

Gusto

QUALITÀ ITALIANA

Gioacchino Bonsignore con le sue seguitissime rubriche del Tg 5- Gusto, Gusto Verde e Gusto Di Vino porta nelle case degli italiani il sapore più autentico del cibo e del vino del nostro Paese



ALTA ENOLOGIA

La cultura vinicola dei protagonisti della produzione italiana: da Feudi San Gregorio a Masi, Aziende Vitivinicole Ceretto, Tenute Lunelli, Tenuta Cavalier Pepe, Cantine Toso, Santus e Cantina Pizzolato

foto credit: Ennevi Foto



Cambio di passo in Europa



Francesco Lollobrigida, ministro dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste

Impegnato nell'iniziativa "Agricoltura È", villaggio dedicato alla centralità e alla poliedricità del settore primario, in programma nel cuore di Roma dal 24 al 26 marzo, il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida fa il punto sullo stato dell'arte e sulle sfide del comparto, con un focus sul settore vitivinicolo, pressato dalle spinte salutistiche e dalle minacce protezionistiche Usa.

Nel 2024 l'agricoltura italiana si è posizionata al primo posto nella Ue per valore aggiunto, grazie alla crescita re-

Il 57esimo Salone internazionale dei vini e distillati, primo evento al mondo di promozione del vino italiano, è in programma a Veronafiere dal 6 al 9 aprile. Tra le novità il debutto dei vini No-Low alcohol, il Vinality Tourism e il progetto Amphora Revolution. Un'edizione che apre a nuovi mercati e affronta le sfide dell'evoluzione della domanda

a pagina 8

>>> segue a pag. 3

ALL'INTERNO

■ Confagricoltura

Una stagione di cambiamento. Interviene Massimiliano Giansanti

■ Realtà storiche

La gamma di vini Tre Secoli esprime al meglio il terroir piemontese

■ Eccellenza

Gtr Logistica offre una serie di servizi integrati per il beverage

■ Alta specializzazione

Il sistema di Aircomp per il recupero della CO2 dalla fermentazione

Scommessa sulla Puglia

È a Manduria, patria della Dop pugliese Primitivo, che uno dei volti più noti del giornalismo italiano, Bruno Vespa, ha avviato la sua cantina, Vespa Vignaioli, un progetto di famiglia mosso dalla passione per la viticoltura

È stato il celebre enologo Luigi Veronelli, negli anni Settanta, a trasmettere a Bruno Vespa l'amore per l'enologia e l'attenzione al terroir. Il giornalista ha scritto di vino per 40 anni, conoscendo i principali imprenditori del settore e testimoniandone le fasi più critiche, come lo scandalo del metanolo. Questa passione si concretizza in attività nel 2014, quando Bruno Vespa decide di puntare sulle potenzialità della vitivinicoltura pugliese con un progetto familiare. La cantina Vespa Vignaioli, creata con i figli Alessandro e



Credit foto: Massimo Cestini

Il giornalista e produttore di vino Bruno Vespa

Federico, sorge nella suggestiva Masseria Li Reni, residenza del XVI secolo acquistata e restaurata dalla famiglia. Augusta Iannini, ex magistrato e moglie di Vespa, è la creative director della Masseria e dello showroom dei vini. L'azienda si estende su circa 46 ettari, di cui 34 dedicati ai vigneti, situati principalmente nell'area di Manduria. Il connubio tra la grande competenza dell'enologo di fama internazionale Riccardo Cotarella e l'obiettivo di valorizzare le varietà autoc-

>>> segue a pag. 14



VIGNAIOLI IN FRANCIACORTA

SAN
TUS

FRANCIACORTA

Distribuito da

1957
Rinaldi



BEVI RESPONSABILMENTE



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Vice Direttore
Renata Gualtieri
renata@golfarellieditore.it

Redazione
Cristiana Golfarelli, Tiziana Achino,
Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Guia Montefamelo, Desna Ruscica,
Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona
Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato
Renato Farina, Ginevra Cavaliere,
Angelo Maria Ratti, Fiorella Calò,
Francesca Druidi, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi,
Maria Pia Telese

Sede
Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

>>> Segue dalla prima

Cambio di passo in Europa

Il titolare del Masaf Francesco Lollobrigida commenta il nuovo corso agroalimentare impresso da Bruxelles e conferma l'importanza socioeconomica e culturale del settore primario- e del vino- come fondamento dell'identità di Italia e Ue

Impegnato nell'iniziativa "Agricoltura È", villaggio dedicato alla centralità e alla poliedricità del settore primario, in programma nel cuore di Roma dal 24 al 26 marzo, il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida fa il punto sullo stato dell'arte e sulle sfide del comparto, con un focus sul settore vitivinicolo, pressato dalle spinte salutistiche e dalle minacce protezionistiche Usa.

Nel 2024 l'agricoltura italiana si è posizionata al primo posto nella Ue per valore aggiunto, grazie alla crescita registrata sia dal punto di vista produttivo (+1,4 per cento) che del valore aggiunto (+3,5 per cento). Con quali misure il Masaf intende rafforzare ulteriormente la competitività del settore primario italiano?

«Il Governo Meloni ha sempre creduto nella centralità del settore agricolo e lo ha dimostrato con fatti concreti. In poco più di due anni, abbiamo stanziato oltre 11 miliardi di euro per sostenere il comparto: un impegno senza precedenti nella storia repubblicana. I dati Istat mostrano un aumento del reddito medio degli agricoltori, cresciuto del 12,5 per cento nel 2024, grazie anche all'aumento dei contributi alla produzione derivanti dalle politiche adottate e al risultato positivo dell'export, che ha raggiunto i 70 miliardi di euro, un record storico trainato in particolare dalle Regioni del Mezzogiorno. Abbiamo attuato una serie di provvedimenti per rendere le nostre imprese agricole sempre più competitive. Ad esempio, abbiamo investito oltre 870 milioni di euro in innovazione e ricerca, con l'obiettivo di incrementare produttività, reddito e sostenibilità, non solo dal punto di vista ambientale, ma anche economico e sociale. Per consolidare le filiere produttive e valorizzare le eccellenze agroalimentari, abbiamo introdotto strumenti come il Fondo per la Sovranità Alimentare e i Distretti del Cibo. Continueremo a lavorare affinché gli agricoltori abbiano strumenti sempre più efficaci per affrontare le sfide globali, difendere la qualità dei nostri prodotti e affermare la leadership del made in Italy nel mondo».

Si è detto soddisfatto del documento di Visione Ue per l'agricoltura e l'alimentazione. Cosa è stato accolto delle richieste del governo



Francesco Lollobrigida, ministro dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste

italiano e quali i punti fondamentali della nuova strategia europea?

«Le linee guida europee sull'agricoltura, presentate dal vicepresidente della Commissione Raffaele Fitto e dal commissario Christophe Hansen, danno l'idea di un vero cambio di passo e segnano la completa discontinuità con quanto messo in campo dalla Commissione precedente. Siamo soddisfatti, ma consapevoli che adesso alle dichiarazioni dovranno seguire i fatti. Semplificazione normativa, riduzione degli oneri per gli agricoltori, contrasto alle pratiche sleali, reciprocità nelle regole per i Paesi Terzi con standard più severi su pesticidi e sicurezza alimentare, sono tutte cose che avevamo chiesto e che non sarebbero possibili se Giorgia Meloni non avesse esercitato potere e influenza su Ursula von der Leyen».

È record anche per le esportazioni del settore vitivinicolo che, nel 2024, hanno raggiunto la cifra record di 8,1 miliardi di euro, con un incremento del 5,5 per cento rispetto al 2023. Cosa teme di più: le proposte Ue di alert salutistici in etichetta o i dazi imposti dagli Stati Uniti? E come, secondo lei, occorre reagire in queste situazioni?

«Nel 2024 le esportazioni del nostro settore vitivinicolo hanno raggiunto un traguardo straordinario che dimostrano la forza, la qualità e la competitività del vino italiano, autentico ambasciatore del made in Italy nel mondo. Le imposizioni di tariffe da parte di stati stranieri non

sono ovviamente neutre, ma provengono dall'esterno. Ci sono delle sfide che, invece, sorprendentemente provengono dall'interno come quelle dell'etichettatura a livello europeo, come dice lei, e aggiungo veri e propri tentativi di criminalizzazione culturale del vino. Voglio rassicurare tutti, troveranno la nostra ferma opposizione. L'Italia è al fianco del settore».

Il nuovo Comitato Nazionale Vini Dop e Igp ha definito le prime linee operative per il triennio 2025-2027. Alla vigilia del Vinitaly, quali sono gli obiettivi che si prefigge la vitivinicoltura italiana?

«Il Comitato Vini si conferma uno strumento fondamentale del Masaf per promuovere la qualità, l'innovazione e la sostenibilità del comparto vitivinicolo nazionale, settore che conta 529 denominazioni riconosciute e un valore alla produzione di 11 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare ulteriormente il settore, lavorando sui disciplinari di produzione, essenziali per garantire qualità ed eccellenza sui mercati internazionali. Proprio per questo, su mia richiesta, si svolgerà un incontro del Comitato Vini proprio al Vinitaly. Vogliamo continuare a investire sulle straordinarie potenzialità dei nostri vini, ambasciatori del patrimonio agroalimentare italiano, riconosciuti e apprezzati in Europa e nel mondo».

Il dossier della candidatura della cucina italiana sarà discusso dall'Unesco a dicembre in India. È ottimista sull'esito finale?

«Abbiamo chiesto il riconoscimento della cucina italiana a patrimonio Unesco, perché siamo consapevoli e orgogliosi della qualità e dei valori che la nostra Nazione esprime anche in questo campo. La cucina italiana è frutto di storia, tradizioni, biodiversità, contaminazioni, lavoro sul territorio, cultura e valori, che abbiamo raccontato con ancora più forza negli ultimi due anni, anche grazie a questa candidatura. Puntiamo naturalmente a vederci attribuito nel 2025 lo stesso titolo che hanno le cucine coreana, francese, giapponese e messicana, ma già oggi possiamo riconoscere di aver raggiunto un primo importante risultato in termini di valorizzazione e promozione della nostra cucina nel mondo, con un forte potenziale in ottica di benessere e sviluppo». ■ FD

Al fianco delle imprese vitivinicole

Agenzia Ice supporta le realtà del comparto nella loro espansione sui mercati internazionali, attraverso iniziative strategiche e di business matching per consolidare la presenza del made in Italy enologico nel mondo

La Vinitaly Preview, organizzata da Veronafiere presso l'Ambasciata d'Italia a Bruxelles, in vista del 57esimo Salone internazionale dei vini e distillati a Verona dal 6 al 9 aprile, ha rappresentato l'occasione per ribadire la centralità del vino quale prodotto identitario dell'Europa e dell'Italia in particolare. L'obiettivo è tutelare il prodotto italiano e le esportazioni dei vini nazionali dalle nuove spinte protezionistiche internazionali e dalle massicce campagne salutistiche. Ad affermare la portata socioeconomica del settore vitivinicolo e il suo valore per l'export agroalimentare italiano, è stato il presidente di Agenzia Ice, Matteo Zoppas: «Il vino in ambito export è cresciuto di cinque punti percentuali e ha raggiunto 8,1 miliardi di euro. Gli imprenditori sono stati i principali protagonisti di questo percorso; in un contesto generale di recessione, noi siamo riusciti ad avere un comparto agroalimentare che cresce e, tra le sue composizioni, è stato determinante il contributo del vino (+5,5 per cento). Gli Usa, che ci preoccupano molto, hanno fatto un +9 per cento e sono arrivati a 1,7 miliardi di euro». Le imprese, aggiunge Zoppas, sono sostenute nel loro sforzo dal governo e dal sistema formato da Ice, Sace, Simest e Cdp. «Ice si occupa di portare gli operatori esteri in Italia, i buyer: un terzo di tutti quelli presenti a Vinitaly. Al contempo, organizza collettive di imprenditori italiani all'estero, alle fiere, a incontrare clienti, e sono almeno sette le iniziative fieristiche con Vinitaly International nel mondo». Va ricordato, infatti, che con il proprio ecosistema di iniziative sui mercati internazionali, Vinitaly amplia la sua portata commerciale e potenzia la campagna di incoming sulla manifestazione. «57 edizioni del Vinitaly non sono poche - continua Zoppas - . È un marchio che si è creato e si è costruito nel tempo, portando costantemente allo stesso tavolo produttori e buyer, ali-



LA VINITALY PREVIEW

Organizzata da Veronafiere presso l'Ambasciata d'Italia a Bruxelles, in vista del 57esimo Salone internazionale dei vini e distillati a Verona dal 6 al 9 aprile, ha rappresentato l'occasione per ribadire la centralità del vino quale prodotto identitario dell'Europa e dell'Italia in particolare

mentando i veri momenti in cui si sviluppa il business. Ice, insieme a Veronafiere, seleziona e recluta gli operatori realmente interessati. Ed è solo questo business matching che permette di far crescere le esportazioni del vino all'estero». Con Veronafiere, Ice sta sviluppando una strategia di crescita per il settore, creando nuove importanti occasioni di espansione per le imprese. Ad esempio, la masterclass "Iconic wines of Italy", promossa da Agenzia Ice e realizzata da Vinitaly lo scorso agosto a Tokyo, è stata

un'occasione importante per presentare le eccellenze del vino italiano in un contesto altamente strategico come quello giapponese, che identifica il primo mercato asiatico per il settore vitivinicolo. «Con un valore di esportazioni che supera i 200 milioni di euro, riteniamo essenziale implementare attività promozionali strategiche per sensibilizzare e coinvolgere anche quella parte di mercato non etnico, attenta ai vini di prestigio. Il nostro obiettivo è consolidare e incrementare ulteriormente la presenza dei vini italiani in Giappone», ha affermato il presidente Matteo Zoppas. Nel 2024, il 20 e il 21 ottobre, ha debuttato a Chicago Vinitaly Usa, il primo format fieristico del vino italiano negli Stati Uniti, organizzato da Veronafiere e Fiere Italiane con il sostegno di Agenzia Ice e la collaborazione dei ministeri degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare. «Una piattaforma chiave per intercettare clienti di prossimità che normalmente non partecipano alle edizioni europee». In occasione della Vinitaly Preview, Ignacio Sánchez, segretario generale

Ceev (Comitato europeo delle aziende vitivinicole), ha mostrato la sua preoccupazione circa l'eventuale applicazione dei dazi minacciata dal presidente Trump al settore vitivinicolo: «se chiudiamo il mercato degli Stati Uniti, il nostro settore è finito». Il numero uno di Agenzia Ice resta invece ottimista e invita a non cedere agli allarmismi. «Nessuno è seduto al tavolo delle trattative se non la politica: il ministro Tajani che ha molta esperienza e la premier Giorgia Meloni che ha ottimi rapporti con gli Stati Uniti. Credo che siamo in buone mani e il risultato che verrà sarà comunque un buon risultato, al di là di quel che vorrà la controparte», ha dichiarato Matteo Zoppas (fonte Gambero Rosso). No allarmismi, sì alla diplomazia. ■ **Leonardo Testi**

Matteo Zoppas, presidente Agenzia Ice



Il settore primario vive una stagione di cambiamento per accrescere la sua competitività e affrontare sfide e opportunità con l'obiettivo teso all'equità e alla sostenibilità. Ne parliamo con Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, che ha realizzato il primo Rapporto dell'Osservatorio sulle Agroenergie.

Quali sono le parole chiave dell'azione di Confagricoltura nel 2025?

«Europa, Ngt e agroenergie: sono le nostre parole chiave per il 2025. "Europa" perché possiamo contare su un commissario all'Agricoltura ricettivo e aperto al dialogo, in grado, con il placet di una Commissione meno sbilanciata verso il Green deal, di consolidare il comparto cosicché possa tornare ad avere un peso rilevante nel mercato mondiale. Ricordiamo che l'agricoltura rappresenta uno dei pilastri su cui l'Europa è stata costruita e che oggi, per contrastare le politiche commerciali aggressive che ci vengono rivolte da più parti, ricompattarsi come potenza produttiva è una necessità. In questo contesto, le Ngt, nuove tecniche genomiche, sono uno strumento nodale per potenziare la competitività dei nostri agricoltori che devono anche fronteggiare gli effetti del cambiamento climatico. Il Coreper ha di recente avviato il negoziato per la loro regolamentazione; un passaggio che per noi è, da una parte, un'ottima notizia e, dall'altra, segna l'inizio di un percorso sempre più nel solco della ricerca e della sperimentazione. Come Confagricoltura, abbiamo sempre perseguito questa direzione e siamo felici del grande sostegno che il governo italiano ha dimostrato. Infine, ma non meno rilevanti, le "agroenergie", che concorrono alla produzione di energia elettrica rinnovabile per l'11 per cento del totale italiano, rappresentando un'ottima opportunità per le nostre aziende agricole, che possono diversificare le fonti di reddito e abbattere costi ed emissioni».

Cosa la convince e cosa no della nuova visione dell'Unione europea per le politiche agricole e alimentari, anche in vista della nuova Pac?

«Trovo che si registri già un importante cambio di passo in Europa, in relazione al settore primario, basato su informazioni scientifiche e lontano dalle ideologie. Fa ben sperare la direzione segnata da "Vision for Agriculture and Food", il documento strategico siglato dal commissario Hansen, che spinge su innovazione, sostenibilità e competitività del comparto. E più di tutto, prevede misure concrete a tutela del reddito degli

Innovazione, sostenibilità e competitività

Il documento Ue "Vision for Agriculture and Food" segna una svolta e assicura più attenzione alla redditività degli agricoltori, ma servono risorse adeguate. Le priorità indicate dal numero uno di Confagricoltura Massimiliano Giansanti

agricoltori che troppo spesso sono costretti a operare sottocosto. Nel mio ruolo di presidente del Copa (Comitato delle organizzazioni professionali agricole che rappresenta oltre 22 milioni di agricoltori in Europa, ndr), ho più volte sostenuto che servisse agire con priorità per abilitare le imprese agricole europee a produrre e a competere sui mercati internazionali, tutelando gli elevati standard di sicurezza e qualità che esse sono in grado di garantire. Il documento ci lascia soddisfatti, poiché indica una traiettoria di sviluppo solida, che avrà ricadute dirette sulla prossima Pac. Ora, però, servono le risorse economiche per passare dalla strategia all'azione. Il nostro auspicio è che non si realizzi l'ipotesi di un fondo unico nazionale in cui far confluire le risorse assegnate a ogni Stato membro. Ancora una volta è bene ricordare che dobbiamo agire come Unione».

Sicurezza alimentare, ricerca e sviluppo tecnologico, competitività e semplificazione. Quali dovrebbero essere i capisaldi di una strategia di lungo periodo per il settore primario in Europa e anche in Italia?

