



SOCIAL METER					
La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia. Rilevazione del 29/09/2020. Fonte: Tespi Mediagroup					
Facebook			Instagram		
CATENA			CATENA		
FOLLOWER			FOLLOWER		
1	Carrefour Italia	11.453.739	1	Lidl	645.000
2	Lidl	2.246.188	2	Eurospin Italia	195.000
3	Eurospin Italia	1.045.520	3	Esselunga	154.000
4	Conad	1.032.056	4	Md Spa	77.800
5	Esselunga	778.435	5	Carrefour Italia	48.700



VINO & CONSUMI

ANNO 7 - NUMERO 8 - OTTOBRE 2020
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



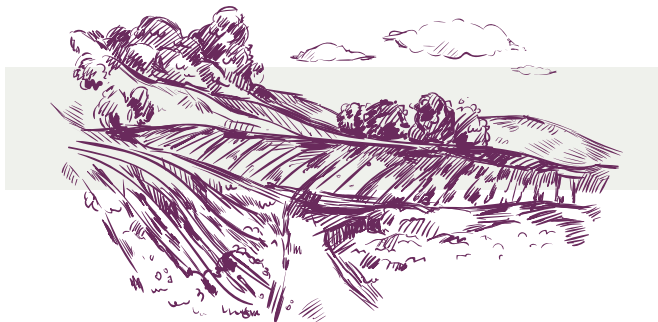
IL PROSECCO ROSÉ PER UN NATALE DIVERSO

La cantina veneta per le festività presenta il nuovo spumante rosato. E rinnova la grafica della sua iconica mini bottiglia. Un prodotto di successo da quasi 50 anni.

a pagina 24

DOSSIER

da pagina 25 a pagina 31



VENETO

Bollicine dall'appeal internazionale. Bianchi che catturano anche i palati più esigenti. E rossi d'indiscussa reputazione. Il panorama vinicolo della regione è vasto e variegato e, non a caso, è tra i grandi protagonisti degli scaffali di Gd e Do. Una selezione di aziende ed etichette rappresentative di questo grande terroir.

l'inchiesta

Misure anti Covid-19: la risposta di Gd e Do

Come vengono rispettate, oggi, le norme per contenere il contagio nei pdv? Un'indagine sul campo rivela le catene più attente e rigorose. Ma anche quelle che hanno allentato i controlli.

GRANDE ESCLUSIVA

da pagina 18 a pagina 22



l'intervista

Marca: non c'è due senza tre?

Novità, aspettative e problemi della fiera dedicata alla marca privata. In scena il 13 e 14 gennaio (ma forse anche il 15) a Bologna. La parola a Domenico Lunghi, direttore business unit private label and food.

GRANDE ESCLUSIVA

a pagina 7



GUIDA BUYER

SPECIALE NATALE

da pagina 11 a pagina 17

ZOOM

I 30 ANNI DEL LUGANA

Il popolare vino bianco gardesano piace molto in Germania: il 75% va all'export. Il Consorzio di tutela ha festeggiato con una degustazione che testimonia inattese capacità di invecchiamento.

a pagina 23



FOCUS ON

DEPUR PADANA ACQUE INVESTE NELL'INNOVAZIONE

Efficienza, risparmio energetico, sicurezza e limitato impatto ambientale sono le parole chiave delle nuove tecnologie dell'azienda. Che si presenta come partner ideale per le grandi cantine italiane.

a pagina 10

L'EVENTO

Miracolo a Milano

Nell'anno del Covid-19, la terza edizione della Wine Week è stata un successo e un modello di evento da seguire nel futuro. A partire dal format che unisce presenza e live streaming.

alle pagine 8 e 9



Le lettere degli avvocati

Il collezionismo di massa è una mania che, nel nostro Paese, si è sviluppata nel dopoguerra. Una volta sistemati i bisogni primari (mangiare e bere), si è passati ai secondari (frigorifero, Tv, lavatrice a cui sono seguiti il forno a micronde e una serie di ammenicoli di cui è piena la cucina di mia moglie). E' stata poi la volta dei terziari: dai francobolli alle monete, dalle moto alle auto d'epoca, dai Tex Willer agli Zagor per non parlare poi dei Dylan Dog. Possiamo dunque ben dire che gli italiani sono un popolo di santi, eroi, navigatori e... collezionisti.

Anch'io faccio parte della categoria. Ma la mia collezione è molto particolare e forse unica: raccolgo lettere di avvocati. Sono tante, frutto del mio lavoro di giornalista molto rompicoglioni. Iniziano tutte più o meno così: "Egregio Dr Frigerio abbiamo ricevuto l'incarico di scriverVi in nome e per conto dell'azienda XXX. L'articolo che lei ha scritto contiene affermazioni gravi e pretestuose, lesive della reputazione della nostra Assistita...". Continuano elencando e citando parti del pezzo incriminato e si concludono immancabilmente con minacce di vario genere e tipo.

Di solito ci si ferma lì. Gli avvocati intelligenti sanno che con una certa categoria di giornalisti è difficile spuntarla. Anni di professione mi hanno insegnato che non bisogna lasciare nulla al caso. Certi pezzi al fulmicotone nascono su basi certe e solo dopo aver raccolto prove evidenti di quanto si scrive: testimonianze, lettere, documenti, pezze d'appoggio incontestabili.

Qualcuno invece ha tentato di portarmi in tribunale. In ben quattro casi sono stato denunciato per diffamazione a mezzo stampa. Per tre il giudice ha dato il "non luogo a procedere". In un caso invece sono stato processato ma assolto con formula piena. Immaginatevi il mio godimento sommo. L'associazione in questione ha avuto un trattamento con i controfiocchi sulle mie riviste. Un titolo a caratteri cubitali in copertina e due pagine all'interno con foto a corredo. A cui è seguita una congrua richiesta danni per "lite temeraria". Sono spariti dalla circolazione.

L'ultima è di poco tempo fa. Me l'hanno scritta gli avvocati che rappresentano una nota catena distributiva. Lamentano che, sempre con un mio articolo, io abbia: "... Presentato al lettore una serie di informazioni gravemente inesatte". Elencano i fatti e concludono in modo perentorio: "La nostra Assistita non intende tollerare la diffusione di informazioni inesatte sul suo conto e nostro tramite vi INTIMA di astenervi, in assenza di fonti attendibili e verificate, dalla pubblicazione di ulteriori informazioni o articoli contenenti informazioni false, inesatte o imprecise relative alla nostra Assistita". Ma il finale è fantastico: "Entro il termine di 7 (sette) giorni dal ricevimento della presente, Vi invitiamo a metterVi in contatto con lo scrivente Studio per confermare per iscritto l'assunzione degli impegni sopra riportati. Resta salvo e impregiudicato il diritto della nostra Assistita al risarcimento dei danni, con riserva di quantificarli anche in ragione della diffusione dell'articolo".

Che fare allora? Semplice: "Male non fare, paura non avere". Nella mia lettera di risposta ho ribattuto punto per punto a quanto dichiarato dagli avvocati dimostrando che quello che avevo scritto era ed è tutto vero, confermato addirittura da documenti in mio possesso. E ho così concluso in modo sereno e amichevole: "Da ultimo evidenzio che la parte conclusiva della Vostra lettera rappresenta un gravissimo attacco alla libertà di stampa sia nei termini sia nei toni. Le fonti sono attendibili e verificate. Non abbiamo bisogno di confermare nulla se non la nostra correttezza e professionalità: nel caso la Vs Assistita volesse continuare a mettere il bavaglio alla libera stampa saremo costretti a girare tutta la documentazione agli avvocati dell'Ordine dei Giornalisti, oltre a coinvolgere nella vicenda la stampa di settore e non".

La pace sia con voi.



Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l. by Tespi Mediagroup
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
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005
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)
Periodico mensile
Anno 7 - numero 8
ottobre 2020
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Prezzo di una copia 1,55 euro -
arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro
via ordinaria.

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: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS Dolci/Salati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyTo-Business, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospla.it.

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 16 ottobre 2020



Cos'è "Il Pagellone"? Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.



il pagellone

RUSSELL CROWE

L'obiettivo, tramite una campagna GoFundMe, era di raccogliere 13mila dollari per rimettere in sesto il ristorante Le Chef, uno tra i più iconici di Beirut, in Libano, andato semi distrutto a seguito della terribile deflagrazione avvenuta in agosto. Ma grazie alla donazione, in un sol colpo, di 5mila dollari, la raccolta fondi ha da subito racimolato ben 11mila dollari. Il donatore? L'attore australiano Russell Crowe che ha destinato la somma senza battage pubblicitari. Situato a Gemmayze, il quartiere residenziale più vicino al luogo dell'esplosione, il locale era molto caro a Anthony Bourdain, che aveva visitato il locale diverse volte e sempre, e nei suoi documentari, ne aveva esaltato i piatti, semplici e casalinghi. Proprio per questo il 56enne premio Oscar ha deciso di supportare finanziariamente i lavori di recupero. Pensando di non suscitare interesse e confidando piuttosto in un caso di omonimia. Finché Richard Hall, giornalista britannico e co-ideatore della campagna, non ne ha rivelato l'identità. Di lì a qualche ora, la replica di Crowe, con tanto di spiegazione del gesto: "Pensavo che probabilmente, se fosse stato ancora in vita, Anthony avrebbe fatto lo stesso. Auguro a te e Le Chef il meglio e spero che le cose possano essere rimesse insieme presto".



VOTO

7

LO CHEF DELL'HOSTERIA DEGLI ANZOI – MONTEGROTTO TERME (PD)

Siamo a Montegrotto Terme, piccolo paese in provincia di Padova. "Stazione di cura, soggiorno e turismo", come si legge sul sito internet dell'amministrazione comunale. Ma, oltre alla cura e al turismo, lo chef di un'osteria locale ha pensato di aggiungere anche qualcos'altro. No, non si tratta di una ricetta innovativa o con ingredienti particolarmente ricercati. Il cuoco, un 55enne piuttosto noto in zona, ha trasformato una sala del locale in un privé per far sniffare cocaina ai clienti, procurata da lui stesso. Il trattamento decisamente sopra le righe – oltre alla cocaina sono stati trovati anche 1,7 Kg di marijuana – non è sfuggito ai Carabinieri di Abano Terme, che hanno iniziato l'attività investigativa a febbraio. E a fine settembre l'uomo è stato arrestato, con l'accusa di detenere sostanze stupefacenti. Ora, come ci dicono in tutte le salse, va benissimo innovare e diversificare il business, ma qui l'amico chef si è fatto un po' prendere la mano... Meglio, il naso.



VOTO

0

IL NON PANE DI SUBWAY

Il pane di Subway non è pane. Questa la sentenza definitiva della corte suprema irlandese, che ha finalmente fatto chiarezza su un tema scottante per i foodies di Dublino. I sandwich della nota catena americana di paninerie contengono troppo zucchero. Ecco perché sono soggetti all'Iva del 9,2%. Proprio come... i prodotti dolciari. Una legge del 1972 dispone infatti che "la percentuale di zucchero contenuta nel pane non deve essere superiore al 2% del peso della farina nell'impasto". Nessun rimborso, dunque, per Subway, che aveva fatto ricorso al tribunale proprio perché riteneva di non dover essere soggetto a Iva. È proprio il caso di dire che chi ha i denti... non ha il pane!



VOTO AL TRIBUNALE IRLANDESE

8

VOTO A SUBWAY

3

FLAVIO BRIATORE

"Crazy" nella forma, nella sostanza e nel prezzo. È questa la descrizione per la nuova pizza lanciata dall'imprenditore italiano Flavio Briatore, che si è buttato nella ristorazione con l'apertura della terza pizzeria Crazy Pizza a Montecarlo, dopo quella di Londra e Porto Cervo. "Luoghi da sogno per una pizza da incubo", come li definisce il popolo del web. Sebbene la descrizione della catena sia "Una nuova interpretazione della classica pizza con tutta la passione e lo spirito dell'Italia", gli utenti hanno ritrovato ben poco della tradizione del Belpaese. Le prime polemiche sulle pizze di Briatore riguardano infatti l'aspetto: sottile e secca, con l'aggravante che la mozzarella non fila. Ma a far discutere sono anche i prezzi, in linea ovviamente con le location esclusive di "Crazy Pizza". Per una semplice Margherita il costo è di 15 euro, la focaccia di Recco si aggira sui 19 euro, quella con il prosciutto sale a 20 euro e quelle chiamate "Crazy", con ingredienti speciali, hanno costi ancora superiori (pizza al Pata Negra 33,50 euro, o al tartufo 45 euro). Nonostante siano costi non troppo distanti da quelli proposti da altri locali di Montecarlo, agli occhi degli utenti italiani sono sembrati alquanto eccessivi. Soprattutto per "del pane azzimo condito", come commenta un utente. Forse sarebbe il caso di chiamarla piadina e non pizza.



VOTO

5

I NEGAZIONISTI DEL COVID

Maxi rissa in un ipermercato di Crema, in provincia di Cremona. Il motivo della bagarre, secondo i media locali, sarebbe stato il rifiuto da parte di due uomini di indossare la mascherina. Per bloccarli è dovuta intervenire la polizia. In un primo momento, i due sarebbero usciti dall'ipermercato, dopo essere stati redarguiti dalla sicurezza. Pochi minuti più tardi, però, sono rientrati minacciando l'addetto alla sicurezza con un cric. In un video, che circola sui social, si vedono i momenti più concitati della rissa, tra calci, pugni e qualche cestello della spesa che vola. "Questo è quanto accade nei luoghi del commercio tutti i giorni e milioni di lavoratori restano esposti al rischio di contagio e alla possibilità di aggressione da parte dei negazionisti della pandemia", commenta Francesco Iacovone del Cobas nazionale. "La retorica degli eroi, quelli in prima linea durante il lockdown, non serve per lavorare in serenità. Servono invece contingentamenti agli ingressi, mascherine e controlli stringenti". Come dargli torto?



VOTO

2

LA SPOSA FLAMBÉ

Come tante altre attività che si sono fermate a causa del Covid, anche i matrimoni sono pian piano ripartiti. Con cerimonie e banchetti nuziali a ranghi ridotti, naturalmente. E per quanto si prepari tutto fin nei dettagli, non sempre le cose vanno per il verso giusto. Per una coppia di Trabia, nel palermitano, la festa si è addirittura trasformata in una tragedia. Appena arrivati al ristorante, gli sposi si posizionano accanto a una padella in bella mostra sulla tavola imbandita, per la foto di rito. Ma improvvisamente una fiammata raggiunge la malcapitata sposina, con il fuoco che si propaga sul volto e anche sul vestito. Soccorso subito dal marito e dai presenti, la 25enne viene trasportata d'urgenza all'ospedale, riportando ustioni di secondo grado. Una prima notte di nozze fin troppo 'caliente'...



VOTO

4



ISPEZIONE E CONTROLLI QUALITÀ: L'ESPERIENZA DI MEZZACORONA CON LE TECNOLOGIE ANTARES VISION ED FT SYSTEM

L'esigenza di monitorare la qualità e l'integrità del prodotto e della sua confezione, sono solo alcune delle ragioni che spingono le aziende del mondo beverage a implementare tutte le tecnologie disponibili per proteggere il prodotto durante l'intero ciclo di vita, oltre a ridurre i costi e ottimizzare la produzione. Temi che sono stati al centro di un media tutorial promosso lo scorso 7 ottobre da Antares Vision, specialista nei sistemi di ispezione visiva, nelle soluzioni di tracciatura e nella gestione intelligente dei dati.

Nel corso dell'evento Antares Vision, insieme alla controllata FT System – società acquisita nel 2019 e specializzata in controlli qualità in linea – sono state presentate le ultime soluzioni tecnologiche per operazioni quali: controllo dei contenitori, riempimento, tappatura, verifica perdite e pressione, etichettatura, codifica, peso e pallettizzazione. "La richiesta di sicurezza, garanzia di qualità e trasparenza dei prodotti immessi sul mercato sta crescendo in modo esponenziale e sta riguardando numerosi settori industriali", spiega Emidio Zorzella, presidente e ceo di Antares Vision, che sottolinea anche come la combinazione dei sistemi di ispezione, del Track & Trace e l'implementazione di un sistema unico di gestione intelligente dei dati siano la strategia per garantire la sicurezza dei prodotti e la trasparenza della filiera, combattere le contraffazioni, preservare la reputazione del marchio, gestire in modo rapido e puntuale eventuali richiami di prodotti difettosi e instaurare un rapporto di fiducia con il consumatore finale.

Tecnologie che, da 16 anni, l'azienda vitivinicola trentina Mezzacorona utilizza all'interno dei suoi tre siti produttivi: "Mediante le nuove tecnologie FT System", spiega Nicola Berghem, responsabile tecnico sviluppo e manutenzione linee imbottigliamento di Mezzacorona, "siamo riusciti a migliorare sia i macro-difetti, come l'utilizzo errato di etichette, sia i micro-difetti, come le arricciature e le pieghe anomale nell'etichetta che rendono il prodotto meno apprezzato dal consumatore. Ma il sistema ci ha aiutati anche nel controllo rullatura tappi e nell'eventuale assenza della guarnizione". L'azienda imbottiglia annualmente circa 50 milioni di bottiglie.

Ocm vino, 100 milioni per la promozione nei paesi terzi

Il Ministero delle politiche agricole ha pubblicato, in data 1 ottobre, l'invito per aderire al progetto Ocm Paesi Terzi 2020/21. A disposizione 100 milioni di euro per le aziende vinicole che promuovono il Made in Italy nei paesi extraeuropei. Le due novità di questo bando sono l'inserimento del Regno Unito fra l'elenco dei paesi terzi e l'aumento del tetto massimo del contributo, che passa dal 50% al 60% dell'investimento effettuato. L'avvio delle attività di promozione per il 2020/21 è previsto per l'1 aprile 2021.

Cantina Tollo: restyling per le etichette della linea Rocca Ventosa

Nuove etichette per Rocca Ventosa, la storica linea di Cantina Tollo dedicata alla Gdo. Il restyling è il risultato di una ricerca di neuromarketing condotta dalla cantina abruzzese insieme ad Umana Analytics, spinoff dell'Università degli Studi di Chieti e Pescara guidato dal professor Riccardo Palumbo. L'indagine ha analizzato i processi d'acquisto coinvolgendo un campione rappresentativo di acquirenti di vino. Le diverse reazioni comportamentali e psicofisiologiche sono state registrate ed elaborate in base ai criteri di attrattività, posizionamento e riconoscibilità dell'etichetta. "Abbiamo mantenuto i simboli fondamentali di Rocca Ventosa trasformandoli e integrandoli con altri che ne esprimono al meglio la storia e l'origine e che raccontano la nostra regione, il nostro territorio e i vini di Cantina Tollo", spiega Andrea di Fabio, sales e marketing director di Cantina Tollo. Le reazioni del panel di clienti sono state fondamentali per scegliere la nuova immagine di Rocca Ventosa, come spiega Riccardo Palumbo: "La ricerca è stata effettuata attraverso analisi specifiche come l'eye tracking e la ricostruzione in laboratorio di uno scaffale che vedeva le bottiglie di Cantina Tollo accanto a quelle di competitor diretti e indiretti".



Presentata l'edizione 2020 del Merano Wine Festival

Helmuth Köcher, gran patron del Merano Wine Festival, quest'anno ha scelto la videoconferenza per presentare la ventinovesima edizione della kermesse vinicola altoatesina. Il Festival del 2020 avrà dunque luogo come sempre, con particolare attenzione all'implementazione di accorgimenti volti a tutelare la salute di tutti, partecipanti ed espositori. Tutta da scoprire, poi, le piattaforme di digitalizzazione introdotte quest'anno, per rendere il Festival pienamente fruibile malgrado le limitazioni imposte dal Covid. Appuntamento a Merano, alla Kurhaus e in altri luoghi della bella cittadina, dal 6 al 10 novembre.

