. In tema di novità 2019, a Verona a spiccare è il restyling della linea Centine, che si presenta al mercato con un'immagine totalmente rinnovata, ma non solo. A comporre la gamma, oggi, sono tre Toscana Igt, declinati in una versione rossa, una bianca e una rosé. Il Centine Rosso è un blend di Sangiovese, Merlot e Cabernet Sauvignon. Cambio di formula per la versione in Bianco, che si andrà ora a caratterizzare per un nuovo studiato mix tra Chardonnay e Vermentino. Stesso discorso per il Rosé, che vedrà il Sangiovese affiancare il Merlot. Parlando di Sangiovese, poi, da citare è la presentazione della nuova edizione di Sanguis Jovis, la Summer School firmata Fondazione Banfi. 'I Terroir del Sangiovese in Toscana: conoscenza, storytelling, mercato': è questo il tema che sarà sviluppato nel corso dell'appuntamento 2019, che andrà in scena a Montalcino, dal 15 al 19 luglio prossimi. L'obiettivo di questa Summer School è quello di formare i professionisti del Sangiovese di domani: persone che devono possedere una solida preparazione, essendo al contempo aperte al nuovo e ricche nella conoscenza delle differenti culture. Quel che cerchiamo di fare, favorendo l'incontro tra l'innovazione dei giovani e l'esperienza dei professionisti già affermati, è di potenziare, difendere e diffondere il valore prodotto dalla viticoltura del Sangiovese di Montalcino e della Toscana”.

CANTINE RIUNTE & CIV Francesca Benini



Da sinistra: Francesca Benini e Monica Massolin

“Vinality scandisce l'esordio del progetto di rinnovamento della linea di Prosecco e spumanti Cantine Maschio. È una nuova immagine quella a caratterizzare questi prodotti. Cui si affianca il lancio di due nuove referenze. Da una parte, dunque, un pack elegante e distintivo, caratterizzato da una bottiglia personalizzata che mette in evidenza il logo, l'araldo con l'aquila e il cuore, elemento di for-

te riconoscibilità del brand. E dall'altra, una gamma ancor più ricca, a rendere il portfolio firmato Cantine Maschio sempre più completo. Ma, soprattutto, altamente riconoscibile a scaffale, grazie alla nuova bottiglia con rilievo embossing dal forte impatto e i diversi colori a contraddistinguere in modo netto ogni referenza. A livello di prodotti, poi, la gamma Cantine Maschio vede aggiungersi nuove referenze: con in prima fila il Prosecco Brut per la parte relativa alla Doc Treviso, uno spumante dall'intenso profumo di fiori di campo e frutta a polpa bianca e dal sapore fresco. Ma non è la sola novità: tra gli spumanti, infatti, fa il suo esordio il Pinot grigio. È una scommessa importante, quest'ultima: a venire proposto, in versione sparkling come da stile tipico e tradizione Maschio, è un vitigno di grande successo a livello internazionale. Per un vino dal colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, che al naso si contraddistingue per un profumo di fiori bianchi con una nota caratteristica di crosta di pane, mentre all'assaggio si presenta sapido e di buona struttura”.

MIONETTO

Paolo Bogoni



“Per noi Vinitaly rappresenta un’occasione per brindare alle ottime performance economiche della Cantina. Nel 2018, infatti, abbiamo realizzato una crescita a doppia cifra (+10% rispetto all’anno precedente) con ricavi che superano gli 86 milioni di euro e oltre 29,5 milioni di bottiglie vendute. Ottime sono state anche le performance dell’export, che rappresenta il 60% dei ricavi. Presenziamo in oltre 70 Paesi, ma vogliamo continuare ad espanderci. I nostri principali mercati sono Usa, Uk e Germania, che sono anche i paesi chiave di esportazione della categoria Prosecco e che, insieme all’Italia, rappresentano circa l’80% delle vendite totali. Inoltre, a Vinitaly ci presentiamo con una nuova proposta della Luxury Collection: il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Rive di Collalto Millesimato Demi Sec. Si tratta di un nuovo raffinato spumante che va ad arricchire la nostra linea di eccellenza dedicata esclusivamente al canale Horeca. Ma le novità non si fermano qui. Infatti siamo entrati nella prestigiosa guida 5 Star Wines, che ha premiato il nostro Valdobbiadene Superiore di Cartizze Docg, spumante dry della MO Collection. Per valorizzare al meglio queste nostre proposte, abbiamo pensato di presentarle con dolci abbinamenti creati dal Pastry Chef Alessandro Servida che ha deliziato i presenti con dei dessert sapientemente abbinati ai due vini, creando un’esperienza sensoriale”.



Da sinistra: Alessandro Servida, Alessio Del Savio e Paolo Bogoni

TENUTE PICCINI

Maurizio Rossi



Da sinistra: Maurizio Rossi e Giacomo Panicacci

“Tante le novità a questo Vinitaly. Lato immagine, innanzitutto, comunichiamo il restyling dei prodotti della maremmana Tenuta Moraia. Mentre a livello di prodotti, a Verona lanciamo il nuovo Orvieto Classico Doc della Collezione Oro di Piccini e il nuovo Prosecco Venetian Dress. In merito a Tenuta Moraia, da sottolineare

è la sua totale conversione all’agricoltura biologica, in un percorso di crescita nella qualità, curato dall’enologo Riccardo Cotarella, il cui progetto ha previsto un processo di restyling, con il lancio di un nuovo packaging per la gamma premium Moraia. Tra i prodotti, in vetrina a Verona abbiamo scelto di porre la nuova top cuvée del Prosecco Venetian Dress Edition, ottenuto dalla selezione delle uve dai migliori terreni collinari a basso rendimento che sposa le migliori tecniche di vinificazione. Ma non solo: tra le novità, rilevante è anche quella dell’Orvieto Classico, che va ad arricchire la gamma premium Collezione Oro. Si tratta di vino che è anch’esso il risultato di una collaborazione tra Piccini e l’enologo Riccardo Cotarella, originario proprio delle terre orvietane. Un prodotto, questo che presentiamo, che si distingue per la sua complessità e freschezza. Un bianco importante, che va ad estendere la nostra offerta dedicata innanzitutto al mondo Gdo, rendendola ancor più completa e di livello”.

CASA VINICOLA NATALE VERGA

Paolo Romito



“Il 2018 è stato un anno problematico, a causa dell’aumento di prezzo del vino dovuto alla carenza nella quantità, e questa situazione ha colpito molto il primo prezzo, che ha iniziato ad avvicinarsi alla fascia media, laddove invece le fasce media e medio-alta non hanno subito particolari scossoni. Il calo di consumi è stato tangibile, non era mai accaduto negli ultimi 18 anni. Tuttavia, il 2019 si è aperto positivamente, anche se occorre lavorare intensamente sui volumi. Il mercato estero rappresenta oggi il 35% del giro d’affari dell’azienda e ci vede presente in oltre 30 Paesi. Tra le nostre linee di punta, Il Poggio dei Vigneti, che racchiude una vasta gamma di vini di diverse regioni italiane, ben apprezzata anche sul mercato americano, e la linea Organic di vini biologici, le cui etichette sono stampate su carta riciclata, il tappo è a impronta carbonica zero e la bottiglia è costituita per il 90% di vetro riciclato. Novità per quest’anno, poi, è l’etichetta Colli Rossi, che proporrà alcuni vini Premium, come il Barolo e il Nebbiolo, con l’obiettivo di riuscire a entrare in Grande distribuzione nel segmento di mercato di fascia alta”.

CECCHI

Giacomo Tarquini



“Avendo archiviato un anno 2018 decisamente positivo, durante il quale la nostra azienda ha registrato apprezzabili incrementi tanto nel fatturato, quanto nel prezzo medio di vendita, una dinamica completata da un buon sviluppo anche nei volumi, a Vinitaly abbiamo focalizzato l’attenzione in modo particolare sul restyling di Torrebona – una gamma che fa della valorizzazione delle Denominazioni la sua cifra stilistica –, con in prima fila il Chianti Docg 2017 e, soprattutto, la Vernaccia di San Gimignano Docg 2018. Un progetto di grande valore che ci vedrà protagonisti insieme ad alcuni partner selezionati sul canale della Gdo. Il nostro obiettivo, per questo anno 2019, è quello di puntare a creare valore per tutto il mercato italiano. E crediamo che l’iniziativa legata alla gamma Torrebona abbia tutte le carte in regola per regalare le giuste soddisfazioni sia alla nostra azienda, sia ai partner della distribuzione”.

CHIANTI GEOGRAFICO

Mario Piccini



“A Vinitaly 2019 festeggiamo l’avvio del nuovo corso del Geografico, dopo l’entrata della prima e più storica delle cooperative del Chianti all’interno del portfolio di Tenute Piccini. Un’operazione importante, che ci ha permesso di salvare dal fallimento questo simbolo del vino toscano, a cui oggi fanno capo 60 viticoltori. I progetti legati al marchio Geografico sono

ambiziosi: non potrebbe essere altrimenti. Il rilancio della cooperativa passerà, innanzitutto, da un piano triennale di rinnovo della barriera e delle vasche in cemento. A cui si aggiungeranno importanti investimenti per l’acquisto di serbatoi atti alla microvinificazione, strumenti innovativi a supporto dell’incremento qualitativo dei prodotti. La regia è affidata al nostro consulente principe, l’enologo Riccardo Cotarella, che sarà affiancato dal giovane talento Alessandro Barabesi, chiamato a guidare il team tecnico. Al centro del nuovo progetto, innanzitutto le Denominazioni senesi – quali Chianti Classico, Vernaccia di San Gimignano e Chianti Colli Senesi –, assieme agli immancabili Supertuscan. Mentre da un punto di vista distributivo, il Chianti Geografico potrà contare su una rete vendite dedicata, capace di presidiare il mondo Horeca, con qualche incursione in ambito Retail grazie a etichette storicamente presenti su entrambi i canali, come nel caso del Contessa di Radda”.

reportage vinitaly 2019

MASI AGRICOLA Giacomo Boscaini



“Il nostro Vinitaly si è incentrato, innanzitutto, sulla presentazione delle nuove annate: dei grandi classici dalla Valpolicella, ma non solo. Abbiamo, poi, scelto di comunicare in maniera sempre più marcata anche il nostro impegno Green, cominciando dai nostri vini bio: dal toscano Poderi BellOvile Serego Alighieri 2016 al Campofalco Canevel dell’omonimo vigneto in Valdobbiadene, fino agli argentini Passo Blanco 2018, Passo Doble 2017 e Corbec 2015, prodotti a Masi Tupungato, cantina in cui stiamo lavorando per abbassare le rese e innalzare ulteriormente la qualità, e che oggi non vanta più solamente la certificazione biologica, ma anche quella di sostenibilità vitivinicola secondo il protocollo di riferimento di Bodegas de Argentina. Infine, a Verona, grazie a un inedito focus per chi è abituato ad associare il nome Masi all’eccellenza dell’Amarone, l’attenzione l’abbiamo rivolta agli spumanti, con il seminario del nostro Gruppo Tecnico: affiancati da Bertrand Robillard, dell’Istituto enologico di Champagne, abbiamo approfondito fattori e processi che ci stanno conducendo alla definizione di uno stile unico e capace di dar vita a bollicine originali e personalizzate, tanto che si parli di Metodo Classico, quanto di Metodo Martinotti”.

CANEVEL SPUMANTI Carlo Caramel



“A Vinitaly, le novità firmate Canevel sono due ed entrambe di assoluta rilevanza. Da una parte, lanciamo sul mercato il cru Rosa del Faè, uno spumante rosé millesimato brut – 100% Marzemino – creato in collaborazione con il Gruppo Tecnico Masi. Grazie a un uvaggio autoctono veneto, dunque tingiamo di rosa il portfolio Canevel. E anche la dicitura Faè rappresenta un richiamo importante al territorio: si tratta, infatti, di un vigneto di proprietà situato in collina, a Refrontolo. Ma questa non è la sola innovazione portata a Vinitaly. In occasione della fiera, debutta anche Setàge: un metodo di spumantizzazione che nasce dalla fusione delle parole ‘seta’ e ‘perlage’. Consiste nell’ottenere bollicine sottili ed eleganti, grazie a un processo lento, a bassa temperatura controllata – tra i 12 e i 14°C – con l’uso di lieviti selezionati. Il processo di presa di spuma svolto con questi particolari accorgimenti genera un risultato organolettico distintamente percettibile in termini di cremosità, sofficià e gradevolezza del perlage. Il metodo, inoltre, è validato dal Gruppo Tecnico Masi, che, da anni attraverso analisi scientifiche e l’utilizzo di nuove tecnologie, si prodiga per offrire al mercato vini identitari e di riconosciuta qualità”.

GIACOBACCI Giovanni Giacobazzi



“Nonostante la vendemmia del 2017, il 2018 è andato tutto sommato molto bene, con un fatturato di 30 milioni di euro, di cui il 75% derivante dalla nostra presenza sui mercati esteri. In occasione di Vinitaly abbiamo presentato due importanti novità, entrambe frutto del legame con il territorio modenese e delle più avanzate tecnologie di vinificazione. La prima è la rivisitazione dell’etichetta Bollino Oro, un Lambrusco di Sorbara Doc con rifermentazione secondo il metodo Charmat, racchiuso in una bottiglia reinterpretata in chiave moderna e distribuita in tutto il circuito della ristorazione italiana. Un vero e proprio omaggio agli anni ‘60-70, il periodo di crescita di Giacobazzi Vini, che oggi, a distanza di 60 anni, da Nonantola ha ormai raggiunto tutto il mondo. Anteprema assoluta è invece Ampergola, un Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Doc di nuova produzione, che buyer, sommelier, enologi, giornalisti e operatori del settore hanno potuto degustare per la prima volta proprio qui all’edizione 2019 di Vinitaly. Si tratta di un vino di pregio concepito in esclusiva per i canali Horeca, che prende il nome dal vigneto in cui sono state coltivate le uve”.

PASQUA VIGNETI E CANTINE Riccardo Pasqua



Da sinistra: lo chef Diego Rossi, Manuel Follis e Riccardo Pasqua

“A Vinitaly non ci siamo limitati a tirare le file dei tanti progetti che ci hanno visto protagonisti in questi ultimi mesi: dal lancio di Brasa Coèrta, il nostro primo vino naturale realizzato in collaborazione con lo chef Diego Rossi, al nuovo corso del marchio Cecilia Beretta, che oggi si ripresenta al mercato con un’impostazione tutta al femminile che lo valorizzerà ulteriormente. A Verona abbiamo scelto di osare. Lanciando un vino che rappresenta un guanto di sfida con cui puntiamo a rivoluzionare il mercato dei bianchi fermi. Già nel nome si coglie appieno lo spirito di sperimentazione e, al contempo, ci si ritrova d’innanzi a una dichiarazione d’intenti. ‘Hey French: you could have made this but you didn’t’ è un superbiano: il risultato di un blend multi vintage di Garganega, Pinot bianco e Sauvignon, con uve raccolte, vinificate e conservate

nelle quattro migliori vendemmie del decennio, ovvero 2013, 2015, 2016 e 2017. È la sintesi delle caratteristiche uniche dei vigneti da cui provengono i grappoli: diversi appezzamenti sul fianco del Monte Calvarina. Da tempo, infatti, volevamo realizzare una ‘collezione’ delle annate migliori espresse dal territorio del Soave. E crediamo che il risultato finale esprima, in maniera innovativa, proprio il meglio di quest’area vocata. Il nostro sogno era realizzare un vino fuori dagli schemi, che nessuno aveva ancora immaginato, ma col carattere ben definito e riconoscibile della nostra cantina. E siamo convinti di aver individuato la giusta chiave di lettura. Che ‘Hey French’ sia un’operazione unica nel suo genere, lo dimostra - grazie a quel giusto tocco d’ironia - anche la particolare grafica dell’etichetta realizzata dall’artista di origini francesi CB Hoyo”.

ZONIN1821 Stefano Silenzi



Alessandra Zambonin e Stefano Silenzi

“Chiuso il 2018 con una produzione di 51 milioni di bottiglie e un fatturato di 202 milioni di euro, Zonin1821 ha approvato un nuovo piano industriale quinquennale che punta a una crescita del gruppo con l’obiettivo di raggiungere i 300 milioni di euro nel 2023. Alla fine dello scorso anno, il gruppo d’investimento 21 Invest ha sottoscritto un aumento di capitale riservato di 65 milioni di euro e una rispettiva quota del 36% nella società, con lo scopo di continuarne e accelerarne la crescita internazionale. Del resto, siamo costantemente impegnati in nuovi progetti di acquisizioni

internazionali, dopo Barbourville Vineyards in Virginia e Dos Almas in Cile. In questa prima parte dell’anno i vini fermi segnano performance molto positive sia a volume, sia a valore, e ciò è frutto del nostro nuovo percorso in Gd, dove ci siamo concentrati innanzitutto sul segmento Premium. Due sono le principali novità che presentiamo a Vinitaly e che riconfermano il nostro impegno nella valorizzazione di ogni territorio attraverso un grande lavoro di ricerca sui vitigni autoctoni. La prima è Zinzula, rosato di Negroamaro di Masseria Altemura, tenuta vitivinicola pugliese nel cuore della penisola salentina, che vuol dire essere un omaggio alla più bella delle grotte salentine: la Zinzulusa. La seconda novità è il Principi di Butera Blanc de Noirs Pas Dosé, ottenuto da Nero d’Avola in purezza coltivato nell’azienda vitivinicola situata nelle terre dell’antico Feudo di Butera in Sicilia, vicino a Licata. Vinitaly è stata, infine, l’occasione per degustare l’annata 2015 del Chianti Classico Docg Gran Selezione ‘Santa Caterina’ di Castello di Albola, che quest’anno ha ottenuto una valutazione di 95 punti dalla rivista americana Wine Spectator”.