«Esattamente quelli che ha elencato, con qualche aggiunta. Non ci può essere sicurezza alimentare globale senza un'agricoltura europea forte, ossia produttiva e competitiva. E come la si può ottenere? Secondo Confagricoltura, grazie alla ricerca e all'innovazione: due asset che richiedono investimenti importanti da parte delle aziende. Per questo, sostegno finanziario, semplificazione burocratica e normativa sono senz'altro ingredienti irrinunciabili, a protezione del reddito degli agricoltori. Così come la reciprocità per agevolare rapporti bilanciati con i mercati esteri. Solo così rafforziamo e proteggiamo un settore chiave per la nostra economia, in Italia come in Europa, in



Massimiliano Giansanti, presidente Confagricoltura

grado, oltre che di produrre cibo, di salvaguardare ambiente, paesaggio e tenuta sociale delle aree interne».

Ha dichiarato che l'Ue dovrebbe presentarsi unita e forte sui mercati internazionali, soprattutto di fronte all'inasprimento della politica dei dazi, però ha più di una riserva sull'accordo di libero scambio Ue-Mercosur. Qual è la strada da percorrere?

«Lo confermo: l'Europa deve fare sistema e procedere compatta. Questo non significa che vada applicato un approccio monolitico sulle diverse questioni. Capisco che l'accordo Mercosur possa avvantaggiare alcune produzioni europee, ma per carni bovine, pollame, riso, mais e zucchero sarebbe disastroso. Per giunta, si tratta di alimenti che soffrono già la concorrenza dell'Ucraina, alla quale sono stati concessi i dazi zero. Possibili ondate di prodotti dal Sud America, senza garanzie di reciprocità, distruggerebbero il mercato interno».

Confagricoltura sostiene la tran-

sizione verde, grazie allo sviluppo di agroenergie, comunità energetiche e pratiche innovative e tecnologiche che integrano produzione agricola e sostenibilità ambientale. Come si delinea il contributo strategico delle imprese agricole alla decarbonizzazione?

«Vista la centralità del tema, Confagricoltura ha avviato un Osservatorio sulle Agroenergie, con il sostegno di Enel. Il primo rapporto, consultabile sul nostro sito, evidenzia che il contributo delle imprese agricole alla produzione di energia verde è già rilevante ma con interessanti margini di espansione. Biomasse e biogas, fotovoltaico e Cer rappresentano gli asset principali. Nel 2026, il Pnrr giungerà a termine e bisognerà tracciare nuove traiettorie per non disperdere le potenzialità del comparto. Oltre a un piano di supporto agli investimenti, sarà cruciale individuare una normativa chiara ed esaustiva. Entrambi questi aspetti sono fondamentali per garantire alle imprese di operare in tranquillità e di migliorare le performance». ■ **Francesca Druidi**

IL PRIMO RAPPORTO DELL'OSSERVATORIO SULLE AGROENERGIE

Evidenzia che il contributo delle imprese agricole alla produzione di energia verde è già rilevante ma con interessanti margini di espansione. Biomasse e biogas, fotovoltaico e Cer rappresentano gli asset principali

La difesa dei veri agricoltori

Rispetto delle regole e trasparenza sulle etichette sono i primi tavoli su cui, secondo Prandini, va giocata questa partita. In risposta a dazi e allarmismi salutistici, «serve una forte azione diplomatica per tutelare il made in Italy»

Accendere i riflettori sui percorsi trasparenti e certificati che i prodotti agroalimentari italiani seguono prima di arrivare sulle tavole, rilanciando l'appello affinché in tutti i Paesi dell'Unione si faccia altrettanto. È una delle istanze che si è levata l'altro giorno da Parma, dove un esercito di bandiere gialle marchiate Coldiretti ha sfilato per chiedere sostegno a favore del settore primario. Da destinare esclusivamente ai veri agricoltori che assicurano la sovranità alimentare al Continente e che ora, con la nuova presidenza Usa di stampo fortemente protezionistico, esprimono un certo turbamento per le sorti delle loro filiere. «Siamo preoccupati» spiega il presidente Ettore Prandini «perché una guerra commerciale danneggerebbe produttori e consumatori di Unione Europea e Usa, con inflazione e minore potere d'acquisto».

Con lo spettro dei dazi sui prodotti agricoli europei ormai alle porte, che ricadute si prevedono sul nostro export?

«Per fare un esempio: un dazio del 200 per cento sul vino europeo mette a rischio un export di 1,94 miliardi di euro negli Usa. Fermando una crescita del 162 per cento negli ultimi vent'anni nel mercato americano. Serve una forte azione diplomatica per tutelare il nostro made in Italy, lavorando con le istituzioni europee e il governo per scongiurare un'escalation di misure così penalizzanti».

Lo stesso vino, peraltro, si trova in questa fase sotto un fuoco incrociato (dazi, Nutriscore e Codice della strada). Quale strategia difensiva può mitigare gli impatti su uno degli alfieri del paniere made in Italy?

«Il vino italiano non è solo un'eccellenza economica, ma anche culturale. Proprio per questo motivo promuoviamo il bere consapevole, contrastando gli allarmismi ingiustificati. Coldiretti è in prima linea contro il Nutriscore, che condiziona le scelte alimentari dei cittadini attraverso un sistema discriminatorio e fuorviante, penalizzando ingiustamente i nostri prodotti. Difendiamo la tracciabilità e la qualità del nostro vino con un'etichettatura chiara e promuoviamo



52 mila

Agricoltori

Sono under 35, con aziende che generano un valore per ettaro doppio rispetto alla media Ue

accordi commerciali che proteggano il settore. È fondamentale lavorare con il governo e con l'Ue per bloccare queste minacce e rafforzare la leadership che deteniamo sui mercati internazionali».

In parallelo c'è da contenere il dilagare dell'import sleale, che non rispetta gli standard di Bruxelles e danneggia la qualità agroalimentare italiana. Chi deve mobilitarsi e come su questo fronte?

«La difesa del made in Italy passa dal rispetto delle regole. Non possiamo accettare che in Europa arrivino prodotti che non rispettano gli stessi standard di sicurezza, sostenibilità e qualità imposti ai nostri agricoltori. Senza reciprocità, le nostre imprese subiscono una concorrenza sleale, mettendo a rischio la qualità del cibo e la tutela dei lavoratori. Servono controlli più rigidi e l'obbligo di indicare sempre l'origine in etichetta. Abbiamo avviato una mobilitazione permanente

con presidi dal Brennero a Civitavecchia, da Salerno a Bari, e una raccolta firme per garantire la trasparenza sulle etichette in tutta Europa».

Le tecnologie digitali rivestono un ruolo sempre più strategico per la sostenibilità economica delle aziende agricole e il contrasto ai cambiamenti climatici. Su quali occorre intensificare gli investimenti, Ai inclusa?

«L'innovazione è cruciale per aumentare redditività e sostenibilità. Coldiretti sta lavorando per semplificare la burocrazia e incentivare strumenti come i droni per la distribuzione mirata di agrofarmaci, i sensori per monitorare l'umidità del suolo e piattaforme come Demetra, che per-

Ettore Prandini, presidente nazionale di Coldiretti



mette agli agricoltori di gestire l'azienda via smartphone. Investire nell'intelligenza artificiale significa anche poter disporre di previsioni climatiche più accurate e sistemi di allerta per eventi estremi. Per affrontare le sfide globali servono risorse adeguate e una politica agricola che supporti davvero chi lavora la terra».

Attrarre i giovani e, perché no, anche i viaggiatori alle campagne sono due chiavi di competitività per rilanciare il mondo agricolo. Quali iniziative avete in corso e in agenda per valorizzare questi due aspetti?

«L'agricoltura si conferma un settore chiave per il futuro, capace di attrarre sia giovani imprenditori che viaggiatori. Oggi in Italia abbiamo 52 mila agricoltori under 35, con aziende che generano un valore per ettaro doppio rispetto alla media Ue. Per sostenere l'innovazione, noi promuoviamo l'Oscar Green, il premio ai migliori progetti dei giovani in agricoltura. Abbiamo messo in luce idee e talenti giovani che meritano davvero di essere coltivati. Parallelamente cresce il turismo esperienziale: enoturismo, oleoturismo e agriturismo registrano numeri record, con oltre 15 milioni di presenze nel 2024. Coldiretti e Terra-nostra Campagna Amica puntano su un'offerta che valorizzi i territori e le tradizioni, rispondendo alla crescente domanda di sostenibilità e autenticità».

■ Gaetano Gemiti

Bonsignore: «L'Italia deve puntare alla qualità»

Alla vigilia del Vinitaly, Gioacchino Bonsignore, giornalista e curatore della nota rubrica Gusto del Tg5, commenta il via libera ai vini dealcolati, il cambiamento nei consumi e il rischio dei dazi Usa

Viaggia dal Nord al Sud del nostro Belpaese, Gioacchino Bonsignore, per portare nelle case degli italiani il sapore più autentico del cibo e del vino, valorizzando le eccellenze dei territori. Con le sue seguitissime rubriche del Tg5 Gusto, Gusto Verde e Gusto Di Vino - racconta le filiere agroalimentari, spina dorsale dell'export italiano, dà voce ai suoi protagonisti e mostra i luoghi di produzione. Con il giornalista siciliano, facciamo il punto sul settore vitivinicolo, che deve affrontare molteplici sfide.

Con tre anni di ritardo dal regolamento europeo, l'Italia si adegua e consente la produzione dei vini alcol free anche nel nostro Paese. Anche l'edizione 2025 di Vinitaly aprirà ai prodotti dealcolati. Come valuta questa innovazione? Il settore vitivinicolo italiano è pronto?

«Non ritengo, francamente, che si tratti di una grande innovazione. È un'apertura che andava fatta e recepita da parte dell'Italia dal punto di vista del regolamento. Credo, infatti, che anche i produttori di uve da vino debbano avere la massima libertà di produrre i cosiddetti dealcolati. Sarei però cauto a inserire queste bevande nella categoria vino, in quanto la mancanza di alcol le rende più simili al succo di frutta. È un prodotto nuovo, che le tecnologie oggi presenti sul mercato renderanno anche gradevole sotto il profilo gustativo e che costituiscono una valida alternativa, in un momento in cui il mercato sta soffrendo. Evviva i dealcolati, quindi, ma prudenza nel chiamarli vini. Restano comunque prodotti made in Italy, realizzati con grandi uve che esprimono i territori, i sentori e i profumi delle regioni italiane».

Il vino italiano ha chiuso il 2024 con il record di esportazioni, nonostante le molte criticità: il costo delle materie prime, i costi dell'energia, il cambiamento delle abitudini di consumo, le istanze salutistiche dell'Ue sulle etichette e naturalmente la minaccia dei dazi. Come sta il settore?

«Le criticità elencate sono tutte al momento presenti, non possiamo ancora definire in quale percentuale, ma certa-



SOSTITUIRE IL MERCATO AMERICANO

È praticamente impossibile. Ci sono altri mercati, ma hanno gusti diversi dai nostri, sono meno attratti dal made in Italy oppure hanno minore capacità di spesa

mente la situazione complessiva del vino a livello internazionale sta attraversando una fase di cambiamento, con tendenze che non riguardano solo il made in Italy. Penso soprattutto a quanto il vino sia distante dalle abitudini di consumo delle giovani generazioni, della Gez Z. Ci vorrà del tempo affinché i giovani di oggi diventino adulti capaci di apprezzare meglio le qualità che una bevanda come il vino può offrire. Poi c'è il tema dei dazi, su cui ancora non possiamo esprimerci, perché tutto potrebbe ancora succedere. Anche il cambiamento climatico fa la sua parte: con l'aumento delle temperature si registra un calo del consumo dei vini rossi. La vita dell'uomo è un susseguirsi di mutamenti, immaginare che il consumo di vino non subisse scossoni in un mondo in costante evoluzione era un'illusione. Le criticità ci sono e vanno affrontate, una alla volta, ma sono fiducioso che questa fase così complessa sia transitoria. La storia del vino è così antica da intrecciarsi con la storia stessa dell'umanità, può subire dei cambiamenti ma non interrompersi».

L'agroalimentare italiano può e deve cercare mercati alternativi a

quello statunitense?

«Sostituire il mercato americano, primo mercato di destinazione per i prodotti italiani, è praticamente impossibile. Ci sono altri mercati, ma hanno gusti diversi dai nostri, sono meno attratti dal made in Italy oppure hanno minore capacità di spesa, come nel caso dei paesi del Centro e Sud America. Negli ultimi decenni, sono stati fatti molti tentativi per penetrare nel mercato cinese con i nostri vini, senza ottenere grandi risultati. Il Giappone adora le eccellenze italiane, però non è in grado di assorbire la massa di prodotto che il nostro Paese esporta ogni anno negli Stati Uniti. Piuttosto che ai dazi dobbiamo pensare al fatto che la qualità del prodotto italiano è talmente apprezzata in America da convincere i consumatori ad acquistarlo comunque. Si parla sempre di prodotti premium come il Parmigiano Reggiano o il Barolo, è chiaro. La risposta dell'Italia deve essere quella di mantenere, se non migliorare, la qualità delle proprie produzioni per restare competitiva, come del resto farà la Francia con lo Champagne».

Quanto sarà importante agire in maniera unita con gli altri paesi eu-

ropei per arginare politiche commerciali aggressive?

«L'Europa deve restare unita per salvaguardare la sua Dop Economy. Vale per l'Italia che vanta il maggior numero di prodotti agroalimentari Dop e Igp riconosciuti dall'Ue, vale per la Francia, con cui condividiamo interessi molto simili nel mondo dell'agroalimentare, e con gli altri paesi europei che producono eccellenze».

Cosa ci riserverà la sua rubrica Gusto nei prossimi mesi? Quali temi affronterà?

«Seguiamo l'evoluzione del mercato e delle tendenze, toccando i principali appuntamenti del settore vitivinicolo e non solo: Italian Fruit Village di Berlino, Wine Paris e presto il Vinitaly. Prima ancora saremo a Bbq Expo a Brescia per approfondire i nuovi trend di cucina legati al fuoco. Monitoreremo passo dopo passo l'importante tema dei dazi e i cambiamenti che stanno avvenendo anche nella grande distribuzione e nella ristorazione. Abbiamo già detto come i gusti dei consumatori si modifichino velocemente. I giovani non solo bevono meno vino, mangiano e acquistano in modo diverso rispetto alle altre fasce della popolazione. È un mondo in evoluzione, che seguiremo con pazienza e attenzione, perché l'agroalimentare è un settore strategico per l'economia e la cultura italiana».

■ **Francesca Druidi**

Gioacchino Bonsignore, caporedattore Tg5 e responsabile della rubrica Gusto



L'edizione 2025 del Vinitaly segnerà il debutto dei vini No-Low alcohol (NoLo), che entrano nell'offerta del 57esimo Salone internazionale dei vini e distillati in programma a Veronafiere dal 6 al 9 aprile. Del resto, dall'inizio dell'anno anche i produttori italiani possono realizzare vino dealcolato nel nostro Paese, intercettando i gusti dei mercati dove questi prodotti sono già molto richiesti. Sono due gli appuntamenti annunciati: "Zero alcol e attese del mercato", previsto per l'8 aprile, e "Tecnologia 0.0: produzione e innovazione a confronto", il 9 aprile, realizzati in collaborazione con Unione italiana vini e il supporto dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly. Ci saranno un banco mescita esclusivo e un'enoteca per i vini dealcolati, protagonisti anche dei cocktail del padiglione Mixology. «Il progetto pilota, che va dal prodotto alla formazione fino alla tecnologia dedicata, si consoliderà nelle prossime edizioni diventando strutturale. L'obiettivo è di rappresentare un mercato complementare ai vini di denominazione in forte crescita su scala globale e di potenziare la competitività di Vinitaly in una fase di profonda trasformazione del settore», ha spiegato il direttore generale di Veronafiere, Adolfo Rebughini. Il progetto è partito ufficialmente da Jeddah a fine gennaio. «Vinitaly è crocevia delle tendenze che da sempre intercetta, monitora e analizza al fine di potenziare servizi e contenuti per le nostre aziende espositrici e per il settore. In questa ottica, da quest'anno, i vini NoLo entrano per la prima volta nel programma della rassegna per potenziare il ruolo di Vinitaly, che apre nuovi mercati e affronta le sfide dell'evoluzione della domanda», ha aggiunto il presidente di Veronafiere, Federico Bricolo.

VINITALY APRE AL TURISMO ENOLOGICO

L'enoturismo è un asset fondamentale per la crescita delle aziende del settore vitivinicolo, perché valorizza il territorio, potenzia il brand ed è soprattutto un canale di vendita diretto, fonte di reddito e marginalità, capace al contempo di fidelizzare la clientela. Per questi motivi nasce Vinitaly Tourism, il nuovo progetto della manifestazione per sostenere le aziende con ulteriori servizi b2b in chiave enoturistica e connetterle

Crocevia di tendenze

È il primo evento al mondo di promozione del vino italiano con 90mila operatori, dei quali oltre un terzo provenienti da 140 nazioni in media ogni anno. Attesi per Vinitaly 2025 top buyer e operatori profilati da 60 Paesi. Ecco le novità



a una rete di buyer turistici internazionali altamente profilati. La giornata del 9 aprile si aprirà con un nuovo format di speed date one to one e proseguirà con una serie di appuntamenti tematici sul futuro del turismo del vino, tra cui "Enoturismo in Italia: Dati, Trend e Opportunità", organizzato da Roberta Garibaldi, grande esperta in materia.

LE ALTRE NOVITÀ

Frutto della Joint venture tra Merano WineFestival e Vinitaly, il progetto "Amphora Revolution" troverà spazio in fiera, presentando una selezione dei migliori vini in anfora a livello nazionale per valorizzare un'antica tecnica enologica. Vini naturali, organici e biodinamici saranno protagonisti il 7 aprile di una giornata di tasting full immersion, guidata da Isabelle Legeron, pri-

ma donna master of wine francese, nell'ambito dell'accordo Veronafiere-Raw wine, la più grande comunità globale di produttori di vino naturale, biologico, biodinamico e a basso intervento.