Prowein 2021 durerà cinque giorni (dal 19 al 23 marzo)

Sale da tre a cinque giorni la durata di ProWein, il salone internazionale dei vini e dei distillati di Düsseldorf, in Germania, che nel 2020 ha dovuto annullare l'annuale appuntamento a causa del Covid-19. La kermesse si terrà dunque da venerdì 19 marzo a martedì 23 marzo 2021. Un prolungamento dovuto, spiegano gli organizzatori, alla necessità di garantire la sicurezza di espositori e visitatori con un ingresso giornaliero di al massimo 10mila visitatori. "Con Caravan Salon, la maggiore fiera internazionale del camperismo che si tiene solo all'inizio di settembre, abbiamo dimostrato quanto siano importanti e fruttuose le fiere anche all'epoca del Covid", sottolinea Erhard Wienkamp, managing director del settore fieristico di Messe Düsseldorf. "È stata la prima fiera in tutta la Germania dopo la chiusura e si è rivelata un passo importante verso la normale ripresa dell'attività delle aziende". Attraverso un programma di igiene e sicurezza denominato 'ProTaction', Messe Düsseldorf si impegna a garantire il rispetto di tutte le disposizioni sanitarie richieste. In particolare, durante ProWein, i collaboratori della fiera, i 'ProTaction Guides', visiteranno i padiglioni e verificheranno il rispetto delle disposizioni.



SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.



	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.453.739
2	Lidl	2.246.188
3	Eurospin Italia Spa	1.045.520
4	Conad	1.032.056
5	Esselunga Spa	778.435
6	Auchan Retail Italia	526.388
7	Md Spa	330.748
8	Unes	295.015
9	Despar Italia	277.550
10	Coop Italia	205.095
11	Tuodi	185.471
12	Crai	182.108
13	Pam Panorama	160.170
14	Bennet	143.677
15	Ecematurasi Spa	133.242
16	Il Gigante	109.740
17	Coop Italia - Coop Lombardia	98.580
18	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	91.983
19	In's Mercato Spa	87.716
20	Alii	78.343
21	Rossetto Trade Spa	58.091
22	Agorà Network - Tigros	51.672
23	Coop Italia - Nova Coop	43.929
24	Coop Italia - Coop Centro Italia	39.772
25	Agorà Network - Iperal	30.924



	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	645.000
2	Eurospin Italia Spa	195.000
3	Esselunga Spa	154.000
4	Md Spa	77.800
5	Carrefour Italia	48.700
6	Conad	47.800
7	Auchan Retail Italia	44.300
8	Coop Italia	41.200
9	Sun Ce.Di Gros Scari	35.700
10	Gruppo Végé	25.500
11	Agorà Network - Tigros	18.700
12	Despar Italia	15.900
13	Pam Panorama	12.800
14	Bennet	10.600
15	In's Mercato Spa	10.200
16	Crai	9.731
17	Alii	9.291
18	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	9.033
19	Il Gigante	4.863
20	Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.671
21	Agorà Network - Iperal	4.409
22	Metro Italia Cash And Carry	3.641
23	Coop Italia - Coop Liguria	3.470
24	Coop Italia - Nova Coop	3.028
25	Coop Italia - Coop Centro Italia	2.927



	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	94.160
2	Lidl	31.582
3	Coop Italia	27.984
4	Conad	27.869
5	Gruppo Végé	25.127
6	Tuodi	14.498
7	Unes	11.543
8	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.425
9	Eurospin Italia Spa	5.467
10	Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.477
11	Coop Italia - Nova Coop	3.708
12	Gruppo Selex	2.727
13	Alii	2.327
14	Despar Italia	2.294
15	Consorzio Coralis	2.242
16	Coop Italia - Coop Lombardia	1.807
17	Bennet	1.691
18	Coop Italia - Coop Casarsa	1.211
19	Coop Italia - Coop Liguria	547
20	Agorà Network - Sogegross	478
21	Metro Italia Cash And Carry	370
22	Coop Italia - Coop Reno	342
23	Crai	279
24	Rossetto Trade Spa	103

Rilevazione del 29/09/2020
Fonte: Tespi Mediagroup

Ue: giudicata ingannevole la dicitura 'vini naturali' in etichetta

La Dg Agri presso la Commissione Ue ha espresso un parere contrario all'utilizzo della dicitura 'vino naturale' in etichetta, con la motivazione che la specifica possa suggerire l'idea di un vino di qualità più alta e quindi indurre il consumatore in errore. Il segretario generale Uiv, Paolo Castelletti, si allinea al parere commentando che: "L'aggettivo usato dalla Dg Agri è 'misleading', cioè ingannevole. La lettura del termine 'vino naturale' potrebbe effettivamente confondere riguardo le caratteristiche intrinseche del prodotto. C'è un evidente rischio comunicativo per l'intero settore." Sulla stessa linea Ignacio Sanchez Recarte, segretario generale del Ceev, il quale ha però ribadito che: "La legge europea deve prevedere regole concrete, incluso un termine appropriato per la presentazione dei vini naturali, nell'interesse dei produttori e dei consumatori".

Toscana, scoperti falsi vini
Doc Bolgheri Sassicaia

La guardia di finanza di Firenze ha scoperto un traffico di bottiglie di Doc Bolgheri Sassicaia contraffatte. Il vino era in realtà siciliano e veniva imbottigliato a Milano, dove era realizzato anche il packaging a imitazione dell'originale. La truffa, che si stima portasse introiti per 400mila euro al mese, è venuta alla luce quando un tir ha perso ad Empoli una delle casse contraffatte. Due uomini sono agli arresti domiciliari, 11 gli indagati. Francesco Colpizzi, presidente della Federazione vitivinicola di confagricoltura Toscana, commenta che: "Le frodi che riguardano le eccellenze dell'agroalimentare toscano purtroppo sono molto comuni. Nonostante i vari Consorzi dei vini toscani si adoperino con sempre maggiore impegno nell'attività di vigilanza e tutela delle proprie denominazioni, l'attuale quadro normativo internazionale non consente oggi una integrale difesa delle produzioni locali dagli episodi di plagio o contraffazione."

Dalla collaborazione fra Mixcycling
e Labrenta una nuova generazione di tappi

Si rafforza la collaborazione tra la start up dei materiali Mixcycling e il produttore vicentino di tappi Labrenta, con l'obiettivo di sviluppare una nuova gamma di materiali per la realizzazione di tappi a basso impatto ambientale. In dettaglio, questa nuova gamma "abbatte la componente plastica da un minimo di 10 a oltre il 50% rispetto agli standard di mercato", spiegano le aziende. "La tecnologia Mixcycling introduce infatti nuovi blend ottenuti da un processo brevettato che combina scarti con polimeri. Questi ultimi possono derivare al 100% da riciclo, essere biodegradabili o vergini, perfetti per applicazioni in ambito alimentare. Il materiale organico, una volta nobilitato, sostituisce le componenti inquinanti usate in diversi ambiti, primo tra tutti il packaging". La sinergia tra Labrenta e Mixcycling aveva già portato alla nascita di Sughera, il tappo in microagglomerato di sughero legato senza uso di collanti.

Nasce ufficialmente il Consorzio
di tutela del Lambrusco



Lunedì 28 settembre le assemblee dei consorzi per la tutela e la promozione dei vini Dop Reggiano e Colli di Scandiano, per la tutela del Lambrusco di Modena e di tutela vini del Reno Doc hanno dato parere favorevole alla fusione dei tre enti in un unico Consorzio di Tutela del Lambrusco. Claudio Biondi, presidente del Consorzio Lambrusco di Modena, commenta la notizia dicendo che: "Questa fusione consente ad un distretto che ha numeri importanti di poter decidere in modo unitario le strategie di comunicazione e condividere progetti di promozione internazionale, pur lasciando l'assoluta indipendenza delle singole denominazioni". Il nuovo ente, operativo da gennaio 2021, rappresenta otto denominazioni che si trovano tra Modena e Reggio Emilia, per un totale di circa 16.600 ettari vitati e una produzione che nel 2019 è stata di quasi 170 milioni di bottiglie fra Lambrusco Doc e Igt.

MILANO, SUCCESSO
PER LA VENDEMMIA DI MONTENAPOLEONE



Dal 5 all'11 ottobre il Quadrilatero della Moda ha ospitato per l'undicesimo anno i grandi brand del vino. Una serie di iniziative, collaborazioni fra cantine e ristoranti, tasting privati o aperti a stampa e ad appassionati hanno animato le grandi boutique del lusso. La Vendemmia di Montenaполеone, organizzata dal Montenaполеone District e dal Comitato Grandi Cru d'Italia, è stata un successo nonostante gli accessi quest'anno limitatissimi e rigorosamente su invito o prenotazione. Causa Covid-19, naturalmente. Momento clou della rassegna la serata di giovedì 8 ottobre, quando le boutique hanno aperto le loro porte per le degustazioni. Tinazzi ha portato i vini della sua tenuta pugliese Feudo Croce nel cortile di Diego M, mentre l'eleganza di F.lli Rossetti ha incontrato quella delle bollicine Berlucchi. Doppio appuntamento con Valdo, che ha organizzato un aperitivo con il suo Paradise e il Metodo Classico da Doriani Cashmere, ma ha anche portato Nicolas Feuillatte da Isabel Marant. Parlando di rossi, invece, grande sorpresa da Moor, che ha offerto il Valpolicella Superiore Dal Forno, mentre Pasqua proponeva i suoi grandi veneti da Falconeri. Spazio anche all'Emilia Romagna, con Umberto Cesari da Larusmianni, la boutique del presidente del MonteNapoleone District, Guglielmo Miani. In qualità di organizzatore dell'evento, lo stesso Miani ha commentato l'edizione 2020 dicendo che: "La forza di quest'edizione è stata il digitale. Abbiamo lanciato una nuova app e trovato un grande supporto e riscontro a questa iniziativa, a dimostrazione della volontà di essere sempre protagonisti nel promuovere Milano tra le principali capitali mondiali."

Tenute Piccini, investimenti
per 13 milioni di euro

Un investimento di 13 milioni di euro in produzione e logistica. Questo il progetto di Mario Piccini (foto), lungimirante imprenditore alla guida dell'azienda di famiglia, per il nuovo polo di Casole d'Elsa. Un centro di 17mila metri quadrati con tre linee di produzione e un magazzino presto totalmente automatizzato. L'azienda prevede anche investimenti per 3 milioni di euro nelle sedi del Chianti Geografico e per un milione a Castellina per l'affinamento in legno e bottiglia. Infine, Tenute Piccini lascia la Villa al Cortile di Montalcino ed è in trattativa per acquistare un'altra tenuta di 8 ettari, sempre nelle terre del Brunello. Il gruppo cresce e pensa in grande, forte di un fatturato 2019 di 63 milioni di euro e di un 2020 che segna nei primi 9 mesi un +8,9%.



Progetto Vo' in Gdo: da Cantina Colli Euganei
50mila euro per la ricerca contro il Covid-19

Cantina Colli Euganei ha consegnato all'Università degli Studi di Padova i primi 50mila euro raccolti grazie al progetto Vo' per la ricerca: due vini solidali nati per raccogliere fondi da destinare al dipartimento di Microbiologia e microbiologia clinica guidato dal professor Andrea Crisanti. Le bottiglie, il Serprino Spumante Doc Colli Euganei e il Rosso Doc Colli Euganei sono state presentate a giugno e messe in commercio al prezzo di 4,95 euro grazie alla collaborazione dei punti vendita aderenti al progetto, dove saranno acquistabili fino a fine anno. Per ogni vino venduto, un euro viene donato all'Università di Padova – 50 centesimi dalla cantina e 50 centesimi dalle insegne coinvolte – e 10 centesimi al comune di Vo', con l'obiettivo di finanziare la ripresa economica del Paese e il rilancio del territorio. I retailer partner del progetto sono Despar, Eurospar, Interspar, Ali, Familia, A&O, Mega, Cadoro, Iperlando, Maxi, Spak, SuperW, Eurospesa, Crai e Autogrill.

Marca: non c'è due senza tre?

Novità, aspettative e problemi della fiera dedicata alla marca privata.

In scena il 13 e 14 gennaio (ma forse anche il 15) a Bologna.

La parola a Domenico Lunghi, direttore business unit private label and food.

Marca Bologna sarà la prima vera grande fiera del food nel 2021. In attesa di capire quale sarà la sorte delle altre grandi manifestazioni del prossimo anno. Con Domenico Lunghi, direttore commerciale dell'evento, abbiamo parlato di espositori, pubblico, layout e dei problemi legati alla pandemia.

Per cominciare, come sta andando la fiera per quanto riguarda l'adesione degli espositori?

L'andamento è sorprendente. Nonostante la situazione incerta abbiamo gli stessi numeri della passata edizione di gennaio, a pari data. Quest'anno abbiamo avuto 900 espositori e speriamo di riconfermarli: sarebbe un successo, vista la situazione di incertezza che grava sul mercato. La nostra è comunque una fiera che cresce. In cinque anni abbiamo raddoppiato gli espositori, portato i visitatori da sei a 12mila e aumentato il business del 20% solo nell'ultimo anno.

Quest'anno inoltre prevedete aiuti concreti per le aziende che parteciperanno.

Vero. Grazie alla vittoria di un bando Simest, possiamo sostenere economicamente chi aderisce all'evento. Il 100% dei costi di partecipazione a Marca 2021, incluse le spese accessorie di allestimento e promozione della loro presenza in fiera, potrà infatti beneficiare di un finanziamento ad un tasso agevolato che sarà rimborsabile in 4 anni. Per molte di queste aziende il 50% di questi costi potrebbe essere a fondo perduto.

Senza Plma sarete il primo evento internazionale con a tema le private label.

Esatto, per questo stiamo lavorando fianco a fianco con Adm (Associazione Distribuzione Moderna) Federdistribuzione, il che ci permette di finalizzare l'impostazione della fiera alle esigenze del mercato.

Negli ultimi anni però la fiera ha cambiato volto. Accanto ai buyer delle private label si sono visti anche molti buyer "generalisti"...

È vero in parte. La Mdd attira circa un terzo dei visitatori specializzati, ma bisogna ricordare che moltissimi altri buyer (category manager della grande distribuzione, mondo Horeca, società di import/export...) vengono a Marca perché qui vengono presentate, in anteprima, le novità food e non food dell'anno appena iniziato. Il nostro successo e il grande appeal della fiera dipendono anche da questo fattore.

Appeal che ora cresce anche grazie alla nuova sezione "Marca Wine". Di cosa si tratta?

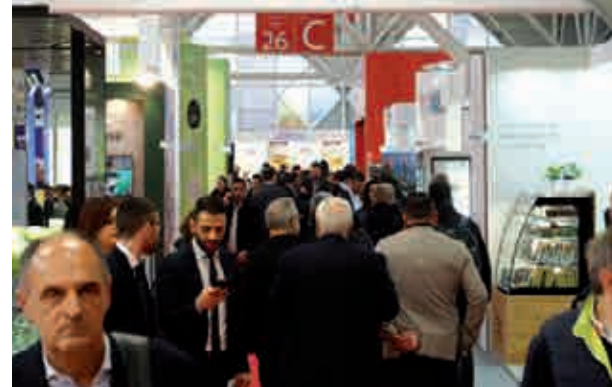
La sezione wine sicuramente sarà un'aggiunta importante: non vogliamo fare certo concorrenza a Vinitaly, ma il comitato insegna che lavora con noi ci ha segnalato come il lockdown abbia fatto aumentare la vendita di vino in GDO. In questo senso la private label sta diventando centrale per il settore. Una fiera come Marca non poteva non intercettare questo trend che i nostri partner della GDO stanno sviluppando.

Ci sono anche altre novità?

Soffermandoci sulle principali, abbiamo raddoppiato lo spazio del fresco (Marca Fresh) e allargato quelli del biologico e del free from: l'interesse verso questi prodotti continua a crescere. Altra novità sarà la collaborazione con Slow Food, un marchio che attira sempre di più il consumatore. A livello



Domenico Lunghi



GRANDE
ESCLUSIVA

di layout, infine, apriremo un nuovo padiglione di 14mila metri quadrati, il numero 37, che ci consentirà di valorizzare ulteriormente gli spazi espositivi e, anche, di andare incontro alle norme anti-Covid: i corridoi si allargheranno e così gli stand delle insegne. Servirà quindi più spazio, anche per distribuire meglio i visitatori. Il nostro obiettivo è far vivere la fiera in sicurezza, consentendo agli espositori e agli operatori di concentrarsi sul business.

Un grosso punto di domanda è la durata della fiera: sarà su due o tre giorni?

Al momento il nostro protocollo, del tutto analogo a quello degli altri grandi organizzatori europei, prevede che possiamo gestire ben oltre 12mila visitatori suddivisi su due giorni (per avere un'idea, è appena terminato senza problemi in Fiere di Parma il Salone del Camper, con oltre 60.000 visite registrate): ma se dovessero esserci nuove restrizioni, che limitino l'affluenza, saremo costretti a prevedere un evento di tre giorni per prevenire il rischio di assembramenti, che saranno comunque evitati dai nostri incaricati che gireranno nei padiglioni per vigilare. Valuteremo il da farsi appena possibile, ma le 20 insegne della Gdo che espongono a Marca sono già state coinvolte su questo tema e ci hanno assicurato di essere disponibili ad essere presenti per tutto il periodo con i loro buyer, in fiera, in caso di un eventuale prolungamento. Adesso stiamo "saggiando" la disponibilità dei produttori loro partner e per orientarci definitivamente sarà importante anche avere i dati dell'affluenza: per questo sarà obbligatorio acquistare il biglietto online. Questa scelta consente peraltro alle Istituzioni preposte di verificare preventivamente che chi accede al quartiere non sia una persona sottoposta a regime di quarantena.

Quando avremo la comunicazione definitiva rispetto alla durata dell'evento?

In dicembre avremo un quadro chiaro, ma tutto dipenderà dall'andamento della pandemia e delle prescrizioni che riceveremo da parte degli esperti del Governo: l'unica cosa certa è che non verrà messa a repentaglio la salute di nessuno.

Ma non ci saranno disagi per aziende e visitatori riguardo le sistemazioni alberghiere e le prenotazioni dei viaggi?

Per quanto riguarda gli espositori, Marca ha, per il momento, una vocazione molto italiana e quindi pensiamo che si possano superare. Le difficoltà maggiori potrebbero averle i visitatori internazionali, che devono acquistare i voli, ma abbiamo un team dedicato ad affrontare il problema e a supportarli. Le aziende saranno avvisate appena possibile e crediamo che sia un cambiamento gestibile. Per i buyer esteri, inoltre, ci sarà una piattaforma che permette un match fra domanda e offerta ed integra gli incontri on-site. Onestamente, data l'evoluzione della pandemia, non ci aspettiamo, purtroppo, per Marca 2021 grandi affluenze di buyer dai mercati extra-europei (ad esempio, temiamo che non avremo più presente in forze la Gdo americana, come è invece accaduto a Marca 2020). La situazione mondiale ed europea è complicata. Alcuni esperti affermano che la visita dei buyer extra-europei a tutte le fiere continentali sarà ridottissima per tutto il primo semestre del 2021: speriamo che si sbagliano. E che i collegamenti internazionali possano riprendere come prima in tempi rapidi.