VALDO SPUMANTI

Pierluigi Bolla



“Dopo un anno di crescita importante, in cui abbiamo aumentato la nostra leadership in Italia nel campo delle bollicine e chiuso con un fatturato superiore ai 62 milioni di euro, ci presentiamo a Verona con una novità che punta a valorizzare ulteriormente la Doc Prosecco. Si tratta di una linea inedita firmata I Magredi, azienda friulana di cui abbiamo acquisito una partecipazione da poco più di un anno. La filosofia della nuova gamma si fonda sulla valorizzazione dei prodotti a Denominazione d'origine, ponendone l'accento sulla loro provenienza, specificità organolettica ed eccellenza enologica. I primi due prodotti a comporre la linea, destinati rispettivamente al canale Gdo e al mondo della ristorazione, sono: il Prosecco Doc extra dry Cuvée i Magredi, un 100% Glera dove il colore giallo di Valdo sposa in etichetta i raggi dorati che richiamano la forma del vigneto circolare, elemento iconico dell'azienda I Magredi, e il Prosecco Doc La Maredana, realizzato con uve provenienti dall'azienda agricola Gaiarine in provincia di Treviso, con un uvaggio che comprende circa un 10% di Pinot nero”.

AZIENDA UGGIANO

Giacomo Fossati



Da sinistra: Francesco Nardini, Fabio Martelli, Giacomo Fossati, Anna Gori, Daniele Prospero e Francesca Noce

“Al centro del nostro Vinitaly abbiamo posto il Petraia, supertuscan dal taglio bordolese realizzato, solo nelle migliori annate, con 85% Merlot e 15% Cabernet Sauvignon. Un vino importante, da uve selezionate, che invecchia per più di 24 mesi in barriques e botti di rovere, per poi affinare in bottiglia per ulteriori 12 mesi. Una referenza che si contraddistingue per il suo carattere morbido e la pienezza del gusto: un vero fuoriclasse in termini di eleganza. Ma non si tratta del solo focus che abbiamo scelto per la fiera qui a Verona. In

vetrina, abbiamo posto anche il restyling di una delle etichette simbolo nel nostro portfolio: il Chianti Colli Fiorentini Docg Casa di Dante. Una storica esclusiva della nostra realtà, risalente alla metà degli anni '90, a cui abbiamo scelto di dare una connotazione più moderna, ma sempre conservando i tratti distintivi nell'immagine di questo vino in cui a dominare è l'effigie dell'Alighieri realizzata da Giotto. In vista dell'estate, infine, ci sarà un'altra importante novità da annunciare. Ma per il momento, non possiamo svelare oltre”.

CANTINE CAPETTA – DUCHESSA LIA

Sara Bosio



Da sinistra: Sara Bosio, Nicolò Turco e Matteo Capetta

“Stiamo vivendo un momento di slancio, crescita sui mercati. Proponiamo una vasta gamma di prodotti che va ad accontentare sia Italia sia export che, ad oggi, rappresenta il 55% del fatturato aziendale. Collaboriamo soprattutto con gli Stati Uniti, ma la Gd italiana rimane leader perché incide al 95% sul fatturato. Quest'anno, però, abbiamo deciso di fare dei passi in avanti, dando maggiore attenzione al mondo dei professionisti dell'Horeca con il lancio di due nuove proposte dedicate. Sto parlando dell'Asti Secco Docg, fiore all'occhiello del nostro brand, che abbiamo vestito di un packaging nuovo ed esclusivo. Un'elegante etichetta nera, infatti, riveste il corpo della bottiglia, contrastando con la sua tonalità perlata. Si tratta di uno spumante nato da un'innovativa modalità di vinificazione del vitigno Moscato bianco, studiata per anni e che siamo riusciti a mettere sapientemente a punto. E sempre a servizio dell'Horeca, abbiamo fatto un lungo lavoro di restyling per il nostro Balbi Soprani. Dopo anni di ricerca e innovazione, abbiamo pensato a ben 12 referenze dei migliori vitigni del Piemonte tra bianchi, rossi e spumanti. Abbiamo voluto rinnovare la nostra brand identity con nuove etichette, regalando una nuova immagine – elegante e raffinata – alla nostra azienda”.

MEZZACORONA

Francesco Giovannini



Il brindisi tra i vertici delle due aziende, che sancisce la partnership negli Usa tra Cantina Produttori Valdobbiadene e Mezzacorona. Da sinistra: Aldo Franchi, Franco Varaschin, Luca Rigotti e Francesco Giovannini

“Arriviamo a Vinitaly forti dei risultati con cui abbiamo chiuso il bilancio consolidato 2018, in cui è stata superata quota 188 milioni di euro, e delle conferme rispetto al nostro impegno a favore della sostenibilità, come dimostra l'ottenimento da parte dei nostri soci, per la terza volta, della certificazione Sqnpi per la produzione. Le novità a Verona, poi, sono davvero tante: sia lato commerciale, sia a livello di prodotti. Su questo secondo aspetto, da citare sono, in particolare, per Castel Firmian, il Marzemino Trentino Doc superiore 2017 e il Dabèn Moscato Rosa Trentino Doc 2016, per Feudo Arancio, l'Hedonis Sicilia Doc riserva 2015. Poi, oltre a riproporre nuovamente in vetrina l'immagine della linea I Classici Mezzacorona, qui a Vinitaly abbiamo scelto di svelare anche i restyling che hanno coinvolto il Rotari Cuvée 28, i vini dell'Alto Adige a marchio Tolloy e il Passito Hekate di Feudo Arancio, quest'ultima referenza premiata anche con l'Etichetta d'oro al Vinitaly International Packaging Competition. Infine, altra importante novità è l'accordo siglato con Cantina Produttori Valdobbiadene: si tratta di una partnership per la commercializzazione e la valorizzazione negli Usa del Prosecco Val d'Oca attraverso un'esclusiva di distribuzione che lo legherà a Prestige Wine Imports Corp., importatore americano di proprietà del nostro Gruppo”.

FATTORIA MANTELLASSI

Giuseppe Mantellassi



“La nostra azienda, che ha alle spalle più di mezzo secolo di storia, è portatrice di una cultura del vino che ha ormai valicato i confini nazionali, che è cresciuta nel tempo e che continua a sviluppare grazie al suo coinvolgimento nei grandi temi legati all'ambiente e alla natura. Fattoria Mantellassi aderisce infatti all'importante progetto Purovino, un metodo scientifico-tecnolo-

gico finalizzato alla produzione di vini senza solfiti aggiunti, con particolare attenzione verso la sostenibilità ambientale e la salubrità del prodotto finale. Il cuore della produzione è rappresentato dal Morellino di Scansano, che nel 2007 ha ottenuto la denominazione Docg. Qui a Vinitaly presentiamo tutte le nostre etichette più prestigiose: San Giuseppe 2016, Morellino di Scansano Docg, vino eccellente dal gusto morbido ed equilibrato; Mentore 2018, un altro Morellino ricco di personalità; Ciliegio Rosso 2018, con le sue note di ciliegia percepibili anche nel profumo; Scalandrino Rosso 2018, Vermentino Maremma Toscana Doc dal bouquet fruttato e persistente; Puntone del Sorbo 2016, composto esclusivamente da Cabernet Sauvignon in purezza e invecchiato 12 mesi in barrique di rovere e sei mesi in bottiglia; Sentinelle 2013, il cru di Fattoria Mantellassi dal carattere forte; e, infine, Querciolaia 2015, dal vitigno Alicante Maremma Toscana Doc, con il suo gusto caldo e vellutato”.

reportage vitaly 2019

SANTA MARGHERITA GRUPPO VINICOLO

Ettore Nicoletto

“Abbiamo affrontato l'inizio d'anno all'insegna di un rinnovato ottimismo, dopo un 2018 in cui è proseguita la nostra fase espansiva, fatta di crescita a valore e volume, ma anche in termini d'investimenti. Per continuare in scia a questo trend, punteremo sul lancio di nuovi vini, ma non solo: nel 2019, infatti, celebreremo il secolo di vita della nostra tenuta in Alto



Adige, Kettmeir, ma al contempo brinderemo anche allo sbarco nel mondo dei social media cinesi, sempre più centrali oggi per le vendite tra le nuove generazioni di consumatori sotto la Grande muraglia. In tema di novità di prodotto, dopo il grande successo riscosso nel 2018 col debutto internazionale, tutto è pronto

per il lancio anche in Italia dei due nuovi sparkling di Santa Margherita: il Prosecco Superiore Valdobbiadene Docg e lo Spumante Rosé Brut, in cui alla Glera di Valdobbiadene si uniscono lo Chardonnay della Valle dell'Adige e il Malbec del Veneto Orientale. A Verona, poi, debutta anche Stilrose, altro rosé Santa Margherita, ma a Denominazione Chiaretto Riviera del Garda Classico Doc. Una referenza che si caratterizza per il blend da vitigni tipici del territorio: all'autoctono Gropello, si uniscono tre grandi cultivar italiane quali Barbera, Sangiovese e Marzemino”.

CANTINA CLAVESANA

Damiano Sicca



“Per noi il 2019 rappresenta un anno di importanti novità. Prima fra tutte: Produttori in Langa. Si tratta del progetto realizzato da un gruppo di coraggiosi viticoltori di Clavesana, un comune delle Langhe Sud occidentali, in provincia di Cuneo, uniti dall'esigenza di cambiamento e di rinnovamento. Da tempo, infatti, abbiamo intrapreso una strada di selezioni più rigorose in vigna e vinificazioni più moderne, che ha portato a una sempre maggiore diversificazione e alla coltivazione di altri vitigni oltre a Dolcetto e Barbera. Il progetto, che abbiamo presentato in anteprima a Clavesana in occasione della Festa del Dolcetto 2019, è nuovo, ma alle spalle ha una storia lunga 60 anni. Oggi, sono ben 230 i soci che coltivano 380 ettari di vigne in collina, tra i 200 e i 550 metri sul livello del mare. Siamo una cooperativa, ma soprattutto siamo una comunità con ideali e valori condivisi. E oltre a presentarci, a Vinitaly proponiamo due nuove linee di vini: Terra e Mito. La linea Terra è l'interpretazione del vino quotidiano, quello piacevole e conviviale. Le etichette sono ispirate al lavoro contadino. Infatti, su ognuna è raffigurato un oggetto che il viticoltore utilizza quotidianamente: i forbicioni, il trattore, la damigiana, gli stivali e il vecchio torchio di legno. La linea Mito, invece, nasce dalle uve selezionate nei vigneti con le migliori esposizioni e la M di Mito sull'etichetta rimanda alla forma delle colline”.

MONTELVINI

Alberto Serena



Da sinistra: Alberto Serena, Chiara Andreatti, Sarah Serena e Armando Serena

“In occasione di questa edizione di Vinitaly abbiamo svelato la prestigiosa Asolo Prosecco Superiore Docg Limited Edition 1881. La storia della nostra azienda arriva da lontano, proprio dal 1881, e per noi era giunto il momento di rendere omaggio a quello che eravamo, a quello che siamo e a ciò che diventeremo, con un progetto di ampio respiro creato appositamente per l'occasione. La Limited Edition è una bottiglia prestigiosa che vuole segnare l'inizio di una sempre maggiore attenzione della nostra maison alla valorizzazione della bellezza in tutte le sue molteplici forme. Ma vuole anche essere un omaggio alla tradizionale artigianalità della produzione del vino, visto che tutta la lavorazione della bottiglia è eseguita a mano: dalla verniciatura alla serigrafia, passando per l'applicazione della cerallacca, fino all'imbottigliamento. Per la realizzazione della bottiglia, abbiamo coinvolto Chiara Andreatti, una giovane designer emergente che vanta già collaborazioni con brand importanti. Il design moderno ed essenziale si sposa perfettamente con l'eccellenza della nostra Cantina, l'Asolo Prosecco Superiore Docg Extra Brut. E rappresenta un primo passo per un progetto più vasto che mira alla creazione di una collezione a edizione limitata che coinvolgerà altri giovani artisti legati a Montelvini per rendere omaggio al territorio di origine”.

GRUPPO ITALIANO VINI

Severio Righi



“Un Vinitaly importante per il nostro Gruppo. Siamo focalizzati a comunicare il nostro dinamismo e le novità in rampa di lancio: tanto che si parli di mondo Horeca, quanto in riferimento alla Gdo. A Verona, innanzitutto, annunciamo l'acquisizione di due ettari nel 'Vigneto Fracia', storica proprietà della famiglia Negri in Valtellina, e – dopo due decenni d'affitto – della cantina Conti Formentini, che ha sede nel cuore del Collio goriziano. Tante, poi, le novità di prodotto: si

spazia dalla presentazione di una special edition numerata del Re Manfredi Aglianico del Vulture Doc 2015, che celebra Matera, Capitale Europea della Cultura 2019, passando per il restyling e il riposizionamento del Lugana Folàr firmato da cantina Santi, fino al lancio di Heos, una nuova referenza che aggiunge un bianco fresco, leggero ed elegante all'offerta di Castello Monaci. Sulla Gdo siamo molto attivi con tanti progetti che presto arriveranno a scaffale. Stiamo definendo, infatti, una serie d'iniziative che puntano a coinvolgere e attirare il consumatore a provare i nostri prodotti. In particolare, ci stiamo muovendo su premi sicuri legati al Prosecco Bolla e ai vini Turà, ma anche su specifiche attività incentrate alla valorizzazione del tema della sostenibilità con Feudo Monaci. Infine, da citare, è il rilancio di Fieronero, Lambrusco scuro a marchio Cavicchioli, che ritorna dopo un importante restyling e con un nuovo posizionamento. Ma, soprattutto, con un'iniziativa di 'prova gratis' rivolta ai consumatori, che si vedranno riaccrediti i soldi del costo delle prime due bottiglie che acquisteranno”.

BOTTER CARLO & C.

Viviana Manente



“Sono felice di affermare che il 2019 è iniziato in modo positivo. Ogni anno i nostri clienti si aspettano delle novità e noi siamo riusciti a stupirli nuovamente realizzando Brilla, un Prosecco Doc Sparkling Wine racchiuso in una bottiglia scintillante, luccicante e brillante che trasmette l'idea della festa. Di colore

giallo paglierino, Brilla è caratterizzato da un perlage vivace, fine e persistente. Il profumo è delicato e lievemente aromatico, con note fruttate che ricordano la pera e la mela verde. Seguono note floreali di fiori d'acacia e glicine. Al gusto è fresco, sottile, con acidità e sapidità equilibrate, di buona armonia con un finale lungo e persistente. È ottimo come aperitivo e si accompagna in modo eccellente ad antipasti e a primi piatti delicati. Si abbina bene anche con prosciutto crudo, secondi di pesce e crostacei. A livello di mercato, lavoriamo molto bene con la Gdo. Per noi l'export è molto importante, infatti incide per il 92% sul fatturato aziendale. Esportiamo in più di 60 Paesi, compreso l'Oriente, ma il mercato maggiormente coinvolto è quello inglese. E riguardo a questo, rimaniamo in attesa di capire cosa succederà con la questione Brexit, dato che l'andamento dei prossimi mesi verrà caratterizzato anche da questo”.

F.LLI MARTINI SECONDO LUIGI Gianni Martini



“Ci presentiamo a Vinitaly dopo un inizio 2019 positivo, in cui abbiamo segnato una crescita dell’8% rispetto all’anno precedente, che si è chiuso con un fatturato a quota 220 milioni di euro, giro d’affari per il 90% sviluppato sui mercati esteri. Si tratta di dati, tuttavia, che per noi hanno un valore relativo, in quanto siamo abituati a lavorare su progetti a lungo termine. Con i nostri nuovi orizzonti, oggi, a essere rappresentati dal biologico e dall’espansione sui mercati emergenti, a partire da Cina e Sudamerica. Ed è proprio in scia al primo di questi due target, che si colloca l’ultima novità Sant’Orsola: a firma di uno dei marchi del vino attualmente più noti all’interno del canale Gdo, presentiamo un Prosecco bio. Ma per l’ambito della Distribuzione moderna, in programma abbiamo anche il lancio di un luxury brand che possa essere al contempo esclusivo, ma accessibile nel prezzo. Infine, da citare è l’ottima evoluzione che sta registrando la linea EleM, dedicata all’Horeca con la sua produzione top”.

TINAZZI Giulia Ledda



“A Vinitaly lanciamo due novità che raccontano della nostra specializzazione sui grandi vini di Veneto e Puglia. Dalla prima regione, in arrivo è un nuovo Lugana, che affina in botte dai tre ai sei mesi: una particolarità per noi, che

tradizionalmente presentiamo bianchi molto freschi e immediati. Dal tacco dello stivale, invece, giunge un nuovo vino rosso da bere freddo, servito a 10°C. Si chiama – per l’appunto – Rossofreddo ed è un Rosso Salento Igp firmato Feudo Croce, blend di uve pugliesi a bacca rossa. A Verona, infine, comunichiamo anche la nostra importate attività di ricerca, per far comprendere agli operatori il nostro costante porci all’avanguardia. In collaborazione con importanti centri di studi, stiamo lavorando, in particolare, sui lieviti autoctoni e sulla loro influenza nel modificare le caratteristiche organolettiche dei vini. Uno studio che ha come obiettivo quello di implementare ulteriormente la qualità dei nostri prodotti e caratterizzarli ancor più da un punto di vista del legame con il territorio in cui hanno origine”.

F&P WINE GROUP Giulia Perini



Giulia e Paolo Perini

“Vinitaly è stata l’occasione per presentare due nuovi vini a marchio Borgofulvia: si tratta del Gutturino Doc Frizzante e dell’Ortrugo dei colli piacentini Doc Frizzante nella nuovissima versione ‘tappo a fungo’. Referenze che fanno il loro esordio qui a Verona, andando ad arricchire ulteriormente il portfolio prodotti di F&P Wine Group. Ma in fiera, abbiamo proposto anche le produzioni che fanno riferimento agli altri brand di proprietà: da Cantine Quattro Valli a Il Poggiarello, passando per Perini & Perini, Costa Binelli, fino a Romagnoli. Inoltre, in vetrina a Vinitaly, sempre tra le novità, abbiamo deciso di porre anche alcuni prodotti realizzati con un particolare appassimento delle uve: sebbene dedicati principalmente al mercato estero, sempre più risultano apprezzati anche a livello nazionale”.