PROPOSTE TEMATICHE, EVENTI E DEGUSTAZIONI

Anche quest'anno la première del Salone internazionale è affidata, il 5 aprile, alla 14esima edizione di Vinitaly Opera Wine, l'evento che ogni anno punta i riflettori sulle etichette del vino italiano negli Stati Uniti selezionate da Wine Spectator e Vinitaly. Sono 131 le cantine italiane scelte; il concept 2025 è ispirato all'universo creativo del newyorkese Keith Haring, figura iconica della pop art americana. Il palinsesto di Vinitaly proporrà aree tematiche che intercettano le attuali tendenze di consumo, offrendo occasioni di business, networking, formazione e arricchimento. La Hall C- Organic Hall accoglierà Vinitaly Bio, il salone dedicato al vino biologico certificato prodotto in Italia e all'estero, giunto alla decima edizione, e Micro Mega Wines, l'iniziativa del wine writer Ian D'Agata per Vinitaly che celebra al-

cune delle migliori aziende vitivinicole italiane, caratterizzate da piccoli volumi di produzione nati da varietà d'uva e terroir unici. Nell'Organic Hall si aggiungerà Vinitaly Mixology, l'area tematica consacrata all'arte dei cocktail e della miscelazione di vini, liquori e distillati sulla base dei nuovi trend internazionali. Per i professionisti saranno a disposizione masterclass con i bartender più talentuosi; speech dedicati alla storia dei prodotti e laboratori di alto livello per la creazione di nuovi cocktail. Imprescindibile poi l'International Wine Hall, padiglione consacrato ai paesi produttori esteri. Grande attesa per i contenuti di Vinitaly Tasting- The Doctor Wine Selection, lo spazio di degustazione pensato da Daniele Cernilli per raccontare agli operatori del canale Horeca, sia italiani che stranieri, le eccellenze enologiche italiane. Per gli amanti della birra, l'appuntamento è con la quinta edizione di Xcellent Beers, salone della birra artigianale b2b con espositori nazionali ed esteri. Al fianco di Vinitaly non mancherà Enolitech, salone internazionale delle tecnologie per la produzione di vino, olio e birra che l'anno scorso ha festeggiato 25 anni di attività. Dal 6 al 9 aprile, infine, si rinnova Vinitaly and the city, il fuori salone nel centro di Verona: in programma degustazioni, masterclass, talk, incontri e visite guidate con incursioni culturali, artistiche, musicali e geografiche.

■ **Francesca Druidi**



VINITALY DESIGN AWARD

La 29esima edizione del premio amplia le categorie con quattro nuove sezioni di candidatura del concorso dedicato al packaging di vini, distillati, birre e oli extravergini di oliva e che quest'anno raggiunge, così, complessivamente 20 riconoscimenti. La giuria tecnica sarà guidata dal designer pluripremiato Mario Di Paolo. Debutta inoltre la Vinitaly Design Experience, progetto di formazione e aggiornamento tecnico- in programma il 4 aprile- che mira a esplorare le nuove tendenze di packaging design, comunicazione visiva e branding attirando verso il settore professionisti del presente e del futuro.

I VINI NO-LOW ALCHOL

Entrano per la prima volta nel programma della rassegna per potenziare il ruolo di Vinitaly, che apre nuovi mercati e affronta le sfide dell'evoluzione della domanda

UNA STORIA EROICA

VAL
D'OCA



Bevi responsabilmente

Rive di San Pietro di Barbozza

Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

Ogni Riva è espressione unica di singole microzone con differenti terroir. Un legame profondo di suolo, clima, ecosistema e tradizione. Val d'Oca preserva l'anima delle Rive, esaltando le caratteristiche distintive che ogni terroir conferisce alla vite e al grappolo, trasferendole in ogni calice. Un territorio unico, dove la viticoltura eroica e la raccolta manuale delle uve, elevano alla massima espressione il Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG.

valdoca.com

Il dialogo per evitare i dazi

Il 2025 si conferma pieno di sfide per i produttori di vini e spiriti. Non solo il timore per la reintroduzione dei dazi ma anche la demonizzazione delle bevande alcoliche. L'analisi del vicepresidente Federvini Piero Mastroberardino

Le industrie degli spiriti statunitense e italiana hanno già subito dei contraccolpi con l'imposizione dei dazi tra il 2018 e il 2021, innescata da controversie estranee al settore, come quelle sull'alluminio, sull'acciaio e sulla querelle Airbus-Boeing. «L'esperienza tra il 2018 e il 2021 ha mostrato chiaramente l'impatto devastante di dispute commerciali che coinvolgono settori del tutto estranei alle controversie originali. I dazi applicati allora hanno causato un calo del 41 per cento nell'export di liquori italiani verso gli Usa, con gravi ripercussioni economiche e occupazionali», spiega Piero Mastroberardino, vicepresidente Federvini (Federazione italiana industriali produttori, esportatori ed importatori di vini, acquaviti, liquori, sciroppi, aceti ed affini). La Commissione europea ha annunciato il rinvio a metà aprile dell'introduzione dei dazi del 50 per cento sul whiskey americano e su altri beni, inizialmente prevista per il 1 aprile. Una decisione che però non sembra fermare Trump.

Vicepresidente, quali sarebbe l'impatto dei dazi su vini e spiriti italiani?

«Comprometterebbe miliardi di euro di esportazioni, metterebbe a rischio migliaia di posti di lavoro e danneggerebbe pesantemente le filiere produttive e distributive su entrambe le sponde dell'Atlantico».

Quali soluzioni propone Federvini per scongiurare l'inasprimento delle controversie commerciali, evitando che vini e spiriti vengano usati come pedine?

«Federvini si sta adoperando affinché vini e spiriti vengano esclusi da eventuali ritorsioni tariffarie derivanti da contenziosi che nulla hanno a che vedere con il nostro settore. La nostra richiesta al governo italiano e alle istituzioni europee è di intensificare il dialogo con gli Stati Uniti per trovare soluzioni diplomatiche e durature. Lavoriamo in collaborazione con il Comité Européen des Entreprises Vins (Ceev), spiritsEurope e il Wine Institute Usa per chiedere la rimozione definitiva di tutti i dazi e garantire un commercio libero ed equo, tutelando così gli investimenti dei produttori e le opportunità di crescita del comparto».

L'export è fondamentale per i settori di Federvini, a fronte del calo dei

-41%

Export

Calo delle esportazioni di liquori italiani verso gli Usa causato dai dazi applicati



Piero Mastroberardino, vicepresidente Federvini

consumi interni. Può fare un punto sulle esportazioni, in base ai dati più recenti, sulle prospettive del 2025 e su quali mercati sono oggi i più promettenti?

«L'export rappresenta il principale motore di crescita per i nostri settori. Secondo l'Osservatorio Federvini 2024, il comparto vinicolo italiano impiega 74mila lavoratori, genera un fatturato di 16 miliardi di euro (pari al 9 per cento del food & beverage) e conta su 8 miliardi di euro di export, equivalenti al 16 per cento dell'export agroalimentare italiano. Le prospettive per il 2025 indicano un potenziale di crescita delle esportazioni

del 4,5 per cento, con mercati promettenti come Stati Uniti, Cina, Vietnam, India ed Emirati Arabi. Tuttavia, l'incertezza legata ai dazi potrebbe frenare questa crescita e ridurre significativamente la nostra capacità di competere a livello globale».

Cosa ne pensa della Visione strategica per il futuro dell'agricoltura lanciata dalla Ue e quali restano i principali dossier da affrontare in Europa, innanzitutto quello del rapporto tra alcol e salute?

«Accogliamo con favore l'iniziativa della Commissione europea di delineare una visione strategica per il futuro dell'agricoltura. Tuttavia, riteniamo fondamentale che le politiche europee riconoscano le peculiarità del nostro settore e ne tutelino l'autenticità. È preoccupante la tendenza alla demonizzazione delle bevande alcoliche su scala globale. Chiediamo alle istituzioni di promuovere un'educazione consapevole e responsabile, evitando proibizionismi eccessivi che rischiano di danneggiare un settore capace di contribuire in modo determinante all'economia europea e alla valorizzazione del made in Italy. È altresì importante continuare a collaborare con le istituzioni europee e italiane per garantire che le politiche adottate tengano conto delle esigenze specifiche delle nostre imprese».

Quali sono le principali sfide per i settori di Federvini nel 2025?

«Il 2025 rappresenta un anno cruciale per il nostro settore. Sul piano internazionale, l'eventuale reintroduzione dei dazi Usa rappresenta una minaccia diretta che potrebbe compromettere seriamente il nostro export. A livello europeo, è prioritario affrontare con decisione questioni come la lotta alla contraffazione e all'Italian sounding, oltre a ridurre la burocrazia che ostacola le nostre imprese. In ambito nazionale, accogliamo con favore il supporto del Masaf che ha stanziato 323,8 milioni di euro per la campagna 2025/2026, destinati alla promozione sui mercati esteri, alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti e alla distillazione dei sottoprodotti. Tuttavia, è essenziale garantire che queste risorse vengano utilizzate in modo tempestivo ed efficace, promuovendo al contempo un dialogo istituzionale costruttivo per mantenere la competitività del settore e valorizzare al meglio le eccellenze italiane nel mondo». ■ **Francesca Druidi**



Custodi delle vigne

Un terreno aspro, ma incantevole, a lungo modellato e adattato dall'uomo, che ne ha comunque rispettato a fondo la natura, ottenendo un particolare paesaggio a scacchiera caratterizzato da filari di viti parallele e verticali rispetto alla pendenza: siamo nelle Colline del Prosecco, tra Conegliano e Valdobbiadene in provincia di Treviso, terre moreniche che conferiscono profumi delicati e aromi particolarmente decisi. Sceglierle come meta significa ammirare piccoli vigneti su strette terrazze erbose chiamati ciglioni, splendidi dorsali collinari, villaggi e borghi medievali, foreste e coltivazioni. Una meta ricca di bellezza e di sapori travolgenti accompagnati al buon bere, divenuta nel 2019 Patrimonio dell'Umanità.

Ed è qui, tra le colline di Conegliano Veneto, che sorge Borgo Antico, un'azienda a conduzione familiare la cui avventura comincia nel 1971 quando, con i primi ettari, Vito Marchesin decide di dare vita a una produzione di vini artigianali. Per farlo coinvolge tutta la famiglia, in particolare il figlio Leonardo, che fin da bambino amava accompagnarlo nella vigna. Leonardo diventa enologo e nel 1995 prende le redini dell'azienda, che ad oggi si estende su 25 ettari e produce 160mila bottiglie all'anno.

«Tutti i vigneti, che si trovano per la maggior parte attorno alla nostra cantina o in comuni limitrofi, sono coltivati con tecniche moderne che si rifanno però alle conoscenze e alla saggezza dei vecchi vignaioli, rispettando l'uva senza aggredirla. La scelta di non utilizzare diserbanti e di ridurre al minimo l'utilizzo di prodotti chimici, nonché la vendemmia eseguita esclusivamente a mano raccogliendo in cassetta, aggiungono senza ogni dubbio valore e unicità alle produzioni. A Borgo Antico infatti è stata riconosciuta la certificazione Sqpqi (Sistema di qualità nazionale di produzione integrata)» spiega Leonardo Marchesin, che guida l'azienda con passione e grande professionalità.

La varietà Glera è oggi protagonista della produzione, ma Borgo Antico non ha mai abbandonato la tradizione, continuando a coltivare vitigni autoctoni che fanno parte del-

Leonardo Marchesin presenta Borgo Antico, azienda a conduzione familiare dal 1971: oggi come allora produce i vini della tradizione con la passione e l'artigianalità dei nostri avi e con un occhio di riguardo per la sostenibilità in vigna e in cantina



VITIGNI AUTOCTONI

Borgo Antico, oltre alla coltivazione del Glera, ha sempre continuato nel corso degli anni a coltivare anche un vitigno autoctono della zona, ovvero il Verdiso, da cui si ricava un prodotto di nicchia dalle spiccate peculiarità

la storia del territorio come ad esempio il vitigno Verdiso da cui si ricava un prodotto di nicchia dalle spiccate peculiarità. Nella vinificazione del Conegliano-Valdobbiadene Docg Prosecco Superiore è stata introdotta la criomacerazione, che permette di estrarre le essenze primarie dalla buccia dell'uva per ottenere un vino ricco al palato e piacevolmente aromatico.

Non viene eseguita la filtrazione per fare sì che i lieviti propri dell'uva trasferiscano tutti i profumi, conferendo al tempo stesso spessore al vino. L'uso dei solfiti è riservato solo alla fine della spumantizzazione e comunque in piccole quantità, per poter conservare il vino in bottiglia: questo significa che la quantità di solforosa è talvolta minore anche rispetto a quella presente nei vini biologici.

«L'arrivo del Rive di Ogliano extra brut ha ampliato la gamma – racconta Leonardo Marchesin – con un vino a 2 grammi di zucchero, che sosta per un minimo di quattro mesi in autoclave per portare il prodotto verso una maggiore ampiezza e completezza nella sua personalità, data anche da una parte delle uve criomacerate a freddo per 12/18 ore che è inserita nella cuvée di partenza per il 20/30 per cento. Si percepisce la fragranza tra fiore d'acacia e frutta a pasta gialla con una bella struttura che allo stesso tempo porta piacevolezza nel berlo e gustarlo, abbinandolo a diversi cibi e pietanze». Rive di Ogliano è un cru all'interno della denominazione Conegliano-Valdobbiadene, ottenuto da uve di vigneti coltivati solo in determinati ambienti collinari, scelti con la collaborazione del Consorzio.



Borgo Antico ha sede a Ogliano di Conegliano (Tv) www.borgoanticovini.com

Senza mai dimenticare l'importanza della storia e delle proprie origini, l'azienda si mantiene in continua evoluzione e crescita, caratteristiche che si riflettono sia sull'aspetto della struttura, ristrutturata e ampliata, sia sulle tecniche di coltivazione e vinificazione, che mettono in risalto una spiccata attenzione verso l'ambiente e le nuove pratiche di produzione.

«Negli anni abbiamo pensato a un restyling dei locali originari della cantina, che abbiamo anche ampliato: la struttura originaria, datata 1935, anche se rinnovata, continua a trasmettere il calore dei nostri avi, rievocando quella che è la storicità del nome stesso Borgo Antico. Per luglio poi inaugureremo "La casa del Massaro", con la realizzazione di 5 camere per i nostri ospiti. Oggi stiamo collaborando anche per la ristrutturazione della Chiesetta di San Michele del 1400, situata proprio dove sorge la nostra azienda». Un tema che sta molto a cuore a Leonardo Marchesin è quello della sostenibilità. «Riteniamo fondamentale l'impegno per la salvaguardia dell'ambiente, per questo impieghiamo energie rinnovabili e utilizziamo uve esclusivamente di produzione nostra e dei nostri conferitori, con i quali nel tempo si sono radicati rapporti di amicizia sincera oltre che di lavoro».

Quelli raccontati sono tutti piccoli tasselli di un grande progetto intrapreso dall'azienda, che punta a creare dei prodotti sempre nuovi e molto particolari, capaci di trasmettere emozioni: Borgo Antico fa da guida in un viaggio tra gusti e memorie. Un percorso che permette di apprezzare e apprendere nuovi aromi e sapori. ■ **BG**

RICONOSCIMENTI NAZIONALI

Dal Vinitaly al Gambero Rosso, Borgo Antico ha conquistato prestigiosi riconoscimenti nazionali con vini dai profumi delicati e dagli aromi decisi. L'impegno, la dedizione e la qualità del prodotto finale sono testimoniati a livello nazionale dalle numerose recensioni comparse su riviste del settore, premi e riconoscimenti, come quelli già citati del Vinitaly e del Gambero Rosso: «Siamo presenti nella guida Gambero Rosso come spumante italiano con il miglior rapporto qualità prezzo. Inoltre, lo speciale Forum Spumanti del Concorso Enologico Internazionale Città del Vino 2024 ha attribuito una Medaglia d'Oro al nostro Prosecco Superiore Docg 2023 Conegliano-Valdobbiadene Extra Dry e Dry e una Medaglia d'Argento al nostro Prosecco Superiore Docg 2023 Conegliano-Valdobbiadene Brut».

Un patrimonio storico e collettivo

Lavorando «necessariamente in sinergia con le istituzioni europee», è su questo punto che occorre insistere secondo Gallarati Scotti Bonaldi. Per alimentare l'export dei nostri vini tipici e combattere anche le etichette allarmistiche

Un "panzer" che continua a macinare export trainato dagli spumanti e soprattutto dal Prosecco Doc, ma che deve industriarsi per fronteggiare attacchi, ostacoli e stigmatizzazioni. Da questa fotografia in chiaro-scuro hanno preso le mosse gli Stati Generali del Vino di febbraio, mettendo d'accordo gli stakeholder sull'esigenza di diversificare i mercati di sbocco per non attenuare una spinta estera appena quantificata da Istat in più di 8 miliardi di euro, con un rialzo del 5 per cento circa sullo scorso anno. «Il nostro vino continua a esprimere le sue elevate potenzialità all'estero - sostiene Giangiaco- mo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc - tuttavia non possiamo non notare che tra i principali partner si confermano gli Usa, con un valore di importazioni dal Belpaese di circa 1,9 miliardi di euro. Se questo risultato da un lato ci allietta, dall'altro mostra che la minaccia di un ritorno dei dazi sul vino sta portando a una sorta di "corsa alle scorte"».

Quali altri campanelli internazionali dal suono "sinistro" avvertite?
«Basti pensare al nuovo sistema di accise che sta entrando in vigore nel Regno Unito, verso cui le etichette nazionali

hanno esportato 464,4 milioni di euro nei primi sette mesi del 2024. Le nuove tariffe, con aliquote diverse a seconda del tasso alcolico del vino, porteranno a un aumento dei prezzi e a una conseguente eliminazione di alcune etichette dagli scaffali britannici. Non a caso diversi nostri produttori hanno già iniziato a dirigersi verso altri mercati che sul nostro export incidono ancora meno dell'1 per cento, ma dove si sta conseguendo una crescita a doppia cifra. A questi, si aggiungono numerosi problemi di grande respiro».

Ovvero?

«L'iperbole decrescente dei consumi interni, peggiorata dalle recenti modifiche al Codice della strada; le politiche sempre più stringenti sulla promozione e il consumo degli alcolici adottate sul mercato europeo per motivi salutistici; il cambiamento demografico dei consumatori e l'allontanamento dei giovani dal vino. Dobbiamo dunque lavorare, necessariamente in sinergia con le istituzioni europee, per riportare al centro del dibattito il valore storico e culturale del vino e delle Indicazioni Geografiche. Tutelando un patrimonio collettivo attraverso cui, fino a oggi, abbiamo garantito la crescita economica e sociale di



Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc

tantissime comunità rurali del territorio italiano ed europeo».

Agli Stati Generali ha posto l'accento sulla necessità di un quadro normativo armonizzato sulla disciplina dell'etichettatura nutrizionale. Che criticità occorre superare?

«La nuova disciplina, che dal 2023 impone l'indicazione del valore nutrizionale degli ingredienti anche sui prodotti vitivinicoli, ha lasciato però agli Stati membri dei margini applicativi molto ampi. Al momento ci troviamo di fronte a una disciplina non armonizzata, attuata da ogni singolo Stato membro secondo

il proprio orientamento interpretativo. L'Italia e la Spagna sono gli unici Stati membri che hanno adottato in etichetta un Qr code parlante preceduto dalla sola dicitura "ingredienti". Si tratta, se vogliamo, di una questione di mera forma che causa però difficoltà operative ed economiche alle aziende italiane, dovendo adattare le loro etichette alle diverse diciture richieste dai singoli Stati membri».