Miracolo a Milano



Oltre 300 eventi in presenza, 10.000 partecipanti distribuiti nell'arco di nove giorni (3-11 ottobre) nei due headquarter, 3000 operatori e buyer di tutto il mondo connessi in diretta streaming grazie alla piattaforma Digital Wine Fair. I numeri dell'ultima Milano Wine Week vanno ben oltre le aspettative e la formula delle degustazioni anche da remoto è stata la mossa vincente di un'edizione straordinaria. Naturalmente soddisfatti i consorzi e produttori presenti, che hanno potuto anche raccontarsi tramite tasting internazionali in diretta. Sono state coinvolte, per questi appuntamenti, le città di New York, San Francisco, Miami, Toronto, Shenzhen, Shanghai e Mosca, nel cuore dei più importanti mercati esteri del nostro vino. Secondo la strategia che Milano adotta per il "Fuorisalone", la Wine Week è uscita al di fuori delle sue sedi (Palazzo Bovara e San Babila Building) e si è diffusa anche in 150 locali e ristoranti, nonché in location partner come Eataly Smeraldo, Signorvino o Santeria, che hanno ospitato iniziative speciali o creato menù ad hoc.

In alto i calici

Prosecco, Franciacorta, Metodo Classico Oltrepò e Moscato d'Asti: protagonisti dei tasting sono state soprattutto le bollicine e in ogni occasione non si poteva che iniziare con un brindisi all'importanza di ricominciare a vedersi di nuovo. Sorridere assieme, anche se dietro le mascherine, è stata una vera e propria medicina contro i problemi di questo annus horribilis. Abbiamo così

avuto il piacere di cogliere le sfumature di Prosecco con Villa Sandi, Valdo e Montelvi, che ha proposto una degustazione sulle note delle musiche del maestro Morricone. Passando poi per l'eleganza di Berlucchi e le bollicine del Consorzio di tutela vini dell'Oltrepò, che ora punta a far conoscere il brand sui mercati internazionali e a potenziare le operazioni di marketing.

Infine, il Consorzio del Moscato d'Asti si presenta in diretta streaming anche con una sede di Shanghai, dove i buyer cinesi sono invitati a provare questo vino che è un accompagnamento perfetto ai piatti delicati della cucina orientale. Certo non sono mancati anche i grandi rossi e bianchi italiani: Marchesi di Barolo ha emozionato con una verticale del Saramassa che è scesa fino all'annata 1982. Zenato, Pasqua e Sartori hanno convinto con i loro amaroni e le sfumature dei grandi vini veneti.

Il Consorzio del Lugana e il Consorzio di tutela dei vini della Maremma hanno invece presentato bianchi freschi e di grande beva, con la zona toscana in cerca di visibilità e promozione per i propri vermentini, di notevole interesse.

Non solo degustazioni

Ai tradizionali tasting si sono affiancati anche importanti momenti di formazione e networking, fruibili sempre nella doppia formula in presenza e da remoto. Su tutti, la terza edizione del Wine Business Forum, organizzato in partnership con BS-Strategies e coordinato da Silvana Ballotta, che ha focalizzato la discussione sul tema dell'export.

A questo si è affiancato il nuovo Sha-

ping Wine (in partnership con SDA Bocconi), per riflettere sui trend innovativi e l'evoluzione degli spazi fisici e virtuali del retail del mondo del vino. Infine, la seconda edizione del Wine Generation Forum, in collaborazione con l'Associazione dei giovani imprenditori vinicoli italiani (Agivi) e dedicato proprio ai millenials che lavorano nel settore. Federico Gordini, Presidente di Milano Wine Week, ha commentato il successo del suo lavoro spiegando che: "Con la Digital Wine Fair abbiamo voluto portare nel mondo degli eventi, in particolare nel settore vitivinicolo, una modalità tanto smart quanto innovativa di fare business. Abbiamo segnato uno spartiacque nel modo di competere e abbiamo voluto dotare l'intero sistema vitivinicolo degli strumenti adatti per affacciarsi con forza sul panorama internazionale. Da qui riparte il futuro del mondo del vino, che qui si è radunato nei giorni scorsi e qui continuerà a trovare terreno fertile per fare sistema. Milano è la metropoli internazionale d'Italia per eccellenza: la sua posizione centrale, l'ampia offerta di connessioni, professionalità e strutture al servizio dell'imprenditoria, ne fanno un hub fisico e digitale ideale per fare business a livello internazionale, come già si è dimostrato per altre eccellenze del Made in Italy".

Wine business forum

Un focus particolare va dato proprio al tradizionale confronto organizzato da BS Business Strategies tra i protagonisti del mondo del vino.

Quest'anno, al centro del dibattito

non poteva che esserci il Covid-19, in particolare per quanto riguarda le relative conseguenze sul processo di internazionalizzazione nel settore vitivinicolo. Come di consueto, Silvana Ballotta, Ceo di BS Business Strategies e fondatrice di Milano Wine Business Forum, ha coinvolto alcuni attori chiave del sistema vinicolo internazionale. La discussione è iniziata da una ricerca che si sta svolgendo in 12 paesi del mondo, tra Europa e America, a cura dei prof. Gaeta, Cardebat e Niklas delle università di Verona, Bordeaux e Bochum e finanziata dalla stessa Ballotta. Fra i risultati, un sondaggio fra i produttori ha evidenziato che per circa i due terzi di loro l'impatto della pandemia è stato tra "grave" e "gravissimo", per il terzo restante solo "modesto". I primi dati evidenziano che la differenza delle risposte sta nei canali di distribuzione delle aziende: chi vive di horeca ed enoturismo ha subito moltissimo, chi ha il core del proprio business nella Gd ha invece sofferto meno. Gaeta e Cardebat, invitati fra i relatori, sottolineano anche che: "In Italia le aspettative adattive del mercato sono negative. Resiste solo la grande distribuzione e si prospetta una tensione pesante nei prezzi del vino." La risposta in questi casi è quasi sempre il taglio dei costi di marketing e comunicazione, ma Gaeta e Cardebat avvertono che si tratta di un grave errore. E il primo intervento di Antonio Galloni, critico enologico e fondatore e Ceo di Vinous, è una conferma forte e chiara in questo senso.

Intervistato da Silvana Ballotta, Galloni infatti afferma che: "Come in tutte le crisi, questo è un momento di grandi

Nell'anno del Covid-19, la terza edizione della Wine Week è stata un successo e un modello di evento da seguire nel futuro. A partire dal format che unisce presenza e live streaming.

opportunità." Sul mercato americano, per esempio, dove il vino italiano suscita sempre interesse e ci sono spazi per le fasce estreme di prodotto, poiché crescono sia i vini di prezzo basso che quelli di prezzo molto alto. Soffrono invece la fascia intermedia e i prodotti che non hanno una forte identità o una connotazione unica. Il critico conclude poi con un intervento sulla questione fiere, commentando con disappunto che: "È stato un errore annullare appuntamenti come ProWein e Vinitaly, perché proprio nei momenti di difficoltà bisogna mantenere la rotta. Quello che è importante in queste situazioni è investire, non solo in denaro, ma anche in impegno e lavoro. Questo farà la differenza e il mercato premierà chi ha il coraggio di farlo".

Tutti concordi, comunque, sulle scelte strategiche da mettere in campo da subito per il prossimo futuro: fare sistema per affrontare i mercati internazionali, valorizzando le identità e le "storie" dei territori per mantenere il valore dei nostri vini. Raccontare i nostri prodotti ovunque nel mondo, e non solo nei paesi tradizionalmente nostri partner. Garantire la sicurezza dell'occupazione al settore, consolidando i mercati di export senza abbandonare il mercato interno. Mantenere infine vicinanza al mondo dell'HoReCa studiando insieme modalità di relazione diretta con il cliente. Chiude il dibattito Silvana Ballotta, confermando che: "Mai come oggi abbiamo bisogno di imprenditori visionari, ossia capaci di avere visione sul futuro e coraggiosi per intraprendere strade di innovazione e sviluppo".



Silvana Ballotta e Federico Gordini



Per il consorzio del Moscato d'Asti, da sinistra: Roberto Bava, Giorgio Fano e Norbert Reinisch

MOTTURA

UNA PASSIONE CHE HA IL COLORE DEL VINO

MOTTURA
PRIMITIVO DI MANDURIA
VINO DEL SALENTO

www.motturavini.it

Depur Padana Acque investe nell'innovazione

Efficienza, risparmio energetico, sicurezza e limitato impatto ambientale sono le parole chiave delle nuove tecnologie dell'azienda. Che si presenta come partner ideale per le grandi cantine italiane.

Trattamento fanghi, problemi di metalli nelle acque reflue e impianti biologici. Sono questi i tre ambiti su cui si è concentrata negli ultimi mesi Depur Padana Acque, che ha deciso in controtendenza di sfruttare un anno così difficile per concentrarsi su ricerca e sviluppo. L'azienda di Rovigo, leader nel mercato degli impianti di depurazione, da molti anni lavora al servizio di medie e grandi cantine italiane proponendo installazioni su misura che guardano al risparmio economico e alla salvaguardia dell'ambiente.

Disidratazione fanghi

Un capitolo molto importante nella purificazione dei reflui di cantina è quello della gestione dei fanghi di depurazione, che rappresentano in forma concentrata l'inquinamento che l'impianto di trattamento rimuove dalle acque reflue, permettendo così di scaricarle prive di contaminazioni. Tali fanghi costituiscono un "rifiuto" che comporta degli elevati costi di smaltimento, poiché vengono estratti dagli impianti in forma molto liquida e pompabile, con percentuali d'acqua al loro interno nell'ordine del 95 - 99 %. E per questo stesso motivo non sempre è facile trovare ditte disposte a ritirarli. Una soluzione è disidratarli mediante nastropresse, filtopresse, centrifughe (decanter), tutte macchine con particolari peculiarità, caratteristiche, pregi e difetti. In questo specifico campo, Depur Padana propone ora una tecnologia di disidratazione innovativa, funzionante con una coclea a passo variabile coassiale ad una griglia formata da dischi fissi e dischi mobili. Tale macchina presenta un rendimento, sulla disidratazione di fanghi biologici, paragonabile se non superiore a quello di altre soluzioni sul mercato, ma senza alcun rischio di intasamento. Altri importanti vantaggi di questa macchina sono gli ingombri molto ridotti, le potenze elettriche installate bassissime ed un'usura pressoché nulla. Tutto questo è possibile grazie al fatto che le parti mobili di questa unità di disidratazione ruotano e si muovono molto lentamente, a una velocità che varia da 2 a 4 giri al minuto. La grande semplicità di gestione e funzionamento, la bassissima rumorosità, l'assenza di vibrazioni e i ridottissimi consumi d'acqua di lavaggio la rendono la soluzione ideale per le cantine vinicole. Anche perché può lavorare 24 ore/giorno in modo continuativo in periodo di alta stagione, ma scendere a meno ore al giorno o addirittura a giorni o settimane alterne in periodo di bassa stagione.

I metalli nelle acque

Un tema spesso sottovalutato nel trattamento dei reflui di cantina è, invece, quello della presenza di metalli nelle acque di scarico. Ferro, zinco e rame i più frequenti, soprattutto nelle sedi dove si effettuano le attività di pigiatura e vinificazione. In determinati casi, ad esempio per il conferimento su suolo, i limiti previsti allo scarico per tali metalli risultano inferiori rispetto ai valori riscontrati nelle acque. Tali contaminanti, però, riescono ad essere rimossi mediante processi biologici solo in maniera parziale. Questi passaggi, infatti, spesso necessitano di essere supportati con dosaggio di additivi chelanti o, nei casi più delicati, mediante installazione di sistemi di pretrattamento chimico/fisici a pH controllato. Depur Padana Acque ha realizzato una gamma di impianti chimici monoblocco, da installare soprattutto nelle cantine di vinificazione che devono gestire con sicurezza ed efficienza la rimozione dei metalli. Tale sezione ha inoltre la peculiarità di rimuovere anche i solidi sospesi finemente



Foto aerea di un gruppo di disidratazione fanghi biologici attrezzato con Coclea Pressa a doppia spirale



Foto sezione di trattamento chimico/fisico di abbattimento metalli e solidi sospesi, installato presso Cantina Chiarli 1860 - Castelvetro di Modena (MO)

dispersi nel refluo, quali ad esempio feccino fine, farine fossili, perliti, bentoniti, con importanti benefici per il successivo trattamento biologico. Recenti installazioni sono state eseguite presso la Cantina Giusti dal Col a Nervesa della Battaglia (Tv) e Cantina Chiarli 1860 a Castelvetro di Modena. Entrambi gli impianti sono stati attrezzati con sezione di pretrattamento chimico/fisico e successivo stadio di depurazione biologica mediante tecnologia Mbr (Membrane Bio Reactor) con sistema di ultrafiltrazione.

La depurazione biologica

Un'altra importante novità progettata da Depur Padana Acque riguarda gli impianti di depurazione di tipo biologico, ormai sempre più richiesti nel settore vitivinicolo. L'azienda di Rovigo ha infatti sviluppato una nuova tecnologia per la fornitura di ossigeno a microbolle all'interno dei reattori a fanghi attivi, la quale va in sostituzione dei tradizionali sistemi a dischi forati, abbinati a compressori o soffianti, oppure di quelli di

aerazione sommersa di tipo venturi jet. Questo metodo di ossigenazione comporta numerosi vantaggi, fra cui consumi elettrici molto ridotti, rendimenti superiori, estrema semplicità nella manutenzione rispetto ai sistemi tradizionali, e può essere applicato con ottimi risultati a tutti i tipi di reattori biologici (in continuo con decantatore, Mbr, Sbr, Mbbf). Infine, permette anche di intervenire in modo semplice e rapido su impianti già esistenti, laddove fosse necessario aumentare l'apporto di ossigeno alla biomassa depurante, evitando di operare in ambienti confinati e senza dover procedere allo svuotamento delle vasche. Condizione quest'ultima che richiederebbe obbligatoriamente il momentaneo fermo impianto, con tutte le conseguenze ed i costi del caso. La semplicità di installazione e di manutenzione di questo nuovo sistema lo rende soluzione ideale anche per impianti completamente interrati, requisito spesso richiesto dalle cantine per ragioni di mancanza di spazio, vincoli paesaggistici o preferenze estetiche in genere.



A cura di Federica Bartesaghi e Tommaso Farina

Arriva il Natale e il mercato del vino tira un sospiro di sollievo. Con le feste natalizie, i produttori riescono a totalizzare volumi di vendita che in certi casi superano quelli di un intero anno. Ci sono le eccezioni, in positivo: il mondo del Prosecco, in Veneto, nei primi mesi del lockdown da Coronavirus, nei canali della grande distribuzione organizzata registra cifre paragonabili a quelle della grande frenesia natalizia. Certamente quello del Prosecco, sia esso Docg Superiore di Conegliano e Valdobbiadene, Asolo Docg o Doc, è un mondo tutto particolare, da sempre beneficiato da caldi apprezzamenti di questo genere di mercati. In ogni caso, trattandosi di vino spumante, si inserisce in un trend comune: l'escalation di consumi nelle festività, per i tradizionali brindisi familiari e per tutta una serie di ricorrenze.

Occorre poi precisare che il disciplinare del Prosecco Doc da pochissimo tempo ha implementato una nuova tipologia: si tratta del Prosecco Rosé, che vede unirsi alla tradizionale uva glera anche una percentuale di pinot nero, che poi sarebbe il vitigno che garantisce il colore rosato. Alla luce di una grande crescita dei consumi del vino rosato in genere, e degli spumanti in particolare, le case produttrici sono impazienti di testare le performance di questo nuovo prodotto, da esse tenacemente voluto e auspicato da molto tempo.

Natale, comunque, non è soltanto Prosecco. Sulle tavole degli italiani stanno per

riversarsi litri e litri di altri spumanti, compresi quelli a metodo classico. Il mercato della grande distribuzione, una volta di più, aspetta con ansia questo momento: sugli scaffali stanno per arrivare parecchie referenze di spumanti prodotti col metodo della rifermentazione in bottiglia. E lì, c'è l'imbarazzo della scelta: Franciacorta, Trento Doc e Oltrepò Pavese sono solo alcune delle scelte che il consumatore si troverà davanti, qualora volesse optare per un prodotto italiano invece che per un transalpino Champagne. Da non dimenticare, poi, gli spumanti dolci, soprattutto Asti Docg, che si prestano maggiormente all'abbinamento coi dessert e in modo particolare con panettone e pandoro, i sovrani di queste occasioni.

Naturalmente pranzi natalizi e cenoni di capodanno non possono essere accompagnati soltanto dalle bollicine. La solennità dell'occasione e, perché no, qualche soldino in più nelle tasche degli italiani grazie alla tredicesima, suggeriscono senz'altro l'acquisto di vini bianchi e rossi di maggior prestigio, di classe premium. E in tal caso, Friuli e Alto Adige per i bianchi, e Toscana e Piemonte per i rossi sono lì ad aspettare. Non mancano comunque gli appassionati dei grandi vini del Sud, pugliesi e siciliani in primis, che sanno cosa cercare e cosa trovare nei reparti vini dei migliori supermercati. Sotto quest'aspetto, l'offerta della grande distribuzione, se affidata a buyer attenti e curiosi, si è talvolta dimostrata in grado di competere addirittura con quella di certe enoteche.

VALTIDONE
piacere senza confini

"Unic'O"
Ortrugo brut
Spumante DOC

"Perlage"
Spumante
Metodo Classico

"SWING"
Spumante Rosé
Extra Dry

www.cantinavaltidone.it

Via Moretta, 58 - Borgonovo V.T. - PC
tel. 0523 846429 enoteca@cantinavaltidone.it

E UN PROGETTO **Cantina Valtidone 2020**

TENUTA ALOIS LAGEDER
www.aloislageder.eu**2018 Pinot Noir Doc****Vitigni**

Pinot Noir

Zona di produzione

Alto Adige, vigne selezionate ad Appiano, Pochi di Salorno e Cortaccia.

Gradazione alcolica
12% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
L'Alto Adige offre al Pinot nero delle condizioni di crescita ottimali. I suoi grappoli prediligono un clima fresco e ben ventilato e prosperano meglio su terreni calcarei, ricchi di ciottoli e con un buon tenore argilloso. Di colore rosso rubino con riflessi rosso granato, il Pinot nero di Alois Lageder presenta aromi fruttati e note minerali. Mediamente corposo, si presta a un invecchiamento ottimale di 2-5 anni.**N. bottiglie prodotte**
43.333**Formato**
0,75 lt**CANTINA PRODUTTORI BOLZANO**
www.kellerei-bozen.com**Alto Adige Gewürztraminer Doc 2019****Vitigni**

100% Gewürztraminer

Zona di produzione

Zone altamente vocate della città di Bolzano e dintorni.

Gradazione alcolica
14% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Questo vino aromatico, prodotto con uve selezionate e provenienti dai ripidi pendii che circondano Bolzano, affascina con i suoi sentori fruttati e floreali intensi e grazie a una leggera nota speziata. Colore giallo paglierino intenso con riflessi dorati. Bouquet aromatico, con sentori di rose, litchi, pompelmo, lime, leggere note di buccia d'arancia, chiodi di garofano e cannella. Sapore pieno, complesso e morbido, con una piacevole freschezza.**N. bottiglie prodotte**
100mila
Formato
0,75 lt**CESARINI SFORZA**
www.cesarinisforza.it**Cesarini Sforza Le Premier Trento Doc****Vitigni**

100% Chardonnay

Zona di produzione

Collina della Trento Doc

Gradazione alcolica
12,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Un Metodo Classico che nasce dalle uve Chardonnay coltivate in vigneti del Trentino, in quell'area geograficamente delimitata che definisce la Trento Doc. Il Metodo Classico applicato su questa base produce uno spumante armonioso ed elegante. Le Premier Brut matura per almeno 24 mesi in cantine buie e silenziose, fino ad assumere le caratteristiche definitive di profumo e sapore che la contraddistinguono.**N. bottiglie prodotte**
150mila**Formato**
0,75 lt*Disponibile in astuccio singolo.***CANTINA TOLLO**
www.cantinatollo.it**Colle Secco Rubi Montepulciano d'Abruzzo Dop****Vitigni**

Montepulciano d'Abruzzo

Zona di produzione

Province di Chieti, Pescara e Teramo.