GENEAGRICOLA Alessandro Marchionne



Da sinistra: Alessandro Marchionne e Francesco Marchese

“A Vinitaly abbiamo posto in vetrina i numerosi prodotti che vanno a comporre la nostra offerta, che oggi include otto brand da tenute vitivinicole situate principalmente nel Nord Est, ma che spaziano anche tra Valpantena, Piemonte e fino in Romania. Abbiamo scelto di comunicare che siamo un’azienda agricola. E che le nostre logiche commerciali e la proposta che facciamo al mercato non possono prescindere da questo elemento che ci caratterizza e definisce. Poi, sebbene la nostra offerta ci veda impegnati innanzitutto sui vini bianchi e sul mondo degli spumanti, un rinnovato focus, a Verona, abbiamo scelto di dedicarlo a un rosso unico nel suo genere: l’Albarossa firmato Bricco dei Guazzi. Una referenza che nasce nella nostra tenuta piemontese, da un raro vitigno autoctono ottenuto nella prima metà del ‘900, dall’ampelografo Dalmasso, incrociando piante di Barbera e Nebbiolo di Dronero. Un vino di una straordinaria intensità ed eleganza, su cui scommetteremo sempre più: non a caso, abbiamo scelto di estendere proprio il vigneto di Albarossa, aggiungendo altri due ettari ai sei già in produzione. E siamo così diventati il principale produttore di questa particolarissima referenza, con una capacità produttiva che, a partire dal 2023, dovrebbe raggiungere le 50mila bottiglie”.

ENOITALIA Emanuele Campostrini



Da sinistra, Fiamma Valentino, Emanuele Campostrini, Paolo Criscione e Lucrezia Lamastra

“Siamo la prima azienda vinicola privata in Italia per numero di bottiglie prodotte e da anni nella top 10 del settore vitivinicolo per fatturato. Vantiamo una quota export pari al 74%. Stati Uniti, Canada e Europa sono i nostri principali mercati di riferimento. Nel 2018 abbiamo raggiunto un fatturato di 182 milioni di euro e, con un record di 29 milioni di bottiglie vendute, ci siamo posizionati al terzo posto fra i produttori di Prosecco in Italia. Il nostro team di enologi lavora costantemente per produrre vini in grado di comunicare l’Italian way of life, con una forte attenzione ai trend di consumo. Inoltre, abbiamo ottenuto la certificazione

di sostenibilità secondo lo standard Viva, progetto promosso dal ministero dell’Ambiente e della tutela del territorio e del mare. Il cammino verso questo importante traguardo è stato intrapreso con convinzione e condiviso a tutti i livelli in azienda. La certificazione Viva rappresenta, infatti, il naturale approdo di un percorso di coerenza che Enoitalia ha costruito negli anni, fatto di impegno e attenzione alla qualità. Vinitaly ci è sembrata l’occasione giusta per parlare dell’importanza per il mondo della viticoltura italiana dell’aver certificazioni, strumenti concreti per confrontarsi con le generazioni future”.

reportage vinality 2019

FRATELLI GANCIA & C. Renato Pardini



“Dopo il rilancio avvenuto nel 2011, qui a Vinality va in scena una nuova importante tappa nella storia del Pinot di Pinot: lavorando sul colore e conservando gli elementi di maggiore riconoscibilità, abbiamo ritagliato una nuova veste a questa nostra etichetta simbolo. Un progetto che s’innesta in scia al più generale concetto Drink Beauty che ha guidato il rebranding dello scorso anno delle nostre bollicine. Arriviamo a questo step dopo 12 mesi in cui abbiamo lavorato particolarmente bene. E nell’ottica di rilanciare il canale, a seguito della rinuncia ai volumi di un tempo a conseguenza dell’uscita dalle logiche del sottocosto. Ma la nuova immagine del Pinot di Pinot non è l’unica novità a Verona. Destinato al mondo Horeca, abbiamo lanciato l’Alta Langa Docg Rosé 36 mesi. E un’ultima novità è la presentazione di un Bitter dal taglio e dall’immagine vintage, ma con la forza e la sostanza per sostenere consumi importanti: un progetto che non nasce per lavorare in ottica di nicchia, ma per renderci sempre più protagonisti sul mercato”.

TENUTE DEL CERRO Antonio Donato



“A Vinality presentiamo il nuovo accordo di distribuzione che ci vede protagonisti. Abbiamo, infatti, siglato una partnership con una realtà storica del Collio goriziano: Villa Russiz. Sicuramente una delle massime eccellenze di quest’area così vocata alla produzione di vino, in particolare dei più importanti bianchi friulani. In questa maniera, completiamo sostanzialmente il nostro portfolio prodotti: dopo i grandi rossi di Toscana e Umbria, arricchiamo, anche equilibrandola, la proposta commerciale. L’accordo in esclusiva che ci lega a Villa Russiz ha una durata di quattro anni, a partire da maggio, e prevede la distribuzione in Italia e all’estero per tutti i canali di vendita. C’è grande soddisfazione per l’intesa che è stata trovata. Rappresenta, infatti, il frutto di un lavoro che ci ha visto fortemente impegnati negli ultimi mesi. Ora, però, ci stiamo già attivando per far crescere ancor più le sinergie con Villa Russiz, coinvolgendo anche tutte quelle attività collegate all’ambito produttivo e alla gestione dei vigneti. Questo per dire che l’accordo trovato rappresenta per noi un punto di partenza e non di arrivo. A livello di mercato, infine, arriviamo da un altro anno di crescita: nel 2018, gli incrementi segnati a nel business si sono attestati al +11%, con l’export – che resta il nostro principale riferimento, valendo il 65% del giro d’affari – ad aver compiuto un passo in avanti del 6% sui 12 mesi precedenti”.

COTTINI Mattia Cottini



“Ci presentiamo a Vinality dopo un anno all’insegna della stabilità, in cui abbiamo consolidato le nostre quote di mercato. In tema di novità, abbiamo portato in fiera Calinverno, vino di punta della nostra azienda agricola Monte Zovo, di cui abbiamo promosso una ricalibratura dell’immagine. Si tratta di una referenza che punta a dimostrare il valore del terroir, grazie a un uvaggio inedito, dove le varietà tipiche veronesi Corvina, Corvinone e Rondinella sposano Croatina e Cabernet Sauvignon. A caratterizzare Calinverno è una tecnica di produzione peculiare a doppio appassimento: il primo in pianta, dove i grappoli subiscono una surmaturazione di circa un mese, senza taglio del tralico; quindi, un secondo passaggio non forzato in cassetta, per altri 30 giorni. Per un vino di cui andiamo fieri e che, dal 1998, viene prodotto solo nelle annate migliori. Prima destinato esclusivamente ai mercati internazionali, oggi siamo convinti che possa trovare, anche in ambito domestico, una propria stabile collocazione nel novero dei grandi vini rossi italiani. Proprio l’altro nostro lancio: quello di Crocevento 2016, un Pinot nero in purezza che nasce in un vigneto a 900 metri di altitudine. C’è da aggiungere, infine, che più avanti nell’anno abbiamo in programma altre novità, dedicate in particolare alla Gdo: ma è ancora presto per dire di più a riguardo”.

TOMMASI Pierangelo Tommasi



“Il nostro Vinality ci vede consolidare quanto realizzato in questi ultimi anni. Dall’onda lunga del lancio del luxury brand De Buris alla presentazione dei progetti nel segno del concetto della ‘trilogia dei grandi

rossi’ – Amarone, Brunello e Aglianico – sviluppati nelle diverse tenute di proprietà in Italia, è davvero molto quanto siamo riusciti a porre in vetrina a Verona. Vogliamo far comprendere sempre più che Tommasi è un Gruppo: è un portfolio strutturato di prodotti di eccellenza e non più solo sinonimo di Amarone e vini della Valpolicella. Come dimostra bene il focus che abbiamo voluto dedicare qui in fiera, attraverso una specifica masterclass, a Casisano: una vera chicca del Chianti Classico, che rispecchia appieno l’uomo che ha plasmato questa realtà, Giampaolo Motta, cui ci siamo affiancati, in una partnership societaria che vede coinvolto anche un terzo partner, così da poter far crescere insieme l’azienda e valorizzarne, come merita, le produzioni d’eccellenza”.

LIBRANDI Giacomo Costa



“Seguendo la scia del 2018, che è stato un anno molto positivo, anche il 2019 si sta dimostrando all’altezza e in linea con i trend di mercato. Le vendite continuano a essere suddivise tra il 45% dei volumi sviluppato in Italia e la restante parte all’estero, con in prima fila Germania, Est Europa, Usa e Giappone. Il nostro obiettivo, però, è crescere. Vogliamo riuscire a presidiare il mercato a livello nazionale e incrementare la quota export. Con il comparto della Gdo lavoriamo molto bene, ma stiamo pensando di puntare anche al canale Horeca. E a questo proposito, abbiamo ideato Segno, la nuova selezione dedicata al mondo dei professionisti del settore. Le tre nuove etichette sono il frutto di un meticoloso lavoro di sintesi, con un’alta selezione qualitativa delle migliori particelle che racchiudono nel bicchiere la massima espressione della terra del Cirò Doc”.

CASALBORDINO**Saveria Rillo**

Lo staff Casalbordino

“Il nostro vino parte ogni giorno dall’Abruzzo per fare il giro del mondo, arrivando nelle più importanti insegne della Grande distribuzione e nel canale Horeca, dove raccontiamo il nostro impegno quotidiano nel rispetto del territorio e delle sue tradizioni. Il nostro assortimento è costituito da referenze esclusive e si adatta a una clientela diversificata ed esigente. Oltre ai prodotti regionali, la gamma presenta vini come Falanghina, Pinot grigio e altri vitigni accuratamente selezionati e impiantati con successo in Abruzzo. Tra le nostre referenze top, il Montepulciano d’Abruzzo Riserva Doc Castel Verdino, dal colore rosso rubino brillante e vivace, e dal profumo fragrante e fruttato, ma anche lo Chardonnay Histonium Igt Castel Verdino, che si distingue per la particolare fermentazione in barrique nuove di rovere francese, e per il suo bouquet intenso, persistente e ampio”.

CAVIRO**Sara Pascucci**

“A Vinitaly mettiamo in mostra il frutto del lavoro della filiera vitivinicola più grande d’Italia, capace d’individuare un perfetto equilibrio tra le storiche tradizioni enologiche emiliano romagnole e una sempre decisa spinta all’innovazione. Diverse le novità che abbiamo portato a Verona, tra cui spicca quella legata al marchio Tavernello, modernizzato da una nuova grafica e nel logo. In scia a questo progetto, inoltre, abbiamo proceduto a una revise dell’etichetta dei vini frizzanti, sempre firmati Tavernello, che recentemente si sono aggiudicati il premio Sapore dell’anno 2018. Poi, sempre in ottica di uno sviluppo di progetti di filiera, siamo impegnati nella valorizzazione dei diversi marchi regionali. Come nel caso di Castelli Modenesi, un brand legato all’area emiliana, con la produzione di differenti tipologie di Lambrusco, grazie alla Cantina di Savignano sul Panaro. Stesso discorso vale per la Puglia, con i marchi Feudo Apulliano e Allenico, capaci di garantire un’offerta importante di Primitivo, o per la Sicilia, con Fatascià che sviluppa una proposta in grado di spaziare dal Nero d’Avola al Grillo. Infine, c’è il tema del Brik. A Vinitaly abbiamo portato la nuova proposta del Tavernello Gold, destinata ad attrarre un pubblico sempre più giovane e vasto nel mercato elettivo di questo brand. Ormai da tempo, infatti, la Gdo rappresenta una vetrina importante. E oggi abbiamo scelto di ampliare l’offerta Tavernello in questo segmento ad alta rotazione con un prodotto innovativo nel formato e declinato in due blend: da un parte, il White Gold, che unisce le uve Pinot bianco e Famoso, riscoprendo un vitigno autoctono romagnolo dal nome molto intrigante; dall’altra, il Black Gold, con il Sangiovese che sposa il Merlot, proponendosi in un comodo Tetra Pak Prisma da 500 ml”.

LA VERSA**Andrea Giorgi**

“Vinitaly 2019 ha rappresenta l’occasione ideale per presentare a trade e operatori il ritorno sul mercato di uno dei simboli più noti dell’Oltrepò Pavese: il Metodo Classico Testarossa. Un prodotto importante per La Versa e il primo testimone del nuovo cammino intrapreso dal brand. Una referenza che ritorna con l’annata 2015, dopo le tante e complicate vicissitudini aziendali degli ultimi anni. Una cuvée top di gamma, 100% Pinot nero, che rappresenterà, con la sua produzione di sole 10mila bottiglie destinate al canale Horeca, il vertice della piramide della nostra offerta. Si tratta di un prodotto che ci inorgoglisce e su cui abbiamo investito molto. Una solida base su cui fondare e costruire un nuovo percorso, anche da un punto di vista commerciale: è un’etichetta, infatti, che sarà proposta in maniera diversa da tutte le altre. Il Testarossa non vedrà mai sconti, né finirà in promozione. Perché rappresenta il frutto di una fatica lunga e importante che siamo chiamati a valorizzare, nel rispetto del lavoro dei nostri soci. Per il futuro, poi, in agenda ci sono tante altre importanti novità. Il progetto Testarossa, infatti, è stato soltanto il primo di una lunga serie di prodotti d’eccellenza che presenteremo: a partire dal Pinot nero vinificato in rosso fino al Riesling”.

CANTINA ORSOLOGNA**Alessandro Dalle Carbonare**

“Il 2019 è iniziato con un enorme passo avanti: rispetto all’anno scorso siamo cresciuti dell’80% in Italia e del 15% all’estero. Stiamo cercando di espanderci anche nel mondo della Gdo, e la nostra ambizione è diventare una private label per il mondo del bio. A Vinitaly, però, presentiamo un altro progetto che ci sta davvero a cuore: la collaborazione con la fattoria didattica Babalù, che ospita ragazzi disabili. Abbiamo chiesto loro di disegnare i loro sogni, e dai lavori così realizzati sono state ricavate le etichette di quattro nostri vini – Primitivo Terre di Chieti Igp, Pecorino Terre di Chieti Igp, Montepulciano d’Abruzzo Dop e Pinot Grigio Terre di Chieti Igp – in vendita attraverso i nostri canali. Il ricavato di queste bottiglie aiuterà la fattoria nelle sue attività educative”.

GIORGI**Fabiano Giorgi**

“Un Vinitaly importante per la nostra azienda, in cui abbiamo scelto di dare ulteriore impulso al progetto realizzato in collaborazione con Gerry Scotti. Nella linea di vini che porta il suo nome, infatti, si è aggiunto uno spumante Metodo Classico rosé, che va ad affiancare l’extra brut Docg già presente in gamma. Rendiamo così ancora più ricca e completa una gamma che include un bianco, il Riesling renano Mesdi, il rosso Regiù, una Barbera ferma, e il rosé fermo Pumgranin, che è una vinificazione in rosa del Pinot nero. Ma quella del Metodo Classico rosé Gerry Scotti non è la sola novità che abbiamo presentato a Verona. La linea La Gallina, infatti, si arricchisce con il lancio di un Sangue di Giuda e di uno Chardonnay dell’Oltrepò: due referenze che presentano un’etichetta realizzata da Diego Boiocchi, un artista originario del nostro territorio”.

reportage vinality 2019

CA' DEI MEDICI Regolo Medici



“A Vinality ci presentiamo con un'importante novità: Eris, uno spumante brut Dop ottenuto lavorando il 100% delle uve Spergola del territorio di Reggio Emilia. Il vino presenta un colore giallo paglierino con riflessi smeraldini e si caratterizza per il sapore fresco e la buona acidità. Sono pochissime le cantine che possono vantarsi di averlo, e noi siamo tra quelle. Il nostro obiettivo per il 2019 è sviluppare ancora di più i volumi di vendita e la redditività. Siamo convinti di ciò che stiamo facendo e proseguiamo nel nostro cammino, valorizzando al meglio la nostra offerta al mercato”.

CANTINA TOLLO Andrea Di Fabio



“Vinality è per noi un'importante vetrina dove presentiamo tante novità. Prima fra tutte, l'Hedòs Cerasuolo d'Abruzzo Dop 2018 che è stato votato come Miglior vino rosato e selezionato per l'inserimento nella guida promossa da Vinality 5 Star Wines. E in anteprima, a Verona, presentiamo il nuovo Pinot nero rosato Igp biologico Colline Pescaresi, il primo vino bio ottenuto da un vigneto non autoctono che va ad ampliare la nostra linea Premium. Ma non ci fermiamo qui. Abbiamo ideato anche una nuova linea di vini dedicata a Vigneto avanzato, il progetto di sostenibilità sociale, ambientale ed economica al quale lavoriamo già da tempo. La nuova gamma è composta da due varianti di Montepulciano d'Abruzzo Dop – giovane e riserva – e da quattro referenze biologiche – Montepulciano d'Abruzzo Dop, Cerasuolo d'Abruzzo Dop, Trebbiano d'Abruzzo Dop, Pecorino Terre di Chieti Igp – e sarà distribuita nel canale Gdo a partire dall'estate 2019”.