Quali sviluppi attendete su questo fronte?

«Il nostro auspicio è che si possa giungere a una disciplina europea "Language free", ricorrendo semplicemente all'utilizzo di pittogrammi. Il Pacchetto vino, in fase di definizione, potrebbe rappresentare una finestra normativa utile per colmare questa lacuna e uniformare l'applicazione degli obblighi di etichettatura nutrizionale senza ulteriori aggravati burocratici a carico delle aziende».

A fine 2024 è arrivata la firma dell'accordo tra Ue e Mercosur. Che scenari apre questa intesa per i nostri vini Ig?

«L'intesa ha due punti di forza. Il primo è il graduale azzeramento dei dazi di cui nei prossimi otto anni beneficeranno i vini europei, creando uno scenario più equo per fronteggiare competitor locali come il Cile, che gode da molto tempo di accordi bilaterali agevolati a livello doganale. E permettendo ai nostri vini Ig di acquisire un vantaggio competitivo in Paesi che, osservando i trend di consumo, prediligono vini di qualità e con origine certa. Il secondo è il riconoscimento delle Indicazioni Geografiche che mette al riparo i nostri produttori da azioni fraudolente locali tese a utilizzare, in modo indebito, l'appel generato dalla loro rinomanza».

Ampliando la visuale, quali altri mercati destano più interesse per il futuro del vino italiano?

«Come segnalano i dati Istat sull'export 2024, le eccellenze italiane possono avere buoni margini di crescita verso il Messico, gli Eau (+32,5 per cento in volume, +34 per cento in valore) e la Thailandia (+26 per cento in volume, +18 per cento in valore). Parlando di opportunità, forse dobbiamo già considerare persa quella sul mercato irlandese - dove l'anno scorso l'Italia ha avuto un risultato incredibile con un +20 per cento in volume e valore - per via degli alert salutistici sulle etichette voluti dal Governo e in vigore dal 2026. Spiace constatare che que-

UNA DISCIPLINA NON ARMONIZZATA

L'Italia e la Spagna sono gli unici Stati membri che hanno adottato in etichetta un Qr code parlante, preceduto dalla sola dicitura "ingredienti"



ste politiche poco ragionevoli sul consumo di vino rischiano di danneggiare economicamente il settore e vanificare tutte le energie profuse dai suoi operatori nel tempo».

Studi accreditati avvertono la Generazione Z potrebbe essere la più sobria di sempre. Che si può fare sul piano promozionale per attirare i giovani e che ruolo possono avere i consorzi di tutela delle Doc in questa partita?

«Il fatto che le nuove generazioni siano più propense a un consumo di alcol più moderato non deve necessariamente essere considerato un dato negativo. Diversamente, l'allontanamento a modelli di consumo dannosi basati su un "abuso", che di fatto toglie spessore e valore al prodotto vino in generale e ad i nostri vini ad Ig in particolare, potrebbe rappresentare anche un vantaggio da sfruttare a nostro favore. Ovviamente per fare ciò abbiamo bisogno di strategie di comunicazione diverse, che esaltino determinati aspetti dei nostri prodotti, come la loro storia e le tradizioni enologiche che si celano dietro a ogni bicchiere di vino. È importante destare curiosità mediante uno story telling accattivante veicolato attraverso i "social media", alla portata dei giovani, per dare rilievo agli aspetti umani del prodotto ed al suo ruolo fondamentale all'interno di progetti etici di più ampio respiro, che accolgono non solo le esigenze delle nuove generazioni ma anche di tutta la società civile. La chiave credo sia quindi avvicinare il nostro mondo a loro, essere inclusivi in modo da eliminare quella pressione che nasce intorno al vino quale "prodotto di nicchia ed elitario", comprensibile solo e rigorosamente attraverso standard predefiniti. L'obiettivo dovrebbe essere parlarne in modo rilassato in modo da far apprezzare ai consumatori più giovani la sua autenticità e permettere un avvicinamento naturale al mondo di cui il vino è



espressione, senza creare disagi o distanze».

Periodicamente il prodotto vino finisce nel mirino. Delle campagne Ue, dei dazi, ora persino del nuovo Codice della strada. Quali strumenti di difesa si possono adottare perché la filiera italiana non ne esca penalizzata?

«Le azioni da realizzare sono molteplici, considerando che le politiche menzionate sono state adottate sulla base di scenari differenti e perseguono obiettivi diversi. La filiera vitivinicola italiana sta agendo per questo seguendo un approccio sinergico con cui trovare adeguate strategie per superare le criticità crescenti del panorama attuale e garantire un futuro competitivo al settore. Il Grup-

IL NOSTRO VINO ALL'ESTERO

Continua a esprimere le sue elevate potenzialità. Tra i principali partner si confermano gli Usa, con un valore di importazioni dal Belpaese di circa 1,9 miliardi di euro

po di Alto Livello, creato dalla Commissione europea, ha rappresentato senz'altro uno strumento politico importante per arrivare alla definizione di un piano di azione europeo idoneo a superare le attuali difficoltà del settore. Ciò grazie ad un confronto costruttivo e pragmatico intercorso non solo tra le Istituzioni europee e gli Stati membri ma anche con gli stakeholder che hanno avuto l'opportunità di contribuire all'individu-

zione di soluzioni pragmatiche ed efficaci alle problematiche congiunturali e strutturali del settore. Una delle emergenze da fronteggiare è proprio la stigmatizzazione del prodotto vino, colpito da misure proibizionistiche di vario tipo (divieti di promozione e pubblicità e tasse) adottate dai singoli Stati membri nell'ambito del mercato interno. La filiera italiana sta agendo congiuntamente a quella europea per rilanciare l'immagine del settore, portando nuovamente al centro dell'attenzione il suo valore storico, culturale ed economico attraverso cui l'Europa, e le sue comunità locali, hanno potuto crescere e svilupparsi in modo fiorente. Dobbiamo intervenire con campagne di educazione ed informazione con cui comunicare le sue qualità e sottolineare che un consumo moderato del prodotto può essere promosso nell'ambito di una sana alimentazione seguendo il modello della "Dieta Mediterranea". Ciò che devono essere messe al bando sono le abitudini alimentari dannose, perpetrate specialmente nei Paesi nordici, il cui l'eccesso è la regola. Bere poco ma di qualità, dando così il giusto valore al nostro vino e permettendo al consumatore di saggiarne le peculiarità frutto di tradizioni enologiche secolari e della nostra ricchezza ampelografica». ■ GG



Scommessa sulla Puglia

È a Manduria, patria della Dop pugliese Primitivo, che uno dei volti più noti del giornalismo italiano, Bruno Vespa, ha avviato la sua cantina, Vespa Vignaioli, un progetto di famiglia mosso dalla passione per la viticoltura

È stato il celebre enologo Luigi Veronelli, negli anni Settanta, a trasmettere a Bruno Vespa l'amore per l'enologia e l'attenzione al terroir. Il giornalista ha scritto di vino per 40 anni, conoscendo i principali imprenditori del settore e testimonianze le fasi più critiche, come lo scandalo del metanolo. Questa passione si concretizza in attività nel 2014, quando Bruno Vespa decide di puntare sulle potenzialità della vitivinicoltura pugliese con un progetto familiare. La cantina Vespa Vignaioli, creata con i figli Alessandro e Federico, sorge nella suggestiva Masseria Li Reni, residenza del XVI secolo acquistata e restaurata dalla famiglia. Augusta Iannini, ex magistrato e moglie di Vespa, è la creative director della Masseria e dello showroom dei vini. L'azienda si estende su circa 46 ettari, di cui 34 dedicati ai vigneti, situati principalmente nell'area di Manduria. Il connubio tra la grande competenza dell'enologo di fama internazionale Riccardo Cotarella e l'obiettivo di valorizzare le varietà autoctone - Primitivo, Negroamaro e Fiano Salento - consente di ottenere bottiglie di grande

qualità. Oggi Vespa Vignaioli produce 12 etichette, più una grappa e il Terre-giunte, progetto congiunto con la cantina veneta Masi. Tra queste, ricordiamo i due fiori all'occhiello, Raccontami e Donna Augusta; e poi il primitivo Igp Salento il Bruno di Vespa, il Fiano Bianca Terra e il rosato fermo Flarò, omaggio alle tenniste pugliesi Flavia Pennetta e Roberta Vinci.

Vespa Vignaioli per passione è il nome con cui l'azienda Futura 14 si è presentata al mercato dal 2014. Qual è il suo bilancio dei primi dieci anni di attività nel mondo del vino?

«Sorrisi e sangue. Investimenti, che impegneranno anche il mio primo nipote di tre mesi, e grandi soddisfazioni».

È contento di aver abbracciato la vitivinicoltura in Puglia?

«Abbiamo scelto la Puglia perché è una regione che può ancora crescere nei vini di qualità, dopo aver compromesso molto la sua immagine con i vini da taglio».

I vostri vini sono oggi particolarmente apprezzati, soprattutto il Primitivo di Manduria Raccontami. In quali Paesi esporta la cantina e



Credit foto: Massimo Sestini

Il giornalista e produttore di vino **Bruno Vespa**

quali sono i progetti di crescita?

«Raccontami, il nostro principale Primitivo di Manduria, ha conquistato per il decimo anno i Tre Bicchieri del Gambero rosso. Aver preso la Stella del decennale per una cantina giovane come la nostra è un risultato straordinario. Ma anche Donna Augusta (Fiano, Verdeca, Chardonnay) è tra i bianchi più premiati d'Italia. Siamo presenti in ven-

tisei Paesi del mondo e spero quest'anno di arrivare a trenta».

Ha pensato di produrre vino anche nella sua regione di origine, l'Abruzzo?

«L'Abruzzo è nel mio cuore, ma non abbiamo mai pensato di uscire dalla Puglia».

Non è un momento facile per il settore vitivinicolo italiano a causa della minaccia dei dazi trumpiani, dei cambiamenti nei consumi, dalle istanze salutistiche che potrebbero approdare in etichetta, della crisi climatica e della generale incertezza legata alla transizione ecologica. Come affrontare questo complesso scenario? Resta ottimista sul futuro del vino italiano?

«Resto ottimista sul futuro del vino italiano, nonostante le forti difficoltà, perché è leader mondiale. Dobbiamo essere attenti alle innovazioni, come del resto stiamo facendo anche noi, e sperare che la guerra dei dazi non ci danneggi più di tanto».

■ **Francesca Druidi**

TRA I FIORI ALL'OCCHIELLO DELLA PRODUZIONE

Ci sono Raccontami e Donna Augusta e poi il primitivo Igp Salento il Bruno di Vespa, il Fiano Bianca Terra e il rosato fermo Flarò, omaggio alle tenniste pugliesi Flavia Pennetta e Roberta Vinci



L'ECCELLENZA VITIVINICOLA DI UNA REGIONE

Al ProWein, manifestazione internazionale strategica per il mondo del vino e dei distillati, in programma dal 16 al 18 marzo a Düsseldorf, le aziende pugliesi «hanno portato l'eccellenza vitivinicola unita alle opportunità esperienziali che la nostra regione può offrire sul fronte dell'enoturismo», ha sottolineato l'assessore all'Agricoltura della Regione Puglia, Donato Pentassuglia. «Abbiamo ribadito, in un contesto internazionale e altamente profilato, il valore positivo della combinazione tra vini di qualità, prodotti dell'agroalimentare e paesaggio pugliese. Lo abbiamo fatto mantenendo in equilibrio quelle che sono le nuove sperimentazioni dal campo alla botte con la valorizzazione dei vini prodotti da vitigni identitari della nostra Puglia».

La scienza che protegge il vino

Tra le campagne allarmistiche promosse dalla Ue e i dazi Usa all'orizzonte, il vino italiano è al centro di un'offensiva incrociata che si protrae ormai da anni. Offuscando l'immagine e la qualità di un prodotto ammiraglia del nostro paniere export, garantite peraltro dal lavoro straordinario degli enologi, che parte dalla conduzione dei vigneti e si completa in cantina. «Finora siamo sempre riusciti a reagire alle avversità: tranquillizza Riccardo Cotarella, presidente di Assoenologi- e ci riusciremo anche questa volta. Rispondendo agli attacchi e a chi getta ombre sul vino con la scienza, che afferma senza ombra di dubbio che berlo, in modo misurato e consapevole, fa bene alla salute».

Misurato, consapevole e, soprattutto, dentro i limiti ammessi dal nuovo Codice della strada. Che impatto prevedete da questo provvedimento e come lo state "metabolizzando"?

«Per quanto riguarda il Codice della strada, è bene ricordare che non ha variato in alcun modo i limiti alcolemici, ma purtroppo la comunicazione che ne è seguita è stata estremamente negativa e i consumi sono drasticamente diminuiti. Come Assoenologi abbiamo proposto un'iniziativa interessante, quella di portarsi a casa la

Di fronte a una narrazione spesso ingenerosa nei confronti di una bandiera del made in Italy, Riccardo Cotarella mette in campo il valore degli enologi, che sono sentinelle di qualità. «I vini dealcolati? Come una persona senz'anima»

bottiglia di vino, qualora non si consumasse interamente nei locali. Ma a danneggiare il mondo del vino è anche certa stampa e certe trasmissioni televisive che, pur di fare audience o un click in più, sono disposte a raccontare falsità senza alcuno scrupolo».

Ancorati alla verità sono invece i numeri della vendemmia 2024. In leggera ripresa sulla precedente, al netto di un clima a tratti indomabile. Quali aree hanno generato le migliori rese e come avete operato per preservarne la qualità?

«La vendemmia 2024 è stata veramente complessa, caratterizzata da piogge insistenti nel nord Italia e una siccità spaventosa nel sud del Paese. Un po' si è salvata la fascia centrale, anche se pure in queste aree il caldo di luglio e agosto è stato significativo. Difficile dire quali zone e varietà abbiano dato rese migliori, nell'arco di una manciata di chilometri si sono verificate situazioni diametralmente opposte. I cambiamenti climatici sicuramente stanno mettendo a dura prova il lavoro degli enologi, essenziale per preservare la qualità dei vini, ma ci hanno anche dato l'opportunità di



Riccardo Cotarella, presidente di Assoenologi

migliorarci e di creare, in alcuni casi, vini migliori».

A inizio anno il Masaf ha dato l'ok ad accogliere in Italia la produzione e il commercio di vini dealcolati. Che ne pensa di questa scelta e come si porranno gli enologi rispetto a queste "creature emergenti" del panorama enologico?

«I vini dealcolati sono un qualcosa che si fa fatica ad accettare, un vino senza alcol è come una persona senza anima. Ma, al tempo stesso, abbiamo anche la responsabilità di dire: se possono aiutare i produttori a conquistare nuove fette di mercato, allora gli enologi sono pronti a recitare la propria parte. Questo significa mettere a disposizione tutte le nostre esperienze e conoscenze scientifiche. Sono in corso già molte sperimentazioni in tal senso, in alcuni casi iniziano a emergere prodotti interessanti ma, diciamo chiaro, non potranno mai essere paragonati ai vini tradizionali».

Scoprire i territori attraverso il vino è una ricetta che dimostra di funzionare. Con quali strumenti comunicativi e tecnologici si può rendere il racconto ancor più interessante per i giovani, che si preannunciano più "sobri" del previsto?

«La narrazione di un vino e del territorio da cui proviene è di fondamentale importanza. E questo vale in assoluto,

non solamente per attrarre i giovani. La comunicazione, grazie anche e forse soprattutto ai social network, oggi è determinante per ogni tipologia di commercio e lo è ancor di più per il vino che di un luogo ne racconta la storia, le tradizioni, le passioni, la bellezza e la cultura. Tornando alla domanda sui giovani, credo che non sia del tutto vero che non siano appassionati di vino, magari vanno maggiormente "educati" al bere bene e consapevole».

Il vostro ultimo Congresso nazionale in terra sarda ha messo a fuoco i temi della sostenibilità, biodiversità e anche della sovrapproduzione di vino. A livello di contenuti e di formula, cosa tenete invece in serbo per la prossima edizione di Agrigento?

«Ad Agrigento, capitale della cultura italiana in questo 2025, saranno tanti gli argomenti che tratteremo nel corso del Congresso nazionale di Assoenologi, che si terrà a fine giugno. Parleremo di mercati, di nuove tendenze, ovviamente di Sicilia e lo faremo con i più alti esperti in materia di vino e di politiche enologiche. Quello di Assoenologi è oramai l'appuntamento congressuale più atteso nel nostro mondo, l'obiettivo ogni anno non è fare l'elenco delle criticità, ma offrire delle risposte concrete e individuare le strade più opportune per disegnare un nuovo e brillante futuro per il mondo del vino».

■ Gaetano Gemiti

I GIOVANI

«Non credo sia del tutto vero che non sono appassionati di vino, magari vanno maggiormente "educati" al bere bene e consapevole»



Esperienze fuori dal comune

Masi Wine Experience è il progetto di ospitalità e di cultura che Masi propone al pubblico aprendo le porte delle proprie sedi storiche in Valpolicella e degli altri luoghi di accoglienza dove ha trasferito la propria anima e i propri valori

Per apprezzare appieno un vino si deve capire in quale maniera sia espressione di un territorio e delle sue tradizioni, oltre che del suo terreno, microclima e metodo di produzione. Per Masi, questo vuol dire accogliere i visitatori non solo presso le tenute storiche in Valpolicella, ma anche nelle altre sue sedi fondate sugli stessi valori, offrendo loro occasioni di conoscenza, approfondimento e svago, dove l'esuberanza del vino stesso si rivela contagiosa. «Siamo particolarmente entusiasti dell'avvio imminente di Monteleone21, che sarà fulcro della Masi Wine Experience, un progetto che incarna il nostro impegno nell'enoturismo» spiega Raffaele Boscaini, direttore marketing di Masi. Questa iniziativa non solo promuoverà la bellezza dei nostri terroir e la ricchezza della nostra cultura vinicola, ma rappresenterà anche un'opportunità unica per vivere un'esperienza indimenticabile nel cuore della Valpolicella Classica».

In cosa consiste il progetto Masi Wine Experience?

«La Masi Wine Experience è il nostro progetto di ospitalità e cultura del vino, nato per aprire al pubblico le nostre sedi storiche e offrire esperienze immersive legate al mondo enologico. Grazie a un circuito che unisce tradizione, accoglienza e approfondimento, abbiamo ricevuto il premio Best of Wine Tourism, entrando nel network mondiale delle Great Wine Capitals. Oggi il progetto comprende diverse location, dalle Cantine Masi in Valpolicella alle Possessioni Serego Alighieri, Tenuta Canova sul Lago di Garda, Canevel Spumanti in Valdobbiadene, fino a Masi Tupungato in Argentina, oltre a wine bar esclusivi - a Cortina d'Ampezzo e Monaco di Baviera - e il nuovo Monteleone21, porta d'accesso alla Valpolicella Classica e alle terre dell'Amarone che presto aprirà le sue porte al pubblico».