Gradazione alcolica
13,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Colore rosso rubino con riflessi violacei e bordo leggermente granato. Profumi di frutta rossa matura, viola e note speziate di liquirizia, chiodi di garofano e cacao. Sapore pieno di buona struttura con tannini dolci e vellutati.**N. bottiglie prodotte**
550mila**Formato**
0,75 lt*Formato 3 litri in confezione di cartone, disponibile anche con versatore in legno.***CANTINA DI CARPI E SORBARA**
www.cantinadicarpiesorbara.it**'Piazza Grande' Spumante di Modena Dop Brut****Vitigni**

Lambrusco di Sorbara, Lambrusco Salamino.

Zona di produzione

Provincia di Modena.

Gradazione alcolica
11,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Spumantizzazione con metodo Charmat. Di colore rosato molto chiaro, tendente al color cipolla. La spuma è ricca, fine e persistente. Aroma intenso, fresco e floreale. Sapore di forte personalità, ben bilanciato e fresco con netti ricordi di piccoli frutti rossi.**N. bottiglie prodotte**
50mila**Formato**
0,75 lt*Confezione regalo valigetta da due bottiglie.***CARRANCO**
www.palmentocarranco.com**Etna Rosso Doc Villa dei Baroni 2017****Vitigni**

100% Nerello Mascalese

Zona di produzione

Castiglione di Sicilia, Contrada Carranco.

Gradazione alcolica
14% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Il colore è quello tipico, rosso rubino non troppo intenso; il naso è molto fine con chiari sentori di frutti rossi ma anche floreali, freschi ed eleganti. In bocca è strutturato ed equilibrato, con sentori fruttati, di fragola e amarena. Spiccano anche note più speziate, pepe nero e rabarbaro. In bocca è strutturato, corposo e intenso. Il tannino è sapido e setoso, con una bella persistenza.**N. bottiglie prodotte**
10mila**Formato**
0,75 lt**CANTINA SOCIALE DI GUALTIERI**
www.cantinasocialegualtieri.it**Fogarina Rosé Frizzante Igp****Fogarina Rosé Frizzante Igp****Vitigni**

100% Fogarina

Zona di produzione

Terreni sabbiosi e freschi situati nel comune di Gualtieri, Reggio Emilia.

Gradazione alcolica
10,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Lucente e trasparente, al naso presenta sentori di lampone, fragolina di bosco e petali di rosa selvatica. Al palato risulta preciso, fresco e coinvolgente e regala un gusto intenso, persistente.**N. bottiglie prodotte**
20mila (annata 2019)**Formato**
0,75 lt*Confezione regalo da due bottiglie.***CAVIRO**
www.vignetiromio.it**Novebolle Romagna Doc Spumante Bianco Extra Dry****Vitigni**

75% Trebbiano, 20% Chardonnay, 5% Famoso

Zona di produzione

Romagna.

Gradazione alcolica
11,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Vinificato attraverso una soffice pressatura delle uve. La fermentazione a temperatura controllata (15-18°C) permette di sviluppare aromi fruttati e floreali. La presa di spuma avviene in autoclave per circa 30 giorni, dando origine al tipico perlage e a tutte le note terziarie ricercate di questo vino. Giallo vivace e brillante, al naso rivela note fruttate di agrumi e frutti esotici che affiancano sentori floreali per un assaggio preciso, netto ed elegante. Al palato è fresco e sapido, il perlage fine e piacevole.**N. bottiglie prodotte**
50mila**Formato**
0,75 lt*In uscita entro fine 2020 video promozionali diffusi sulle reti digitali.***DUCA DI SALAPARUTA**
www.duca.it**Colomba Platino Nero d'Avola Igt Terre Siciliane****Vitigni**

Nero d'Avola

Zona di produzione

Sicilia centro-sud.

Gradazione alcolica
13-13,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Colore rosso rubino intenso. Profumo complesso, con intense note di marasca ed elegantemente speziato. Di grande struttura e persistenza, è ampio e vellutato in bocca.**N. bottiglie prodotte**
57mila**Formato**
0,75 lt*Con questo nuovo prodotto Duca di Salaparuta entra per la prima volta in Gdo.***CAVIT**

www.cavit.it

**Müller Thurgau Spumante Vigneti delle Dolomiti Igt Metodo Charmat****Vitigni**

Müller Thurgau

Zona di produzione

Zone del Trentino vocate alla produzione di uve bianche: Val di Cembra, Valle di Cavedine, Altopiano di Brentonico.

Gradazione alcolica
11,50% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**

Spuma persistente con perlage a grana minuta, colore paglierino scarico con evidenti sfumature verdoline. Profumo delicato, leggermente aromatico con sottofondo fruttato. Sapore morbido, piacevolmente fresco, elegante e di ottimo carattere.

N. bottiglie prodotte
N/A**Formato**

0,20 - 0,75 - 1,5 - 3 lt

FRATELLI BERLUCCHI
www.fratelliberlucchi.it**'Freccianera Nature' Franciacorta Brut Nature Millesimo 2015****Vitigni**

85% Chardonnay, 15% Pinot Nero

Zona di produzione

Franciacorta

Gradazione alcolica
12,5% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Metodo Franciacorta (refermentazione in bottiglia) 48 mesi sui lieviti. Di colore giallo con riflessi verdognoli, spuma abbondante, perlage molto fine e intenso. Profumo di lievito naturalmente gradevole e con leggera nota speziata. Sapore secco, pieno, armonico.**N. bottiglie prodotte**
N/A**Formato**
0,75 lt**ZONIN**
www.zonin.it**Zonin Prosecco Millesimato Extra Dry****Vitigni**

100% Glera

Zona di produzione

Prosecco Doc.

Gradazione alcolica
11% vol.**Descrizione e principali note organolettiche**
Colore giallo paglierino chiaro luminoso. Spuma bianca e fine con perlage molto sottile. Profumo gradevolmente intenso, molto fruttato, aromatico con ricordo di fiori di gelsomino, mela renetta e pesca bianca. Fresco e di grande piacevolezza in bocca, con una leggerissima nota di mandorla dolce, tipica delle uve Prosecco.**N. bottiglie prodotte**
1 milione circa**Formato**
0,200 - 0,75 lt**90 ANNI DI TRADIZIONE, BOLLICINE DI ROMAGNA DOC**
CASA VINICOLA POLETTI
1928

Per momenti da ricordare, per attimi intensi da assaporare per una tradizione di vino che, dal 1928, la famiglia Poletti vive con passione "90° Anniversario" è un Brut realizzato con le tradizionali uve Trebbiano e Sangiovese.

Riscoprendo un secolo di vini nasce il Brut di Romagna. anniversario/vinipoletti.com



F.LLI GANCIA & C.
www.gancia.com**Pinot di Pinot Brut – vino spumante Brut****Vitigni**

Pinot Bianco, Pinot Nero, Pinot Grigio.

Zona di produzione

Canelli, Asti.

Gradazione alcolica

11,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, perlage fine e persistente. Il profumo è caratterizzato da note fruttate e floreali che ricordano i fiori d'acacia. Al gusto risulta gradevole, fresco e moderatamente acidulo.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,20 - 0,75 - 1,5 lt

Restyling della gamma 'Pinot di Pinot' ispirato alla gamma di colori della linea Charmat Gancia 'Drink Beauty'.

FONTANAFREDDA
www.fontanafredda.it**Moscato d'Asti Docg****Vitigni**

Moscato

Zona di produzione

Langa albese e astigiana.

Gradazione alcolica

10% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Vinificato con pressatura soffice delle uve intere, chiarifica e filtrazione del mosto prima della fermentazione in autoclave e a bassa temperatura. La fragranza dell'aroma, tipica delle uve da cui proviene, infonde a questo vino un profumo intenso di muschio, di fiori d'arancio, di salvia e di miele. Di colore giallo paglierino, il sapore è gradevolmente dolce, equilibrato e rimanda al miele e all'uva appena raccolta. Pronto per il consumo già poche settimane dopo l'imbottigliamento.

N. bottiglie prodotte

250mila

Formato

0,75 lt

GRUPPO ITALIANO VINI
www.gruppoitalianovini.it**Amarone della Valpolicella Classico Docg 2015****Vitigni**

70% Corvina e Corvinone, 30% Rondinella

Zona di produzione

Dai vigneti selezionati nei comuni storici di Marano, Negrar e San Pietro in Cariano, Valpolicella.

Gradazione alcolica

15% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Il vino matura per circa 24 mesi in parte in piccoli fusti di rovere francese e americano di primo passaggio e in parte in botti di quercia. Segue un affinamento di almeno tre mesi in bottiglia prima della commercializzazione. Di colore rosso intenso, al naso è ampio e complesso con note di confettura di ciliegia, piccoli frutti rossi e vaniglia. In bocca è pieno e corposo ed esprime note di prugna matura, frutta secca e cacao.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,375 - 0,75 - 1,5 lt

Disponibile anche astucciato.

LEONE DE CASTRIS
www.leonedeceastris.com**Five Roses Rosato Igt Salento****Vitigni**

90% Negroamaro, 10% Malvasia Nera di Lecce

Zona di produzione

Salice Salentino

Gradazione alcolica

12% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Il primo rosato imbottigliato in Italia, dal caratteristico rosa cerasuolo cristallino e con sentori fruttati di ciliegia e fragolina di bosco. In bocca è fresco, morbido e piacevolmente persistente.

N. bottiglie prodotte

150mila

Formato

0,75 lt

POGGIO CAGNANO
www.poggiocagnano.it**Altiripa Doc Maremma Toscana Sangiovese****Vitigni**

Sangiovese

Zona di produzione

Manciano, Grosseto, Toscana.

Gradazione alcolica

14% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Naso elegante, con sensazioni di piccoli frutti rossi, erbe officinali, piccole spezie e minerali con pietra focaia a chiudere il ricco ventaglio odoroso. In bocca tutti i componenti sono in grande armonia tra loro. Ampiezza, eleganza tannica, setosità e piacevolezza.

N. bottiglie prodotte

2mila

Formato

0,75 lt

Disponibile in confezione regalo.

MARCHESI ANTINORI

www.antinori.it/it/vino/villa-antinori-rosso/

Villa Antinori Rosso Toscana Igt**Vitigni**

Cabernet Sauvignon, Sangiovese, Syrah, Merlot e Petit Verdot

Zona di produzione

Toscana

Gradazione alcolica

14% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Villa Antinori si presenta di un colore rosso profondo. Al naso è intenso e complesso, caratterizzato da note di frutti di bosco come mirtillo e ribes nero e sentori di nocciole tostate, spezie e vaniglia. Al palato si presenta con un buon corpo, rotondo, con tannini morbidi e vellutati, lungo e sapido.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,375 - 0,75 - 1,5 - 3 lt

Nuova etichetta dopo 90 vendemmie.

SANTA CRISTINA

www.santacristina.wine

Santa Cristina Toscana Igt**Vitigni**

Merlot, Syrah, Cabernet e Sangiovese

Zona di produzione

Toscana

Gradazione alcolica

13% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Santa Cristina si presenta di un colore rosso rubino con riflessi violacei. Al naso mostra piacevoli e intensi aromi fruttati di ciliegia e floreali di violetta, ben in armonia alle note di vaniglia e caffè. Al palato è morbido, avvolgente e dal retrogusto fruttato.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 - 0,375 lt

MAZZEI
www.mazzei.it**Castello Fonterotoli Chianti Classico Gran Selezione****Vitigni**

100% Sangiovese

Zona di produzione

Chianti Classico

Gradazione alcolica

13,80% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Perfetta combinazione di eleganza, struttura e mineralità.

N. bottiglie prodotte

40mila

Formato

0,375 - 0,750 - 1,5 - 3 - 6 lt

Disponibile in confezione regalo.

MONTEVERRO
www.monteverro.com**Terra di Monteverro 2015****Vitigni**

40% Cabernet Sauvignon, 40% Cabernet Franc, 15% Merlot, 5% Petit Verdot

Zona di produzione

Maremma, Toscana.

Gradazione alcolica

14% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Il colore è rosso ciliegia intenso con riflessi rosso rubino. Al naso si captano frutta rossa, lamponi, pomodorini secchi, eucalipto e note di cassis, mirtillo e sigaro. Ha un bell'attacco vellutato ma fresco su trama tannica strutturata con sentori di ciliegia, prugna e tabacco fresco.

N. bottiglie prodotte

35mila

Formato

0,75 lt

Confezione regalo su richiesta.

MOTTURA VINI DEL SALENTO
www.motturavini.it**Primitivo di Manduria Doc****Vitigni**

Primitivo

Zona di produzione

Comuni in provincia di Taranto.

Gradazione alcolica

14,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Colore rosso intenso con riflessi porpora. Bouquet austero di frutti rossi in confettura, marmosca, prugna secca. Sentori terziari di vaniglia e chiodi di garofano. Gusto vellutato, pieno e armonico.

N. bottiglie prodotte

50mila

Formato

0,75 lt

Confezione di legno.

PLANETA
www.planeta.it**La Segreta Il Rosso Sicilia Doc 2018****Vitigni**

50% Nero d'Avola, 25% Merlot, 20% Syrah, 5% Cabernet Franc

Zona di produzione

Menfi.

Gradazione alcolica

13% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

La Segreta prende il nome dal bosco che circonda la vigna all'Ulmo. Questo vino giovane e fresco ottenuto principalmente da uve Nero d'Avola, guadagna personalità e stile con l'aggiunta delle uve internazionali. La Segreta è compagno versatile del bere quotidiano, adatto alle più diverse occasioni. Dal colore rosso rubino intenso e vivido. Al naso profumi di ribes e gelso con un tenue finale speziato e mentolato. In bocca il vino mostra la sua bella personalità con sapori di frutti di bosco maturi, bilanciati da un gusto pieno ed erbaceo in modo assolutamente piacevole. I tannini sono docili e ben levigati conferendo così a questo rosso un carattere molto versatile.

N. bottiglie prodotte

350mila

Formato

0,75 lt

ROTARI
www.rotari.it**Rotari Brut Rosé, Metodo Classico, Trentodoc****Vitigni**

90% Pinot Nero, 10% Chardonnay

Zona di produzione

Zone collinari più vocate del Trentino.

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Al naso Rotari Brut Rosé regala delicate nuances di frutti di bosco, eleganti note centrali di fragoline e more, con una sfumatura di nocciola nel finale. Al palato si percepisce un perlage setoso e consistente, buona sapidità ed eleganti note floreali finali.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt

TENIMENTI CIVA
www.tenimenticiva.com**Friulano Biele Zôe Cuvée 85 I 15 - Friuli Colli Orientali Doc****Vitigni**

Friulano

Zona di produzione

Friuli Colli Orientali.

Gradazione alcolica

13% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Colore giallo paglierino con riflessi verdolini. Fresco e abbastanza intenso al naso, si apre maggiormente al palato, con sentori di fiori bianchi, agrumi, pera matura, mela golden e pesca bianca. Finale persistente con il tipico aroma di mandorla amara.

N. bottiglie prodotte

20mila

Formato

0,75 lt

TOSO
www.toso.it**Asti Docg Festoso****Vitigni**

100% Moscato bianco

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

7% vol.

Descrizione e principali note organolettiche

Spumante dolce, aromatico, fruttato e floreale. Ha un contenuto alcolico moderato e perlage fine e persistente. Di colore giallo paglierino, è un vino fine ed elegante, adatto per ogni celebrazione.

N. bottiglie prodotte

400mila

Formato

0,75 lt



Azienda Uggiano

@UggianoVini

AZIENDA UGGIANO
Via Langosco 20/20 - 50015 San Venerone a Terzi (PT)
Tel. 0573/204011 - www.uggiano.it



ASTUCCIATI E BOX IN LEGNO

BOTTEGA
www.bottegaspa.com**Petalo Moscato**
'Il vino dell'amore'

Vitigni
Moscato
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
6,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Vino caratterizzato da una limitata gradazione alcolica e da un residuo zuccherino importante. La spumantizzazione, seguendo il metodo Martinotti, si sviluppa in autoclave, una particolare vasca in acciaio pressurizzata che permette il controllo puntuale sia della pressione che della temperatura per preservare la fragranza e gli aromi tipici delle uve di partenza. Intenso, floreale, fruttato, con sentori di rosa, pesca gialla, pera, frutta esotica e note di salvia nel finale. È un vino dolce, ideale per celebrare feste e ricorrenze.