CANTINA TRAMIN Gunther Facchinelli



“A livello di mercato, il 2019 si sta rivelando molto promettente. L'anno scorso abbiamo puntato molto sullo Chardonnay, quest'anno, invece, la nostra mission è rivolta alla valorizzazione del Gewurztraminer. Vogliamo esaltarne le potenzialità, perché è un vino d'abbinamento dalle enormi capacità. In Italia, soprattutto nel canale Horeca, è ben conosciuto e apprezzato. Ora, vorremmo riuscire a fargli raggiungere lo stesso successo anche all'estero, in particolare in Germania, negli Stati Uniti e in Russia, i nostri principali mercati che incidono per il 30% sulla quota totale del fatturato aziendale”.

CANTINA VALPANTENA Luca Degani



“Manteniamo un andamento stabile rispetto al 2018. Riguardo all'argomento Brexit, non siamo preoccupati perché il mercato inglese ricerca soprattutto vini bianchi come il Prosecco e il Pinot grigio. A noi, che produciamo vini rossi come Amarone, Ripasso e Valpolicella non ci tocca più di quel tanto. Lavoriamo, in definitiva, molto con i mercati esteri. Nord Europa, Danimarca, Svizzera, Germania, Stati Uniti, Giappone e Cina incidono al 70% sul nostro fatturato aziendale. Gli ultimi due sono sicuramente mercati molto particolari. Mentre in Italia, l'Amarone è molto apprezzato, ma non è ancora un mercato stabile su cui poter fare affidamento. Produciamo 10 milioni di bottiglie l'anno e, in ambito domestico, lavoriamo soprattutto con il canale Horeca. Per celebrare i 60 anni della cantina, a Vinality, presentiamo l'Amarone Brolo dei Giusti del 2011 e un Valpolicella superiore del 2013”.

CANTINA VALPOLICELLA NEGRAR Daniele Accordini



“I primi indicatori ci dicono che il nostro fatturato è in aumento del 10%. Sicuramente è frutto di scelte fatte l'anno scorso e di riorganizzazioni aziendali. Nel 2018, infatti, abbiamo cambiato la rete di vendita e le società affiliate. Con la Gdo italiana lavoriamo molto bene, ma il nostro fatturato è dato soprattutto dall'export, che per noi incide al 70%. I nostri mercati principali sono soprattutto il Canada, con cui lavoriamo da oltre 60 anni, la Germania, la Svizzera, la Norvegia, la Svezia e la Danimarca. In questi Paesi vogliono vini corposi, che scaldino l'anima. Per questo il Valpolicella è largamente apprezzato. In omaggio al 30esimo anniversario della nostra linea premium Domini Veneti, a Vinality lanciamo una speciale etichetta a edizione limitata di Ripasso La Casetta”.

CANTINE VOLPI Carlo Volpi



Da sinistra: Laura Agnello, Carlo, Chiara e Marco Volpi

“Il 2019 è iniziato discretamente bene. Il mercato è molto competitivo, le nazioni sono decisamente agguerrite ma noi ci difendiamo bene, perché l'Italia – intesa come made in Italy – è un valore aggiunto consolidato. Inoltre, avere alle spalle una buona vendemmia aiuta molto. Parlando di export, per noi incide al 90% sul fatturato. Lavoriamo soprattutto con Stati Uniti, Giappone, Svezia, Germania, Svizzera, Danimarca, Olanda, Russia e Cina. Quest'ultimo è un mercato molto particolare. Noi ci collaboriamo dal 2005, ma abbiamo ben presente che la cultura del vino lì è ancora poco sviluppata. In fiera presentiamo due grandi novità: la nuova annata 2017 del Timorasso Cascina La Zerba Colli Tortonesi Doc che, per la prima volta nella storia produttiva della cantina, rivoluziona il processo di vinificazione rinunciando all'affinamento in barrique e facendo solo il passaggio in acciaio. E la nuova annata 2017 del Barbera Superiore Colli Tortonesi Doc, sempre Cascina La Zerba”.

CAVIT Enrico Zanoni



“Sull'onda del successo del 2018, che si è chiuso in maniera interessante, il 2019 si è aperto con una forte crescita nel comparto degli spumanti. Presidiamo molto bene il mercato della Gdo. In occasione di Vinality, però, abbiamo deciso di presentare due nuove etichette per il canale Horeca: il Rosè Valdelac e Conzal. Due vini freschi, non troppo corposi, che rispecchiano a pieno i nuovi trend. Saranno loro i due protagonisti della prossima stagione che andranno ad arricchire l'ampia gamma fine wine della cantina per il canale della ristorazione e delle enoteche, con proposte fresche e moderne in linea con le nuove tendenze di consumo che prediligono vini di qualità. Entrambe le novità saranno disponibili per la vendita a partire dal prossimo maggio”.

F.LLI RECCHIA Chiara Recchia



“La nostra azienda sta vivendo un buon inizio 2019, soprattutto per quanto riguarda l'export, che è aumentato e ora ricopre l'80% del fatturato aziendale. Abbiamo un po' di incertezze per quanto riguarda il mercato orientale, perché è imprevedibile, ma siamo abbastanza fortunati perché i nostri prodotti sono conosciuti. I timori maggiori li abbiamo riguardo alla questione Brexit: non sappiamo cosa succederà e siamo preoccupati. Parlando di Luxury, è una piattaforma nella quale è molto difficile entrare. Sicuramente avere un buon commerciale può aiutare. È importante sapere tessere una ragnatela vasta anche a quei livelli. In fiera proponiamo una versione riserva dell'Amarone e il nostro Garda Spumante. Abbiamo pensato fosse una buona idea usare le Denominazioni del territorio per valorizzarlo”.

KELLEREI BOZEN

Klaus Sparer



“Il 2019 si è aperto con l’inaugurazione della nostra nuova Cantina, la prima di produttori certificata CasaClimaWine. Un punto di riferimento del vino per l’intero Aldo Adige, simbolo di sostenibilità e rispetto dell’ambiente. La struttura si caratterizza per un design inusuale, con la facciata che richiama una vite con un vigneto piantato sulla copertura inclinata del tetto. Nella nostra cooperativa, che unisce viticoltori locali, la produzione di vino avverrà in gran parte in caduta libera, così da rendere la cantina l’unica a poter lavorare senza l’utilizzo di pompe. Il 75% del nostro giro d’affari continua a essere rappresentato dall’Italia, mentre la restante parte è suddivisa sui 24 Paesi del mondo che presidiamo con i nostri prodotti. Nell’ultimo anno ci siamo confermati molto forti nella Gdo con il Gewurztraminer. Abbiamo anche provveduto a un restyling delle nostre etichette con il nuovo simbolo delle Cantine”.

SANTERO

Mariarosaria Brandi



Da sinistra: Mariarosaria Brandi, Gabriel Chiriches e Elisabetta Santero

“Il 2019 è iniziato in modo molto positivo. Sicuramente questo trend è frutto del lancio di sei novità negli ultimi 12 mesi. E in effetti, gran parte del nostro successo lo dobbiamo al Sanetro Blue extra dry, la novità assoluta del 2018 che ha riscosso enorme consenso tra il pubblico. Quest’anno abbiamo voluto incentivare il canale Horeca ideando nuovi design e nuove ricette, in particolare per Bellini e Rossini. Inoltre, c’è una new entry nella famiglia 958. Si tratta del Mimosa, che dell’arancia ha fatto la sua bandiera. Inoltre, il Brachetto extra dry andrà a sostituire l’Acqui Rosé. Ma la vera novità riguarda il design delle bottiglie della linea top 958 Santero Club: la forma conica è stata ideata dagli studenti del Politecnico di Milano. E per finire, presentiamo anche l’extra dry millesimato, un Prosecco a base di frutti rossi dove i sentori di frutta offrono nuove e inedite sensazioni”.

SENSI VIGNE E VINI

Massimo Sensi



“Lavoriamo molto bene sia con il canale Horeca sia con la Gd. Per noi l’export è molto importante, perché incide al 70% sul fatturato. Lavoriamo soprattutto in Europa, con Germania, Olanda, Belgio e Inghilterra. Non sono, tuttavia, particolarmente preoccupato riguardo alla questione Brexit, perché nel mondo il piacere della tavola non mancherà mai. E noi italiani siamo bravi. A Vinitaly proponiamo Tua Rosa, un vino rosé toscano giovane e dallo stile glamour. Profuma di frutta e fiori, pompelmo, rosa, agrumi e erbe aromatiche. In bocca è fresco e aromatico e, alla fine, presenta note avvolgenti di pesca, susina e ribes. Abbiamo lavorato molto sulla comunicazione visiva. Il fondo della bottiglia, infatti, ricorda il bocciolo di una rosa e richiama sia il nome del vino sia il colore rosa cipria. Abbiamo voluto trovare un equilibrio nel gusto, nell’immagine e, soprattutto, nella comunicazione”.

VAL D’OCA

Aldo Franchi



“Abbiamo iniziato l’anno leggermente sotto tono. Rispetto all’anno scorso, infatti, stiamo riscontrando una leggera flessione. Ma nonostante questo, ci prepariamo al lancio di una nuova veste grafica per il Marzemino. La scelta cromatica è ben precisa: prepara gli occhi, ancor prima del palato, alla degustazione sensoriale del nettare rosso brillante che caratterizza questo straordinario vino. Si chiama Zoj ed è uno spumante dolce carico di colore, in grado di sprigionare un perlage dalla grana sottile e persistente. Lo caratterizzano i profumi che ricordano piccoli frutti rossi del sottobosco, aromi già presenti nell’uva di partenza”.

CIELO E TERRA

Paola Cielo



“È difficile fare una stima per questo primo trimestre 2019: la Pasqua altissima incide davvero tanto, ma siamo comunque già in positivo sullo scorso anno. È decisamente più semplice fare i conti sui mercati esteri, dove la crescita è già a doppia cifra. Siamo particolarmente competitivi sui canali Horeca e Gdo, cosa che – unita ai primi segnali del 2019 – ci lascia ben sperare. Questo è anche un anno di grosse novità per noi. Tra febbraio e marzo abbiamo partecipato alla Green Week, forti dell’aver abbracciato, oltre 10 anni fa, i principi Kaizen della Lean production, atti a contenere gli sprechi attraverso un processo di miglioramento continuo, dalla riduzione degli imballaggi sino al risparmio di acqua ed energia. Innovazione è però un termine che applichiamo anche al prodotto: presentiamo una variante certificata bio dello spumante Freschello, un Bianco Superiore Doc dei Colli Berici e un Bericanto per l’estero, quindi un Prosecco a metà fra brut ed extra brut. Possiamo dire che il 2019 sarà un anno molto stimolante”.

VINICOLA SERENA

Luca Serena



“Prevediamo un 2019 difficile, considerato il calo del prezzo del Prosecco. Ma almeno in questi primi tre mesi dell’anno siamo in crescita, sia a volume, sia per fatturati. E Pasqua deve ancora venire. Abbiamo anche importanti novità, che presentiamo proprio qui a Vinitaly: un Rosato chiaro da uve Glera, che anticipa il Prosecco rosé programmato per il 2020 e che ufficializzeremo a breve, e il Serena Ice, un demi sec sempre a base di uve Glera. L’obiettivo a lungo termine è quello di far crescere questi prodotti del canale Horeca, mentre nella Gdo stiamo cercando d’incentivare il numero di etichette del rivenditore: una collaborazione importante che già abbiamo con un’insegna di riferimento della distribuzione organizzata”.

VICOBARONE

Massimo Gobbi



“Il 2019 è un anno particolare: a gennaio le vendite hanno subito una brusca frenata, a febbraio c’è stata una ripresa, quindi a marzo abbiamo avuto un ottimo riscontro in Gdo, ma con un calo in Horeca, forse a causa di una Pasqua molto alta. La vendemmia 2018 è stata più che soddisfacente e abbiamo volumi per circa 4 milioni di bottiglie. Stiamo ampliando il nostro raggio operativo a nuovi mercati, come Cina, Stati Uniti e Nord Europa, con l’obiettivo di migliorare nell’Horeca e consolidarci in Gdo. A livello di prodotto, le due ultime novità sono un Pinot nero dei Colli Piacentini e il Malvasia fermo Theta, che ha ottenuto 90 punti al 5 Star Wines Vinitaly. Recentemente, la Cantina di Vicobarone è stata premiata anche con un altro importante riconoscimento: Mundus Vini, il premio internazionale promosso dalla rivista tedesca Meininger, ci ha assegnato una medaglia d’argento per il Malvasia Frizzante Doc Colli Piacentini, prodotto da uve Malvasia di Candia Aromatica al 100%”.

PIROVANO

Beatrice Pirovano



“Il 2019 si è aperto con un buon incremento sull’export, che vale per noi il 30%. Siamo forti specialmente in Oriente, un mercato unico nel suo genere, impegnativo e stimolante al tempo stesso. Fortunatamente, non siamo particolarmente presenti nel Regno Unito, il che rispetto ad altre aziende nostre concorrenti ci salva dalle ansie legate alla Brexit. Siamo positivi per il futuro e anche questo Vinitaly ci dà buoni segnali: ci hanno visitato molti operatori Horeca, anche dall’estero. Siamo comunque forti anche in Gdo, sebbene l’abitudine di certi distributori di ricorrere alle aste al ribasso stia prendendo troppo piede. Vinitaly è l’appuntamento italiano più importante per presentare nuovi prodotti: abbiamo novità di packaging, con bottiglie di forma conica, un nuovo Blanc de Blancs Prosecco Doc e la linea Beatrice, che presenta vini da tutte le zone d’Italia e che sta già dando ottimi risultati all’estero”.

reportage vitaly 2019

DONNAFUGATA

José Rallo



“Ha debuttato, proprio in occasione del Vinitaly di Verona, il nostro nuovo Etna Rosato: Sul Vulcano. Questa referenza rappresenta una piccola produzione di pregio – solo 16mila bottiglie – frutto della viticoltura di montagna del vulcano attivo più alto d'Europa: sulle sue pendici coltiviamo 18 ettari di vigneti, in cinque diverse contrade del versante Nord, tra Randazzo e Passopisciaro. Si tratta di un terroir che gode di una sacca climatica caratterizzata da precipitazioni inferiori alle medie degli altri versanti. Le estati sono ventilate e fresche, caratterizzate da forti escursioni termiche tra giorno e notte, che favoriscono la produzione di uve di particolare finezza aromatica. Le vigne di Nerello Mascalese, dal quale è ottenuto il Sul Vulcano Rosato, si trovano su terreni composti da sabbie vulcaniche: l'interazione tra questi terreni, il loro microclima e le viti con 70 e più anni di età rendono irripetibili ed eccezionali le caratteristiche dell'uva qui prodotta e del vino che ne deriva”.

ZORZETTIG

Annalisa Zorzettig



“La novità del nostro Vinitaly è rappresentata dal rilancio di Segno di Terra. Si tratta di una linea che abbiamo da tempo, ma che – per via delle particolari etichette che la compongono, così diverse dai grandi classici friulani – ha sempre rappresentato un completamento della nostra offerta, più che una protagonista principale. Il nuovo corso, che parte da un'immagine che si allinea nei tratti a quella del marchio Zorzettig, è merito dell'insistenza dei nostri rappresentanti, che da anni apprezzano e valorizzano commercialmente i caratteri unici di questa gamma. La linea include quattro vini: i bianchi Verduzzo e Donzel, un blend di Friulano, Chardonnay e Sauvignon, e i rossi Merlot e Cufins, dove il Refosco dal Peduncolo Rosso si accompagna al Pignolo. Referenze che a Verona abbiamo abbinato alle altrettanto uniche eccellenze casearie firmate da Massimo De Giusti della storica Latteria di TaJedo”.

FIRRIATO



Vinitaly rappresenta per la famiglia Di Gaetano un momento importante di confronto con gli addetti ai lavori e i consumatori. Ma in questa edizione è stata presentata la realizzazione della nuova cantina di vinificazione – una struttura in armonia con il paesaggio che si fonda sui principi dell'eco sostenibilità – oltre a due nuovi vini nati a Cavanera. Sul Vulcano più attivo d'Europa, l'azienda pratica una viticoltura di montagna in cinque diversi contesti produttivi, con differenti esposizioni e altimetrie, in grado di comporre un quadro organolettico delle uve ricco di apporti distintivi. Oggi Firriato ha una produzione che conta ben sette etichette, tra ricercati spumanti Metodo Classico, eleganti vini bianchi e grandi rossi di invecchiamento. Tra queste bottiglie di rango, impossibile non citare il vino pre fillosera Riserva, Signum Aetnae, il nuovo cru destinato a diventare un Super Etna, anche per l'esiguo numero di bottiglie prodotte, solo 3.500. Ad esso si affianca il primo rosato fermo mai prodotto dell'azienda, un Sabbie dell'Etna rosato vendemmia 2018.

CONTE COLLALTO

Isabella Collalto de Croj



“A Vinitaly abbiamo posto in vetrina il brut Isabella: un Prosecco superiore Docg millesimato Rive di Collalto, prodotto con le uve provenienti da un vigneto di circa un ettaro situato a Nord del Castello di San Salvatore, il simbolo della nostra azienda. Il nome scelto per questo vino, che ha debuttato a fine dello scorso, rappresenta un omaggio fattomi dai miei collaboratori. E si tratta di un'etichetta che va a completare ulteriormente un'offerta di prestigio che, in precedenza, si era già arricchita grazie al lancio di Ponte Rosso: un altro Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore, in versione brut nature millesimato, che prende vita da un vitigno situato in una località sempre vicina al Castello di San Salvatore”.

LA MARCA

Paolo Venco



“A Vinitaly presentiamo il restyling della Collezione Bouquet, gamma di spumanti e vini fermi. A esservi inclusi, tra le bollicine, sono il Prosecco Doc Treviso, nelle due varianti brut ed extra dry, e i Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg nelle versioni Millesimato extra dry, Cuvée dry e Cartizze dry. Tra i fermi, presenti un Pinot grigio delle Venezie Doc, il Traminer aromatico Igt Veneto, un Merlot Piave Doc e il Cabernet Piave Doc. Nuova immagine anche per la Collezione Novecento, gamma di spumanti che vede anche la presenza di un Prosecco Doc biologico ad affiancare il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato brut e il Prosecco Doc Treviso extra dry”.