Come è iniziata la storia di Masi?

«La storia di Masi inizia nel 1772, data della prima vendemmia della famiglia Boscaini nei pregiati vigneti del Vaio dei Masi, valle nel cuore della Valpolicella Classica, che risale infatti a più di 250 anni fa. Proprio da questi vigneti prende il nome l'azienda, tut-

tora di proprietà della nostra famiglia, giunta all'ottava generazione. Ad oggi mio padre, Sandro Boscaini, presidente di Masi, conosciuto nel mondo come "Mister Amarone", rappresenta la sesta generazione. Insieme a lui, siamo coinvolti in azienda io e mia sorella Alessandra, i miei zii Bruno e Mario Boscaini e i miei cugini Anita e Giacomo».

Con l'innovativa idea del Gruppo Tecnico Masi avete sostituito la figura del winemaker. Quali sono i suoi compiti?

«Il Gruppo Tecnico Masi nasce a metà degli anni Ottanta e si compone di un team di esperti in diverse discipline: enologi, tecnici agronomi, esperti di marketing, addetti al controllo qualità e tecnici alimentari per il confezionamento. Negli anni abbiamo introdotto un approccio innovativo alle attività produttive e di ricerca e sviluppo in viticoltura anche in collaborazione con Enti e Università nazionali e internazionali. Per citare alcuni successi, il Gruppo Tecnico Masi è stato pioniere nella sperimentazione e nell'utilizzo delle varietà di uve secondarie veronesi, come l'Oseleta, riscoperta da mio padre a metà degli anni ottanta e reinserita nel 2000 nell'ampelografia nazionale come varietà tipica veneta atta a migliorare i vini rossi».

In cosa consiste la tecnica dell'appassimento, che tanto vi contraddistingue?

«L'appassimento delle uve è una tecnica distintiva della tradizione veronese che consiste nella parziale disidratazione naturale delle uve, intensificando colori, profumi e sapori del vino. Questo processo da noi avviene nei fruttai, ambienti ben ventilati dove le uve vengono disposte su arele di bambù, favorendo un'asciugatura uniforme e un controllo ottimale. Dopo un'attenta selezione, i grappoli di Corvina, Rondinella e Molinara riposano per almeno 100 giorni, durante i mesi invernali, concentrando al massimo le loro caratteristiche e conferendo ai nostri vini un'identità unica».

Il rispetto per l'ambiente e per la salute del consumatore sono parte della vostra filosofia. Quali impegni seguite per ottemperarli?

«Da oltre 250 anni portiamo avanti l'attività di impresa e di sviluppo



LA CANTINA PRIVATA BOSCAINI

Raccoglie bottiglie rare come Campolongo di Torbe, Mazzano, Osar e Mezzanella Amandorlato, espressione dei migliori terroir

sostenibile con l'obiettivo di perseguire una crescita "nella natura a passo d'uomo". Il sentimento che guida tutti noi è la riconoscenza verso la nostra terra: da sempre ci dà i suoi frutti ed è nostro dovere ricambiare la sua ricchezza e generosità. A testimonianza di ciò, a marzo 2024 in Masi è

Raffaele Boscaini, direttore marketing di Masi e settima generazione della famiglia Boscaini



stato approvato il progetto di sostenibilità Masi Green Governance che vede l'adozione dello status di Società Benefit e l'integrazione nell'oggetto sociale di ulteriori attività con finalità di beneficio comune, legate alla crescita sociale, alla promozione e valorizzazione della cultura delle Venezie, delle persone, del territorio e dell'ambiente».

Quali sono i vostri vini più pregiati?

«Oltre ai nostri Amaroni, curiamo una collezione esclusiva di Cru e grandi annate di Amarone, prodotti solo nelle migliori vendemmie in quantità limitata. Il cuore di questa eccellenza è la Cantina Privata Boscaini, che raccoglie bottiglie rare come Campolongo di Torbe, Mazzano, Osar e Mezzanella Amandorlato, espressione dei nostri migliori terroir. Tra le annate storiche spiccano la 1964, 1983, 1988, 1990, 1995 e 1997, che rappresentano l'evoluzione e la grandezza del nostro Amarone nel tempo. Masi è stata pioniera in Italia nel concetto di cru, valorizzando i diversi terroir della Valpolicella per offrire vini unici e irripetibili, testimoni di un patrimonio enologico senza tempo». ■ CG

L'arte del vignaiolo

Con un lavoro meticoloso, una passione ineguagliabile e una dedizione assoluta alla qualità, Claudio Mariotto reinterpreta la ricchezza enologica piemontese attraverso la riscoperta e la valorizzazione del Timorasso



Il vignaiolo, al pari di un artista, difende la propria arte, fatta di terroir, di vigne, raccoglie la propria uva, la vinifica, la plasma con rispetto e attende paziente il suo capolavoro.

«Credo che per fare bene il vignaiolo occorra essere umili, vicini alla terra, osservarla, assecondare le qualità del territorio che si coltiva, il suo clima, e lavorare in vigna e in cantina per lasciare che tutto questo si esprima nel bicchiere» spiega Claudio Mariotto, che, tra l'altro, è uno dei produttori più rappresentativi dei Colli Tortonesi, l'areale in provincia di Alessandria, noto per una delle più interessanti varietà autoctone a bacca bianca, il Timorasso, vitigno che sotto la sua guida ha raggiunto nuovi livelli di espressione. La vita di ogni giorno a contatto con il vigneto, il lavoro di cantina e la cura con cui viene seguita ogni fase del processo produttivo, dalla maturazione delle uve all'affinamento delle migliori partite di vino in botte, sono gli ingredienti alla base del successo dei vini di Claudio Mariotto. Ingredienti che garanti-

Tenuta Claudio Mariotto ha sede a Tortona (AL)
www.claudiomariotto.it

scono un elevato standard qualitativo e permettono di offrire agli intenditori una scelta completa dei migliori vini dei Colli Tortonesi. «Sono bravo in vigna a fare grandi uve. Quando i vini mi riescono bene, quasi sempre, il merito maggiore che mi attribuisco è quello di non aver rovinato l'uva buona che porto in cantina».

Mariotto infatti lavora quotidianamente e instancabilmente per valorizzare il Timorasso e le altre varietà a bacca rossa che in questa vocata fetta di Piemonte hanno da sempre fornito ottimi risultati, ovvero Barbera e Croatina.

Oltre al celebre Derthona, nome storico che identifica il Timorasso nella zona di Tortona, Mariotto esplora la varietà del terroir piemontese attraverso vini che esaltano la complessità e la profondità di questo vitigno, offrendo una nuova interpretazione della ricchezza enologica piemontese.

La Tenuta sorge nei pressi di Vho e si estende su una superficie di oltre 54 ettari coltivati a vigneto tra i comuni di Tortona e Sarezzano, a un'altitudine compresa tra 250 e 300 metri sopra il livello del mare. I vitigni principali oltre al Timorasso, sono Barbera, Cortese, Freisa, Moscato e Croatina. L'azienda ha mantenuto il suo carattere familiare e ha continuato a portare avanti le più antiche tradizioni locali, valorizzando le uve autoctone e producendo vini artigianali di altissimo livello qualitativo.

«La nostra fortuna è avere tanti ettari di Timorasso, circa 27, che ci danno l'opportunità di far vedere come cambia il terreno nei colli tortonesi. Per un'azienda vitivinicola, i vigneti sono il tesoro più prezioso. Non solo perché "il vino si fa in vigna", ma perché è fra i filari che prende forma l'impronta etica di una cantina: il rispetto per la salute del consumatore e, ancora più importante, perché riguarda anche chi il vino non lo beve, il rispetto per la natura. Noi cerchiamo di avere un approccio all'agricoltura di tipo sostenibile, limitando al massimo l'uso della chimica, usando un metodo di coltivazione basato soprattutto sul nostro buon senso, evitando l'uso di fitofarmaci, con potature e sfogliature rispettose della vite, eliminando i diserbanti, inserendo la tecnica del sovescio per evitare prodotti chimici che tengano lontano gli insetti dannosi, installando pannelli solari sulla

cantina per coprire la maggior parte del fabbisogno elettrico senza inquinare».

Mariotto ha puntato molto sulla qualità e sulle peculiarità che il territorio conferisce alle uve. Il risultato sono vini convincenti, capaci di conquistare alcuni dei più importanti riconoscimenti da parte delle guide di settore, tra cui: "Tre Bicchieri", Vini d'Italia Gambero Rosso: Colli Tortonesi Cavallina 2019 e Colli Tortonesi Pitasso; "Bibenda, Cinque Grappoli": Colli Tortonesi Pitasso; "Vitae, Quattro viti": Colli Tortonesi Cavallina, Colli Tortonesi Pitasso, solo per citarne alcuni.

Il Timorasso si presenta in cinque bottiglie distinte: Derthona, fatto con uve di tutti e tre i cru, offre sentori di camomilla unici e in bocca ha una piacevolezza disarmante. Timorasso Derthona Bricco San Michele è il primo dei tre cru e il più delicato, affina un anno in acciaio sulle fecce fini e 12 mesi in bottiglia. Al naso è fresco con sentori di fiori bianchi e frutti bianchi, in bocca ha una bella mineralità e una bella tensione. Timorasso Derthona Cavallina è il secondo dei tre cru, il terroir è molto evidente, al naso è più complesso, i fiori diventano spezia delicata e la frutta ricorda la pesca a polpa bianca con un leggero agrume. Timorasso Derthona Pitasso, è il terzo dei tre cru, ha bisogno di un affinamento più lungo perché la sua totale complessità venga a galla. Al naso è più chiuso inizialmente ma dopo 45 minuti si apre e lascia una nota di frutta dolce e polposa, sentori delicati di miele. In bocca si sente la pesca gialla e ricorda anche la cannella e il chiodo di garofano. Infine, l'Imbevibile che, dopo una lunga macerazione e un riposo sulle fecce nobili in parte in anfora e in parte in cemento per 12 mesi, diventa eccezionale. Nato come una prova, ora è difficile da trovare vista la sua richiesta altissima e la sua peculiarità. Tra le novità, un piccolo Derthona, più facile alla beva, sarà destinato ai wine bar italiani. ■ CG

LE ORIGINI

La Claudio Mariotto è un'azienda orgogliosamente familiare, fondata nel 1920 dal bisnonno Bepi, portata avanti dal nonno Salvatore e dal padre Oreste; da anni è guidata da Claudio insieme al fratello Mauro. L'azienda di Claudio Mariotto ha dato un fondamentale impulso alla valorizzazione dei Colli Tortonesi e del suo vitigno simbolo: il Timorasso, un vitigno di grande rilievo che a causa della fillossera e della seconda guerra mondiale venne abbandonato, fino a quando, tra il 1987 e il 2000, un gruppo di viticoltori tra i quali Claudio, salvarono le poche quantità rimaste e ne piantarono di nuove.

Oggi, grazie al grande lavoro di valorizzazione e di recupero dei produttori della zona, è diventato uno dei più importanti vitigni italiani a bacca bianca da invecchiamento.



IL SEGRETO DEL SUCCESSO

Sono bravo in vigna a fare grandi uve. Quando i vini mi riescono bene, quasi sempre, il merito maggiore che mi attribuisco è quello di non aver rovinato l'uva buona che porto in cantina

Nel cuore del Chianti Classico

Dalle origini ad oggi, un progetto in evoluzione: la storia di San Felice, realtà vitivinicola di grande prestigio, in cui la dedizione alla qualità si riflette in ogni aspetto, dai vini alle esperienze, sempre con la promessa di offrire qualcosa che vada oltre le aspettative

I suggestivi paesaggi del Chianti Classico rappresentano una perfetta sintesi di lusso discreto e di un legame profondo con la terra. Qui, ogni angolo evoca la bellezza della terra, espressa attraverso un'accoglienza calorosa e raffinate esperienze enogastronomiche, come quelle di San Felice: un rifugio dove riscoprire l'intima connessione con la natura, un luogo che stimola i cinque sensi e incarna l'autenticità toscana.

Le tenute e Borgo San Felice Resort sono luoghi che pulsano di una sola anima, dove il patrimonio storico si fonde armoniosamente con le nuove sfide e con il desiderio di evolvere. L'autenticità, la cura per la terra e il rispetto delle sue tradizioni sono i pilastri che guidano San Felice, creando un ambiente dove ogni momento diventa esclusivo e ogni vino un'interpretazione distintiva di questi valori. La ricerca meticolosa della qualità è il cuore pulsante della filosofia aziendale, mentre l'empatia e la dedizione orientano ogni relazione, sia con gli ospiti che con la comunità, i collaboratori e i clienti.

San Felice è animata da una solida ambizione: quella di evolversi continuamente, con l'obiettivo di raggiungere l'eccellenza, senza mai perdere di vista la propria genuinità. In questo cammino, la cura dei dettagli è un impegno quotidiano, nella consapevolezza che ogni esperienza unica nasce dall'attenta considerazione per ogni singolo particolare, anche per quelli che potrebbero sembrare irrilevanti. Ogni volta, con ogni ospite e ogni cliente.

La tenuta di San Felice, che dal 1700 al 1968 appartenne alla famiglia Grisaldi del Taja, è oggi una preziosa realtà vitivinicola di grande prestigio. La creatività e l'innovazione sono da sempre i motori che animano l'azienda, come testimoniato dal debutto nel 1968 del Vigorello, il primo Supertuscan mai creato nel Chianti Classico.



San Felice ha sede a Castelnuovo Berardenga (Si) www.sanfelice.com

Con 150 ettari di vigneti, di cui l'85 per cento dedicati al Sangiovese, l'azienda ha saputo distinguersi per la sua vocazione a produrre un Chianti Classico che racconta il territorio con un legame profondo e autentico. I vini iconici come Il Borgo, Il Grigio Riserva e le Gran Selezioni La Pieve e Poggio Rosso sono il frutto di una continua ricerca di perfezione.

La sperimentazione e l'innovazione sono parte del Dna: da sempre, San Felice promuove progetti che contribuiscono alla salvaguardia di antichi vitigni toscani, come il Pugnitello, oggi vitigno simbolo dell'azienda. Con il desiderio di ampliare ulteriormente la propria offerta, il gruppo ha esteso le sue radici verso altre zone ad alta vocazione vitivinicola. Nel 1981, con l'acquisizione della Tenuta Campogiovanni a Montalcino, si è intrapresa la produzione di Brunello. Più recentemente, nel 2016, l'acquisizione della Tenuta Bell'Aja a Bolgheri ha consolidato la posizione del gruppo vitivinicolo come punto di riferimento nazionale e internazionale, nel-

le aree più prestigiose della Toscana.

Il borgo medievale, che sorge nel cuore dei vigneti, è l'origine storica di tutto il progetto. Borgo San Felice Resort, trasformato in albergo diffuso, è oggi un hotel 5 stelle che fu, nel 1992, il primo resort del Chianti Classico a entrare nel prestigioso circuito internazionale di Relais & Châteaux. Il ristorante gourmet Poggio Rosso, premiato con una stella Michelin e successivamente con una stella Verde nel 2022, offre un angolo intimo e ricercato dove gustare una cucina autentica e innovativa, mentre l'Osteria Il Grigio celebra la tradizione culinaria della regione in un'atmosfera che richiama il calore familiare e accogliente della Toscana.

San Felice offre un'esperienza totale, dove ogni ospite è invitato a vivere momenti indimenticabili di benessere, celebrando e interpretando il meglio dell'inconfondibile vivere toscano. Un aspetto fondamentale di questo percorso è il progetto Vitiarium, che ha preso forma negli anni 80 con l'omonimo vigneto sperimentale. Nato come un'iniziativa per il recupero e la valorizzazione degli antichi vitigni autoctoni toscani, Vitiarium si è evoluto in un laboratorio di ricerca e innovazione che ha dato vita a vini di grande personalità. Quattro etichette, ognuna con una propria identità, raccontano questo percorso. Tra i progetti più rappresentativi che nascono dal lavoro di San Felice c'è, oltre al Pugnitello, l'attenzione per il recupero di varietà storiche, che testimoniano l'impegno a mantenere viva la tradizione mentre si guarda al futuro con slancio e cura.

La sfida principale che San Felice affronta per il futuro è quella di proseguire nel miglioramento della qualità e nel mantenimento dell'identità dei suoi vini in un contesto di cambiamento climatico che incide direttamente sulla coltivazione della vite. In risposta, San Felice ha abbracciato la viticoltura rigenerativa, un modello di gestione viticola che rigenera i suoli, preserva le riserve idriche, promuove la biodiversità e mitiga gli effetti del cambiamento climatico. Questo approccio si concentra sul recupero della naturale fertilità del suolo, sul miglioramento del ciclo dell'acqua e sul sequestro del carbonio dal suolo, contribuendo alla creazione di vigneti resilienti nel lungo termine. Un approccio che vede l'azienda impegnata a collaborare con associazioni internazionali e aderire a progetti europei.

■ **Beatrice Guarnieri**

AGRICOLTURA RIGENERATIVA

In collaborazione con l'Associazione agricoltura rigenerativa, San Felice è una delle cinquanta aziende globali che adotta questo innovativo protocollo, un impegno che si estende a iniziative come il progetto Life VitiCaSe, iniziativa chiave in Italia e in Europa, con l'obiettivo di incentivare gli agricoltori ad adottare strategie mirate alla riduzione delle emissioni di gas serra e all'aumento del sequestro del carbonio dai suoli. Un vero e proprio progetto di open innovation, in cui realtà imprenditoriali come San Felice collaborano con centri di ricerca – CREA Agricoltura e Ambiente e CREA Politiche e Bioeconomia – e con l'Unione Provinciale Agricoltori di Siena (Confagricoltura).



VALORI CHIAVE

Esistiamo per creare momenti indelebili di “star bene” per i nostri clienti e per i nostri ospiti, celebrando e interpretando il meglio dell'inconfondibile vivere toscano

L'esperienza edonistica del bere

Attenzione al benessere, basse gradazioni, un bicchiere in meno purché fedele ai valori dell'autenticità e della trasparenza. Sandro Camilli tratteggia il profilo del nuovo wine lover, che amplia anche la sfera d'influenza del sommelier

Gli italiani bevono meno, rinunciando soprattutto ai vini di fascia intermedia, ma meglio, prediligendo un consumo di alta gamma.

Di questa polarizzazione del mercato, che riflette un approccio più emozionale e culturalmente evoluto al bicchiere, parte del merito è da intestare ad Ais, che attraverso format accattivanti come Esperienze di Vitae, convoglia l'interesse dei wine lover verso i vini che rappresentano un territorio, restituendone la dimensione e il carattere locale. «Tra i più giovani poi mette in luce Sandro Camilli - stanno guadagnando popolarità lattine e bag-in-box, di cui apprezzano la praticità e la sostenibilità. In questo senso, è anche il momento dei vini biologici».