Bottiglie prodotte
792mila
Formato
0,75 lt

CANTINA DI SOAVE
www.maximilianspumante.it**Maximilian I Blanc De Blancs Extra Dry**

Vitigni
Veneti a bacca bianca
Zona di produzione
Verona.
Gradazione alcolica
11,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Gusto armonico, perlage fitto e persistente.
Bottiglie prodotte
20mila
Formato
1,5 lt

GIACOBBAZI VINI
www.giacobbazivini.it**Giacobazzi**
Metodo Classico

Vitigni
Lambrusco di Sorbara
Zona di produzione
Sorbara, Modena.
Gradazione alcolica
11% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Sorbara in purezza vinificato in bianco e rifermentato naturalmente in bottiglia secondo il Metodo Classico. Vendemmia manuale dei grappoli migliori. Le bottiglie riposano in cataste per minimo 36 mesi durante i quali affinano sui lieviti. Di colore giallo paglierino, con un perlage fine e persistente. È un vino complesso, con sfumature che ricordano la mela golden e crosta di pane, impreziosito da note minerali.
Bottiglie prodotte
3mila
Formato
0,75 lt

SANTA CRISTINA
www.santacristina.wine**Santa Cristina Brut**
Metodo Classico

Vitigni
Chardonnay, Pinot Nero e una piccola percentuale di Pinot Bianco
Zona di produzione
N/A
Gradazione alcolica
12,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Santa Cristina Spumante si presenta di colore giallo con riflessi dorati. La spuma è abbondante con perlage fine e persistente. Al naso è intenso, con note di mela, pesca bianca, sentori di crosta di pane e lieviti. Al palato si caratterizza per una spiccata armonia e per la tipica vivacità dei Brut. Le note di frutti maturi conferiscono ampiezza ed equilibrio.
Bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

TENUTA MAZZOLINO
www.tenuta-mazzolino.com**Blanc De Blancs - VSQ Spumante**

Vitigni
100% Chardonnay
Zona di produzione
Vigna Bosco, Oltrepò Pavese.
Gradazione alcolica
12,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Bouquet complesso e fragrante, con agrumi (buccia di chinotto) e note di pasticceria (zucchero a velo, burro di nocciola) e note mature di pane tostato. Al palato, effervescenza viva ma sottile, acidità tesa e vibrante, polpa succosa di frutti gialli, buona persistenza con ritorni di pesca candita e nocciole tostate.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
1,5 lt
Disponibile in formato magnum in cassetta di Legno

MIONETTO
www.mionetto.it**Mionetto Prestige Collection: Prosecco Doc Treviso Brut**

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Area del Prosecco Doc Treviso.
Gradazione alcolica
11% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Ottenuto dalla vinificazione in bianco con pressatura soffice delle uve, a cui segue la spumantizzazione con metodo Charmat. Spumante secco, di struttura, si distingue per il colore giallo paglierino brillante e per le bollicine intense e sottili; il profumo è fruttato di mele golden, mentre il gusto richiama sentori di liquirizia, miele e acacia.
N. bottiglie prodotte
10.041.300 (2019)
Formato
0,200 - 0,75 lt

NALS MAGREID
www.kellerei.it**Lyra Gewürztraminer Alto Adige Doc**

Vitigni
100% Gewürztraminer
Zona di produzione
Söll, Termeno.
Gradazione alcolica
15% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Bouquet inconfondibilmente intenso, aromatico, con sentori di rose fresche, chiodi di garofano e litchi per questo vino dal color giallo oro. Nella roccaforte del Gewürztraminer, Termeno, questa vitigno trova le condizioni ideali per sprigionare tutta la sua compostità e forza e diventare morbido, pieno e lungo.
N. bottiglie prodotte
25mila
Formato
0,75 lt

BANFI
www.banfi.it**- Castello Banfi Brunello di Montalcino Doc**
- Castello Banfi Rosso di Montalcino Doc
- Centine Toscana Igt

Descrizione
Confezione regalo in legno contenente una bottiglia di Castello Banfi Brunello di Montalcino; una bottiglia di Castello Banfi Rosso di Montalcino e una bottiglia di Centine Toscana Igt
Vitigni
Brunello di Montalcino Docg (Sangiovese 100%); Rosso di Montalcino Doc (Sangiovese 100%); Toscana Igt (blend di varietà rosse).
Zona di produzione
Brunello di Montalcino Docg (Montalcino, Si); Rosso di Montalcino Doc (Montalcino, Si); Toscana Igt (blend di varietà rosse), Toscana.
Gradazione alcolica
Castello Banfi Brunello di Montalcino Docg (13,5% vol) Castello Banfi Rosso di Montalcino Doc (14% vol) Centine Toscana Igt (13,5% vol)
Formato
0,75 lt

CANTINA VALTIDONE
www.cantinavaltidone.it**Spumante brut 'Perlage' - Metodo classico**

Vitigni
Chardonnay e Pinot Nero
Zona di produzione
Colli della Val Tidone.
Gradazione alcolica
12% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Un mix di Chardonnay e Pinot Nero, dei vigneti più vocati delle colline della Val Tidone, colte nel momento ottimale: limitato tenore zuccherino, adeguato tenore acido, massima ricchezza degli aromi varietali. Viene prodotto solo nelle annate migliori. Spuma bianca esuberante, perlage finissimo, continuo e persistente. Colore giallo dorato brillante; profumo intenso, penetrante e complesso (sentori di crosta di pane, mandorle tostate, mela golden, frutti di bosco e ricordi minerali). Sapore secco senza asprità, molto elegante, fresco e schietto, con lunga e piacevole persistenza aromatica.

Formato
0,75 - 1,5 lt

Swing Rosé

Vitigni
Pinot Nero
Zona di produzione
Val Tidone.
Gradazione alcolica
11,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Da uve Pinot Nero raccolte manualmente a fine agosto, per preservare la sua acidità e gli aromi caratteristici che lo rendono unico. Di colore rosa cristallino, il perlage fine e numeroso forma una corona persistente. Al naso il bouquet è delicato, con sentori di rosa, ciliegia e rabarbaro. Al gusto è fresco, morbido ed equilibrato.

Formato
Bottiglia Spumante Plavis 0,75 lt con sleeve

VALDO SPUMANTI
www.valdo.com**Oro Puro Valdobbiadene Superiore di Cartizze Docg**

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Valdobbiadene
Gradazione alcolica
11% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Le uve utilizzate provengono esclusivamente dalla scoscesa 'Collina del Cartizze', soli 107 ettari di vigneto nel comune di Valdobbiadene. L'eccellente microclima di questa collina, frutto della combinazione di un'eccezionale esposizione al sole durante il giorno con le fresche correnti d'aria notturne, abbinato ai terreni molto antichi e ai tradizionali metodi di vendemmia tardiva, danno vita a questo amabile vino spumante.

N. bottiglie prodotte
130mila
Formato
0,75 lt

Oro Puro Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Valdobbiadene
Gradazione alcolica
11,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Simbolo di purezza e valore, rappresenta l'espressione più autentica del Valdobbiadene Docg. Raro come la sua terra di origine, le colline di Valdobbiadene. L'etichetta ricorda i ricami dei merletti veneziani, riconosciuti in tutto il mondo come emblema di artigianalità ed eccellenza. È caratterizzato da un perlage sottile e persistente e un gusto esclusivo e raffinato.

N. bottiglie prodotte
150mila
Formato
0,75 lt

UGGIANO
www.uggiano.it**Chianti Riserva Docg 'Fagiano'**

Vitigni
90% Sangiovese, 10% Canaiolo Nero
Zona di produzione
Toscana, Chianti.
Gradazione alcolica
13,5% vol.

Descrizione e principali note organolettiche
Vino lungamente affinato in barriques francesi e botti in rovere di Slavonia. Bel colore rosso bordaux. Bouquet complesso con note di amarena, frutti di bosco e viola mammola, accompagnate da decisi richiami di vaniglia. Ottima consistenza e rotondità con retrogusto gradevolmente tannico.

N. bottiglie prodotte
2mila
Formato
1,5 lt

CANTINE SETTESOLI
www.cantinesettesoli.it**Settesoli Collezione Sicilia Doc**

Descrizione
Cassetta in legno da due bottiglie contenente un Settesoli Collezione Nero d'Avola/Syrah e un Settesoli Collezione Grillo/Chardonnay.

Vitigni
50% Nero d'Avola, 50% Syrah.
Zona di produzione
Menfi, Agrigento, Sicilia.
Gradazione alcolica
13,5% vol.

N. bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 lt

TENUTE PICCINI
www.tenutepiccini.it**Tris Collezione Oro**

Descrizione
1 bottiglia Collezione Oro Chianti Riserva Docg; 1 bottiglia Collezione Oro Orvieto Classico Doc; 1 bottiglia Collezione Oro Toscana Rosso Igt. La linea premium 'Collezione Oro' esprime l'eccezionale qualità e il perfetto equilibrio ottenuto attraverso un'interpretazione moderna del terroir toscano.

Vitigni
Chianti Riserva Docg (90% Sangiovese, 10% Cabernet Sauvignon); Orvieto Classico Doc (Grechetto G5 40%, Grechetto G109 15%, Procanico 40%, Chardonnay 5%); Toscana Rosso Igt (70% Sangiovese, 25% Cabernet Sauvignon, 5% Petit Verdot).
Zona di produzione
Chianti Classico, Orvieto Classico, Toscana.
Gradazione alcolica
Chianti Riserva Docg (13,5% vol.); Orvieto Classico Doc (12,5% vol.); Toscana Rosso Igt (13,5% vol.)

N. bottiglie prodotte
Chianti Riserva Docg (1.100.000); Orvieto Classico Doc (100mila); Toscana Rosso Igt (30mila)
Formato
0,75 lt

FRESCOBALDI
www.frescobaldi.com**Nipozzano Riserva 2016 - Chianti Rufina Riserva Docg**

Descrizione
Cassa di legno da 12 bottiglie in quattro soggetti originali e collezionabili: trifoglio, segale, rafano e senape, baciati da farfalle, coccinelle e api. Uno spaccato della biodiversità al Castello Nipozzano, un equilibrio perfetto tra specie vegetali e animali che crea un ecosistema unico.

Vitigni
Sangiovese e varietà complementari.
Zona di produzione
Castello Nipozzano, storica tenuta Frescobaldi pochi km a nord-est di Firenze.
Gradazione alcolica
13% vol.
N. bottiglie prodotte
300mila bottiglie, 3mila casse
Formato
0,75 lt

Misure anti Covid-19: la risposta di Gd e Do

Come vengono rispettate, oggi, le norme per contenere il contagio nei pdv? Un'indagine sul campo rivela le catene più attente e rigorose. Ma anche quelle che hanno allentato i controlli.

Lo scorso aprile, l'Istituto superiore di sanità (Iss) ha elaborato e pubblicato un rapporto (17/2020) sulle regole e sulle buone pratiche igieniche da seguire nella filiera alimentare, dal titolo "Indicazioni ad interim sull'igiene degli alimenti durante l'epidemia da virus Sars-CoV-2". Il documento riporta le indicazioni sulle precauzioni necessarie a garantire la sicurezza degli alimenti in tutte le fasi, dalla produzione alla commercializzazione, con un focus sulle modalità di accesso al punto vendita. Per quest'ultima fase l'Iss indica precise regole. Tra cui l'affissione di segnaletica e istruzioni, il controllo del distanziamento individuale, la fornitura di gel sanificante per le mani e le modalità di accesso del consumatore nel pdv (con obbligo di mascherina, disinfezione delle mani e temperatura inferiore ai 37,5°C).

A distanza di oltre quattro mesi dal picco epidemiologico e dalla fine del lockdown, come vengono rispettate le norme? Per rispondere, abbiamo chiesto delucidazioni alle catene. Non solo. Un'indagine "sul campo" (attraverso un check in alcuni punti vendita dell'hinterland milanese e della Brianza) ci ha permesso di verificare di persona le modalità di accesso ai punti vendita e l'attenzione riservata da ogni singola catena in merito alle precauzioni anti-Covid.



LA PAGELLA

- Misurazione della temperatura
- Guanti
- Presenza di gel igienizzante
- Segnaletica
- Avvisi sonori
- Controllo del numero di ingressi

Per ognuna delle misure abbiamo giudicato l'accuratezza con cui vengono attuate, assegnando un voto da 0 a 10.



EUROSPIN (VAREDO - MB)

Nessuna risposta dalla catena

Giorno e orario della visita: Venerdì 18 settembre, ore 13.30

Il nostro store check

L'accesso al punto vendita prevede una sola via che funge sia da entrata che da uscita. Un addetto alla sicurezza controlla gli ingressi, misura la temperatura di ogni cliente e verifica che ognuno sia munito di mascherina e utilizzi il gel antibatterico posto all'entrata. All'ingresso dello store, ma anche all'interno del punto vendita, ci sono cartelli che chiedono alla clientela di mantenere la distanza di sicurezza di almeno un metro durante la spesa e ricordano l'uso obbligatorio della mascherina. L'utilizzo dei guanti, invece non è richiesto in quanto non più obbligatorio. Inoltre, a intervalli, un avviso sonoro ricorda di mantenere le distanze e di indossare correttamente la mascherina.



Temperatura	Guanti	Gel
Voto 8	Voto 6*	Voto 8
Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 7	Voto 7	Voto 9

ALDI (CANTÙ - CO)

La risposta della catena

Sin dall'inizio dell'emergenza sanitaria l'impegno di Aldi per contribuire alla tutela di tutti, clienti e collaboratori, si è concretizzato all'interno dei punti vendita con l'adozione di misure dedicate e con elementi di protezione e sensibilizzazione, per le persone che vengono a fare la spesa e che lavorano nei nostri negozi.

All'ingresso dei negozi sono a disposizione della clientela guanti monouso e dispenser di disinfettante a base alcolica, accompagnati da cartelli che richiamano ai comportamenti corretti da adottare, ripetuti anche in messaggi audio. Un'apposita segnaletica sul pavimento favorisce il rispetto della distanza minima di un metro. Oltre a mettere a disposizione di tutti i collaboratori strumenti di protezione individuali e gel igienizzanti, per una maggior tutela

ogni cassa è stata protetta con pannelli in plexiglass. Sono state intensificate le attività di sanificazione in tutti i punti vendita. È promosso l'utilizzo delle transazioni contactless in continuità con una maggiore fluidità del procedimento di pagamento e una maggiore tutela igienica.

Anche con la comunicazione sul nostro sito e canali social, inoltre, abbiamo sensibilizzato i nostri clienti, invitandoli ad adottare anche altri piccoli accorgimenti che contribuiscono a rendere la spesa più sicura per tutti, ad esempio suggerendo il pagamento con bonifico o carta di credito - in ciascuno dei punti vendita Aldi si può pagare anche in modalità contactless - e la compilazione di una lista della spesa, anche con la app Aldi Italia, per fare le compere più facilmente e velocemente e non dimenticare i prodotti di cui si ha bisogno.



Giorno e orario della visita: Martedì 15 settembre, ore 10.00

Il nostro store check

Presso il punto vendita Aldi di Cantù, il cliente può usufruire dei sacchetti di plastica per le mani posti all'entrata del supermercato (necessari per lo più per l'acquisto della frutta e della verdura). Un cartello sulla porta di accesso al negozio con "Indicazioni e comportamenti da seguire", con regole e immagini esplicative. All'interno, una "radio in store", oltre a diffondere la musica, ricorda anche le buone regole da seguire per una spesa in totale sicurezza.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 3	Voto 10	Voto 0 Non disponibile	Voto 8	Voto 10	Voto 1
Il cliente viene avvisato del divieto di entrare se la sua temperatura corporea supera i 37,5°C attraverso un cartello					

IPERAL (AROSIO - CO)



La risposta della catena

Queste le misure di sicurezza presenti nei punti vendita: mascherina obbligatoria, accesso contingentato ad un numero massimo di clienti in funzione della superficie dei negozi (con software che conteggia ingressi e uscite e monitor con semaforo verde/rosso all'ingresso che indica il numero di ingressi disponibili), igienizzante, guanti monouso. In alcuni negozi apparecchiatura per sanificare i carrelli, in diversi pdv misurazione temperatura all'ingresso (durante e subito dopo lockdown - adesso no); in diversi negozi guardie all'ingresso per garantire i distanziamenti ed il rispetto delle regole dei Dpcm; sanificazioni e pulizie straordinarie degli ambienti; addetti e cassiere con mascherina e guanti (cassiere anche con visiera); strutture in plexiglass per distanziare clienti dal box informazioni e casse; strisce sui pavimenti per garantire le distanze dai banchi assistiti; durante lock down e subito dopo massimo una persona per carrello; ingresso solo con carrello (no cestini e no borse). Infine, messaggi radio/vocali per accelerare il deflusso dei clienti ed evitare assembramenti nei reparti (soprattutto ortofrutta).

Giorno e orario della visita: Martedì 15 settembre, ore 11.15

Il nostro store check

L'iperal di Arosio offre una grande attenzione in fatto di misure anti-Covid e il cliente può accedere in massima sicurezza al punto vendita. All'ingresso troviamo un grande schermo che indica il numero di persone a cui è permesso l'accesso (un sistema di rilevazione, probabilmente, conta i clienti che oltrepassano la soglia fino al raggiungimento del numero massimo consentito) e una colonnina con un dispenser touchless che eroga il gel idroalcolico. Di particolare interesse, l'innovativa postazione tecnologica per la misurazione della temperatura corporea. Una scritta indica come fare: "Prima di accedere indossa la mascherina e misura la tua temperatura. Avvicina il volto allo schermo". Viene quindi specificato che: "In caso di temperatura superiore ai 37,5°C ti invitiamo a tornare a casa e contattare il medico curante". Oltre a questi servizi, un addetto alla sicurezza verifica attentamente la corretta procedura di ingresso della clientela. Buona anche la segnaletica a terra all'interno del punto vendita, con bollini incollati sul pavimento per indicare la distanza da mantenere nei pressi di alcuni reparti (ad esempio, davanti al banco della macelleria).



Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 10	Voto 0 Non ci sono	Voto 9 Colonnina con dispenser touchless	Voto 10	Voto 0 Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Voto 10 Uno schermo indica quante persone possono accedere al pv

segue

Ogni volta un Classico.

www.santacristina.wine

facebook.com/santacristinawines
santacristinawines
shop.santacristina.wine

SANTA CRISTINA

l'inchiesta

Ottobre 2020

V



BENNET - GRUPPO VÉGÉ (LENTATE SUL SEVESO - MB)

La risposta della catena

Tutte le dotazioni strutturali installate all'inizio della Fase 2 sono in esercizio (es. plexiglass alle casse). Per i clienti è prevista un'ampia disponibilità di dispenser igienizzanti posizionati all'ingresso, nelle zone dedicate all'abbigliamento, nei reparti servizi e in prossimità delle strumentazioni touch point (es. bilance, casse, casse self).

In ogni punto vendita regolari annunci alla radio interna sull'importanza fondamentale delle distanze di sicurezza, della mascherina e della sanificazione delle mani.

Il tutto trova ulteriore riscontro nella numerosa segnaletica installata nei punti vendita. È stato progressivamente allargato l'accesso a Bennetdrive, il servizio che consente di ordinare la spesa on line e ritirarla nell'apposita piattaforma in qualsiasi momento della giornata. La spesa viene caricata direttamente in macchina da un addetto senza costi

aggiuntivi. Il pagamento si effettua alla consegna tramite bancomat o carta di credito. Sono state ampliate le possibilità di pagamenti alternativi, introducendo anche il servizio di mobile payment Satispay.

Bennet ha stretto un accordo con Stocard, l'applicazione che permette di memorizzare le carte fedeltà su smartphone e accedere digitalmente al programma fedeltà Bennet Club 2020.

Bennet ha esteso il servizio di home delivery – servizio dedicato ai titolari di carta Bennet Club che permette di scegliere tra oltre 10mila prodotti e di riceverli direttamente a casa a partire dal giorno successivo - nella provincia di Pavia (a Lodi è già attivo).

È stata estesa la partnership con Everli by Supermercato24, primo player italiano della spesa online che permette di selezionare la catena preferita, acquistare online e ricevere la spesa direttamente a casa - laddove tecnicamente fattibile (18 punti ven-

dita Bennet). Bennet provvede a sanificare costantemente, più volte al giorno, le aree comuni destinate al pubblico. In tutte le zone cosiddette touch point – ad esempio terminali Bancomat, sportelli Postamat – sono installati e vengono regolarmente riforniti dispenser di gel disinfettante. Bennet provvede a eseguire la pulizia e la sanificazione regolare di tutti i condotti dell'aria, garantendo agli spazi interni una maggiore aerazione esterna.

Anche le aree di ristoro gestite all'interno delle Gallerie sono allestite con tavoli e posti a sedere nel rispetto delle distanze, adottando i dispositivi di sicurezza previsti dalle norme anti-Covid.

È invece lasciata alle singole attività commerciali la responsabilità di gestire l'ingresso dei clienti nei negozi, così come le aree dedicate ai bambini sono affidate alle aziende fornitrici, che le gestiscono in autonomia facendosi carico di controllare il distanziamento e di effettuare regolare pulizia.