MEDICI ERMETE

Alessandra Medici



Da sinistra: Alessandra e Alessandro Medici

“Il focus principale per la nostra azienda in questa edizione 2019 di Vinitaly è senza dubbio legato alla celebrazione del 25esimo anniversario del prodotto simbolo a firma Medici Ermete: il Lambrusco Reggiano Doc Concerto. Ma grande attenzione l'abbiamo voluto riservare anche a uno degli ultimi prodotti lanciati dalla nostra cantina, proprio in occasione della fiera a Verona, lo scorso anno: Phermento, un Lambrusco di Modena Doc secco che si contraddistingue e caratterizza in quanto vino rifermentato in bottiglia”.

CANTINA PRODUTTORI CORMÒNS

Marco Furlan



“Ci presentiamo a Vinitaly dopo un primo trimestre 2019 positivo, che ci permette di guardare con rinnovato ottimismo ai mesi che varranno, tanto se parliamo di Gdo, quanto di Horeca. Per l'appuntamento principe di Verona, ci siamo riservati il lancio di un prodotto molto particolare: il nostro celebre Vino della pace. Una referenza nata nel 1985, quando a Cormòns piantammo 800 tipologie di viti originarie di tutto il mondo, da utilizzare per fare un prodotto che simbolicamente unisse i popoli. Va detto che, oggi, abbiamo deciso di cambiare metodo di produzione: l'attuale blend, infatti, vede l'utilizzo esclusivamente delle migliori uve del 2017, per una produzione complessiva di circa 3.500 bottiglie, tutte destinate a posizionarsi come referenze di punta all'interno del canale Horeca”.

AZIENDA AGRICOLA QUAQUARINI FRANCESCO

Umberto Quaquarini



“A Vinitaly non abbiamo portato novità di prodotto, ma siamo presenti a Verona con la nostra offerta che punta a valorizzare le produzioni di una delle aree più vocate alla coltivazione della vite in Italia: l'Oltrepò Pavese. È proprio sui vini del territorio che scommettiamo, andando a declinarli con la scelta del biologico, tema oggi sempre più importante a livello di mercato. Ma non solo: ad esempio, in una delle referenze presenti del nostro portfolio, La Bonarda Doc La Riva di Sass, alla certificazione bio si affianca l'assenza di solfiti”.

DUCA DI SALAPARUTA Matteo Becchi



“Il nostro Vinitaly ha ruotato attorno alla presentazione, a stampa e buyer della Grande distribuzione italiana, della partnership che legherà lo chef stellato Bruno Barbieri alle principali etichette Corvo: il Rosso, il Bianco e Glicine. Con la scelta di questo importante testimonial, abbiamo voluto dare continuità e valorizzare ulteriormente l'importante lavoro di restyling che ha visto protagonista il marchio lo scorso anno. L'iniziativa con lo chef Barbieri, che s'intitola 'Il vino lo porto io', si svilupperà attraverso una serie di attività sui social. Saranno, in particolare, creati contenuti ad hoc, che svilupperanno l'abbinamento tra vino e cibo, con le relative occasioni di consumo. L'obiettivo è lo stesso di sempre: incuriosire e ingaggiare il consumatore finale. E siamo sicuri che la notorietà dello chef ci aiuterà a far scoprire Corvo a un pubblico sempre più vasto”.

C&C Martina Dresseno



“A Vinitaly presentiamo le ultime novità inserite a catalogo. Ma mettiamo anche in mostra i tanti riconoscimenti ricevuti con i nostri vini negli ultimi mesi: a partire dal titolo di Best Producer nella categoria Sparkling Wines al Berliner Wine Trophy. Prosegue la nostra crescita in termini di riconoscibilità: tanto a livello di critica, quanto col trade. E continuiamo nel nostro impegno volto a migliorarci, come dimostrano il restyling delle gamme Mastia, dove proponiamo una serie d'importanti vini veronesi, e La Casada, che include Prosecco Doc e Docg, ma anche il lancio di nuove linee, quali Morajo per i vini del Collio e Sermajer per l'Alto Adige”.

GOTTO D'ORO Marco Trevisani



“Arriviamo a Vinitaly dopo un anno chiuso in positivo, ma fortemente segnato dalle difficoltà conseguenti alla difficile vendemmia 2017. Questo inizio di 2019, finora, si è caratterizzato per un buon andamento: attendiamo, tuttavia, il dato semestrale per chiarirci quale sarà il trend preso dall'annata. In tema di novità, a Verona presentiamo il completamento della gamma Vinea Domini, una linea su cui abbiamo iniziato a investire lo scorso anno e che oggi si arricchisce grazie a due Roma Doc, in versione bianca e rossa, e da un Frascati Docg”.

LE MANZANE Ernesto Balbinot



Silvana Ceschin ed Ernesto Balbinot

“Ha debuttato ufficialmente a Vinitaly la nuova immagine del nostro Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, sia per la versione brut sia extra dry. Con la rinnovata veste grafica che interpreta lo spirito giovane, glamour ed elegante delle bollicine più amate al mondo, rafforzando al tempo stesso l'identità del brand. L'elemento caratterizzante le nuove etichette, su cui è stato mantenuto il logo PaperCigno, è rappresentato dai rettangoli impazziti da due glitter: color argento per il brut e oro per l'extra dry. Un progetto, questo, in scia al quale abbiamo realizzato anche il restyling per le referenze del Conegliano Valdobbiadene Docg frizzante e dello spumante rosato Roseo: con le bottiglie che sono state arricchite da una speciale etichetta in Braille, che consente anche alle persone non vedenti di 'leggere' alcune indicazioni utili, come il nome del vino e della cantina, l'annata e il grado alcolico”.

LA TORDERA Elisa Villanova



“In occasione di Vinitaly 2019, La Tordera presenta il nuovo A3 extra brut Asolo Prosecco Superiore Docg con il 50% di solfiti in meno. Si tratta di un nuovo prodotto con il quale l'azienda raggiunge un duplice obiettivo: perseguire la sua filosofia e ottenere un vino che sia una perfetta espressione del vigneto dal quale deriva. Per la produzione di questo spumante abbiamo ridotto il consumo di anidride solforosa, garantendo la presenza del 50% di solfiti in meno. In cantina, infatti, nella prima fase di lavorazione, l'utilizzo dell'anidride solforosa è stato sostituito dall'anidride carbonica naturale di fermentazione, in modo da ottenere un prodotto sano ed equilibrato da un processo di lavorazione che prevede l'utilizzo di elementi presenti in natura. Ottenere una referenza espressione del territorio è sempre stato l'obiettivo della famiglia Vettoretti, che grazie alla vendemmia manuale, alla vicinanza del vigneto dalla zona di produzione e alla lavorazione dell'uva con l'attenzione della catena del freddo, ha raggiunto questo traguardo”.

COLLI DI POIANIS Gabriele Marinig



Gabriele Marinig e Maura Ceschia

“La nostra è una realtà che opera nel mondo dei vini da ormai tre generazioni. Il nostro percorso, però, ci ha portati a un sostanziale consolidamento soprattutto negli ultimi 10 anni, anche grazie a una nostra scelta ben precisa: quella di puntare tutto sugli autoctoni, come lo Schioppettino di Prepotto e la Ribolla. La nostra azienda, in costante e progressiva crescita, è presente anche nella Grande distribuzione nel segmento Premium. Qui a Vinitaly non mostriamo prodotti nuovi, che invece lanceremo a metà stagione, quando i nostri vini sono pronti ad essere apprezzati al meglio in tutte le loro qualità”.

MONDODELVINO Valentina D'Agata



“Abbiamo obiettivi importanti per questo 2019, fra i quali sicuramente c'è il migliorare la nostra presenza a scaffale in Gdo, in aggiunta a una crescita a volume a livello commerciale. Per quanto riguarda le novità di prodotto, invece, stiamo lavorando su un Pet riciclabile e formati alternativi per il packaging, mentre a Vinitaly lanciamo tre referenze: un Docg Nizza Barbera Superiore Ricossa, un Pinot nero Poderi dal Nespole e un Alta Langa Metodo Classico Cuvage”.

AGRIVERDE Giannicola Di Carlo



Da sinistra: Daniele, Giannicola e Federico Di Carlo

“Il nostro Vinitaly ha ruotato attorno alla presentazione del progetto del Vigneto Dinamico-Energetico. Una mia idea brevettata, espressione dell'intuizione del legame indissolubile tra l'essere vivente e Madre Terra. Arredare una parte della terra con i colori, infatti, equivale a costruire una sorta di tempio naturale al cui interno tutti gli esseri viventi, attraverso le proprie sinapsi, possono ricavarne dei benefici. Di conseguenza, questo porta a migliorare la vitalità del terreno e la sua biodiversità, attraverso le frequenze positive che si generano su piante e frutti, ma anche su persone o su animali e insetti. Alla base dell'idea sta il principio della Biorisonanza, in cui a rientrare in gioco, in termini scientifici, è la triade informazione, energia e materia. In estrema sintesi, le frequenze dei colori incidono positivamente sulle sinapsi delle cellule madri di tutti gli esseri viventi: di conseguenza, soprattutto il frutto – l'uva – riceverà informazioni gradevoli di cui beneficerà per quel che poi ne sarà il prodotto finale, ovvero il vino”.

segue

reportage vinitaly 2019

ALLEGRINI Marilisa Allegrini



“L’Occidente incontra l’Oriente: questo il tema del nostro Vinitaly. Oggi, infatti, Allegrini esporta in oltre 80 paesi nel mondo. E abbiamo scelto la contaminazione per raccontarci. Con il vino a configurarsi come uno strumento trasversale che unisce e intreccia popoli, costumi e cucine. L’attenzione, in particolare, è stata rivolta ai mercati orientali, con in prima fila il Giappone, esempio di partnership virtuosa. Il vino diviene, dunque, simbolo di un incontro che significa molte cose: conoscenza, dialogo, reciprocità, condivisione, armonia. E il nostro sguardo ha voluto ampliare il proprio orizzonte, con il desiderio di capire e comprendere che cosa accade quando la cultura occidentale incontra quella orientale. In un mondo che, a volte, ci appare divisivo, il vino rappresenta, infatti, valori comuni e suggerisce nuovi rapporti commerciali, ma anche di amicizia. Dobbiamo aprire la mente. E noi che – come imprenditori del vino – abbiamo viaggiato molto, sappiamo che non c’è niente di meglio delle contaminazioni culturali per sviluppare anche il business individuale. Così, all’Oriente abbiamo scelto di dedicare anche la novità di Vinitaly 2019: parla, infatti, giapponese l’etichetta della limited edition de La Grola, nel 40esimo anniversario dell’acquisto da parte della mia famiglia di questo vigneto icona della Valpolicella. Merito della collaborazione con l’artista Hiroyuki Masuyama, che ha raccontato questo luogo simbolo per la nostra azienda, osservandolo e fotografandolo per 24 ore consecutive. Il risultato è un’immagine dai contorni sfumati ma sempre riconoscibili”.

BACCICHETTO Alessandro Baccichetto



“L’ultima è stata un’annata buona e abbondante, e le vendite fino al 2018 sono state soddisfacenti. I nostri canali di riferimento sono la Grande distribuzione, dove i primi tre mesi dell’anno sono andati molto bene, e l’ingrosso (soprattutto per quanto riguarda Prosecco e Pinot Grigio), per cui riscontriamo invece, dallo scorso novembre, una grossa sofferenza. L’obiettivo oggi è quello di riuscire a svincolarci dall’ingrosso per spingere sempre di più il nostro marchio, puntando soprattutto sul Refosco dal Peduncolo Rosso”.

SCHENK ITALIA Daniele Simoni



“Anche questa edizione di Vinitaly è stata all’altezza delle nostre aspettative. L’apprezzamento per i nostri vini conferma le scelte intraprese in questi anni, che puntano sempre di più alla valorizzazione dei nostri marchi del territorio, come Lunadoro, Bacio della Luna, Kellerei Auer, Casali del Barone, e che vanno ad esplorare nuovi mercati e nuove nicchie di settore, come le bevande ad alcol zero a base di vino che abbiamo presentato a Verona. Siamo quindi soddisfatti e guardiamo a questo 2019 con ancora più fiducia, forti dei riscontri ottenuti sulle nostre eccellenze. Feedback più che positivi, infatti, sono giunti per la linea di Casali del Barone, sia verso la selezione di rossi piemontesi, sia per il nuovo Langhe Doc Bianco, un vino moderno ed easy. Grande soddisfazione anche per Lunadoro, sempre più considerata una delle cantine di riferimento per il Vino Nobile di Montepulciano. Per quanto riguarda le new entry, infine, sono stati particolarmente apprezzati il Brut Nature e l’Organico di Bacio della Luna. Ma una certa curiosità l’abbiamo riscontrata anche per le bevande dealcolate a base di vino della Linea Rivani: con queste referenze stiamo approfondendo una particolare nicchia di mercato, che ha tutte le carte in regola per rivelarsi molto interessante, soprattutto all’estero”.

BOTTEGA Stefano Bottega



“Per tirare le prime somme su questo inizio di 2019 è ancora presto, ma il grande interesse da parte di operatori italiani ed esteri ricevuto qui a Vinitaly rappresenta, senza dubbio, un buon segnale. Il nostro obiettivo resta quello di tutti: incrementare i nostri numeri e migliorare il posizionamento dei prodotti. Al centro della nostra presenza a Verona abbiamo scelto di porre l’anniversario dei 50 anni dello sbarco sulla luna, creando una bottiglia speciale in vetro soffiato dedicata a questo straordinario evento che ha segnato la storia dell’umanità. All’interno di questa opera d’arte è riprodotta una mezzaluna simbolica. Si tratta di un pezzo unico di grandi dimensioni, che contiene 3 litri di una selezione di grappa di Prosecco”.

CANTINA DI SOAVE Marco Vicentini



Da sinistra: Maddalena Peruzzi, Bruno Trentini e Marco Vicentini

“Vinitaly è l’occasione perfetta per presentare ufficialmente tutte le ultime novità. Tra quelle portate a Verona, a spiccare è innanzitutto la Riserva 120 mesi di Equipe 5, un Metodo Classico millesimato che ha fatto la storia della spumantistica italiana e che si presenta in questa versione che ha riposato sui lieviti per ben 10 anni. Si tratta di uno spumante, 80% Pinot nero e 20% Chardonnay, prodotto con le uve migliori e solo nelle grandi annate, che riproponiamo sul mercato dopo un leggero restyling dell’immagine. In tema di Gdo, poi, da segnalare la trasformazione del Maximilian I Gran Cuvée brut in Blanc de Blancs extra dry: un mutamento di nome e grado zuccherino, che sposa i gusti dei consumatori che si rinnovano e che farà il suo esordio a scaffale proprio dopo Vinitaly. Gli si affiancherà il Garda Doc lanciato lo scorso anno e che stiamo facendo conoscere. E si aggiungerà anche un importante concorso legato proprio alla linea Maximilian I, che permetterà a chi acquista uno dei prodotti della gamma di ricevere uno sconto immediato sul sito Volagratis.com, cui farà seguito l’estrazione di cinque weekend premio”.

GUIDO BERLUCCHI & C. Arturo Ziliani



“Vinitaly 2019 ha rappresentato l’occasione per presentare il nostro tanto atteso Franciacorta Berlucchi ’61 Nature Blanc de Blancs 2012. Completiamo così un percorso di eccellenza nella gamma dei millesimati, con una novità legata alla linea ‘purista’ per definizione, che propone spumanti non dosati provenienti dai vigneti di proprietà più vocati. Questo 100% Chardonnay fa il suo esordio accompagnando le nuove annate degli altri componenti la gamma: il ’61 Nature 2012, bollicina – 70% Chardonnay e 30% Pinot nero – lanciata nel 2016, e il ’61 Nature Rosé 2012, un 100% Pinot nero protagonista di un folgorante successo nel 2018. Il Berlucchi ’61 Nature Blanc de Blancs 2012 rappresenta la più pura espressione dello Chardonnay di Franciacorta, che, ottenuto interamente dalla porzione centrale di una singola vigna, gode di straordinaria rotondità ed equilibrio”.

AZIENDA AGRICOLA TORTI – L’ELEGANZA DEL VINO Patrizia Torti



Foto di gruppo per la famiglia e lo staff Torti

“Dopo lo sbarco in Italia, nel 2018, la nostra linea made in Oltrepò di vini Hello Kitty si arricchisce con una nuova etichetta. Si tratta di una special edition dedicata al 45esimo anniversario del celebre marchio, un’icona Pop celebrata a livello globale e brand di proprietà dell’azienda giapponese Sanrio. Il nuovo vino, che ha debuttato in occasione di Vinitaly, è frutto del lavoro che quotidianamente impegna la mia famiglia e il nostro team nella cantina di proprietà a Montecalvo Versiggia, in provincia di Pavia. Si tratta di una bollicina rosé dall’Oltrepò Pavese: il frutto di uve Pinot nero e Chardonnay spumantizzate con metodo Martinotti a ciclo lungo. Dal perlage fine e persistente, è uno spumante che si caratterizza per il colore rosa cipria e un profumo floreale dolce e finemente speziato. Dal gusto suadente e armonioso, grazie all’effervescenza ben bilanciata con la struttura, risulta ottimo come aperitivo, ma anche abbinato a crostacei, sushi e sashimi”.