Ed è soprattutto il momento del vino da vivere, non più solo da bere. Quali ulteriori sensibilità ha maturato la community del vino sotto questo profilo?

«La cultura è in crescita, i consumatori hanno più strumenti a disposizione. Ad esempio, cresce il desiderio di approfondire le dinamiche dell'abbinamento col cibo, in cui Ais è maestra. L'attenzione al benessere porta poi a prediligere vini a bassa gradazione alcolica. Non possiamo dimenticare, infine, l'impennata dell'enoturismo e degli e-commerce».

A inizio novembre avete presentato la Guida Vitae 2025. Quali eccellenze sono state portate alla ribalta dal volume e quali "sorprese" si segnalano?

«A novembre abbiamo presentato la nostra Guida Vitae alla Leopolda, ritornando a farlo in presenza dopo diversi anni. In questa cornice, abbiamo portato alla ribalta 22 etichette premiate col Tastevin AIS, offrendo ai partecipanti la possibilità di prendere parte a due masterclass esclusive, guidate da sommelier esperti. Attraverso l'evento Esperienze di Vitae poi, a inizio marzo abbiamo raggruppato a Roma le regioni Emilia, Romagna, Marche, Toscana, Umbria, Lazio, Molise, Abruzzo e Campania, che hanno portato in passerella i rispettivi produttori, facendo



IL LUOGO DEL SOMMELIER

Non è solo il ristorante, dove rimane comunque fondamentale, ma anche le cantine, gli e-commerce e le case d'asta

così conoscere le loro eccellenze al di fuori dei confini regionali».

La "poliedricità" professionale del sommelier si allarga. Dalla radice del tradizionale assaggiatore di vino, quali nuovi mestieri stanno germogliando?

«Giusto parlare di poliedricità: la competenza del sommelier oggi si estende in ambiti come la gestione digitale della cantina, il marketing e la creazione

Sandro Camilli, presidente di Ais, Associazione italiana sommelier



di esperienze enogastronomiche innovative. Il luogo del sommelier non è solo il ristorante, dove rimane comunque fondamentale, ma anche le cantine (sia nell'ambito dell'enoturismo sia nel commercio, come testimonia il master che Ais organizza con l'Università Sant'Anna di Pisa), gli e-commerce, le case d'asta. Cresce anche la domanda di figure specializzate in acqua, tè, birra, caffè, olio, ambiti in cui Ais ha già attuato, o sta attuando, interventi per garantire la migliore formazione possibile. In un mondo in cui il vino è un bene edonistico, per il sommelier si aprono diverse strade rispetto al passato».

Ais è storicamente in prima fila nel campo della sostenibilità, che investe anche la sfera sociale e solidale. In quale impegno concreto si traduce?

«Ripeto ciò che ho detto a settembre scorso, durante la seconda edizione della nostra Giornata nazionale per la Sostenibilità e il Sociale: per Ais la sostenibilità non è più un'opzione, ma una necessità imprescindibile. Soprattutto ora che siamo entrati a far parte del Terzo Settore, abbiamo il dovere di promuovere iniziative concre-

te che guardino al benessere dell'ambiente e della società, nel contesto meraviglioso ma complesso del mondo del vino».

In quali progetti siete immersi in questa fase e quali territori coinvolgono?

«In Veneto collaboriamo con la fattoria sociale Casa di Anna al progetto Adotta una Vigna; da anni, poi, promuoviamo il progetto del Sommelier Astemio, garantendo formazione ai ragazzi che non possono bere alcol. Con Alba Vita, un'iniziativa di vendita di vini magnum selezionati, ricaviamo fondi destinati a iniziative solidali in diverse regioni italiane. Il nostro obiettivo è che Ais diventi sempre più un punto di riferimento in quest'ambito».

Studi accreditati avvertono la Gen Z potrebbe essere la più sobria di sempre. Su quali nuovi linguaggi occorre puntare per attirarla sia in termini di consumo che di professionalità del vino?

«È vero, oggi rappresenta solo il 6,5 per cento del totale, ma alla base non c'è un disinteresse a priori: più che altro percepiscono il vino come costoso, difficile e poco adatto ai loro ritmi di vita. Sono la generazione dei social media, quindi è ovvio che per raggiungerla, è fondamentale usarli. Dobbiamo poi adottare un tono di voce informale e diretto: con la dovuta sensibilità e consapevolezza, può aiutare a creare un dialogo autentico».

Quali sono le leve più efficaci per costruire questo ponte generazionale?

«I giovanissimi non cercano un prodotto, ma un'esperienza. Sono molto sensibili ai temi della sostenibilità ambientale e sociale, dell'inclusione, dell'autenticità e della trasparenza, temi verso cui bisogna dirigersi. Per attirarli nel nostro settore lavorativo, dobbiamo certamente offrire reali opportunità di formazione e sottolineare l'enorme valore culturale del mondo del vino: questa generazione non si accontenta di belle parole, ma vuole vedere azioni concrete».

■ GG



Tutte le varietà del Monferrato

Nata dalla fusione di due storiche realtà locali, la Cantina Sociale di Mombaruzzo e la Cantina di Ricaldone, Tre Secoli vanta oltre 300 anni di esperienza collettiva nella produzione di vini di alta qualità. Ne parliamo con il direttore enologo Nicola Fogliati

Le colline del Monferrato sono un luogo in cui la storia e la natura si fondono armoniosamente, dando vita a una tavolozza di colori vivida e suggestiva. I vigneti che ricoprono le sue dolci pendici sono famosi per la produzione di vini pregiati, che vantano una tradizione secolare tramandata di generazione in generazione. Ogni angolo di questa terra è impregnato da storia e leggende, risalenti a tempi antichi, quando il Monferrato veniva conteso da potenti famiglie nobiliari. Questo incantevole angolo di Piemonte, famoso per la coltivazione predominante della vite, che dona una pregiata produzione vinicola caratterizzata da rinomate varietà come Barbera, Freisa e Grignolino, è stato designato Patrimonio Mondiale dell'Unesco.

Generazioni di vignaioli hanno lavorato queste terre, e in particolare famiglie intere dal 1887 si dedicano a questa grande missione, un progetto divenuto una solida realtà vitivinicola grazie all'unione di due già importanti e affermate realtà cooperative vitivinicole Piemontesi: la Cantina di Mombaruzzo e la Cantina di Ricaldone.

La prima, con le sue cantine storiche che risalgono al 1887, è adagiata sul fondo valle, circondata da vigneti riconosciuti Patrimonio Mondiale dell'Unesco. Luogo ideale per la coltivazione dei migliori vigneti a uve Barbera: i vini rossi invecchiano e si affinano in grandi botti e barrique di rovere.

La Cantina di Ricaldone è locata sul fianco della Collina di Ricaldone. Dalle sue terrazze panoramiche domina il paesaggio di vigneti. Nelle sue moderne cantine viene vinificato il Moscato Bianco con le migliori tecnologie oggi disponibili.

Nel 2008 le due cantine sociali si sono fuse dando vita alla Tre Secoli, la più grande cooperativa vitivinicola del Piemonte. «Questa unione, che interessa il territorio di 18 comuni tra le province di Asti e Alessandria, ha generato la più grande cooperativa vitivinicola piemontese con una superficie interessata di circa 1.100 ettari di cui 400 a vitigno Moscato Bianco, 160 a vitigno Brachetto, 300 a vitigno Barbera e via via quasi tutte le varietà autoctone e internazionali del Monferrato Astigiano e Alessandrino. Inoltre, si è creata la situazione ottimale per l'implementazio-



Cantina Tre Secoli ha sede a Mombaruzzo (At) e a Ricaldone (AL) - www.tresecoli.com

ne di sistemi di qualità e ricerca continua del miglioramento, sia in vigna che in cantina, ottenendo numerose certificazioni. Dal 2018 la società si è resa autonoma nella produzione dei vini in bottiglia, realizzando un impianto di imbottigliamento di vini fermi, frizzanti e spumanti. Sono oltre 300 i soci che ci conferiscono le loro uve e questo significa anche 300 famiglie che ruotano e vivono costantemente a contatto con l'azienda sotto i controlli costanti che abbiamo sia a vigneto che nella parte produttiva. I proprietari dei vigneti ci danno le loro uve che trasformiamo in vino e siamo riusciti a mettere in piedi

una linea di imbottigliamento completa, tecnologica e all'avanguardia per dare un ottimo prodotto finito da portare in tavola» spiega il direttore enologo Nicola Fogliati.

Con un'attenzione particolare alla valorizzazione dei vitigni autoctoni, come il Barbera, il Moscato e il Brachetto, l'azienda unisce tecniche tradizionali a metodi innovativi di vinificazione. I vigneti sono composti dalle uve Moscato e da quelle Barbera nelle varie declinazioni, dalla Docg alle Doc. Passando per Dolcetto, Brachetto e con interesse ai vitigni internazionali come Chardonnay, Sauvignon e Merlot.

Grazie alla passione e alla dedizione dei suoi 300 soci conferitori, Tre Secoli offre una gamma di vini che esprimono al meglio il terroir piemontese, rispettando l'ambiente e promuovendo pratiche sostenibili. In particolare, il vitigno Brachetto viene proposto in svariate vesti, dallo spumante dolce, al secco, fermo e rosato.

«Attenzione al passato e sguardo fisso al futuro hanno permesso alla nostra azienda di garantire anno dopo anno prodotti di impeccabile qualità, proprio grazie anche alle innovazioni e agli studi continui. Operare secondo i principi di qualità, per noi significa adoperarsi costantemente a tutti i livelli, per migliorare in modo continuo i processi aziendali interni, per realizzare le lavorazioni che rispondano sia ai requisiti del cliente sia a quelli cogenti che regolano e governano l'attività svolta dalla nostra azienda nonché soddisfare le crescenti attese della clientela anche



I VIGNETI

Si spazia dalle uve Moscato e da quelle Barbera nelle varie declinazioni, dalla Docg alle Doc, passando per Dolcetto, Brachetto, fino ai vitigni internazionali come Chardonnay, Sauvignon e Merlot

LE DEGUSTAZIONI

La Cantina Tre Secoli è accreditata come maggior produttore viticolo piemontese di vini di prestigio e strategici nel panorama vinicolo italiano. Tra questi il Moscato d'Asti, il Brachetto d'Acqui, la Barbera d'Asti e il Nizza docg, tutti a denominazione d'origine controllata e garantita (Docg) la più alta e rigorosa indicazione d'origine italiana. Le degustazioni di vino sono riservate a persone di età maggiore, essendo vietata la somministrazione di alcolici ai minori di 18 anni. Sono inclusi visita e racconto della cantina, dell'area produttiva e la degustazione dei vini: Altalanga Docg Inalto Metodo Classico, Acqui Docg Fontanaperla rosè, Barbera d'Asti Docg San Pietro, Piemonte Doc Albarossa, Moscato d'Asti Docg, una degustazione completamente dedicata alle declinazioni del Brachetto Docg e una dedicata ai "Grandi Rossi Piemontesi", accompagnati da una selezione di salumi, formaggi e prodotti tipici per esaltare al meglio i sapori e le caratteristiche uniche di ciascuna etichetta. Al termine della visita, si può avere la possibilità di acquistare i vini preferiti direttamente in cantina, con offerte dedicate agli ospiti, o di usufruire del servizio di spedizione a casa.



di carattere implicito».

Tutti i soci vengono quotidianamente assistiti dagli agronomi della cantina, le lavorazioni in campagna seguono i ritmi ancestrali della natura, il regime fitosanitario è strettamente controllato in modo da garantire un prodotto sano e genuino. I trattamenti vengono eseguiti solo se necessario, e sempre con parametri e attrezzature certificate evitando dannosi sprechi.

L'azienda continua a perseguire un piano di miglioramento continuo secondo gli standard di sicurezza alimentare Brc e IFS e secondo lo standard di sostenibilità Equalitas. È certificata anche per la produzione di vino biologico e del vino Sqnvi.

«Dopo aver realizzato e consolidato il nuovo reparto d'imbottigliamento e confezionamento ci impegniamo nel far crescere il quantitativo di vino imbottigliato per consolidare sempre più il nostro marchio in un'ottica di qualità, sicurezza, sostenibilità e legalità. A tal fine cerchiamo di operare sempre in accordo ai requisiti di legge richiesti e in tutela dell'ambiente. Abbiamo fatto molti investimenti legati alla sostenibilità e l'ottica futura è quella di aumentare sempre di più la sostenibilità vista sia nel rispetto della comunità lo-

cale che nel rispetto dell'ambiente».

L'azienda si impegna inoltre a mantenere un alto livello di sicurezza dei prodotti già dalla materia prima, con un controllo delle uve (controllo in accettazione), delle materie prime (controllo in accettazione) e dei materiali di consumo (controllo in accettazione) e con conseguente controllo dei processi di vinificazione e imbottigliamento; monitorare i fornitori affinché rispondano ai requisiti richiesti dalla Tre Secoli e dalla normativa vigente.

«Siamo molto legati al nostro territorio e cerchiamo di prendercene cura e di valorizzarlo. Ci impegniamo nella sua promozione attraverso iniziative enoturistiche, offrendo degustazioni e visite guidate per far conoscere la ricchezza culturale e gastronomica della zona. Ogni bottiglia racconta una storia fatta di passione, cura e rispetto per la terra, valorizzando vitigni autoctoni che da generazioni fanno parte del paesaggio vitivinicolo».

Dai vini freschi e aromatici ai rossi strutturati e longevi, la varietà offerta dal territorio riflette le diversità climatiche, geologiche e culturali della regione. Vitigni come il Barbera, lo Chardonnay, il Pinot Noir, il Moscato e il Brachetto, insieme a varietà meno co-

vivialità quotidiana alle celebrazioni più importanti».

Degustare i vini del territorio significa immergersi in un'esperienza sensoriale unica, che unisce sapori autentici e paesaggi affascinanti, per un viaggio alla scoperta delle eccellenze vinicole locali.

Si possono scoprire i segreti della cantina Tre Secoli con una visita guidata che condurrà gli ospiti attraverso il cuore della produzione vitivinicola, dalla cura delle vigne fino all'affinamento nelle botti. «Durante il tour si possono esplorare le tecniche di vinificazione dei nostri vini più pregiati, con una degustazione speciale delle seguenti etichette: Alta Langa Docg Inalto Metodo Classico, un elegante spumante ottenuto con il metodo classico, caratterizzato da una spuma fine e persistente e da aromi raffinati di fiori bianchi e crosta di pane. Acqui Docg Fontanaperla Rosè, un rosato fresco e profumato, con delicate note di frutti rossi e un perlage fine, perfetto per chi cerca una bollicina versatile e piacevole. Barbera d'Asti Docg San Pietro, un vino di grande struttura e intensità, con note di frutti rossi maturi, spezie e una bella acidità che lo rende ideale per l'invecchiamento. Piemonte Doc Albarossa, un vino affascinante che unisce l'eleganza del Nebbiolo con la forza della Barbera, offrendo aromi complessi di frutta scura e spezie dolci. Moscato d'Asti Docg, un vino dolce e aromatico, con una piacevole effervescenza e note di fiori d'arancio e pesca, perfetto per accompagnare i dessert o per una pausa rinfrescante». ■ BR



ALTRE ATTIVITÀ

Le passeggiate fra i vigneti del Monferrato con degustazioni dei pregiati vini della Cantina Tre Secoli in un tour indimenticabile tra natura, gusto e storia, tour con e-bike, sono alcune tra le numerose attività offerte dalla Cantina.

Imperdibile la sosta nel ristorante Ca' Di Ven Tre Secoli, a Ricaldone. Produce piatti tipici della gastronomia piemontese in una veste moderna, alla carta. Propone anche ottime pizze gourmet.

VALORIZZARE IL TERRITORIO

La cantina è impegnata nella promozione del Monferrato attraverso iniziative enoturistiche, offrendo degustazioni e visite guidate per far conoscere la ricchezza culturale e gastronomica della zona

Sinfonia di terroir nell'alta enologia italiana

«Forte dell'esperienza maturata in tre generazioni con Ferrari Trento, la nostra famiglia ha intrapreso un viaggio alla ricerca di territori capaci di esprimere vini fermi d'eccellenza, mantenendo lo stesso rigore qualitativo che contraddistingue le nostre bollicine Trentodoc». La testimonianza di Alessandro Lunelli

La famiglia Lunelli non è apprezzata nel mondo solo per il marchio Ferrari Trento, la casa spumantistica fondata nel 1902 da Giulio Ferrari e dal 1952 di proprietà del gruppo Lunelli, ma anche per i vini delle sue tenute che vantano una straordinaria vocazione enoica: Tenuta Margon in Trentino, Pordenovo in Toscana e Castelbuono in Umbria. I vini prodotti dalle Tenute Lunelli sono espressione peculiare dei tre territori, accomunati da uno stile unico fatto di eleganza, sinonimo del piacere e della voglia di bere che può suscitare un vino. «Tutti i vini di casa Lunelli- spiega Alessandro Lunelli- sono il risultato dell'opera della nostra famiglia. Ed è soprattutto la continua ricerca della perfezione che li accomuna. Abbiamo esordito in casa (Trentino) dove la storia di Ferrari ci ha portati naturalmente a sviluppare in Tenuta Margon Chardonnay e Pinot Nero. A fine anni 90 è iniziata una ricerca in tutta l'Italia, nei luoghi dove ci fosse un legame indissolubile tra territorio e vino. Le Tenute Lunelli oggi si distinguono per tre valori fondamentali: tipicità, espressa nei vini prodotti; rispetto, attraverso pratiche biologiche che tutelano il territorio e le persone; eccellenza, alla base di ogni nostra creazione».

Cosa vi ha spinto a creare la Tenuta Margon in Trentino, la Tenuta Pordenovo in Toscana e la Tenuta Castelbuono in Umbria, tre territori dalla consolidata vocazione per la produzione di grandi vini?