MD (SEVESO - MB)

Nessuna risposta dalla catena

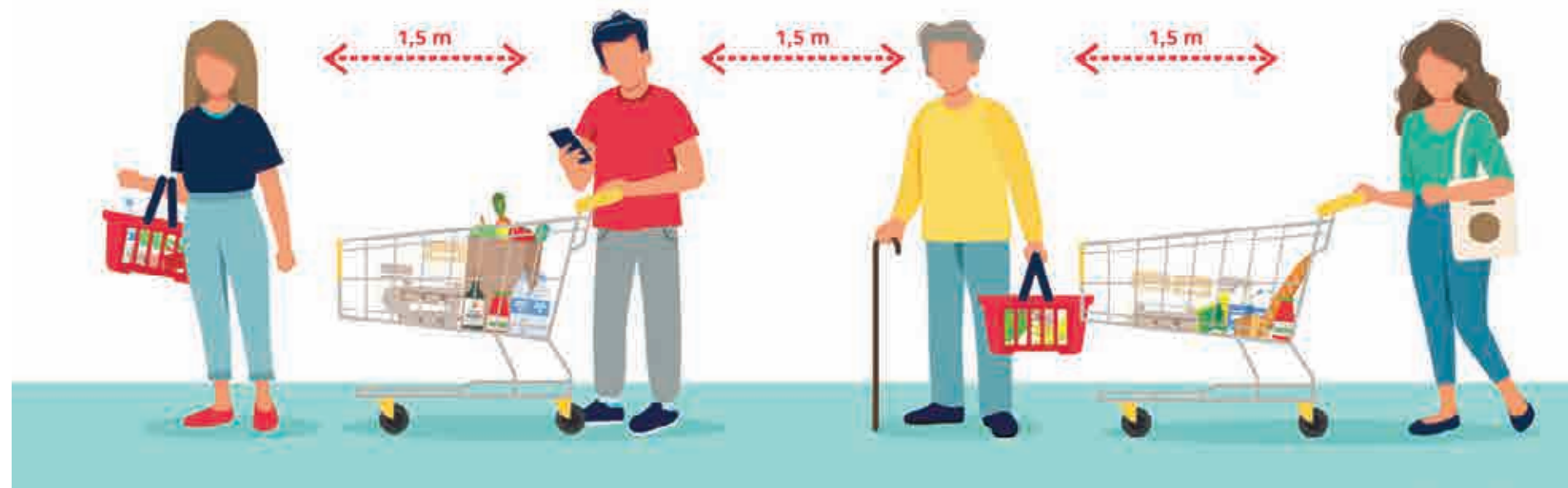


Giorno e orario della visita: giovedì 24 settembre, ore 13.10

Il nostro store check

All'ingresso del punto vendita non ci sono addetti che controllano il numero di persone o che misurano la temperatura. Non sono presenti neanche guanti, ma c'è un termoscanner a cui i clienti, volontariamente, possono avvicinarsi per misurare la febbre. Su un tavolino c'è anche un gel igienizzante. All'interno ci sono alcuni segnali sul pavimento, in corrispondenza del banco taglio e della zona dedicata al pane. Gli addetti alle casse hanno il plexiglas e indossano correttamente la mascherina. È disponibile anche un ulteriore dispenser per igienizzarsi le mani. Nel periodo trascorso all'interno del pdv non è stato udito alcun avviso sonoro.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 8	Voto 0	Voto 9	Voto 7	Voto 0	Voto 0
Il cliente può misurare la temperatura tramite un termoscanner	Non disponibili	Presente sia all'ingresso sia in cassa		Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Pare non esserci un conteggio degli ingressi



IPERCOOP (CANTÙ - CO)

La risposta della catena

Non è cambiato assolutamente niente dalla fase lockdown o cmq molto poco. E' ancora in essere ed è attivo il comitato di crisi nazionale partecipato da tutte le cooperative che si è formato nella fase iniziale dell'emergenza. Ovviamente le riunioni sono meno frequenti. Continuiamo a prestare attenzione al numero di presenze all'interno dell'area vendita; igienizzanti, guanti e – nei centri commerciali di grandi dimensioni – la verifica della temperatura all'ingresso sono prassi consueta. Abbiamo messo a disposizione anche soluzioni igieniche per i carrelli. I nostri dipendenti utilizzano mascherine e alla cassa le barriere plexiglass montate a marzo sono ancora presenti. Come anche la segnaletica all'interno del punto vendita. E' cura degli addetti invitare le persone alla cassa o ai banchi assistiti a mantenere necessario distanziamento sociale.

Giorno e orario della visita: Martedì 15 settembre, ore 8.50

Il nostro store check

All'ingresso del centro commerciale Mirabello di Cantù (Co), un cartello bianco con la scritta verde a caratteri cubitali indica la presenza di 'gel disinfettante mani' nella colonnina sottostante. Un erogatore touchless, infatti, dispensa una soluzione idroalcolica a tutti i clienti che si apprestano ad entrare. Più sopra, un secondo cartello indica le buone regole da seguire per pulire le mani. L'entrata vera e propria del supermercato Ipercoop, tuttavia, non offre ulteriori sistemi di sicurezza. Non c'è un erogatore per disinfettarsi le mani, non ci sono guanti, non c'è la prova della temperatura, non c'è un addetto al controllo degli ingressi. Solo una serie di cartelli che indicano il comportamento da seguire. Il cartello più grande indica 'Alcune semplici regole da seguire per una spesa migliore e per la salute di tutti', in cui si invita ad esempio all'uso della mascherina, alla disinfezione delle mani e al distanziamento tra persone. Un cartello più piccolo, posto su un lato dell'ingresso - e quindi poco visibile -, invita ad entrare nel punto vendita solo se si ha una temperatura inferiore a 37,5°C. Buona, invece, la segnaletica orizzontale alle casse che invita al distanziamento di un metro tra un cliente e l'altro.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 3	Voto 0	Voto 3	Voto 7	Voto 0	Voto 1
Il cliente viene avvisato del divieto di entrare se la sua temperatura corporea supera i 37,5°C attraverso un cartello	Non sono forniti	La soluzione idroalcolica è presente all'ingresso del centro commerciale ma non del supermercato	Presenza di cartellonistica ma anche bollini a terra per far rispettare il distanziamento in alcune zone del supermercato	Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Non si capisce se esiste un sistema di rilevazione del numero di persone



Giorno e orario della visita: Martedì 1° settembre, ore 8.30

Il nostro store check

All'ingresso del centro commerciale è stata disposta una colonnina con un dispenser automatico di gel idroalcolico. A fianco, troviamo una colonna con rotolo di carta e uno spray antibatterico per pulire il manico del carrello, oltre a un cestino per la raccolta di guanti, mascherine e carta. Su un cartello, infatti, campeggia la scritta: 'Mascherina e guanti non buttarli dove capita!' e più sotto: 'Ricorda che utilizzare guanti e mascherina è fondamentale. Ma una volta utilizzati non vanno dispersi nell'ambiente'. Davanti all'ingresso del supermercato, poi, un cartello ricorda le regole per uno shopping in sicurezza: lavare le mani o igienizzarle, rispettare le distanze di sicurezza, indossare la mascherina, rispettare le eventuali code e i tempi di attesa, evitare gli assembramenti, prediligere il pagamento con carte di credito o debito. Prima di varcare la soglia del supermercato, inoltre, un addetto mette personalmente il gel antibatterico sulle mani di tutti coloro che si apprestano a entrare. Non c'è la prova la febbre. Non ci sono guanti a disposizione dei clienti. Di fronte alla salumeria una segnaletica orizzontale delimita lo spazio oltre al quale non ci si può avvicinare al bancone. Di fronte al banco della macelleria servita, dei bollini rossi per terra segnalano le distanze da mantenere, con la scritta: 'Aspetta qui il tuo turno'.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
Voto 3	Voto 0	Voto 10	Voto 9	Voto 0	Voto 1
Il cliente viene avvisato del divieto di entrare se la sua temperatura corporea supera i 37,5°C attraverso un cartello	Non sono forniti all'ingresso	Un addetto mette personalmente il gel sulle mani dei clienti	Presenza di cartellonistica ma anche bollini a terra per far rispettare il distanziamento in alcune zone del supermercato	Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Pare non esserci un conteggio degli ingressi



segue

CONAD CITY (MILANO VIA BUONARROTI, 15)

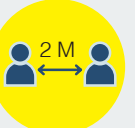
La risposta della catena

Spiega l'Ad Francesco Pugliese: "Sul Covid dovremmo rifocalizzarci un po' tutti. Il tema di una o due persone è importante, ma tanti anziani vengono in due, perché da soli avevano problemi. E tra l'altro vogliono venire a fare la spesa: per loro è importante. Comunque non dobbiamo abbassare la guardia, credo che nessuno abbia dato indicazioni di mollare. Dobbiamo ritornare a specificarlo di più e meglio: è un problema anche culturale dei clienti. A livello di gestione di ordine pubblico è stato complicatissimo convincere le persone a stare lontane. E' un problema di comunicazione".

Giorno e orario della visita: Lunedì 21 settembre, ore 19.00

Il nostro store check

All'ingresso non viene presa la temperatura, non ci sono dispositivi con guanti. E' presente un dispenser per il gel igienizzante ma il liquido è finito e non è stato ricaricato. Non ci sono avvisi sonori particolari che ricordano le misure anti-Covid. Per quanto riguarda gli accessi, non è presente una persona dedicata o un monitor per visionare gli ingressi ancora disponibili. Nel punto vendita sono presenti diversi cartelli che invitano a mantenere le distanze, a indossare le mascherine e igienizzarsi le mani. In cassa sono presenti barriere di plexiglas e gli addetti indossano la mascherina.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
					
Voto 3	Voto 0	Voto 1	Voto 8	Voto 0	Voto 1
Il cliente viene avvisato del divieto di entrare se la sua temperatura corporea supera i 37,5°C attraverso un cartello		Il dispenser all'ingresso è vuoto e non è stato ricaricato		Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Nessun addetto controlla



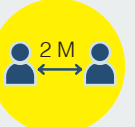
CARREFOUR (PADERNO DUGNANO - MB)

Nessuna risposta dalla catena

Giorno e orario della visita: Martedì 1° settembre, ore 9.40

Il nostro store check

L'accesso al centro commerciale prevede una via d'ingresso 'solo entrata' e una via d'uscita 'solo uscita'. All'entrata troviamo un dispenser manuale di gel antibatterico con un cartello esplicativo. All'ingresso del supermercato, invece, è stato disposto un tavolino con: rotolo di carta e spray antibatterico per sanificare la sbarra del carrello e un dispenser manuale di disinfettante per le mani. Un cartello spiega: 'Informazione ai nostri clienti. Per la tutela e la salute di tutti è necessario effettuare la spesa muniti di mascherina e guanti e rispettare la distanza di almeno un metro durante la spesa'. I guanti però non sono forniti. Ma effettivamente non sono più obbligatori. Un addetto alla sicurezza controlla in modo un po' distratto gli ingressi.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
					
Voto 3	Voto 0	Voto 9	Voto 8	Voto 0	Voto 1
Il cliente viene avvisato del divieto di entrare se la sua temperatura corporea supera i 37,5°C attraverso un cartello	Non sono forniti	Su un tavolino è presente un erogatore di gel antibatterico manuale e degli spray per pulire la barra del carrello		Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Pare non esserci un conteggio degli ingressi



U2 (BIASSONO - MB)

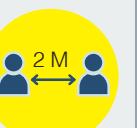
La risposta della catena

Nei punti vendita Unes/U2 supermercato è previsto l'obbligo di indossare mascherine, ci sono guanti e gel disinfettante a disposizione dei clienti. Alle casse sono presenti barriere di plexiglass e l'ingresso è limitato a un solo componente per nucleo familiare. La sanificazione dei punti vendita è costante, con disinfezione carrelli. L'azienda invita al pagamento con strumenti contactless/mobile payment ed è stato attivato il servizio 'Click. Ritira la spesa' (servizio di prenotazione della spesa online e ritiro in negozio) in molti punti vendita per favorire l'acquisto online e limitare la permanenza negli store.

Giorno e orario della visita: giovedì 24 settembre, ore 18.00

Il nostro store check

Il punto vendita è provvisto di due porte scorrevoli: una destinata all'ingresso, una all'uscita dal negozio. Prima di accedere all'area di vendita un responsabile rileva la temperatura a ciascun cliente, ricordando scrupolosamente di sanificare le mani. Per questo motivo, accanto al tornello d'accesso è posizionato un dispenser di gel igienizzante. Non vengono messi a disposizione della clientela dei guanti. All'interno del punto vendita nessun cartello o avviso sonoro invita a rispettare le misure di prevenzione. Ma, nello spazio antistante le casse, degli adesivi sul pavimento segnalano la distanza di sicurezza da mantenere rispetto agli altri clienti in attesa. Tutto il personale del punto vendita indossa correttamente la mascherina.

Temperatura	Guanti	Gel	Segnaletica	Avvisi sonori	Controllo n. persone
					
Voto 10	Voto 0 Non disponibili	Voto 7	Voto 6 Presente solo alla cassa	Voto 0 Nel periodo trascorso all'interno del pv non ne hanno trasmessi	Voto 1 Non sembra essere effettuato alcun conteggio



I 30 anni del Lugana

Il popolare vino bianco gardesano piace molto in Germania: il 75% va all'export. Il Consorzio di tutela ha festeggiato con una degustazione che testimonia inattese capacità di invecchiamento.

Grandi festeggiamenti a Sirmione (Brescia) e dintorni. Il Consorzio Tutela Lugana Doc lo scorso settembre ha festeggiato i suoi 30 anni di vita, e l'ha fatto con adeguato risalto. Del resto, il popolare vino bianco a base di uva trebbiano di Lugana, localmente chiamata turbiana e probabilmente imparentata col verdicchio ben noto nelle Marche, negli ultimi anni ha avuto un'escalation di successi.

Basta vedere i numeri. Dal 1990, anno di fondazione, a oggi, il Consorzio è arrivato ad annoverare oltre 200 soci e 120 cantine, per un vino che fu tra i primi in Lombardia a ottenere la Doc, nel 1967. E oggi, il Lugana come va? A domandarlo a un qualunque produttore, la risposta sarà sempre la stessa: il Lugana piace moltissimo all'estero, e in particolare in Germania. Solo il 25% della produzione del bianco gardesano rimane ai consumatori nazionali: il restante 75% prende le vie dei mercati internazionali. E di questo export, la voce prevalente, circa il 40%, è rappresentata dal mercato tedesco. Il motivo è facile da intuire: le sponde del lago di Garda, attorno a cui il Lugana ha il suo habitat storico e tradizionale, da sempre sono oggetto di intenso e appassionato turismo di cittadini tedeschi, che poi tornano in patria coi prodotti locali nel cuore. Oggi, con la globalizzazione dei mercati, ai tedeschi nostalgici, a quelli stupefatti dei pur eccellenti bianchi del Reno e della Mosella, mettere le mani sul lombardissimo (ma anche veneto, attenzione) Lugana è diventato molto più facile.

Il Lugana è un bianco molto "classico", che si presta a essere consumato giovane e nell'annata. Tuttavia, il Consorzio da anni spinge verso una maggiore versatilità: del disciplinare fanno infatti parte alcune tipologie meno scontate, come il Riserva, introdotto nell'ultima modifica. In questo caso, il vino deve invecchiare o affinarsi per almeno 24 mesi, di cui sei in bottiglia. Il risultato è un vino molto più importante di quello che ci si può aspettare. Ancora più di nicchia è la tipologia Vendemmia Tardiva, ottenuta dalla surmaturazione di uve lasciate in pianta, e raccolte tra ottobre e novembre. Il modello è quello di certe

vendemmie tardive dell'Alsazia, o ancora meglio, di certi Spatlese tedeschi. Ancora poco utilizzata, viceversa, è la tipologia Spumante, in cui la presa di spuma può avvenire con metodo charmat o con metodo classico. Tuttavia, anche in questo caso i pionieri del Lugana Spumante hanno ottenuto vini interessanti, suscettibili di sviluppi nel mercato e anche capaci di discreto invecchiamento.

Proprio la capacità di invecchiare, che non sempre ci si attende da un vino bianco, ha costituito il focus dei festeggiamenti per il trentennale del Consorzio. A Sirmione, una platea altamente specializzata lo scorso settembre ha partecipato alla degustazione "Le età del Lugana": una vera e propria retrospettiva di annate fino al 1995, garantite da alcuni dei produttori più rappresentativi della denominazione. In certi casi i risultati si sono rivelati del massimo interesse: la bottiglia più annosa, la Santa Cristina 1995 di Zenato, si è dimostrata ancora vivace e piena di carattere. Del resto, se davvero il trebbiano di Lugana è parente del verdicchio, quest'attitudine a sopportare il peso degli anni non deve stupire: il verdicchio, secondo alcuni autori, è l'uva maggiormente capace di dare vini bianchi che somigliano a rossi per spalla strutturale e carattere. Simile qualità potrà essere indirizzata per accontentare un mercato attento ai vini premium più inconsueti.

Il presidente del Consorzio, Ettore Nicoletto, così ha riassunto un percorso trentennale: "È stata fatta molta strada in questi 30 anni di operato del Consorzio, un lavoro svolto principalmente su due direttrici. All'interno, grazie anche ad alcune aziende che hanno aperto la strada, la filiera ha preso coscienza del grande valore, ma soprattutto del grande potenziale del proprio territorio e del vino che ne è espressione: una consapevolezza che si è sostanziata nell'inserimento a disciplinare del Lugana Superiore nel 1998 e del Riserva e del Vendemmia Tardiva nel 2011". E nei mercati? "Si sono moltiplicate le direttrici che ora guidano sia il mercato interno sia l'export, ampliando gli orizzonti e ponendo le basi per il lavoro dei prossimi anni. Ora non resta che guardare avanti, perché proprio dal suo passato si intuisce che Lugana è una denominazione che saprà ancora evolvere in futuro".



Ettore Nicoletto



IL 70% DELL'ACQUA UTILIZZATA SUL PIANETA È CONSUMATO DALLA ZOOTECNIA E DALL'AGRICOLTURA. PIÙ LA TECNOLOGIA È ALL'AVANGUARDIA MENO È LA NECESSITÀ DI ACQUA.

MADE WITH WATER
l'acqua non è scontata!

STA
Società Trattamento Acque
L'acqua per passione...

S.T.A. SOCIETÀ TRATTAMENTO ACQUE S.R.L.
VIA GIORDANO DI CAPI, 28/30 Z.I. VALDARO - MANTOVA
STACQUE.COM BLOG.STACQUE.COM



Cantine Maschio, il Prosecco Rosé per un Natale diverso

La cantina veneta per le festività presenta il nuovo spumante rosato. E rinnova la grafica della sua iconica mini bottiglia. Un prodotto di successo da quasi 50 anni.



Ci sono prodotti che entrano a far parte delle nostre vite come oggetti familiari, vere certezze. Li riconosci al primo sguardo. Sono prodotti che ci accompagnano nei momenti più importanti, come l'incontro con gli amici per ricordare un anniversario, oppure in quelli più semplici e quotidiani. Una di queste certezze è quella rappresentata dai vini spumanti, ingredienti irrinunciabili delle ricorrenze e addirittura imprescindibili nelle festività di fine anno che ci prepariamo a vivere. Cantine Maschio, forte della sua tradizione, malgrado la situazione emergenziale che stiamo vivendo in questo 2020, non si è fatta trovare impreparata e l'ha fatto con freschissime novità, oltre che con un nuovo look per prodotti già affermati.

Se tra le nuove etichette si appresta a fare il botto il recentissimo Prosecco Doc Rosé, tra i prodotti che hanno indossato un nuovo vestito c'è invece l'ormai iconico Mini Prosecco Doc, che in quasi 50 anni, con la sua piccola e innovativa bottiglia, è entrato nelle case di milioni di italiani e ha fatto il giro del mondo. Il suo pack, dall'etichetta bianca ovale con elementi dorati, si è evoluto nel tempo, senza mai abbandonare quello stile essenziale e semplice che lo ha reso famoso. Con il 2020 ecco l'ultima tappa: il Prosecco Doc di Cantine Maschio da 200ml arriva sul mercato con un nuovo restyling della bottiglia e del cluster da tre unità, che si caratterizza per elementi ancora più scintillanti e glamour. Lo spumante in piccolo for-

mato è diventato un must have delle feste, coniugando praticità, stile, sicurezza e tanta voglia di "stappare" il proprio brindisi. Per questo motivo il nuovo Mini Prosecco di Cantine Maschio si è vestito con i colori brillanti delle celebrazioni e insieme a tutti voi è pronto per il prossimo cin cin.