MONTRESOR HERITAGE Edoardo Montresor



Da sinistra: Nicodemo Begalli ed Edoardo Montresor

“Dopo il ritorno a Prowein, anche Vinitaly ci vede nuovamente protagonisti con uno stand rinnovato nell’immagine e che testimonia dell’ambizione sottesa al nuovo cammino intrapreso dalla nostra cantina. A Verona, infatti, ci presentiamo nella nostra nuova veste, dopo l’acquisizione da parte della joint venture tra Terre Cevico, Vitevis e Cantina Valpantena. Un nuovo capitolo nella nostra storia plurisecolare, che ci permetterà di crescere grazie all’importante supporto fornito dal capitale cooperativo. I primi interventi per definire il rilancio di Montresor sono stati già delineati. In aggiunta al restyling del marchio aziendale, sono stati già stanziati 2,5 milioni di euro per un importante piano d’investimenti. Nei prossimi due anni, in programma abbiamo importanti lavori al fine di migliorare lo stabilimento di Verona. A questo, si affiancherà il lavoro in campo, attraverso progetti dedicati nel segno della massima qualità, che hanno come obiettivo l’individuazione dei migliori cru di Amarone, Valpolicella, Soave e Lugana. E siamo certi, come recita anche il nostro nuovo payoff, di avere un grande futuro alle spalle”.

CANTINA SAN MICHELE APPIANO

Hans Terzer

“La novità di questo Vinitaly è il tingersi di rosso della nostra The Wine Collection. Dopo due Sauvignon blanc, infatti, quest’anno è la volta di un Pinot nero dell’annata 2015. Pregiato e ineguagliabile, quanto difficile e intemperante, il più nobile dei vitigni borgognoni ha rappresentato una vera sfida. Dal carattere difficile come quello di una diva, infatti, il Pinot nero non ammette decisioni sbagliate: non a caso, ho atteso 20 anni prima di selezionare una micro-partita in due aree molto vocate. Volevo dimostrare che un Pinot nero importante si può produrre anche in una zona abbastanza giovane e ancora non riconosciuta come meriterebbe. E le uve selezionatissime che compongono il Pinot nero The Wine Collection provengono da due distinti vigneti della parte settentrionale dell’Oltredige, Rungg – Cornaiano e Appiano Monte: aree con un microclima che permette a questo vitigno di esprimersi al meglio”.

MONCARO

Doriano Marchetti

“Al centro della presenza di Moncaro a Vinitaly, il progetto d’avanguardia finalizzato a ridurre al minimo i residui di sostanze impattanti sui terreni agricoli biologici. Se, infatti, le Marche sono la prima regione italiana per incidenza dell’agricoltura bio, con il 20% del totale regionale, allo stesso tempo detengono anche il primato nella sperimentazione di soluzioni alternative ad alcune sostanze, come il rame, che seppur consentite, lasciano dei residui nell’ambiente. In questo senso, finora, si è rivelato particolarmente efficace il chitosano, un vero e proprio ‘farmaco’ naturale, derivato dai gusci dei crostacei. Questo prodotto sta dando ottimi risultati nei campi sperimentali individuati dalla facoltà di agraria dell’università Politecnica delle Marche per combattere la peronospora, ossia una delle più temute malattie della vite”.

CORTESE – THE WINE PEOPLE

Priscilla Girelli

“Cortese è il marchio di punta del progetto The Wine People, che dal 2016 unisce produttori di vini biologici provenienti da diverse regioni italiane. L’inizio di quest’anno è stato in salita, per via della difficile vendemmia del 2017. Nonostante questo, alcuni nostri prodotti, come il Nerello Mascalese, hanno vinto diversi premi, ottenendo in tempi rapidissimi la certificazione bio. Le nostre vigne si trovano a Vittoria, in provincia di Ragusa, nel cuore del Cerasuolo, dove si sta sperimentando anche la coltivazione di uve tipiche dell’Etna, qui triplantate. Le vendite, al momento, si suddividono tra Sicilia e in piccola parte anche Europa e Stati Uniti. L’obiettivo è però quello di entrare in tutto il mercato nazionale e nella Grande distribuzione organizzata. La nostra linea top è denominata La selezione, mentre la gamma Nostru impiega uve importate, ma sempre provenienti da filiera biologica”.

FRESCOBALDI

L’azienda punta a diventare il produttore di riferimento per i vini di prestigio in Toscana, dedicando il lavoro alla valorizzazione e all’esaltazione delle diversità tra i suoi territori. Questo avviene attraverso una coltivazione ecosostenibile della terra, per produrre vini pregiati che rappresentano perfettamente e mostrano in pieno la diversità delle tenute di proprietà, ma anche mediante la promozione della cultura toscana e dei suoi differenti territori, attraverso specifici progetti di valore. Tra le referenze top di Vinitaly, a spiccare sono l’Aurea Gran Rosé, nato dal sapiente matrimonio tra Syrah, Vermentino e un tocco di vin de reserve, ma anche Rialzi Gran Selezione Tenuta Perano, la più autentica espressione del Sangiovese nel cuore del Chianti Classico.

LUNGAROTTI

Tra le novità presentate quest’anno da Lungarotti, spicca la nuova versione del San Giorgio 2016, storico rosso Igt, creato nel 1977 dal fondatore della cantina, Giorgio Lungarotti, rinnovato nell’uvaggio e nell’etichetta. Spazio, poi, al connubio tra arte e vino, con la presentazione in anteprima del Triple Twist, una scultura di marmo realizzata dall’artista statunitense Beverly Pepper per il parco della cantina a Torgiano, che sarà inaugurata ufficialmente il prossimo 24 maggio. Lungarotti ha chiuso il 2018 con oltre 2,5 milioni di bottiglie prodotte e un fatturato di 8,6 milioni di euro, registrando un incremento rispetto allo scorso anno del 7,5%. Valori positivi che proiettano gli introiti complessivi del gruppo a 9,6 milioni di euro, +6% rispetto al 2017.

VARVAGLIONE 1921

Lo stand a Vinitaly e la comunicazione sono stati declinati nel segno di Idea, la nuova etichetta che si aggiunge all’offerta Varvaglione. Si tratta di un rosato ottenuto da uve di Primitivo di Manduria, una bella sfida che completa la gamma con un prodotto che il mercato richiede e che rientra nella filosofia aziendale della realtà pugliese. Vinitaly è stata anche l’occasione per presentare le nuove annate dei vini che hanno reso Varvaglione 1921 una colonna del fare vino nel Sud Italia, caratterizzandosi su valori ed elementi fondanti quali sostenibilità, qualità e radici. Dal Papale, signature wine dell’azienda, sino alle Collezioni Terra, che racconta il legame con le origini ed è un omaggio alla mediterraneità, fino a Famiglia. A questi capisaldi si aggiunge uno stile di raccontare il vino che ha portato l’azienda a promuovere la linea 12eMezzo, interpretazione attuale dei vitigni autoctoni che celebra l’identità del made in Italy attraverso delle etichette celebrative della bellezza e della moda, denominate Fashion edition.

Signorvino conquista Vinitaly, svelando i gusti degli italiani



Tra i grandi protagonisti in fiera a Vinitaly, anche Signorvino, catena di negozi specializzati in vini italiani, dove è possibile comprare, degustare, bere un bicchiere o una bottiglia allo stesso prezzo dell’asporto. Una formula giovane e divertente, che ha condotto l’eno-catena a uno sviluppo tale da consentire, oggi, di osservare direttamente il consumatore finale, potendo fornire dati interessanti per i produttori e gli operatori del settore sulle abitudini al consumo di vino in Italia. Il campo di studio dell’Osservatorio Signorvino è ampio: un fatturato complessivo di gruppo da oltre 31 milioni di euro e più di 1.500 etichette da almeno 250 fornitori gli consentono di dare indicazioni sul valore e sul volume delle Denominazioni maggiormente vendute, rappresentando le preferenze espresse dal consumatore e profilando diversi target con le relative abitudini. “La prima veste di Signorvino nel settore enoico è proprio quella di cliente, acquistando ogni anno circa 900mila bottiglie nelle cantine italiane”, sottolinea Luca Pizzighella, direttore di Signorvino. “1.500 etichette in ogni store, 16 punti vendita e quasi un milione di bottiglie vendute, ci permettono di estrapolare dati che speriamo possano essere un vero riferimento per il settore, grazie alla nostra possibilità di osservare direttamente il comportamento e le scelte del consumatore finale”. La ricerca, lanciata proprio in occasione dell’appuntamento scaligero, conferma che l’80% degli acquisti da Signorvino è collegato a vini provenienti da Veneto, Toscana, Piemonte e Lombardia, cui si aggiunge un contributo più marginale fornito dal Trentino Alto Adige. Un dato, quest’ultimo, che supporta la notizia di una maggiore crescita (+5%) nel consumo di referenze del Nord Ovest rispetto a quelle del Nord Est. In relazione al Centro Italia, invece, i trend sono rimasti pressoché simili al 2018: la Toscana mantiene invariata la prima posizione, ma in termini di crescita il primato va all’Emilia Romagna, con un +21%, seguita dalle Marche, con un +17% che, tuttavia, non diventa di significativa incidenza se si pensa al fatturato. La migliore performance di crescita, infine, è registrata dalle regioni del Sud, in particolare Puglia, Basilicata e Calabria, a cui si affianca un trend positivo anche della Sicilia (+2%). A livello di categorie, poi, per i primi mesi del 2019 sono le bollicine ad aver registrato il passo in avanti più significativo, segnando un trend di crescita del 6% sul valore assoluto, seguite da vini bianchi e rossi (entrambi +3%) e dai rosati (+2%). Lieve flessione, all’opposto, per i vini dolci, che registrano un arretramento del 5%.

I “Vini Coraggiosi” di Tannico protagonisti a Vinitaly and the City

Dopo l’esordio ufficiale in fiera nel corso dell’edizione dello scorso anno, il Double Decker Tannico è tornato a Verona, presidiando questa volta il contesto di Vinitaly and the City, spin off dedicato al grande pubblico della manifestazione, che si è sviluppato nei luoghi simbolo della città scaligera e lungo la riviera del Garda. Il caratteristico bus all’inglese del più importante e-commerce del vino italiano ha fatto tappa in piazza San Zenone, da venerdì 5 a lunedì 8 aprile. “Portare il nostro Double Decker direttamente per le strade di Verona è una scelta che riconferma la nostra missione di rendere il mondo vino più accessibile e democratico”, spiega Marco Magnocavallo, founder e ceo di Tannico. “Uscire dai padiglioni della fiera ci permette di dare un segnale di apertura al consumatore affinché ci percepisca non come un servizio unicamente per addetti ai lavori o fini connoisseurs ma anche e soprattutto come un’azienda raggiungibile senza il bisogno di acquistare il biglietto di Vinitaly per degustare le nostre etichette”. In occasione dell’appuntamento veronese, Tannico ha promosso anche una ricerca volta a indagare, su un panel di oltre 100mila persone, gli ultimi trend di consumo. Uno studio che ha analizzato i dati raccolti nel periodo 2015-2018, evidenziando come sempre più i consumatori si rivolgano verso produzioni “fuori dal coro”: dai vini naturali a quelli in anfora, passando per i biodinamici e quelli da viticoltura eroica. Un mercato in decisa crescita, la cui quota è quasi raddoppiata – passando nel periodo preso a riferimento dall’8% al 15% sul totale del venduto di Tannico – e che ha come target privilegiato l’universo femminile e i giovani. Un trend che l’eno-teca online ha scelto di approfondire, valorizzandolo, attraverso il lancio di “Vini Coraggiosi”, la nuova sezione del sito Tannico dedicata appunto ai vini fuori dagli schemi tradizionali e per la cui creazione ci vuole coraggio, mente aperta e un impegno che prevede un rischio più alto, ma soprattutto tanto amore e rispetto della natura. “Vini che, esattamente come noi, vogliono sfidare le consuetudini del settore enoico, riscrivendone le regole”, chiosa Magnocavallo.



reportage vinitaly 2019



Depur Padana Acque
Marco Griguolo



Klaus Pauscha & Partner

Enolitech 2019: la tecnologia si rinnova

All'interno di Vinitaly 2019 ha trovato spazio il padiglione dedicato a Enolitech. Il salone, rivolto specificatamente agli operatori di settore, ha acceso i riflettori sulle tecnologie dedicate a tutte le fasi del ciclo produttivo delle cantine vitivinicole, dei frantoi, dei birrifici e del mondo del beverage in senso più ampio. Senza dimenticare, logicamente, gli enologi e gli addetti alla logistica e ai servizi.



Alfatek



Barzagli Generatori



Birotehnik



Cadalpe
Paola Benvenuti e Valter Poloniato



Cartobol



Cmp



Della Toffola



Bioagrotech
Da sinistra: Pasquale Vetrella e Michele Lomonaco



Aco Passavant



Enos



Foss Italia



Carmo Wood



Ghidi Metalli



Giaretta Italia



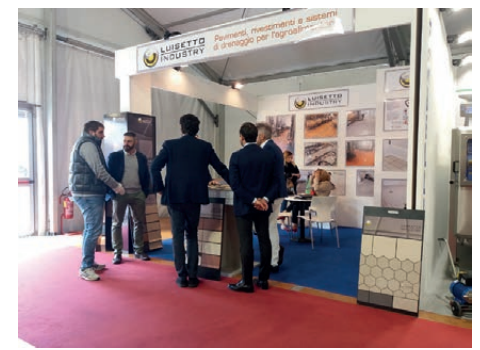
IdroElektrika



Ipm Italia



Liqui-Box Spain



Luisetto Cantieri



M.E.P. Macchine Enoagricole Perugini



Mittelberger & Co.



New Clean



Oma



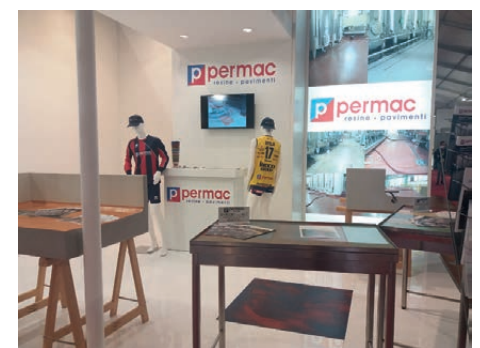
F.lli Malin



Palladini



Pava Resine



Permac Resine



Montecchio



Plastic Box



Rotocar



S.G.E.



Sika Italia



Strazzari



Vogelsang



Zambelli Enotech
Da sinistra: Marco Feltrin e Fabio Raffaello

“Serve un prezzo adeguato e stabile”

La tavola rotonda sul vino nella Grande Distribuzione, organizzata da Veronafiere in collaborazione con Iri. Gli interventi di Federvini, Unione Italiana Vini, Coop e Conad. Una riflessione sul mercato del vino italiano in Germania.

Tradizionale e consolidato appuntamento di dialogo e confronto tra gli operatori, anche a Vinitaly 2019 è tornata sulla ribalta la tavola rotonda dedicata al mercato del vino nella Gdo, organizzata da Veronafiere in collaborazione con l'istituto di ricerca Iri.

A fare da trama e ordito per il dibattito, i dati relativi all'anno 2018 in Italia (di cui forniamo una panoramica esaustiva in queste pagine, riassunta mediante grafici e tabelle). Ebbene: di fronte ad un aumento medio dei prezzi del vino nei supermercati del 6,5% nel corso dello scorso anno, il consumatore ha ridotto gli acquisti del 3,8%. Tanto più che le promozioni di vini a prezzi scontati sono diminuite di circa il 2%. Ma non solo: si sono registrati cambiamenti significativi nelle dinamiche di acquisto. La riduzione della forbice di prezzo tra vini generici, vini Igt, vini Doc e Docg ha portato ad uno spostamento verso l'alto con i soli vini a Denominazione che mantengono le posizioni (-0,7% a volume). Tuttavia, al netto degli effetti inflattivi della scarsa vendemmia del 2017, l'aumento del valore del vino nella Grande distribuzione viene considerato come una tendenza positiva e necessaria sia dalle cantine sia dalle insegne distributive.

La cosiddetta 'scommessa sul valore', un processo portato avanti insieme da anni da cantine e insegne distributive, significa prezzi adeguati al valore del vino e stabilizzati, in modo da consentire lo sviluppo di strategie di medio lungo periodo. Per difendere il prodotto dalle oscillazioni di valore delle uve e da impennate impreviste del mercato del vino sono importanti i severi Disciplinari dei vini a Denominazione, la valorizzazione dei vini territoriali e quindi dei brand.

“Vendemmie abbondanti o scarse hanno effetto sui prezzi delle uve destinate ai vini, in particolare ai vini da tavola, che pagano le forti oscillazioni al rialzo con importanti cali dei volumi”, ha sottolineato Virgilio Romano, Business Insight Director dell'istituto di ricerca Iri. “I disciplinari delle Denominazioni proteggono da tali forti oscillazioni permettendo alle aziende di mantenere politiche commerciali e di marketing stabili nel tempo. Agli inizi del 2000 la percentuale di vini con marchio di qualità (Docg/Doc/Igt) era inferiore al 60%, oggi siamo arrivati intorno al 70%. La strada è questa, continuare a valorizzare territori e produzioni”.

Proprio sul tema della 'scommessa sul valore' è stato portato l'esempio del Negroamaro (uno dei vini che meglio si è piazzato nella classifica dedicata alla maggior crescita): ha aumentato del 6% il prezzo medio, arrivando a 3,37 euro a bottiglia, e ha registrato un aumento delle vendite del 9% con un incremento complessivo a valore (del fatturato) del 15%.

Su queste dinamiche – ma anche sugli indicatori che hanno connotato il business nel primo bimestre del 2019, che evidenzia un trend al rialzo anche sul versante dei consumi interni – come accennato in apertura è scattato il confronto tra gli operatori: da quelli della Grande distribuzione (nei vari riquadri i commenti dei principali player intervenuti) per arrivare a quelli dei rappresentanti delle cantine, Federvini e Unione Italiana Vini, che si sono espressi favorevolmente in merito alla 'scommessa sul valore'.

“Sarebbe auspicabile sia da parte dei produttori che dei distributori”, ha sottolineato Enrico Zanoni, consigliere nazionale di Unione Italiana Vini e direttore generale di Cavit, “la gestione di una politica di prezzo correlata più al corretto posizionamento dei diversi prodotti, e meno influenzata dagli andamenti della materia prima nella diverse vendemmie”.