«Forte dell'esperienza enologica matu-



rata in tre generazioni con Ferrari Trento, la nostra famiglia ha intrapreso un viaggio alla ricerca di territori capaci di esprimere vini fermi d'eccellenza, mantenendo lo stesso rigore qualitativo che contraddistingue le nostre bollicine Trentodoc. Nasce così il progetto Tenute Lunelli, che si concretizza con la creazione di Tenuta Margon in Trentino, Tenuta Podernovo in Toscana e Tenuta Castelbuono in Umbria. In Trentino, nel 1987, viene presentato il primo vino, Villa Margon, un Chardonnay in purezza equilibrato e strutturato, seguito poi da Maso Montalto, un elegante Pinot Nero e Pietragrande, un blend giovane e fruttato a base Chardonnay. Negli anni 2000 nasce Tenuta Podernovo in Toscana, frutto del desi-

TRE VALORI FONDAMENTALI

Le Tenute Lunelli si distinguono per la tipicità, espressa nei vini prodotti; il rispetto, attraverso pratiche biologiche che tutelano il territorio e le persone e l'eccellenza, alla base di ogni creazione



PROGETTI PER IL FUTURO

Nelle Tenute Lunelli si punta a migliorare costantemente il lavoro in campagna e in cantina, sperimentando nuove tecniche e tecnologie. «Da anni perfezioniamo l'utilizzo di Animavitis, un protocollo di gestione agronomica di precisione, nato- precisa Alessandro Lunelli- per ottimizzare il controllo della vigoria della vite e intervenire con maggiore efficacia nei trattamenti. In cantina, continuiamo a esplorare nuovi materiali di vinificazione, come il cocchiopesto, e a perfezionare l'affinamento in legno, per garantire vini sempre più eleganti e rappresentativi del nostro territorio».

derio di condividere la nostra passione enologica anche nell'ambito dei grandi rossi del centro Italia. La famiglia acquisisce uno splendido podere su un poggio vitato, dove convivono accoglienza e produzione vinicola: un casale ottocentesco restaurato e vigneti selezionati con cura. Grazie alla collaborazione con l'Istituto San Michele all'Adige, viene impiantato un nuovo vigneto con una selezione massale dei migliori cloni di Sangiovese presenti nella Tenuta, a cui si aggiungono appezzamenti dedicati a Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon e Merlot. Qui nascono vini di grande spessore e marcata mineralità, grazie alla presenza di conchiglie fossili nel terreno. In omaggio a questa caratteristica, abbiamo creato due etichette dai nomi evocativi: Auritea, un elegante Cabernet Franc, e Solenida, un longevo Sangiovese, entrambi in purezza».

Tenuta Castelbuono riflette invece la sua vena artistica?

«Ciò che rende davvero speciale questa cantina, oltre agli ottimi vini prodotti, è la stessa struttura che la accoglie: dopo pochi anni dalla nascita della tenuta, abbiamo deciso di intraprendere una "folle, ma meravigliosa avventura", ossia la creazione di una cantina-scultura realizzata dal maestro Arnaldo Pomodoro: il Carapace, che unisce arte e produzione vinicola. Ispirandosi alle dolci colline umbre, il maestro ha concepito una cantina-scultura che richiama il ca-



Alessandro Lunelli, amministratore delegato di Tenute Lunelli

rapace di una tartaruga, simbolo di forza e longevità, in perfetta armonia con l'ambiente circostante. Il risultato è un vero e proprio scrigno per il vino dell'azienda e un'opera davvero unica: l'unica scultura al mondo al cui interno sia possibile vivere, lavorare e bere un bicchiere di un ottimo vino. Grazie al progetto Patriarchi, un'importante selezione massale delle migliori viti, abbiamo piantato nuovi vigneti a Bevagna e Montefalco, valorizzando al massimo il vitigno simbolo della regione, il Sagrantino. La famiglia si innamora subito di questa varietà, nota per la struttura tannica e l'eccellente potenziale di

affinamento. L'obiettivo è creare etichette rappresentative del territorio: potenti, longeve, ma sempre eleganti ed equilibrate».

Quali sono i vini principali della Tenuta Podernovo?

«La produzione enologica della Tenuta inizia nel 2001 con l'Aliotto, un blend di Sangiovese, Merlot e Cabernet, affinato in tonneaux e botti grandi per il Sangiovese e in barrique per le altre varietà, che risulta fresco e di facile beva. Successivamente, la gamma si amplia con il Teuto, un blend simile ad Aliotto, ma ottenuto da una rigorosa selezione delle uve e da un affinamento più lungo, che lo rendono maggiormente strutturato e complesso. Nel 2015 nasce la linea dei monovarietali, con Solenida e Auritea. Solenida, un Sangiovese in purezza, esalta la mineralità del suolo grazie anche a una parziale vinificazione in anfore di terracotta, che dona al vino eleganza e profondità. Auritea, invece, è un Cabernet Franc che valorizza le sue note fruttate e speziate. Vinificato interamente in acciaio, affina in barrique, conservando grande freschezza e un eccellente potenziale evolutivo. Le etichette della Tenuta, così come quelle delle altre realtà di Tenute Lunelli, si distinguono per uno stile pulito ed elegante, senza mai perdere struttura e tipicità».

E quelli della Tenuta Castelbuono?

«Nei primi anni 2000 siamo rimasti affascinati dal Montefalco Sagrantino, vitigno simbolo della regione, noto per il suo notevole potenziale di affinamento e la spiccata componente tannica. L'intento era creare etichette eleganti, con tannini vellutati, senza rinunciare all'intensità tipica della varietà. Successivamente, la gamma si amplia con lo Ziggurat, Montefalco Rosso a base Sangiovese con una parte di Sagrantino, Cabernet e Merlot, e il Lampante, Montefalco Rosso Riserva, che si distingue per la rigorosa selezione delle uve e un affinamento più lungo. I vini più iconici della Tenuta sono il Carapace e il Carapace Lunga Attesa. Il primo, Montefalco Sagrantino in purezza, nasce dall'unione di tre vinificazioni distinte, in acciaio, tini tronco-conici di legno e anfore di terracotta, e da un successivo assemblaggio che, variando a seconda

dell'annata, garantisce un vino elegante ed equilibrato. Il Carapace Lunga Attesa proviene da vigneti di oltre 30 anni. Le uve, vendemmiate nella seconda metà di ottobre, vengono vinificate separatamente in legno, acciaio e terracotta come per il Carapace e poi assemblate in proporzioni variabili per rispettare l'espressione dell'annata. Dopo un ulteriore affinamento in bottiglia, il vino viene rilasciato dopo circa sette anni, da cui il nome Lunga Attesa. Queste etichette si distinguono per complessità, profondità ed eccezionale capacità evolutiva. Le Tenute Lunelli hanno ottenuto numerosi riconoscimenti nazionali e internazionali. Recentemente, Tenuta Castelbuono e Tenuta Podernovo sono state inserite tra le 100 Iconic Wineries di Forbes, mentre Tenuta Castelbuono è entrata nella classifica dei World's Best Vineyards 2024 al venticinquesimo posto, conquistando il titolo di "Highest New Entry"».

In tutte le tenute avete sposato la cultura biologica: quali vantaggi vi ha portato?

«Fin dalla creazione delle Tenute, forti dell'esperienza di Ferrari Trento, abbiamo scelto di rispettare l'ambiente e abbracciare un'agricoltura sostenibile. Un percorso iniziato nel 2008/2009 quando quasi nessuno ne parlava. Ottenere la certificazione biologica è stato un passo naturale, che dimostra il nostro impegno verso il territorio, le persone e il clima. La viticoltura biologica ci ha permesso di affinare la gestione agronomica, preservare l'equilibrio ambientale e migliorare la qualità delle nostre uve. La Tenuta toscana è stata la prima ad ottenere la certificazione nel 2012, seguita da quella umbra nel 2014 e infine quella trentina nel 2017. In cantina poi, oltre alle tecnologie, è cambiato l'approccio alla vinificazione, meno standardizzato. Per fare il vino serve uva buona, poi l'automatizzazione può aiutare ma l'attenzione e la mano dell'uomo fanno sempre la differenza. Soprattutto quando si vuole concentrare e cogliere la qualità dell'uva e portarla nelle bottiglie. Abbiamo ottenuto anche la certificazione Biodiversity Friend, per il rispetto della biodiversità». ■ CG

NUMEROSI RICONOSCIMENTI

Tenuta Castelbuono e Tenuta Podernovo sono state inserite tra le 100 Iconic Wineries di Forbes, mentre Tenuta Castelbuono è entrata nella classifica dei World's Best Vineyards 2024 al venticinquesimo posto, conquistando il titolo di "Highest New Entry"



IL CARAPACE LUNGA ATTESA 2017

È un Montefalco Sagrantino Docg che interpreta magistralmente le caratteristiche che rendono unico questo vitigno, a partire dalla sua straordinaria capacità di affinare a lungo, ha ottenuto il riconoscimento Quattro Viti e il prestigioso titolo di Gemma nell'undicesima edizione di Vitae, la Guida Vini dell'Associazione Italiana Sommelier Questi premi, assegnati ai vini di eccellente profilo stilistico ed organolettico con un punteggio di almeno 90/100, confermano il Carapace Lunga Attesa 2017 quale etichetta di grande potenza ed eleganza.

Filosofia sostenibile

Francesco Lorenzon ci accompagna nell'azienda vinicola Le Magnolie, che da tre generazioni produce vini che riflettono la tipicità della zona, nel rispetto dell'ambiente e promuovendo la biodiversità

La zona Doc del Piave comprende un territorio di circa 170 km che si estende dai confini nordorientali di Treviso fino alla foce del fiume Piave, dal quale prende il nome e dalle colline di Conegliano, fino al primo entroterra della città di Venezia. La tradizione vitivinicola di queste zone è millenaria, si parla addirittura di tre millenni di coltivazione della vite. L'area della Doc Piave presenta una grande varietà di terreni e microclimi, che consente di ottenere vini particolarmente differenziati tra loro da numerosi diversi vitigni. Merlot, Cabernet e Raboso sono i vitigni a bacca nera più coltivati e diffusi. Ed è proprio nel cuore della zona di Ponte di Piave, una delle aree più rinomate della Denominazione di Origine Controllata della Venezia orientale, che sorge l'azienda vinicola Le Magnolie.

Fondata alla fine del XIX secolo dal trisavolo Arcangelo Lorenzon, è stata tramandata da tre generazioni portando avanti la passione e il culto della lavorazione della vigna. Con l'intento di produrre vini che riflettano la tipicità della zona e le sue tradizioni, l'azienda si è evoluta negli anni con il forte impegno di preservare la qualità delle uve e di innovare nelle tecniche di vinificazione. Oggi è gestita da Francesco Lorenzon, rinomato enologo che si occupa della produzione vitivinicola. Ha conseguito il diploma di enologo nel 1985 presso la storica Scuola Enologica di Conegliano G.B. Cerletti, maturando la sua esperienza nell'azienda di famiglia e in cantine sociali e private del territorio trevigiano. Inoltre, ha ricoperto il ruolo di presidente del Consorzio "Tra i Ponti del



Azienda Vinicola Le Magnolie ha sede a Negrizia (Tv) - www.vinilemagnolie.com

Piave", produttore dei vini Di'verno Rosso e Di'verno Bianco.

«Le Magnolie è il frutto dell'amore per la terra e la passione per la viticoltura, valori che ci guidano ogni giorno nel nostro lavoro. Il nostro vigneto si estende su terreni ricchi di argilla e sabbia, ideali per la coltivazione delle viti,

favorendo un drenaggio perfetto e una maturazione ottimale delle uve. Il clima temperato della zona, combinato con l'influenza del fiume Piave, permette la crescita di varietà autoctone e internazionali come Glera, i Manzoni, Pinot Grigio, Raboso, Cabernet e Merlot» spiega Francesco Lorenzon.

Le Magnolie produce una gamma di vini che spaziano dai bianchi freschi e fruttati ai rossi strutturati ed eleganti con particolare attenzione alla produzione di Prosecco, dei vini Manzoni e una gamma di vini rosé innovativi. La territorialità ha un ruolo fondamentale per un'identità a questi prodotti, a tal fine sono tutti certificati a seconda delle zone dove si trovano i mappali dai quali viene realizzato un prodotto. «La nostra volontà è ovviamente quella di realizzare vini che rimangano impressi nella mente dell'assaggiatore e che rispecchino, dalla prima all'ultima goccia, la passione e i sacrifici coinvolti nella lavorazione dei nostri prodotti. Nei nostri vigneti vengono prodotti vini di eccellenza come il Manzoni Moscato Rosé Patry, un vino delicato e profumato, una piacevole sorpresa per il palato, il Manzoni Spumate Brut, un vino dal sapore morbido e avvolgente e il Prosecco Doc Brut o Extra Dry, elegante e fresco, perfetto per ogni occasione. Il Raboso Doc Piave, vino molto peculiare del nostro territorio, il Malanotte, vino rosso caratterizzato da un gusto secco, ma armonioso con una vellutata tessitura di tannini. Il Manzoni e il Pinot Grigio sono vini bianchi aromatici che esprimono al meglio le caratteristiche del nostro territorio, mentre il Cabernet e Merlot sono vini rossi dal corpo pieno, con note di frutta matura e speziati».

Altra peculiarità di Le Magnolie sono i vini biologici, studiati e dedicati ai marinai di crociera e di regata in tre proposte:

Prosecco Spumante Doc Extra Dry Bio-Grop, Pinot Grigio delle Venezie Doc Sass, Cabernet Trevenezie Igt Sec.

«Abbiamo da sempre creduto nell'importanza di un approccio attento all'ambiente nella gestione dei nostri vigneti e per questo siamo aperti all'innovazione sostenibile, investendo in sistemi di coltivazioni innovativi, sperimentando nuove tecnologie biologiche, rispettose dell'ambiente e promuovendo la biodiversità. Il tutto senza mai compromettere le tradizioni che rendono unico il nostro prodotto. Il nostro obiettivo è produrre vini di qualità, rispettando le tradizioni, secondo una filosofia sostenibile e che siano l'espressione più autentica del nostro territorio e delle aree più rinomate della Doc del Veneto».

Le Magnolie fa del suo scopo principale la salvaguardia e la tutela del territorio proponendo una nuovissima linea di prodotti biologici e cercando di mantenere altrettanto in evidenza i vini classici del territorio tra i quali non possono mancare le bollicine del Prosecco Docg e Doc. L'Azienda Vinicola Le Magnolie oggi davvero è un punto di riferimento nel panorama vitivinicolo del Veneto, grazie alla qualità dei suoi vini, al rispetto dei territori e della tradizione nonché alla passione e alla cultura di vini di alta qualità che mette in ogni bottiglia. È aperta tutto l'anno per visite e degustazioni. Accompagnati dall'esperto enologo, Francesco Lorenzon, i visitatori possono scoprire i segreti della vinificazione e assaporare i vini dell'azienda vinicola in un ambiente accogliente e familiare. Le degustazioni, inoltre, rappresentano un'opportunità per immergersi nella cultura vinicola della zona, con un'attenzione particolare alla valorizzazione dei prodotti locali.

■ **Beatrice Guarnieri**



L'OBIETTIVO

Realizzare vini che rimangano impressi nella mente dell'assaggiatore e che rispecchino, dalla prima all'ultima goccia, la passione e il sacrificio coinvolti nella lavorazione

ECCELLENZA ITALIANA

L'azienda vinicola Le Magnolie ha partecipato alle più importanti mostre enologiche quali il Vinitaly e il Concorso Enologico Nazionale Spumanti d'Italia, ottenendo lusinghieri risultati. Inoltre, nel corso degli anni è stata riconosciuta come Eccellenza Italiana per quanto riguarda il mondo enogastronomico. Ha vinto diverse volte la medaglia d'oro al prestigioso concorso enologico nazionale Città del Vino e si è imposta anche in concorsi enologici internazionali, soprattutto tedeschi, scandinavi e britannici, ottenendo riconoscimenti di merito.

Bollicine mai banali

Gli spumanti, i cocktail e gli aperitivi firmati 958 Santero non si limitano a conquistare il palato, ma sorprendono anche con un'estetica unica e distintiva. Un brand che ha fatto della creatività la sua firma, trasformando ogni bottiglia in un'opera d'arte e ogni prodotto in un'esperienza da vivere

Ogni grande progetto nasce da un'idea fuori dagli schemi. Quella di Pietro Santero, fondatore dell'azienda quasi settant'anni fa, era chiara: creare una realtà che portasse il vino spumante oltre i confini tradizionali, con uno spirito imprenditoriale moderno. Oggi, quella visione si è evoluta grazie a Gianfranco Santero, presidente del gruppo 958 Santero, che ha saputo combinare tradizione e innovazione, rendendo il brand uno dei più dinamici e riconoscibili del settore. L'azienda nasce nel 1958 a Santo Stefano Belbo, nel cuore di un territorio che ha fatto la storia del vino italiano. È qui che, più di un secolo e mezzo fa, è nato il primo spumante italiano, ed è sempre da qui che nel 2014 i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato sono stati riconosciuti Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. Un territorio che è parte integrante dell'identità di 958 Santero e che continua a ispirarne l'evoluzione. «La nostra famiglia ha sempre creduto in un'idea di impresa legata alla coltivazione della vite e alla valorizzazione del territorio – racconta Gianfranco Santero –. Oggi 958 Santero è un marchio che abbraccia qualità e creatività, con una gamma che spazia dagli spumanti ai cocktail fino alle bevande analcoliche. Ma ciò che ci distingue è il nostro approccio innovativo, che continua a guardare al futuro senza dimenticare le radici».

Il legame con i vignaioli del territorio rimane solido: ogni anno le mi-



Santero Fratelli & C.I.V.A.S.S. ha sede a Stefano Belbo (Cn) - www.santero.it

gliori uve di Moscato Bianco, fiore all'occhiello delle Langhe, vengono conferite a 958 Santero, mantenendo intatta la qualità e il carattere autentico dei prodotti. Tuttavia, questa forte connessione con la tradizione non ha impedito all'azienda di lanciarsi in un processo di rinnovamento che oggi la rende protagonista nel panorama beverage internazionale.

CREATIVITÀ E INNOVAZIONE: IL DNA DI 958 SANTERO

Uno degli elementi che ha reso 958 Santero un brand iconico è senza

dubbio il suo stile visivo. L'utilizzo dello "sleever", una pellicola che avvolge completamente la bottiglia, ha permesso di trasformare ogni etichetta in una tela per artisti e designer di fama mondiale, come Romero Britto, rendendo ogni prodotto immediatamente riconoscibile. «Le nostre bottiglie non sono solo un contenitore, ma un messaggio. Sono belle da esporre, da collezionare, si rinnovano ogni anno e creano un forte impatto visivo» afferma Gianfranco Santero.

Oltre all'estetica, l'azienda ha saputo intercettare i nuovi trend di consumo con una gamma di prodotti sempre più ampia. Tra le referenze di maggior successo ci sono gli aperitivi pronti da bere, disponibili sia in bottiglia che in lattina, che hanno rivoluzionato il mondo del beverage grazie alla loro praticità. Dai grandi classici come Spritz e Bellini, fino alle nuove varianti inedite, questi

prodotti rappresentano il perfetto equilibrio tra comodità e gusto autentico.

VINITALY 2025: INNOVAZIONE E RIVOLUZIONE

L'innovazione per 958 Santero è un viaggio continuo, e il Vinitaly 2025 sarà il palcoscenico perfetto per presentare due grandi novità che segneranno un nuovo capitolo per il brand. Tra le nuove proposte spicca un prodotto a base di vino dealcolato, che unisce la qualità delle migliori uve a un concept di sostenibilità e benessere, con una particolare attenzione alla riduzione della carbon footprint. Ma la vera sorpresa sarà un prodotto assolutamente inedito, una referenza che ancora non esiste sul mercato, con una gradazione alcolica importante e un packaging ispirato allo stile andersoniano, con richiami all'eleganza e alla raffinatezza estetica tipica dei film di Wes Anderson. Un'idea innovativa, che unisce creatività e storytelling per un'esperienza di consumo unica nel suo genere.