Cantine Maschio, che fa capo al gruppo Cantine Riunite & Civ, del resto da anni si è imposta come uno dei player più importanti nel comparto delle bollicine e dei vini frizzanti. L'azienda fu fondata nel 1904 da Antonio Maschio per la produzione di distillati ed ebbe la sua svolta nel 1973: in quell'anno Bonaventura Maschio, nipote del fondatore, decise di implementare la produzione di vino. Nacque così la Casa Vinicola Maschio, che impostò la sua linea su una produzione inizialmente focalizzata sul Prosecco, lanciato nel 1975 con un tale successo da incoraggiare l'azienda a diversificare la produzione con l'inserimento dei varietali frizzanti. Oggi Cantine Maschio, con una leadership assoluta nel mercato dei frizzanti varietali e una posizione di forza in quello degli spumanti, è uno dei marchi più prestigiosi del vino italiano.

Cantine Maschio ha da sempre un forte legame con la tradizione, ma è anche attenta alle nuove tendenze. E così è nata la grande novità pronta per il prossimo Natale: il Prosecco Doc Rosé, una nuova tipologia di Prosecco introdotta nel disciplinare proprio nel 2020. Il Prosecco Rosé è ottenuto dal matrimonio tra la tradizionale uva glera e il pinot nero vinificato in rosso, che dà per l'appunto al vino un bel colore rosato. Dall'esperienza degli enologi, dall'attenzione dello staff di cantina e grazie alle tecnologie all'avanguardia adottate in stabilimento, è nato dunque il Prosecco Doc Rosé di Cantine Maschio: un connubio di eleganza e tradizione che saprà conquistare il consumatore. Il mercato, del resto, è sicuramente pronto ad accogliere questo nuovo prodotto con tutti gli onori: lo dimostrano i numeri che descrivono il successo del Prosecco "classico", quello

vinificato in bianco per intenderci, che in questi anni non ha mai smesso di crescere sia nelle vendite domestiche sia in quelle internazionali. A questi dati, si aggiunge il trend dei vini spumanti rosé, che sempre maggior successo sembrano riscuotere all'estero e nel nostro Paese.

La referenza di Cantine Maschio si presenta dunque a scaffale in Italia e sul mercato worldwide con un pack in linea con la gamma degli spumanti, oggetto di restyling nel 2019. Sobrietà ed eleganza vogliono continuare a essere cifra stilistica di questa "collezione" di bollicine di qualità create dalla cantina veneta, guidata da Gabriele Cescon, enologo e direttore dello stabilimento di Treviso. È lo stesso enologo a presentare i frutti di questo lavoro: "Il risultato è un vino elegante, ma al contempo facile da approcciare per i suoi sentori fruttati e leggeri. Anche gli intenditori troveranno intrigante il nuovo spumante nato dal matrimonio consolidato tra i due vitigni utilizzati per questo rosé, glera e pinot nero". Alla vista, abbiamo un vino di colore rosato tenue con caratteristici riflessi color ramato. Al naso emergono sentori di fiori bianchi tipici della varietà glera, che si accompagnano alle note di viola e lampone portate in dono dal pinot nero. Quando sorseggeremo il Prosecco Doc Rosé faremo un brindisi diverso: scopriremo un vino di fine perlage e buona struttura, che ci piacerà anche per il distinto retrogusto di frutti rossi di sottobosco.

L'azienda crede molto in questa nuova etichetta, come rivela Francesca Benini, sales & marketing director di Cantine Riunite & Civ: "Questo nuovo prodotto ci permetterà di cogliere le opportunità di crescita del Prosecco, ampliando la categoria dei rosati e andando a intercettare un pubblico maggiormente propenso all'eleganza e alla raffinatezza. Il target ideale è quello femminile, voce sempre più importante nell'acquisto del vino. Inoltre l'inserimento della tipologia Rosé nel disciplinare della Doc Prosecco, che ne tutela e certifica origine e qualità, saprà dare forza alla proposta di questo spumante agli occhi del consumatore più attento".



Gabriele Cescon



Francesca Benini



dossier VENETO

Bollicine dall'appeal internazionale. Bianchi che catturano anche i palati più esigenti. E rossi d'indiscussa reputazione. Il panorama vinicolo della regione è vasto e variegato e, non a caso, è tra i grandi protagonisti degli scaffali di Gd e Do. Una selezione di aziende ed etichette rappresentative di questo grande terroir.

Quella del Veneto è una delle offerte vinicole maggiormente gratificanti per il cliente che sia avvezzo ad acquistare vino nei canali della grande distribuzione organizzata. La regione del Nord Est, da sempre, è tra i primi produttori italiani per ettolitri imbottigliati e venduti. Tuttavia, questa posizione col tempo si è molto consolidata anche dal punto di vista qualitativo. Ecco dunque che il cliente ha di fronte a sé tutta una serie di bottiglie, abbinabili a ogni piatto del suo pasto, e capaci di sostenere un aperitivo. In quest'ultimo caso, è difficile non parlare del Prosecco. Il Prosecco, gallina dalle uova d'oro per il Veneto, è uno dei vini il cui successo planetario risulta assolutamente indiscutibile.

Dicendo Prosecco, tuttavia, parliamo di tre realtà ben distinte. Anzitutto c'è il Prosecco Superiore Docg, proveniente dal comprensorio storico delle Colline di Valdobbiadene e Conegliano, tra l'altro beneficiato dall'iscrizione nell'elenco dei Patrimoni Mondiali

dell'Umanità dell'Unesco. In questa Docg, di particolare importanza è la sottozona Cartizze, che identifica un cru di particolare pregio: vinificato di solito in modalità dry (residuo zuccherino piuttosto alto, da 17 a 32 grammi per litro), si presta in modo particolare all'accostamento coi dolci. Altra zona del Prosecco, non lontana geograficamente e sempre di grande tradizione, è quella di Asolo, anch'essa contraddistinta dalla Docg. Il terzo grande Prosecco è il Prosecco Doc, che può essere prodotto in un'area che comprende anche parte del Friuli-Venezia Giulia. A proposito di Prosecco Doc, è da segnalare l'ultima novità in fatto di disciplinare: dalla vendemmia 2020 è diventata normativa anche la tipologia Rosé, comprensiva di una percentuale di pinot nero vinificato in rosa. Sarà interessante verificarne le potenzialità di mercato, che sulla carta sono comunque altissime.

Veneto è anche terra di bianchi. Di recente, il Lugana Doc, che ha una parte del territorio

in comune con la Lombardia, ha festeggiato i 30 anni di attività del suo Consorzio, e da tempo propone bianchi strutturati ed energici, in grado di piacere non solo ai tedeschi, che ne vanno matti. Grandi anche le performance del Soave, etichetta storica dell'enologia veronese, e famosissimo è l'exploit del Pinot Grigio, vendutissimo in America ma apprezzato anche da noi: da qualche tempo può fregiarsi della Doc Delle Venezie.

Quanto ai rossi, il territorio della Valpolicella, coi suoi Valpolicella e Amarone, ha sicura rinomanza e nome affermato da moltissimi anni. Tuttavia, varie sorprese attendono il consumatore che voglia orientarsi su zone meno conosciute: ad esempio, la Doc Breganze, vicentina, da tempo offre encomiabile solidità qualitativa. Interessanti anche i vini della Doc Colli Berici, ancor più vicina a Vicenza, i cui uvaggi rossi vedono una carica erbacea domata e resa docile da produttori abili e aperti al gusto moderno.

A cura di Federica Bartesaghi e Tommaso Farina



BOTTER
www.botter.it

Fondata nel 1928 da Carlo Botter a Fossalta di Piave, in provincia di Venezia, l'azienda nasce come rivenditore di vini sfusi e in damigiana. Nel dopoguerra i fratelli Arnaldo ed Enzo sviluppano il commercio di vini imbottigliati mentre negli anni '80 si amplia l'offerta aggiungendo ai vini veneti quelli provenienti da Abruzzo, Campania, Puglia e Sicilia. Alla fine degli anni '90, con l'entrata in azienda della terza generazione - Annalisa, Alessandro e Luca - si passa a un modello di business più moderno, con il controllo completo della filiera produttiva. Con 97 milioni di bottiglie prodotte nel 2019 e un fatturato di 217 milioni di euro, Botter è tra i maggiori produttori e esportatori di vini Italiani nel mondo.



BRILLA - PROSECCO DOC SPUMANTE EXTRA DRY

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
11% vol.
Vinificazione
Soffice pressatura del mosto e stoccaggio in vasche d'acciaio per la decantazione a freddo statico. Fermentazione con lieviti selezionati a temperatura controllata (18°C) per 8-10 giorni. Seconda fermentazione (metodo Martinotti Charmat) a una temperatura controllata di 14-15°C. Una volta raggiunti i livelli di pressione richiesti, alcol e zuccheri, il vino viene refrigerato e stabilizzato a freddo (2-3°C), filtrato e controllato prima dell'imbottigliamento.
Descrizione e principali note
Perlage delicato, colore giallo paglierino. Profumo delicato e complesso. Note fruttate che ricordano pesca e mela verde, acacia e lillà. Fresco e leggero al palato, acidità e corpo bilanciati, gusto armonico e retrogusto persistente.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt



GRAN PASSIONE - ROSSO VENETO IGT

Vitigni
Merlot 60%, Corvina 40%
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
14% vol.
Vinificazione
Le uve raccolte e diraspate vengono lasciate a contatto con le bucce per 14-15 giorni di macerazione, al fine di estrarne colore e struttura. Le fermentazioni alcolica e malolattica vengono svolte in vasche di acciaio inox a temperatura controllata di 25-27°C.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso intenso, tendente all'ambra con l'invecchiamento. Tipico aroma fruttato con piacevoli note di spezie e vaniglia. Struttura molto complessa e solida, data dall'elevata gradazione alcolica e dall'equilibrio tra tannini e acidità.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

CANTINA PRODUTTORI VALDOBBIADENE
www.valdoca.com

Con 600 soci viticoltori e 1.000 ettari di vigneto, di cui oltre la metà si estende nei territori di eccellenza delle Docg Valdobbiadene e Asolo, inclusi i terreni considerati 'cru' (il Cartizze e le Rive), la Cantina Produttori di Valdobbiadene è una delle grandi realtà del del territorio. L'attenzione alle pratiche agricole che tutelano la biodiversità e gli investimenti continui in tecnologia garantiscono vini di qualità che rispettano il lavoro dell'uomo e l'ambiente.



VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G. SPUMANTE BRUT MILLESIMATO SCUDO VERDE

Vitigni
85% Glera, 15% Pinot e Chardonnay
Zona di produzione
Valdobbiadene Docg
Gradazione alcolica
11% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
Spumante raffinato, dal colore paglierino scarico e dall'elegante bouquet floreale, con gusto armonico e secco. Va bevuto giovane per apprezzarne appieno freschezza, vivacità, sapori e profumi.
N. bottiglie prodotte
1 milione circa
Formato
0,75 lt



VITICOLTORI PONTE
www.ponte1948.it

Viticoltori Ponte, fondata nel 1948 e con sede a Ponte di Piave (Treviso), rappresenta 1.000 soci, con 3mila ettari di vigneto che si estendono dal Nord di Venezia fino alla zona pedemontana della provincia di Treviso. Per un totale di circa 15 milioni di bottiglie prodotte. Presente in oltre 30 Paesi del mondo, Viticoltori Ponte offre un'ampia gamma di vini di qualità, dai fermi ai frizzanti, dagli spumanti ai biologici.



CANTINA TREVIGIANA: RABOSO MARCA TREVIGIANA IGT

Vitigni
Raboso
Zona di produzione
Provincia di Treviso.
Gradazione alcolica
12% vol.
Vinificazione
Vinificazione con macerazione prolungata sulle vinacce. Fermentazione lenta condotta con lieviti selezionati e controllo di temperatura.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso intenso con riflessi violacei, il profumo presenta sentori di frutti di bosco e mora selvatica mentre al palato risulta sapido e gradevolmente morbido.
N. bottiglie prodotte
190mila
Formato
0,75 lt

CANTINA DI SOAVE
www.cantinasoave.it

A partire dalla fondazione, nel 1898, Cantina di Soave ha intrapreso una strada di crescita che le ha permesso di diventare una grande realtà del panorama enologico italiano e internazionale. Nel tempo, ha creato un mosaico selezionatissimo di siti produttivi e vigneti che abbracciano oggi cinque valli nel territorio dell'Est Veronese e che comprendono le grandi Doc: Soave, Valpolicella e Durello, Bardolino e Custoza.



AMARONE DELLA VALPOLICELLA D.O.C.G. - CADIS

Vitigni
Corvina, Rondinella e Molinara
Zona di produzione
Verona.
Gradazione alcolica
14,5% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
L'Amarone della Valpolicella è prodotto ancora oggi in forma artigianale seguendo un'antica tradizione che prevede l'appassimento delle migliori uve per qualche mese, a cui segue una maturazione in botti di rovere. È un vino intenso, che presenta un ricco aroma di ciliegia matura e di piccoli frutti rossi, con una nota finale di cioccolato. Si presenta ampio ed equilibrato.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,375 - 0,750 lt



CANTINA VALPOLICELLA NEGRAR
www.cantinanegrar.it

Dal 1933, il marchio Cantina di Negrar è l'anima di Cantina Valpolicella Negrar e rende omaggio alla filosofia di produzione cooperativistica. I vini Cantina di Negrar sono radicati nella tradizione enologica della Valpolicella e delle aree viticole veronesi, con una reinterpretazione in chiave moderna.



VALPOLICELLA RIPASSO DOC CLASSICO SUPERIORE LA CASETTA

Vitigni
Corvina, Rondinone, Rondinella, altre varietà come da disciplinare
Zona di produzione
Valpolicella Classica.
Gradazione alcolica
14% vol.
Vinificazione
Pigiatura con diraspatura delle uve. Temperatura di fermentazione da 25 a 28°C. Macerazione per 12 giorni. Conservazione in acciaio fino a febbraio. Ripasso sulle vinacce del Recioto, con contatto per 15 giorni a 15°C, con follature giornaliere. Fermentazione malolattica completa. Affinamento in legno, acciaio e poi in bottiglia. Stabilizzazione naturale.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino carico con sfumature violacee. Profumo intenso, fine, con sentori di ciliegia e spezie. Sapore caldo, corposo.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,375 - 0,75 - 1,5 lt



AMARONE DELLA VALPOLICELLA D.O.C.G. CLASSICO

Vitigni
Corvina, Rondinone, Rondinella, altre varietà come da disciplinare
Zona di produzione
Valpolicella Classica.
Gradazione alcolica
15,5% vol.
Vinificazione
Selezione manuale delle uve. Appassimento fino a dicembre-gennaio in fruttaio. Pigiatura all'inizio di febbraio con diraspatura delle uve. Temperatura di fermentazione da 12 a 23°C. Macerazione lenta per 30 giorni, dei quali 12 a freddo. Follature manuali con la frequenza di tre al giorno. Fermentazione malolattica completa. Affinamento in legno poi in bottiglia. Stabilizzazione naturale.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso granato, denso e compatto.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,375 - 0,75 - 1,5 - 3 - 5 lt

MACULAN
www.maculan.net

Da tre generazioni Maculan seleziona e vinifica le migliori uve di Breganze, paese ai piedi dell'Altopiano di Asiago con un clima mite che favorisce la coltura di vite e olivo. Le colline offrono un terreno ideale per uve come Cabernet sauvignon, Merlot, Chardonnay, Tai e Vespaiolo. L'attività inizia nel 1947 con Giovanni Maculan. Negli anni l'azienda passa a Fausto Maculan che la porta alla realtà attuale, riconosciuta nel mondo. Dal 2007 le figlie Angela e Maria Vittoria affiancano il padre nella direzione dell'azienda.



BRENTINO

Vitigni
55% Merlot, 45% Cabernet Sauvignon
Zona di produzione
Doc Breganze
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Vinificazione
Taglio bordolese da vendemmia a scelta naturale dei grappoli, fermentazione in vasche di acciaio. Per l'affinamento: metà del vino in vasche di acciaio per un anno e l'altra metà in barrique di rovere francese per un anno.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso intenso, profumo ampio e fruttato con lievi sentori di legno dovuti alla sosta in barrique. In bocca è asciutto e di buon corpo, equilibrato e di carattere. La persistenza è buona.
N. bottiglie prodotte
95mila
Formato
0,75 lt

MIONETTO
www.mionetto.com

Mionetto nasce nel 1887 dall'amore per la terra e il lavoro in cantina di Francesco Mionetto. Immersa nelle colline di Valdobbiadene, culla del Prosecco, Mionetto ha saputo farsi interprete del territorio d'origine e divenire una delle aziende produttrici di vini e Prosecco più rappresentative nel panorama internazionale. Nel 2008 la cantina è stata acquisita dal Gruppo Henkell (oggi Henkell-Freixenet), uno dei maggiori produttori europei di bollicine.



PRESTIGE COLLECTION - VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G. EXTRA DRY

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Colline dell'area del Prosecco Superiore Docg di Valdobbiadene.
Gradazione alcolica
11% vol.
Vinificazione
Spumante ottenuto dalla vinificazione in bianco con pressatura soffice delle uve, a cui segue la spumantizzazione con metodo Charmat.
Descrizione e principali note organolettiche
Le raffinate uve provenienti dalle zone collinari dell'area del Prosecco Superiore Docg donano a questo spumante profumi e sapori inconfondibili di mela acerba, di fiori d'acacia e glicine a maturazione. Colore giallo paglierino scarico, lucido, con perlage sottile e persistente.
N. bottiglie prodotte
1.631.837 (2019)
Formato
0,75 - 1,5 lt

dossier - Veneto

Ottobre 2020

CIELO E TERRA - BRAND CASA DEFRÀ it.casadefra.com

L'azienda vinicola vicentina Cielo e Terra vive il territorio come spazio fisico da preservare e coltivare affinché la sostenibilità diventi un valore condiviso. La valorizzazione dei vini dei Colli Berici garantendo filiera corta, trasparente e controllata e tra le sue mission primarie. Molti i progetti che sostiene in ambito economico, ambientale e sociale con il marchio Cielo e Terra Sustainable. In primavera, Cielo e Terra è diventata un'azienda B Corp. Opera in Italia con i brand Freschello, Casa Defrà e Famiglia Cielo dal 1908, tutti distribuiti nel canale Gdo e serve oltre 60 Paesi nel mondo.



BIANCO SUPERIORE COLLI BERICI DOC

Vitigni

Garganega, Chardonnay e Sauvignon

Zona di produzione

Colli Berici.

Gradazione alcolica

13% vol.

Vinificazione

Pigiatura soffice delle uve in ambiente protetto dall'ossigeno. Fermentazione a freddo in acciaio inossidabile per circa 15 giorni.

Descrizione e principali note organolettiche

Fresco, fruttato e fragrante con leggera nota aromatica.

N. bottiglie prodotte

150mila

Formato

0,75 lt



LESSINI DURELLO DOC SPUMANTE BRUT

Vitigni

100% uva Durella

Zona di produzione

Colli della Lessinia.

Gradazione alcolica

12% vol.

Vinificazione

Prima fermentazione in vasche di acciaio inox a temperatura controllata e con lieviti selezionati. Segue presa di spuma in autoclave secondo il metodo Martinotti per almeno 60 giorni.

Descrizione e principali note organolettiche

Delicato, fragrante, con piacevoli richiami floreali e agrumati.