Da sinistra: Massimiliano Capogrosso, Enrico Zanoni, Giorgio Santambrogio, Luigi Rubinelli, Alessandra Corsi, Alessandro Masetti, Virgilio Romano e Davide Mazzola



“Federvini ed i suoi associati lavorano da tempo lavorato per la valorizzazione del vino, con importanti investimenti nel vigneto ed in cantina. La Grande distribuzione ed i consumatori hanno accettato la scommessa”, ha commentato Massimiliano Capogrosso di Federvini (oltre che direttore commerciale Italia delle Cantine Ferrari). “Ora occorre andare ancora più in profondità perché ogni segmento raggiunga il giusto punto di equilibrio”.

Nel corso lavori, è stato toccato anche il tema del preoccupante calo di vendite di vino italiano nella Grande distribuzione tedesca, un mercato rilevante per l'Italia: i dati raccontano di una flessione del 2,8% all'interno di supermercati e ipermercati e addirittura del 40% nei discount (dati Iri, a volume anno 2018).

“Si tratta di un calo generalizzato del mercato del



vino in Germania considerato che il 70% del vino viene venduto tra discount e supermercati”, ha precisato Davide Mazzola, responsabile vini e bevande di Metro Italia, nota azienda distributiva che ha sede in Germania. “Ormai in questo mercato si tende a bere solo vino di qualità, e sempre meno a pasto. Pertanto bisognerà spingere sui vini Premium e sul mercato degli spumanti, molto apprezzati in Germania, oltre che sui vini bio italiani considerati tra i migliori, proprio dagli stessi tedeschi, che non a caso importano il 35% del vino green prodotto nel Bel Paese”.

Spazio, infine, anche al tema emergente (e per molti scottante) delle vendite online. Un business che vale circa 12 milioni di euro, ma rappresenta un’opportunità di crescita per cantine e insegne distributive, anche in considerazione del fatto che tra un decennio molti consumatori saranno nativi digitali.

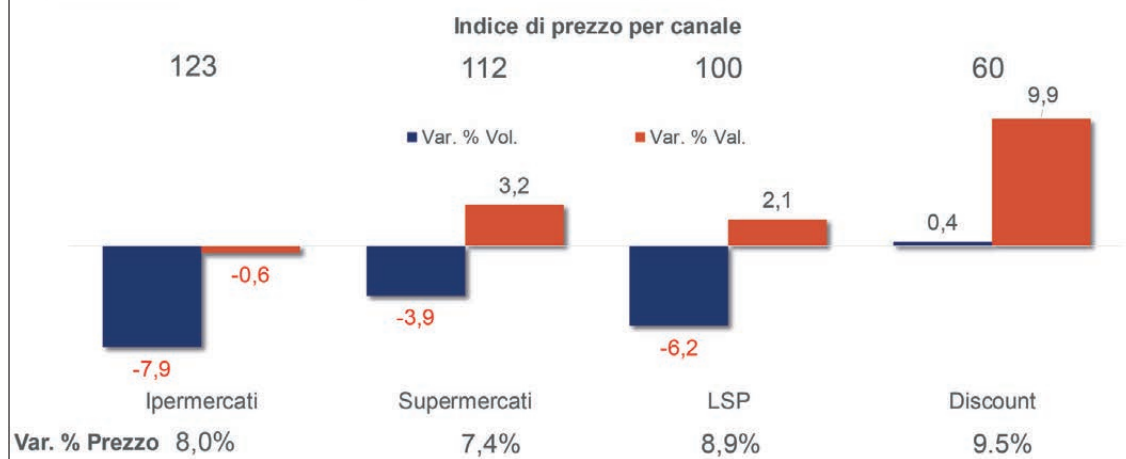
Nel 2018 il mercato è in sofferenza, con volumi in calo per gli aumenti di prezzo e valori in crescita.



IRI

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Il canale moderno segna il passo, il Discount grazie alle nuove aperture tiene



IRI

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

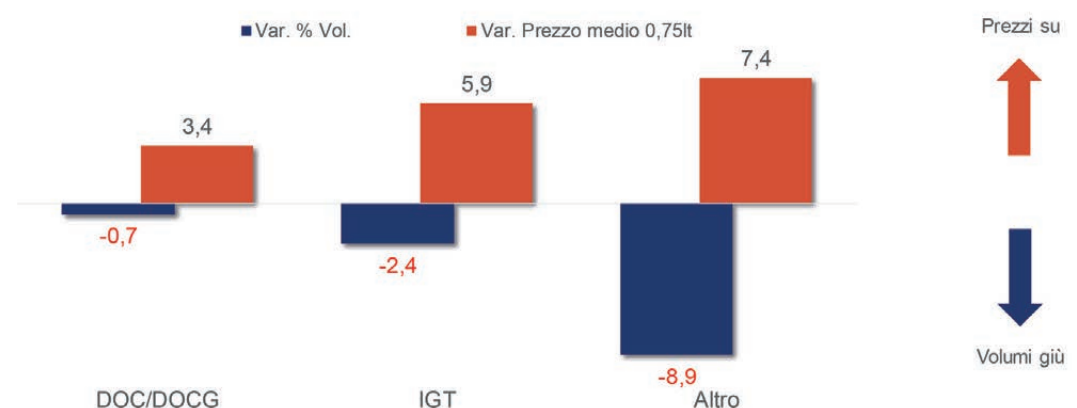
Nel 2018 rallentano anche gli Spumanti, pur sempre in territorio positivo



IRI

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Nella bottiglia da 0,75lt, che vale i ¾ dei fatturati, i prezzi medi aumentano, i volumi scendono con dimensioni e impatti diversi tra vini a denominazione e vini da tavola

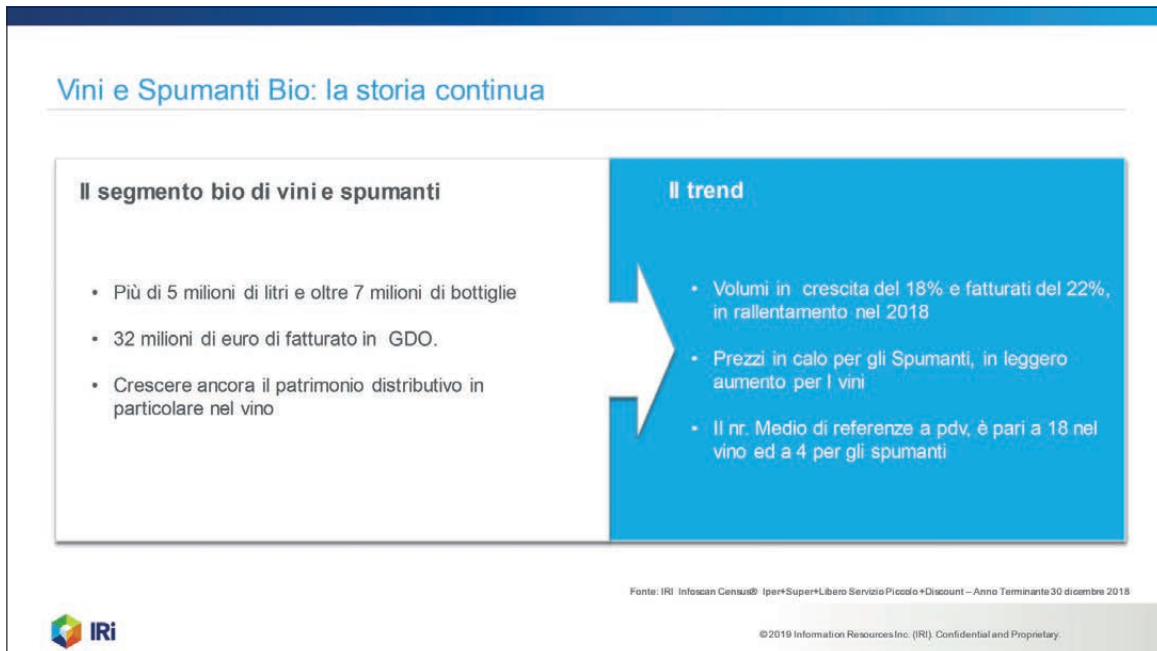
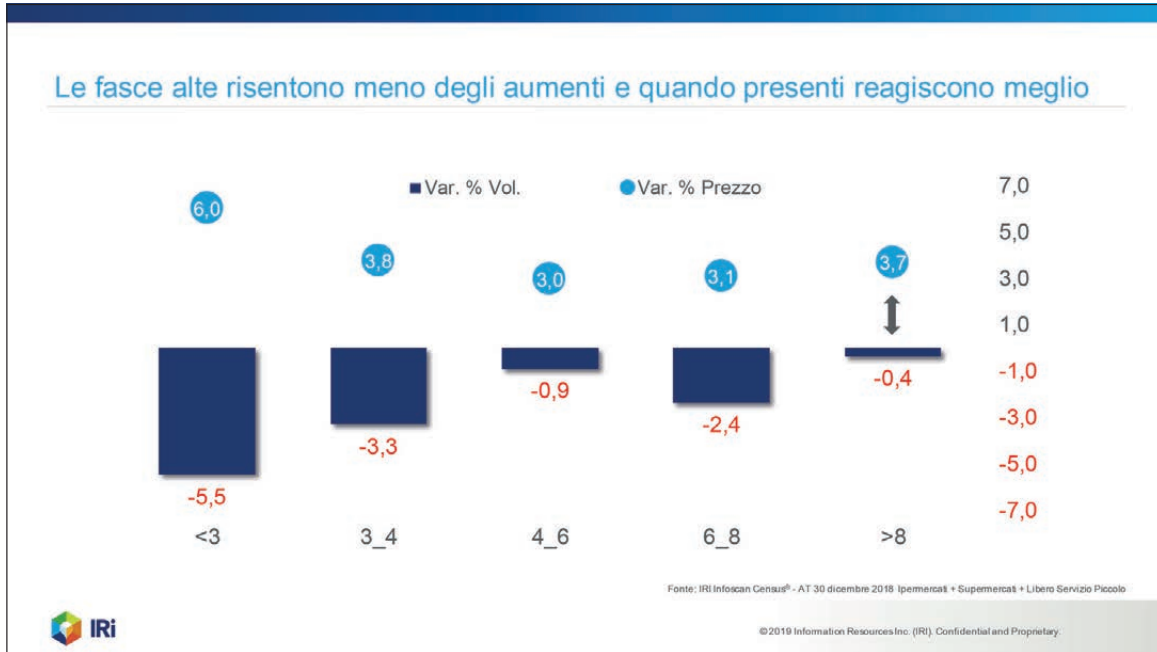
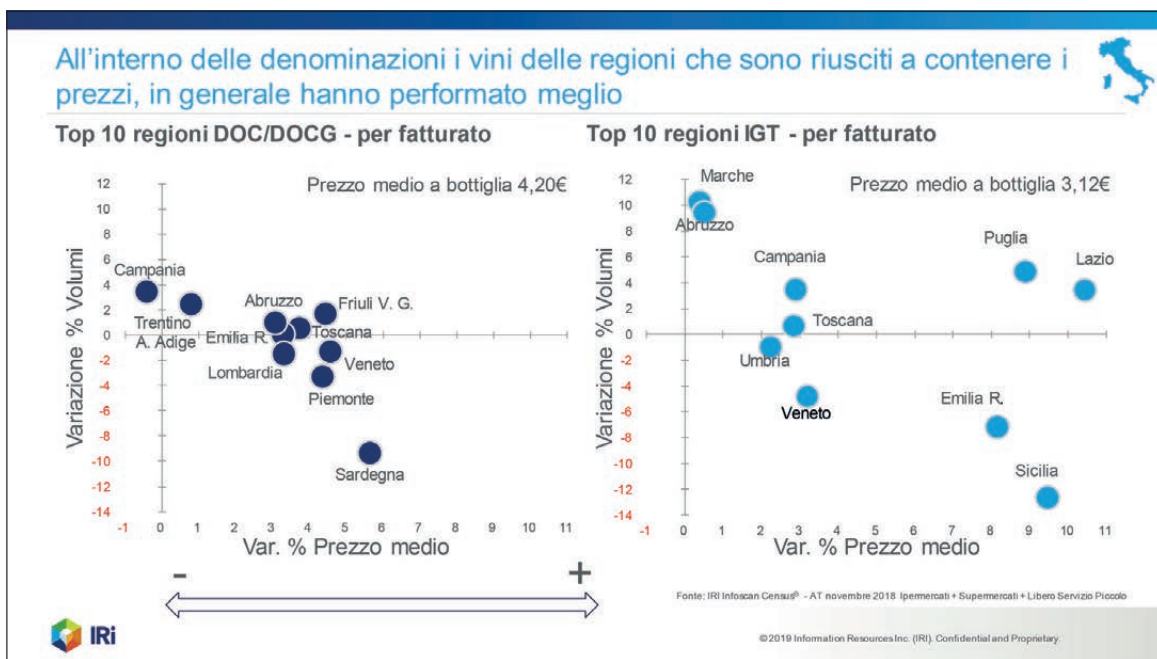


IRI

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

segue

reportage vitaly 2019



Coop Italia Alessandro Masetti, Responsabile settore alimentari e liquidi

“Coop ha chiuso le vendite del vino nel 2018 ad un +3% a valore e con un -2,8% a volume, a cui va ad aggiungersi una lieve riduzione della pressione promozionale più marcata nei vini generici e pressochè nulla nei vini a Denominazione e negli spumanti. Il dato ricalca a grandi linee l'andamento nazionale con una ulteriore conferma dei vini a Denominazione a discapito dei vini generici. E' in linea con quanto ci attendevamo dai dati emersi dalla vendemmia 2017: poche quantità e quindi aumento dei prezzi con conseguente minor disponibilità promozionale delle marche, riduzione della forbice tra i vini generici e quelli a Denominazione e conseguente spostamento dei consumi a questo secondo gruppo di prodotti. Questo andamento ha avuto un'indubbia ripercussione sui prezzi all'acquisto che sono variati molto di più dei posizionamenti a scaffale e se la riduzione dei volumi è stata così contenuta è anche merito della Gdo che in annate come quella appena passata fa da calmieratore dei prezzi e in parte attutisce la variazione. Ritengo, però, che questo andamento delle vendite sia in linea con l'evoluzione dei consumi nel lungo periodo: riduzione di consumi a base di alcool a favore di una maggior qualità. Il vino non lo consiglia il medico. Il vino è e deve essere un piacere, un'esperienza da condividere in famiglia o con gli amici, deve rappresentare la ricerca del migliore accompagnamento del cibo, per tentare nuovi abbinamenti, sperimentare o semplicemente riscoprire i gusti di territori visitati durante le vacanze o scoprirne di nuovi. Il vino resta un prodotto che va bevuto con moderazione e senso di responsabilità, sia nei confronti della propria salute che nei confronti della società. È difficile pensare che con un andamento demografico in calo, una popolazione sempre più anziana e attenta alla propria dieta, i consumi di vino improvvisamente possano aumentare. Non so però se il 2019, quindi nel breve periodo, seguirà questo percorso: di solito quando la vendemmia è positiva per le quantità si torna ad assistere ad una maggiore aggressività promozionale che mira a stoccare il consumatore o a stimolarne l'acquisto e il rischio di svalorizzare il prodotto c'è tutto, disperdendo quanto di buono costruito nella relazione con il consumatore cercando di comunicare il giusto rapporto tra qualità e prezzo. E' un percorso pericoloso anche per il distributore, perché il punto di partenza per la nostra insegna è quello di un margine a scaffale già inficiato dall'andamento precedente. E' proprio per ovviare a questo rischio ricorrente che Coop ha puntato decisamente su due linee di vini a marchio, una per un consumo quotidiano, per un piacere pieno e sincero, senza compromessi, con un prezzo allineato alla media della categoria e l'altro volto a valorizzare appieno l'eccellenza dei territori e delle Denominazioni scelte insieme alle cantine partner per un prodotto di qualità extra ordinaria a prezzo ordinario. A queste due esigenze rispondo rispettivamente le linee Assieme e Fior Fiore, quest'ultimo realizzato in collaborazione con Ais per dare un'ulteriore garanzia al consumatore all'interno di un mercato ancora troppo ricco di etichette, dove spesso la leva del prezzo rischia di essere il solo indizio che assicuri la qualità”.

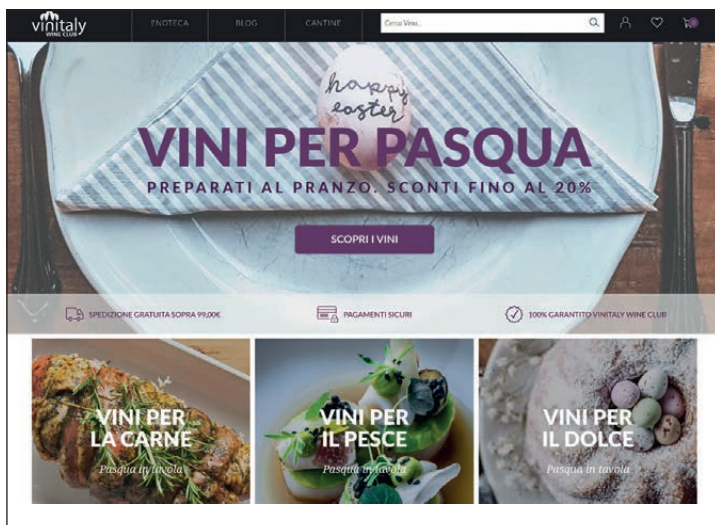




Conad

Alessandra Corsi, direttore marketing dell'offerta e Mdd

“Nel corso del 2018 abbiamo definito un mix di offerta, una pressione promozionale di circa 10 punti inferiore al mercato, e un'oculata politica di prezzi con incrementi decisamente inferiori rispetto alla media del mercato. Il risultato per Conad è un giro d'affari di 240 milioni di euro a totale categoria, con una crescita a valore del 6% nel 2018”.