N. bottiglie prodotte

100mila

Formato

0,75 lt

TINAZZI

www.tinazzi.it

Tinazzi si trova a Lazise, immersa dell'entroterra del Lago di Garda. Nasce nel 1968 a Cavaion Veronese, grazie all'impegno e alla passione di Eugenio Tinazzi. Gian Andrea Tinazzi, figlio del fondatore, segue il padre nella conduzione dell'impresa e ne allarga progressivamente gli orizzonti sia in termini di produzione che di mercati. Oggi, il Gruppo si estende tra Veneto e Puglia e i figli di Gian Andrea, Giorgio e Francesca, affiancano il padre nella gestione della cantina.



COLLEZIONE DI FAMIGLIA - VALPOLICELLA SUPERIORE RIPASSO DOP 2018

Vitigni

80% Corvina, 10% Corvinone, 10% Rondinella

Zona di produzione

Valpolicella.

Gradazione alcolica

14% vol.

Vinificazione

Pigiatura e diraspatura delle uve, macerazione e fermentazione a temperatura controllata di 22-26°C per 10 giorni. A fine dicembre il vino viene ripassato sulle vinacce dell'Amarone per acquisire più corpo e complessità. Affina in botti di rovere francese e americano da 5-20 hl, per 8-12 mesi.

Descrizione e principali note organolettiche

Dal colore rosso carico, al naso presenta aromi di frutti rossi, in particolare prugna e ciliegia, con una leggera nota di noce moscata e una delicata nota balsamica. Dal sapore deciso, giustamente tannico, e dalla buona persistenza, con finale avvolgente.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt



LE MORETTE

www.luganalemorette.it

Le Morette - Azienda Agricola Valerio Zenato, con sede a Peschiera del Garda, è una realtà dinamica della zona del Lugana Doc. Fondata da Gino Zenato oltre 60 anni fa, l'azienda nasce come vivaio per la produzione di barbatelle destinate alla viticoltura. Con il figlio Valerio Zenato prima e ora con i nipoti Fabio e Paolo, Le Morette affianca alla tradizione di famiglia una produzione vitivinicola di qualità. Oggi, l'azienda si sviluppa su 35 ettari di vigneti per una produzione di circa 450mila bottiglie, rappresentata prevalentemente dal Lugana Doc, di cui si propongono tre versioni: il Lugana Mandolara, la selezione Lugana Benedictus e il Lugana Riserva.



LUGANA MANDOLARA

Vitigni

Turbiana

Zona di produzione

Lugana Doc

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Vinificazione

In serbatoi di acciaio a temperatura controllata di 16°C. Segue affinamento 'sur lie' di almeno tre mesi.

Descrizione e principali note organolettiche

Questo vino è prodotto mediante la selezione dei vitigni e delle uve Turbiana e ne esprime in pieno la tipicità. Di colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, presenta note spiccate di fiori bianchi che, dopo un breve periodo d'affinamento in bottiglia, divengono fruttate. Sapore fresco, armonico e particolarmente delicato, con un tipico sentore di mandorla nel finale, caratteristico del vitigno, supportato dalla naturale sapidità, tipica dei terreni argillosi. Con l'affinamento in bottiglia, si esprime al meglio la mineralità, vera caratteristica di longevità del Lugana.

N. bottiglie prodotte

350mila

Formato (Lt)

0,375 – 0,75 – 1,5 – 3 lt

GIANNITESSARI

www.giannitessari.wine

Gianni Tessari, titolare dell'azienda agricola Giannitessari con sede a Roncà, è uno dei grandi nomi del vino veronese. Fin dagli anni '80 ha firmato vini di successo, riconosciuti con premi a livello internazionale. Dopo l'esperienza nell'azienda di famiglia, nel 2013 avvia la nuova attività: 55 ettari di vigneto distribuiti in tre aree Doc (a Roncà per il Lessini, Soave e Sarego per i Colli Berici), in una moderna cantina di circa 7mila metri per 350mila bottiglie prodotte. I numeri di una realtà che unisce alla produzione di Durello Spumante Metodo Classico quella di vini fermi, Soave in primis.



SCALETTE SOAVE CLASSICO DOC

Vitigni

Garganega e Trebbiano di Soave

Zona di produzione

Soave, Cru Tenda, Verona.

Gradazione alcolica

12% vol.

Vinificazione

Spremitura soffice e fermentazione in acciaio a temperatura controllata di 14-16°C.

Descrizione e principali note organolettiche

Colore giallo paglierino. Bouquet finissimo di fiori bianchi e frutti a polpa bianca. Corpo sostenuto con leggera nota di mandorla e un finale fresco.

N. bottiglie prodotte

20mila

Formato

0,750 lt



CANTINE MASCHIO

www.cantinemaschio.com

L'azienda viene fondata nel 1904 da Antonio Maschio per la produzione di distillati. Nel 1973 Bonaventura Maschio, nipote del fondatore, mostra interesse verso la produzione vinicola arrivando a creare la Casa Vinicola Maschio. Una produzione inizialmente focalizzata sul Prosecco, lanciato nel 1975 con un tale successo da incoraggiare l'azienda a diversificare la produzione con l'inserimento dei varietali frizzanti. Oggi Maschio è uno dei grandi marchi del vino italiano, in particolare per quanto riguarda il mercato dei frizzanti varietali e degli spumanti.



MASCHIO PROSECCO DOC ROSÉ EXTRA DRY MILLESIMATO

Vitigni

85%-90% Glera, 15%-10% Pinot Nero

Zona di produzione

Vigneti all'interno della Doc

Gradazione alcolica

11% vol.

Vinificazione

Il Prosecco Rosé è ottenuto da uve Glera con l'aggiunta di Pinot Nero (dal 10 al 15%) vinificato in rosso. Viene ottenuto esclusivamente per fermentazione naturale a mezzo autoclave per un periodo di elaborazione non inferiore a 60 giorni anziché i 30 giorni previsti per il Prosecco.

Descrizione e principali note organolettiche

Di colore rosato tenue con caratteristici riflessi color ramato, Maschio Prosecco Rosé presenta all'olfatto sentori di fiori bianchi tipici della varietà Glera, accompagnati da note di viola e lampone derivanti dal Pinot Nero. Al palato è di buona struttura. Al retrogusto si percepiscono distintamente i piccoli frutti rossi di sottobosco.

N. bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt

MASCHIO PROSECCO DOC TREVISO EXTRA DRY

Vitigni

85% Glera, 15% vitigni complementari ammessi dal disciplinare

Zona di produzione

Vigneti del Trevigiano.

Gradazione alcolica

11% vol.

Vinificazione

Per la produzione del Prosecco Doc Treviso si utilizzano le basi della zona 'storica' della denominazione. La cantina ottiene gli spumanti e il Prosecco Doc Treviso direttamente dal mosto sottoposto a presa di spuma con lieviti selezionati per un mese a temperatura controllata di 12-15°C. La presa di spuma viene interrotta abbassando la temperatura dell'autoclave per garantire il livello zuccherino residuo desiderato.

Descrizione e principali note organolettiche

Di colore giallo paglierino chiaro, si distingue per il perlage finissimo e la spuma vivace. Il profumo è pronunciato di frutta candita e fiori dolci. Il gusto è morbido e fruttato, con retrogusto aromatico.

N. bottiglie prodotte

3.500.000 (2019)

Formato

0,75 - 1,5 lt

VILLA SANDI

La Gioiosa guida la Rivoluzione

Icona del Veneto, l'azienda della famiglia Moretti Polegato è un marchio leader in Italia e all'estero. E ora è pronta a farsi ambasciatore nel mondo del nuovo Prosecco rosé.



Giancarlo Moretti Polegato

Un'etichetta che ha radici profonde nel cuore del Veneto, ma che ha saputo diventare protagonista su tutti i mercati internazionali. In particolare Germania, Regno Unito e Russia. Nazioni dove le eleganti bollicine La Gioiosa hanno battuto ogni concorrenza e che ora attendono con grande interesse le prime bottiglie di Prosecco Doc rosé. Il simbolo della cantina e dell'intera area è il Prosecco, in tutte le denominazioni: dalla Doc pianeggiante alle dolci colline dell'Asolo, fino a quelle più ripide del Valdobbiadene, di recente certificate Patrimonio Unesco. Orgogliosa delle sue radici, la famiglia Moretti Polegato promuove però tutti i vini tipici della regione, non dimenticando Pinot Grigio, Merlot e Cabernet. Amare un territorio significa anche salvaguardarlo e per questo l'azienda promuove una viticoltura sostenibile e attenta. "La Gioiosa for Life" è infatti un ampio programma di impegno per la sostenibilità e l'ambiente che include: coltivazione

dei vigneti nel rispetto della biodiversità, utilizzo di energie rinnovabili, attenzione alle risorse idriche, utilizzo di bottiglie più leggere, packaging eco friendly. La nuova grande sfida per la cantina di Crocetta del Montello però è ovviamente il nuovo Prosecco Doc rosé: una vera e propria rivoluzione che garantirà alle aziende una grande opportunità di crescita. E che segnerà l'ingresso in grande stile de La Gioiosa nella Grande Distribuzione degli Stati Uniti. Giancarlo Moretti Polegato, presidente di Villa Sandi, cui fa capo il brand La Gioiosa, nonché membro del Cda del Consorzio Doc Prosecco, commenta la novità sottolineando che: "Tutte le grandi denominazioni nel mondo hanno una versione rosata. Nell'area del Prosecco Doc, oltre alla glera, nei nostri vigneti coltiviamo da tempo il Pinot Nero e ci fa piacere avere l'opportunità di esprimere nel Prosecco Doc rosé le caratteristiche e la tipicità di entrambi i vitigni.

Il mercato lo aspettava da tempo", conclude Moretti Polegato, "tanto che la quantità disponibile della vendemmia 2019 è stata subito prenotata dai nostri clienti e altrettanto entusiasmo ci aspettiamo dalla vendemmia 2020, che sarà in vendita da gennaio 2021". Ma cosa ci si aspetta da questo vino? Sicuramente un armonico incontro fra la freschezza e le note floreali e fruttate tipiche del Prosecco, combinate con le note di frutti rossi e di rosa fornite dal Pinot Nero. Con il fascino dell'avvincente tonalità rosata. Caratteristiche che certamente ritroveremo nei nuovi brindisi firmati La Gioiosa, disponibili dalla seconda metà di ottobre e frutto di un accurato lavoro fra vigneto e cantina. Perché in questo progetto l'azienda crede davvero. E perché per vincere la concorrenza c'è una sola strada sicura, quella della qualità.



segue

FERRO13
www.ferro13.it

Ferro13 è una cantina fatta da persone legate da una forte passione per il vino e la creatività. Alberto: cosmopolita, sempre sorridente, grande appassionato di vino, la sua missione è la soddisfazione dei clienti. Marco: grande esperto nella produzione di vini di qualità, un caposaldo; Gabriele: social hipster, per lui il vino si beve solo in compagnia; e Alberto: grande cultura nel vino e palato sopraffino, energia allo stato puro. Ogni vino Ferro13 ha una storia e rappresenta i suoi produttori e le eccellenze italiane del vino dal Nord al Sud Italia.



THE BOSS - PROSECCO DOC MILLESIMATO EXTRA DRY
Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Vinificazione
Acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Un vino deciso, con un carattere forte ma equilibrato. Ha un perlage fresco e il profumo ricorda note fruttate e floreali. Dal perlage morbido e spumoso, con aromi di cachi e scorza di limone Meyer, stratificata con sentori di erbe essiccate.
N. bottiglie prodotte
117mila
Formato
0,75 lt



THE LADY - PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE DOC
Vitigni
100% Pinot Grigio
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Vinificazione
Acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Di corpo leggero e armonico, con vivace acidità agrumata e note di pera asiatica, fiori di melo e zenzero.
N. bottiglie prodotte
78mila
Formato
0,75 lt

LA CANTINA PIZZOLATO
www.lacantinapizzolato.com

Una cantina biologica e vegan, costruita in bioedilizia e multi premiata a livello architettonico, immersa nei vigneti di Villorba, in provincia di Treviso, nella zona del Prosecco Doc.



SPUMANTE PROSECCO DOC EXTRA DRY
Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Treviso.
Gradazione alcolica
11% vol.
Vinificazione
La prima fase prevede una tradizionale vinificazione in bianco, tenendo le temperature comprese tra i 15-17°C per preservare la qualità delle uve. In un secondo momento viene attuata la fermentazione naturale in cisterne d'acciaio a temperatura controllata per almeno 60 giorni.

Descrizione e principali note organolettiche
Colore brillante, giallo paglierino con riflessi verdognoli. Profumo armonico, fruttato, ricorda la mela renetta. Sapore vellutato, fresco, ben equilibrato, vivace con un retrogusto elegante. Perlage fine e persistente.
Bottiglie prodotte
Più di 1 milione
Formato
0,200 – 0,375 – 0,75 – 1,50 lt



ENOITALIA
www.enoitalia.it

Nata nel 1986 per volontà della famiglia Pizzolo, sotto la direzione di Giorgio Pizzolo e dei suoi tre fratelli - Giuliano, Augusto e Floriano - Enoitalia è diventata uno dei maggiori player del vino italiano nel mondo, con una quota export del 78%. Con un fatturato di 199 milioni di euro nel 2019, la cantina si posiziona al secondo posto fra i produttori di Prosecco Doc in Italia e tra i maggiori player della Doc Pinot Grigio delle Venezie. L'attività produttiva si svolge presso le due winery di Calmasino di Bardolino (Vr) e Montebello Vicentino (Vi), quest'ultima di recentissima realizzazione. L'azienda ha recentemente aperto uno store online (www.enowinery.it).



VITIS NOSTRA PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE DOC
Vitigni
Pinot Grigio
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
12% vol.
Vinificazione
In acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Bouquet floreale con note di pera, equilibrato al palato.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt



ARISTOCRATICO LUGANA DOC
Vitigni
Turbiana
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
13% vol.
Vinificazione
In acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Aromi di albicocca e mandorla, buona sapidità.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

MONTELVINI
www.montelvini.it

Montelvini ha sede in provincia di Treviso, nel cuore della Docg Asolo Montello. L'esperienza di Montelvini si basa su 139 anni di impegno della famiglia Serena nella produzione di vini di qualità. Il logo dell'azienda è rappresentato da una civetta perché l'area in cui sorge la cantina è chiamata Zuitere, ovvero 'terra delle civette'. L'azienda è presieduta da Armando Serena ed è oggi gestita dai figli Sarah, direttore generale e Alberto, amministratore delegato.



ASOLO PROSECCO SUPERIORE DOCG MILLESIMATO - EXTRA BRUT
Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Asolo.
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Vinificazione
Il mosto fiore è ottenuto con una spremitura soffice delle uve e viene lavorato con un attento controllo delle temperature. Attenzione riproposta in tutte le fasi di stoccaggio e presa di spuma, controllando tutti gli apporti di ossigeno in modo da preservare i precursori aromatici che si ritroveranno nel bicchiere.
Descrizione e principali note organolettiche
Giallo paglierino con riflessi verdi, il perlage è fine e persistente. All'olfatto si fondono note floreali e diventa ampio e fruttato. Di buona struttura e piacevole freschezza acida. In bocca è cremoso, la Co2 e il moderato contenuto alcolico ben si integrano con sensazioni bilanciate tra dolcezza, acidità, sapidità e mineralità.
N. bottiglie prodotte
80mila
Formato
0,75 – 1,5 – 3 lt

MONTE ZOVO
www.montezovo.com

Produttore di vini di Verona, Monte Zovo esprime il meglio delle denominazioni Doc dai 140 ettari di vigneti di proprietà in Valpolicella, Bardolino e Chiarretto, Lugana. I valori di famiglia, eccellenza e sostenibilità sono interpretati dai vini, veri ambasciatori dell'azienda. Vini che valorizzano le tradizioni locali, con grande qualità e con rispetto per la viticoltura del territorio, e vini innovativi, che raccontano di creatività e talento.



CALINVERNO ROSSO VERONESE INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA
Vitigni
70% Corvina e Corvinone, 20% Rondinella, 5% Croatina, 5% Cabernet Sauvignon. Blend in vigneto
Zona di produzione
Vigneti della Tenuta di Monte Zovo a Caprino Veronese, sulla collina a nord della cantina.
Gradazione alcolica
15% vol.
Vinificazione
Al termine del periodo di appassimento le uve vengono diraspate e pigiate. La fermentazione avviene a temperatura controllata (20-24°C) e dura circa 25-30 giorni. Al termine avviene la svinatura. L'affinamento di 24 mesi viene effettuato in barrique e tonneaux. Seguono 12 mesi in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino intenso e brillante. Il frutto è integro, con evidenti note di ciliegia, impreziosita da richiami di note di spezie dolci, vaniglia, liquirizia. In bocca l'equilibrio tra l'acidità e il tannino, ancora giovane, mostrano ottime prospettive di affinamento e tenuta nel tempo.
N. bottiglie prodotte
30-40mila
Formato
0,75 - 1,5 - 3 lt

PASQUA

La nuova linea di “Cecilia Beretta” omaggia le donne hi-tech

33 etichette per celebrare la femminilità senza compromessi. In collaborazione con la rivista Wired e l'artista Clorophilla. Per vincere il pregiudizio che vuole il mondo della scienza prerogativa maschile.

Pasqua ridisegna le etichette del Valpolicella superiore Doc Mizzole “Cecilia Beretta” dedicandole alle donne innovatrici del nostro tempo. Per sfatare il mito che vuole il cosiddetto settore Stem (Science, technology, engineering and mathematics) adatto a competenze e attitudini prettamente maschili. Unica figura storica rappresentata è proprio Cecilia Beretta, mecenate e filantropa veronese del Settecento i cui valori si ritrovano oggi in questi vini della Valpolicella. Che sono il risultato del lavoro di un team tutto al femminile, supervisionato da una figura di rilievo del panorama della viticoltura: Graziana Grassini, tra le prime donne wine-maker italiane, allieva di Giacomo Tachis. L'artista e illustratrice Clorophilla ha invece disegnato le etichette, traducendo in immagini lo sguardo appassionato di ricercatrici, imprenditrici, artiste, startupper che si sono distinte a livello internazionale. Tra le 33 protagoniste del



progetto troviamo tra l'altro: Enrica Arena, founder di Orange Fiber, azienda che recupera gli scarti delle arance di Sicilia trasformandole in tessuto, coniugando così moda, cibo e sostenibilità; Kristina Tsvetanova, fondatrice di Blitab, che con la sua startup in Austria re-

alizza tablet per non vedenti; Marta Burgay, astrofisica e ricercatrice dell'Osservatorio di Cagliari, prima al mondo a scoprire un sistema binario di stelle di neutroni. Creatività e talento, due parole chiave tanto per queste donne che per Pasqua Vini. Riccardo Pasqua, ammini-

stratore delegato, spiega che: “La nostra azienda è fortemente votata alla valorizzazione del talento, e la visione femminile nel mondo del vino è sicuramente un valore aggiunto. Sosteniamo quella visione creativa che è stata molto spesso motore di tanti cambiamenti nella Storia. Il concetto di femminilità nel quale Pasqua si riconosce è ben rappresentato dalle donne che hanno dato vita a questo affascinante progetto: ecco perché abbiamo deciso di dedicare un'intera linea di vini ispirati al carattere forte e fuori dagli schemi di Cecilia Beretta e oggi di celebrare, grazie anche alle collaborazioni con la rivista Wired e Clorophilla, il meraviglioso bagaglio di innovazione che le donne sanno portare”. La linea è stata anche presentata all'ultima Milano Wine Week con la masterclass “Sguardo femminile sulla Valpolicella”, condotta da Cecilia Pasqua assieme agli enologi Graziana Grassini e Graziano Olivari.



Prosecco DOC Rosé



CANTINE
MASCHIO

Stappa un sorriso