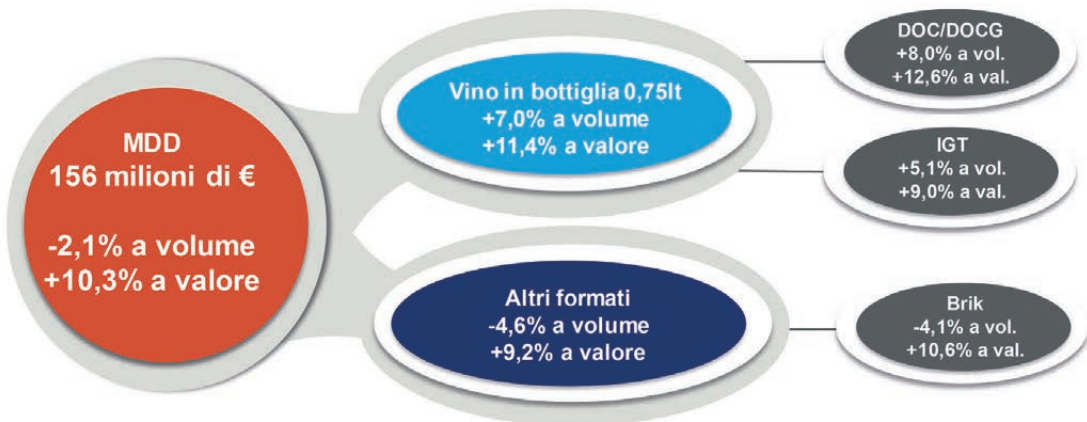


Vendite Online

Alessandro Olivieri, Presidente Vinitaly Wine Club

“Mentre il canale Gdo è ben presidiato ormai da almeno due decenni, l'online inteso sia come promozione che come vendita è ancora un territorio poco esplorato dalle cantine italiane, anche se la domanda da parte dei consumatori sta crescendo a ritmi molto interessanti da diversi anni. Il mercato interno, soprattutto per il ritardo nello sviluppo dell'e-commerce e dei sistemi di pagamento digitali, è quello più indietro tra le principali nazioni Ue, anche se è tra quelli con la miglior crescita negli ultimi anni. Mentre ad esempio in Germania, Francia, Uk il mercato online ormai è 'limitato' dalla crescita del mercato offline, in Italia il trend è molto più legato dagli altri canali e continua a crescere in doppia cifra da diversi anni. Pur parlando ancora di una nicchia, se compariamo i volumi o i fatturati del canale rispetto al settore in generale, la vendita online rimane ancora la migliore opportunità di crescita per le cantine italiane sia sul mercato interno che su quello estero”.

La Marca del Distributore (MDD) performa meglio dei segmenti di appartenenza
Quota a valore del 10% (14% in volume) a totale vino, in crescita rispetto al 2017

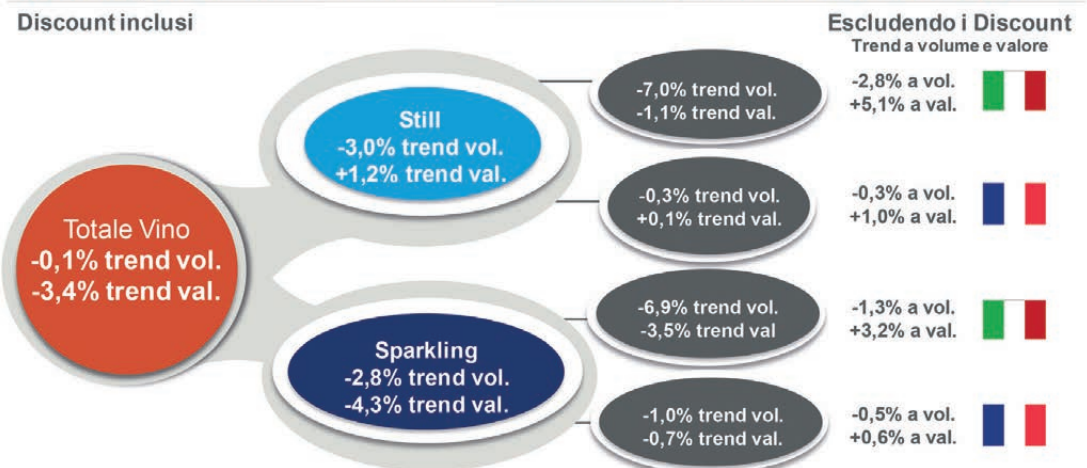


IRI

Fonte: IRI Infoscansensus® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 30 dicembre 2018

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Germania: quasi 5 Mld € e 22 mio di ettolitri; flette il mercato soprattutto nel Discount (che vale circa il 40% dei volumi) – calano i volumi ma cresce la spesa



IRI

Fonte: IRI Germania: Year 2018 - LEH Total with Discount

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

In mercati stagnanti l'E-commerce rappresenta oggi una opportunità fondamentale di crescita; lo è anche per il vino



IRI

*E-commerce retail+Amazon - Fatturato Canale On-Line Gennaio Dicembre 2018, Canali fisici. Fonte: IRI Infoscansensus® AT 2018 - Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Discount

©2019 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Alcune considerazioni

- In un decennio inizieranno a diventare responsabili di acquisto i nativi digitali
- Le abitudini di acquisto cambieranno velocemente
- Occorre imparare a utilizzare e gestire i nuovi canali di vendita per non lasciarsi trovare impreparati



2020: nasce la piattaforma Wine to Asia

L'iniziativa di Veronafiere, prevista a giugno del prossimo anno, ha un obiettivo chiaro: essere un riferimento permanente per il Far East, un mercato che vale 6,4 miliardi di euro.

A cura di **Riccardo Colletti**



Con lo sguardo rivolto al Far East. Puntando su un progetto di ampio respiro. È Wine To Asia la nuova piattaforma multicanale di Veronafiere, creata attraverso una newco di cui la Spa veronese detiene la quota di maggioranza. Partner unico è la Shenzhen TaoshowCulture & Media, società che fa parte della Pacco Communication Group Ltd con sede a Shenzhen e attiva anche a Beijing, Chengdu, Xi'an e Shanghai. L'iniziativa in programma nel prossimo giugno 2020, prevede un investimento di 2 milioni di euro e soprattutto la costituzione della nuova società Veronafiere Asia con sede a Hong Kong. E costituirà, dopo in lancio di Wine South America, un secondo anello strategico della catena di internazionalizzazione del vino made in Italy, che culminerà nel 2022 con la creazione di una struttura di promozione dedicata sul mercato del Nord America.

Insomma, l'orizzonte si schiude sempre più. "Il Far East È un'area da presidiare costantemente e per la quale abbiamo creato un'iniziativa permanente, come previsto dal nostro piano industriale, dopo oltre vent'anni di attività continuativa. Basti dire che la domanda globale di vino dell'Asia Orientale vale 6,45 miliardi di euro di import ed è prossima all'aggancio del Nord America che somma 6,95 miliardi di euro", ha spiegato Maurizio Danese, presidente di Veronafiere. "Nella corsa al vino, l'Asia Orientale sta facendo gara a sé con un balzo a valore negli ultimi dieci anni del 227%: vale a dire 11 volte in più rispetto ai mercati Ue e quasi il quadruplo sull'area geoeconomica Nordamericana".

Congratulazioni sono state espresse sia a Veronafiere, sia a Pacco Communication Group – per aver realizzato un nuovo brand di promozione del vino attraverso la piattaforma Wine To Asia – da parte di Michele Geraci, sottosegretario del ministero allo Sviluppo economico, che ha dichiarato: "Si tratta di una modalità di approccio innovativa al crescente mercato asiatico. Con questa iniziativa in qualche modo si cambia musica e spartito. L'obiettivo è quello di lavorare alacremente per colmare il gap con i competitor. Come Italia dobbiamo appro-

fitare di questo momento di grande attenzione per il nostro Paese da parte dei media e dei consumatori cinesi. Il Governo, dopo la firma del memorandum sulla Via della Seta e la creazione della Task force Cina, conferma una volta di più il suo sostegno alle Pmi che necessitano di guida e assistenza".

La città scelta per la nuova iniziativa è una delle aree più dinamiche della Cina, crocevia della Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area, che conta oltre 100 milioni di abitanti. "Shenzhen ha il più alto tasso di crescita economica in Cina negli ultimi 20 anni e sono presenti il 30% degli importatori totali di vino", ha evidenziato Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere. "Inoltre, è la terza città per importanza economica dopo Pechino e Shanghai ed è considerata la città dell'innovazione e della comunicazione digitale. Vinality è il brand forte del vino italiano in Cina, un marchio riconosciuto su cui stiamo costruendo un modello di stile tutto italiano di promozione in Asia. L'evento, che sarà di matrice b2b, prevederà nella fase di start up la presenza di 400 espositori, configurandosi con un respiro internazionale".

La società prescelta per l'accordo è stata fondata nel 2009 si occupa di strategie online e offline di promozione in Cina nei settori wine&food e lifestyle e collabora con Veronafiere-Vinality già da sei anni, col quale promuove il fuori salone di Chengdu e i road show promozionali e culturali nelle città di prima e seconda fascia della Cina. "Stiamo lavorando con Veronafiere dal 2014. Siamo partiti da Chengdu con il fuori salone, la più antica manifestazione dedicata ai vini e ai distillati in Cina e luogo simbolo della distribuzione che punta a esaltare il segmento dei fine wine", ha dichiarato, Alan Hung, ceo di Shenzhen Pacco Cultural Communication Co. Ltd. "Inoltre, abbiamo contribuito ad ampliare il presidio di Vinality attraverso l'attività di roadshow in città di prima e seconda fascia. Proprio questa lunga collaborazione ci ha permesso di conoscerci bene e raggiungere oggi questo accordo con l'obiettivo di cogliere nuove opportunità per il settore vitivinicolo sia in Cina che in Asia, mercati con la maggiore crescita potenziale al mondo". Non solo: vale la pena sottolineare che Pacco Group Ltd è co-organizzatore, inoltre, di CfdF-China Food & Drink Fair e organizzatore del Tao Show, il fuori salone del vino di Chengdu, due tra le più importanti manifestazioni b2b su vino e superalcolici in Cina. Nel comparto wine ha una rete di contatti di oltre 60mila produttori internazionali, importatori e distributori cinesi. Tra i partner e i clienti, anche Agenzia Ice, Vinexpo, JamesSuckling.com, Rhône Valley, Bordeaux Wine-School, French Dairy Inter Branch Organization.

La nuova iniziativa di Veronafiere ha raccolto anche il plauso del sindaco di Verona, Federico Sboarina: "Verona è stato il primo comune italiano a stipulare un gemellaggio con la città cinese di Hangzhou su un palcoscenico incredibile come quello della Via della Seta. Il rapporto con la Cina deve essere culturale, ma devono anche crescere gli scambi in ambito commerciale, soprattutto nel settore vitivinicolo dove possediamo ora un nuovo importante asset come Wine To Asia, primi in Italia. Insieme alla Fiera e alle categorie economiche del territorio dobbiamo lavorare per mettere in rete fin da subito tutte le eccellenze che possono interessare al mercato cinese, non soltanto quelle agroalimentari. Penso, ad esempio, all'offerta turistica o a quella della stagione lirica in Arena".



Da sinistra: Maurizio Danese, Alan Hung, Giovanni Mantovani, Michele Geraci e Federico Sboarina



TECNOLOGIE COMBinate: MBBR E SBR

In una casistica particolare, STA ha proposto una soluzione su misura per una cantina cliente.

L'impianto proposto è previsto con due stadi in serie: il primo a biomassa adesa (MBBR), il secondo con schema SBR a fanghi attivi sospesi. L'impianto che si propone per il trattamento delle acque derivanti dal ciclo di lavorazione dell'a-

zienda prevede l'impiego della tecnologia avanzata del letto fluido a monte di un reattore sequenziale SBR. La combinazione delle due soluzioni permette di utilizzare l'intero impianto durante l'alto carico e solo il reattore SBR durante il basso carico.

TECNOLOGIA DI TRATTAMENTO DI I STADIO: MBBR

I vantaggi di un sistema MBBR a monte di uno stadio tradizionale a fanghi attivi (FA) sono diversi:

- realizzare un pre trattamento biologico ad alto carico in grado di ridurre notevolmente l'inquinamento nel secondo stadio. Tale soluzione è particolarmente idonea nei reflui da cantina sottoposti ad una regolare e limitata stagionalità. Il pre trattamento a letto fluido sarà funzionante solo durante la vendemmia. Nei restanti periodi dell'anno si potrà utilizzare solo il processo SBR di secondo stadio;
- proteggere il comparto fanghi attivi da elevati carichi organici;
- migliorare l'efficienza e la qualità dei fanghi del sistema fanghi attivi.

La tecnologia MBBR (Moving Bed Biological Reactor) è un processo di trattamento biologico delle acque reflue che utilizza dei particolari supporti plastici per creare una grande superficie "protetta" su cui può svilupparsi un biofilm. I supporti sono mescolati nel reattore mediante la turbolenza generata dalla diffusione dell'aria. L'ampia superficie dei supporti permette, a parità di volume, una maggior capacità di trattamento. La tecnologia MBBR è nota per fornire un trattamento efficiente, stabile e robusto con un ingombro limitato.



IMPIANTI A BIOMASSA ADESA A LETTO FLUIDO E COLTURE SOSPENSE "MBBR"

TECNOLOGIA DI TRATTAMENTO DI II STADIO: SBR REATTORE A CICLO DISCONTINUO

Anche in questo caso il sistema di trattamento adottato è quello biologico a fanghi attivi, in cui la depurazione delle acque avviene ad opera di microrganismi che si nutrono delle sostanze organiche contenute nelle acque reflue.

La tecnologia impiegata prevede la realizzazione di un reattore a ciclo discontinuo (reattore batch od SBR) che si caratterizza per il fatto che le due principali funzioni degli impianti a fanghi attivi, ossidazione biologica e sedimentazione finale, avvengono all'interno dello stesso bacino.

Tali impianti sono particolarmente indicati per il trattamento degli scarichi industriali in quanto meno sensibili alle variazioni di carico, sia idraulico che organico, che caratterizzano tali reflui (per i ritmi operativi dei reparti di produzione).



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



IMPIANTI DI FILTRAZIONE

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

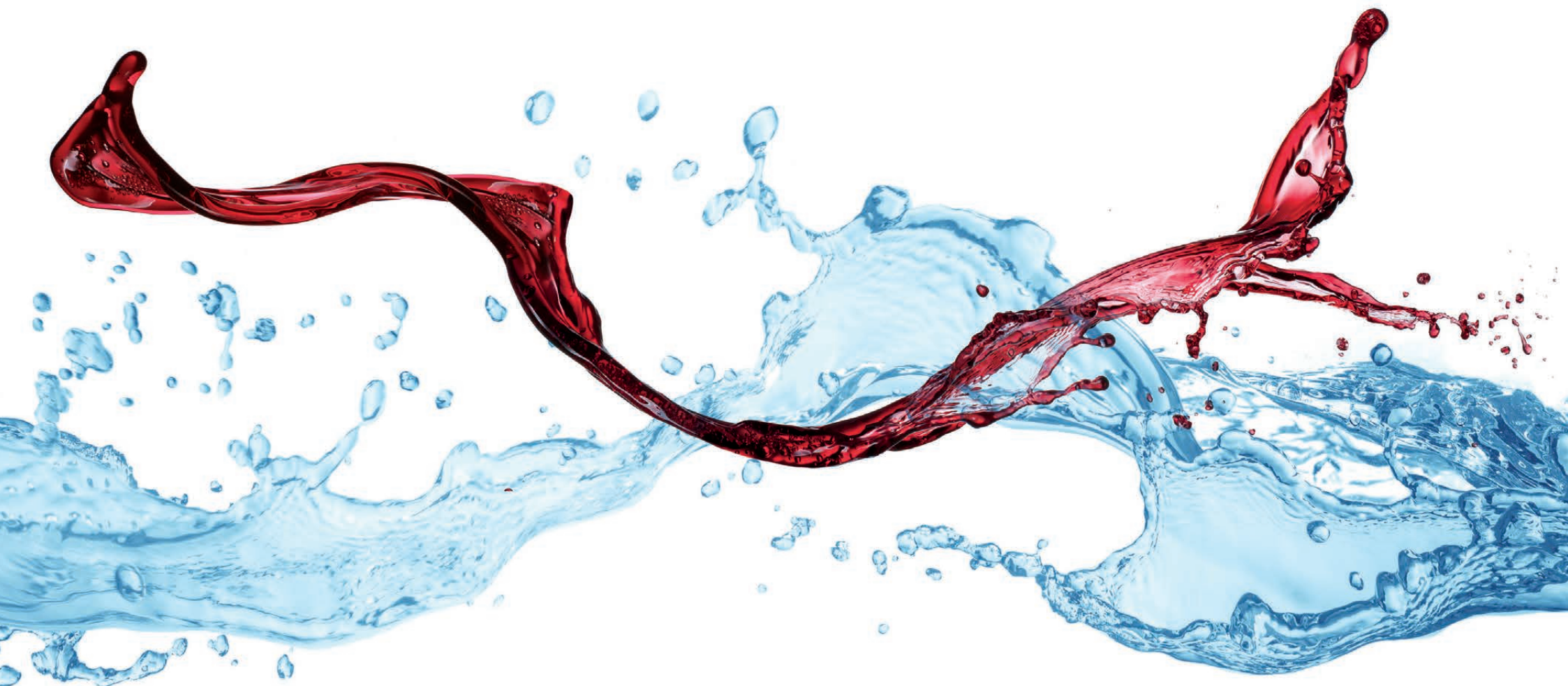
Sedi Operative

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

S.S. 420 Sabbionetana
Loc. Vicomoscato 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



ESNA-SOA
Società Organismo di Attestazione S.p.A.