NON SOLO BUSINESS: L'IMPEGNO DI 958 SANTERO

958 Santero non è solo innovazione, ma anche responsabilità sociale. Tra i progetti più significativi c'è la collaborazione con PizzAut, l'iniziativa di ristorazione inclusiva che impiega ragazzi autistici e che ha ottenuto un incredibile riscontro a livello nazionale. Per celebrare questa realtà, 958 Santero ha realizzato una bottiglia Extra Dry personalizzata, contribuendo attivamente alla diffusione di un messaggio di inclusione e sostegno. L'impegno dell'azienda si estende anche al mondo dello sport, con partnership consolidate con Aprilia e VR46 in MotoGP e con Hellas Verona F.C., che milita in Serie A. Collaborazioni che confermano la volontà del brand di essere vicino alle passioni e alle emozioni che uniscono le persone.

PIACEVOLI DENTRO E FUORI

Le nostre bottiglie non sono solo un contenitore, ma un'esperienza. La qualità del prodotto e il design iconico le rendono un elemento distintivo in ogni occasione, combinando creatività e gusto. ■ CG



UN BRAND ICONICO

L'utilizzo dello "sleever", una pellicola che avvolge completamente la bottiglia, ha permesso di trasformare ogni etichetta in una tela per artisti e designer di fama mondiale, come Romero Britto, rendendo ogni prodotto immediatamente riconoscibile

La quarta risorsa

Abbiamo incontrato Cristian Madè, founder di Aircomp, azienda che in pochi anni si è imposta tra i nomi di spicco delle realtà che operano nel settore dell'aria compressa. Oggi punta sul recupero della CO2 dalla fermentazione

L'industria moderna è sempre più votata all'impiego di nuove tecnologie, è attenta alla sostenibilità e fa uso di risorse rispettose dell'ambiente. Tra quelle più importanti c'è l'aria compressa, particolarmente utilizzata nelle fabbriche di oggi in quanto è in grado di offrire molti vantaggi innanzitutto da un punto di vista operativo. In pratica, infatti, non ci sono settori o comparti produttivi che non ricorrano a utensili, materiali e attrezzature azionati per mezzo di aria compressa. Per comprendere quanto sia essenziale questa risorsa in certi settori, come ad esempio quello alimentare, basta soffermarsi sull'appellativo che le viene riservato di 'quarta risorsa'.

Fondata nel 2004 a Garda dalla passione e tenacia di Cristian Madè, Aircomp Srl è uno tra i nomi di spicco nel settore della produzione e trattamento dell'aria e gas compressi e nella refrigerazione industriale ottenendo l'appellativo di specialista dell'aria compressa. Da allora, Aircomp conta quattro divisioni (Rivoli Veronese, Udine, Rovereto e Mezzolombardo) vantando una clientela fidelizzata in tutto il Triveneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e nelle province di Mantova e Brescia, fornendo un servizio non soltanto accurato, personalizzato e unico, ma soprattutto completo.

«Il nostro obiettivo primario - spiega il titolare Cristian Madè - è quello di fornire ai nostri clienti la giusta soluzione per

Cristian Madè, founder di Aircomp che ha sede a Rivoli Veronese (Vr) - www.aircompitalia.it



RECUPERARE LA CO2 DALLA FERMENTAZIONE

Andiamo a catturare la CO2 nella fase delle botti, dove vengono fermentati vino e birra. La catturiamo, la comprimiamo, la andiamo a purificare a titolo alimentare, la raffreddiamo e la stocchiamo in fase liquida

ogni loro esigenza di produzione e trattamento di aria e gas compressi e di refrigerazione dell'acqua. Siamo in grado di proporre un'ampia gamma di prodotti e di garantire competenza, qualità e velocità nel servizio per soddisfare gli elevati standard richiesti dai nostri clienti, coniugando elevate prestazioni e bassi consumi di energia. C'è da riconoscere, però, che l'alta qualità del nostro servizio è ottenuta anche grazie alla scelta di marchi prestigiosi e collaborazioni di alto livello. Siamo concessionari del gruppo Parker, che fornisce filtrazione e trattamento oltre che i generatori di azoto che rivendiamo. Abbiamo prodotti certificati per il mondo food and beverage. Andiamo a recuperare e autoprodurre una serie di gas (aria, azoto, CO2) che sono conformi a tutte le normative mondiali».

Ci può spiegare cosa si intende per aria compressa e che servizio svolge in questa funzione?

«L'aria compressa funge da fonte di energia e aria attiva per utensili e macchinari ed è spesso una parte importante e ben integrata di molti processi produttivi. Nove industrie su dieci utilizzano l'aria

compagnando il cliente in un percorso a 360°C. Costruiamo una soluzione ad hoc, per ogni tipo di richiesta. Seguiamo ogni fase: analisi dell'impianto, avvalendoci di audit energetici e qualitativi; progettazione dello stesso; vendita e noleggio di macchine nuove o usate; messa in servizio; gestione delle pratiche F-Gas, Inail e spessimetrie; servizio post-vendita e monitoraggio in remoto (Industry 4.0). Aircomp è in grado di progettare, dimensionare e realizzare qualsiasi impianto di produzione e trattamento aria e gas compressi, dalla fornitura e installazione della sala tecnica, all'impiantistica, fino ad arrivare all'utilizzo finale».

In cosa consiste il vostro sistema di recupero della CO2 dalla fermentazione?

«Abbiamo cominciato l'anno scorso a recuperare la CO2 dalla fermentazione: è un processo per cui andiamo a catturare la CO2 dalla fermentazione, naturalmente nella fase delle botti, dove vengono fermentati vino e birra. La catturiamo, la comprimiamo, la andiamo a purificare a titolo alimentare, la raffreddiamo e la stocchiamo in fase liquida. Questo procedimento che ci permette di recuperare la CO2 porta numerosi vantaggi, tra cui la minor emissione di CO2 per i clienti, comporta quindi un notevole vantaggio economico ed ecologico. Andiamo a implementare l'impronta green delle aziende, che non immettono più CO2 in atmosfera ed evitiamo di andarla a comprare dal gasista».

Quali sono i vostri ultimi prodotti?

«La spinta ad ampliare i propri orizzonti non si ferma mai e Aircomp non può che accettare la sfida così da fornire sempre le migliori soluzioni su misura ai propri clienti. Ultimo nato in casa, ancora in fase di innovazione, un container Plug and Play che darà la possibilità di autoprodurre N2 e aria di grado alimentare da qualsiasi processo industriale. Catturandola, comprimendola, purificandola e stoccandola, condensandola con titolo alimentare per renderla disponibile per nuovi utilizzi: questo permetterà di accrescere la sostenibilità delle nostre aziende e valorizzare l'impronta green sul nostro territorio». ■ **CG**

ASSISTENZA E MANUTENZIONE

Aircomp offre anche un servizio post-vendita di assistenza su chiamata, con una risposta veloce ed efficace h24, per prevenire e ridurre i tempi di fermo macchina, anche attraverso la disponibilità immediata di compressori ed accessori in sostituzione. «La nostra officina di riparazione è specializzata e certificata e il nostro personale segue costantemente corsi di aggiornamento presso le sedi delle società produttrici dei prodotti commercializzati - sottolinea Cristian Madè -. Aircomp offre quindi un servizio di assistenza qualificato e certificato, costruito su misura sulle esigenze del cliente». Aircomp fornisce inoltre un servizio di manutenzione a 360 gradi, dalla semplice ispezione alla visita diagnostica fino alla revisione completa dei compressori e delle attrezzature ausiliarie, al quale si aggiunge un servizio di manutenzione preventiva.



SPECIALISTI DELL'ARIA COMPRESSA

Quando intuito, competenza e passione diventano business. È questa la sintesi del percorso compiuto da Cristian Madè che, dopo un'esperienza come dipendente, previsti gli sviluppi del mercato, ha realizzato il suo progetto imprenditoriale creando Aircomp, azienda che in pochi anni si è imposta tra i nomi di spicco delle realtà che operano nel campo dell'aria compressa.

Oggi Aircomp vanta una clientela fidelizzata e si impone tra i nomi di spicco nel settore della produzione e trattamento dell'aria/gas compressi e nella refrigerazione industriale, fornendo un servizio non soltanto accurato, personalizzato ed unico, ma soprattutto completo. Un'azienda consolidata e in forte crescita, con un servizio di alta qualità fondato sulla scelta di marchi prestigiosi e collaborazioni di alto livello.



Aircomp  **Italia**

www.aircompitalia.it

AIRCOMP SRL

Sede: Via dell'Industria, 21 - 37010 Rivoli Veronese (VR) - Tel. 045 7270612

Filiale: Via Marittima, 69/A - 35058 San Giorgio di Nogaro (UD)

Via del Garda, 48/E - Rovereto (TN) - Via della Rupe, 25/B - Mezzolombardo (TN)

info@aircompitalia.it

Una cantina “viva”

Ogni bottiglia di Tenuta Rovaglia è il risultato di un processo che unisce tradizione, innovazione e passione per il territorio, dove il vino diventa protagonista di un viaggio sensoriale unico attraverso percorsi e degustazioni mirate

Il valore culturale che il vino possiede è rappresentato da un mix unico tra prodotto, terroir e persone, e forse anche per questo affascina e attrae sempre più.

L'enoturismo (o turismo del vino) è un'esperienza in cui la degustazione delle produzioni vinicole locali si abbina alla visita dei luoghi e dei territori di produzione, alla conoscenza della cultura, delle tradizioni e della gente che qui vive. Se in passato l'enoturismo era considerato un segmento di nicchia, oggi è divenuto un'attrattiva per un pubblico diversificato, composto da esperti e professionisti, da semplici appassionati e curiosi. Attorno al vino sono nate nuove e più qualificanti esperienze: non solo degustazioni, visite ed eventi ma attività outdoor tra i vigneti, esperienze di vendemmia turistica, solo per citarne alcune. Esperienze che sanno soddisfare una platea di turisti ampia e con esigenze differenti, spinte soprattutto dalla curiosità.

«L'enoturismo è oggi visto come un'opportunità di arricchimento culturale, di entrare in contatto con l'identità, le tradizioni e la cultura, anche enologica, del luogo visitato - spiega Babetli Azzone, titolare della Tenuta Rovaglia -. Quando un visitatore viene in cantina, non si limita a degustare il vino: vive un'esperienza. Entra in contatto con la nostra filosofia, con la nostra passione e torna a casa con un bagaglio di emozioni che lo legheranno per sempre a questa terra e a questi vini. Noi viviamo per la vite, e la vite vive per noi. Siamo tutt'uno con essa. E credo questo messaggio e questo legame possano essere trasmessi solo con l'enoturismo.

Chi viaggia desidera partecipare ad esperienze che si connotano sia per un approccio green che per l'essere responsabili socialmente. Quest'ultimo aspetto della sostenibilità è particolarmente apprezzato e si traduce anche nel desiderio di vivere esperienze a stretto contatto con i produttori come la vendemmia turistica».

La Tenuta Rovaglia con grandissimo impegno si è adeguata per seguire tutti i parametri della sostenibilità. Da sempre non fa uso di diserbanti, utiliz-



VIVERE UN'ESPERIENZA

Il visitatore in cantina non si limita a degustare il vino. Entra in contatto con la nostra filosofia e torna a casa con un bagaglio di emozioni che lo legheranno per sempre a questa terra

za botti a recupero per i trattamenti antiparassitari ed è praticamente autosufficiente per quanto riguarda l'uso di energia elettrica grazie ai pannelli solari. Immersa in più di 100 ettari di terreno, tra vitigni che hanno superato i 60 anni la Tenuta Rovaglia, oggi è guidata da Sara, Vanessa e Babetli Azzone. Punta di diamante dell'azienda sono le degustazioni che la famiglia organizza da anni. «Ai visitatori offriamo degustazioni uniche che raccontano la nostra storia a partire dal vigneto che è visibile appena si entra nella tenuta, passan-

do poi alla cantina sotterranea con gli archi in cemento, di recente costruzione, per poi proseguire nella parte storica (con stanze che del 1400 e 1600) dove le degustazioni avvengono in un'ex stalla. Si può godere delle degustazioni per tutto l'arco dell'anno: durante il periodo invernale, nelle sale interne scaldati dal fuoco, e durante quello estivo, sotto il nostro fresco portico che si affaccia sui vigneti. Il visitatore ha anche la possibilità di scoprire tutte le sfaccettature di una cantina “viva” dove non solo ci sono i trattori nei campi, ma tutta la par-

te legata alla produzione è completamente visibile».

La location, all'interno della stalla, aggiunge una nota molto particolare agli eventi. La stalla con la sua storia e il suo charme ricorda la tradizione, mentre il rigore con cui ogni bicchiere viene assaggiato riprende l'innovazione e su questi due capisaldi è nata e tuttora continua a sorreggersi Tenuta Rovaglia.

«Partendo dall'idea che il Lugana fosse un vino che poteva essere invecchiato, abbiamo inserito un percorso del tutto particolare “il Lugana in verticale” che dà la possibilità ai nostri ospiti di assaggiare lo stesso Lugana ma in annate diverse. Dietro ad ogni bottiglia c'è una



Tenuta Rovaglia ha sede a Pozzolengo (Bs)
www.tenutarovaglia.com

storia fatta di fatiche, successi, fallimenti. Abbiamo un archivio enologico importante che apriamo per questo tipo di degustazione. Credendo nella potenzialità di invecchiamento del Lugana, mio padre e Paolo Fabiani, attuale direttore della cantina, dal 1988 hanno incominciato a mettere da parte, per ogni annata e per ogni tipologia di vino, numerose bottiglie, dando vita a un archivio enologico unico in terra di Lugana. Le bottiglie non sono in vendita ma vengono aperte per degustazioni speciali». Annata dopo annata, Lugana Limne, Lugana Vigne di Catullo e Lugana Filo di Arianna sono state messe a riposare nella parte più antica della Tenuta Rovaglia, in una stanza che risale al 1400, costituendo un vero e proprio archivio enologico e mentre le bottiglie si riposavano, la reputazione del Lugana come vino che invecchia in maniera stupefacente ha preso piede. ■ BG

UNA STORIA PARTICOLARE

Tutto è iniziato con Federico Zweifel che, all'inizio del secolo scorso, lasciò la Svizzera per cercare fortuna in Italia. «Si innamorò del Lago di Garda e iniziò a comprare terreni e a trasformare quei campi spesso abbandonati in filari di vigneti - racconta Babetli Azzone -. È nata così Tenuta Rovaglia, ma la vera svolta è avvenuta nel 1985, quando mio padre Giovanni Felice Azzone, da professore ordinario di Patologia generale, prese in mano l'azienda, trasformandola insieme al collaboratore Paolo Fabiani, oggi direttore, in una realtà vinicola moderna. Mio padre trasferì in questa realtà vinicola la sua passione per la ricerca e il coraggio per l'innovazione tecnologica. E insieme a Paolo diede inizio a una revisione dei metodi produttivi e all'introduzione di nuove metodologie e dei più moderni sistemi di vinificazione». Questo originale connubio tra tradizione e innovazione, amore per il terreno e ricerca scientifica, ha fatto sì che la Tenuta Rovaglia si sia trasformata con gli anni in un suggestivo esempio di cantina moderna legata alla tradizione.

Un ruolo sempre più centrale

Idee innovative, sensibilità all'ambiente, comunicazione più empatica e narrativa. Le donne stanno cambiando il mondo del vino, guidando aziende e trasformandole in meglio anche da posizioni apicali. Come sostiene Daniela Mastroberardino

Come rileva l'ultimo Wine Monitor presentato da Nomisma, cantine, vigne e tutti i luoghi ed eventi legati al mondo enologico si tingono sempre più di rosa. Dalla comunicazione al marketing, dove le donne rappresentano l'80 per cento degli addetti, al 51 per cento del comparto commerciale, al 76 per cento di chi accoglie gli enoturisti. Fino ai ruoli apicali nelle aziende e nei consorzi, dove l'incidenza delle figure femminili al vertice è salita circa al 30 per cento. «Negli ultimi decenni le donne hanno conquistato un ruolo sempre più centrale nella filiera vitivinicola italiana», conferma Daniela Mastroberardino, presidente dell'Associazione nazionale Le Donne del Vino - portando avanti un nuovo modello di impresa più rispettosa dell'ambiente, internazionalizzata, orientata sulla qualità e sulla diversificazione produttiva».

Di quali visioni e nuove sensibilità sono depositarie e artefici?

«Le donne sono promotrici di una comunicazione più empatica e narrativa, capace di raccontare il vino non solo come prodotto, ma come espressione culturale e identitaria. Possiamo dire che le donne stanno contribuendo a ridefinirne le priorità e i valori nella filiera del vino, rendendo il settore più inclusivo, innovativo e proiettato al futuro».

C'è uno stile femminile nel pro-

durere vino, ma anche nel consumarlo. Come sta variando l'approccio delle donne al calice sia in termini di gusto che di frequenza?

«Si dice spesso che le donne preferiscano bianchi, bollicine o rosato, ma questo cliché viene smentito dai dati. A livello mondiale la maggior parte del vino viene comprato dalle donne che cominciano a diventare importanti anche come acquirenti e consumatori di vini costosi. Bevono vino in modo più saltuario e collegato alla socialità rispetto agli uomini oltre a un comportamento d'acquisto più risparmiativo e pragmatico. La donna pensa all'uso che ne verrà fatto soprattutto in abbinamento con il cibo. Per questo, in futuro, avremo scaffali di vendita organizzati in modo diverso, con bottiglie dal packaging più curato e colori come rosa, viola e pastello».

E in termini esperienziali, da cosa è attratta una "donna del vino"?

«Il calice diventa un mezzo per un viaggio sensoriale, un'occasione per scoprire nuove storie e per condividere momenti significativi. Le donne dimostrano una crescente attenzione ai vitigni autoctoni, ai vini sostenibili e a quelli con una forte identità. S'interessano di più ai processi produttivi, partecipano a degustazioni e masterclass e sono protagoniste nei wine club e nelle community digitali dedicate al vino. E infine, un'indagine del professor Gabriele Micozzi della Luiss di Roma



Daniela Mastroberardino, presidente dell'Associazione nazionale Le Donne del Vino

svela un aspetto curioso: l'uomo astemio appare alle donne noioso e poco interessante rispetto a quello bevitore, a cui si collega un profilo colto, interessante e divertente».

Inclusione e parità di genere oggi sono un mantra di sostenibilità sociale per tutte le aziende. Che pregiudizi resistono e che passi avanti state muovendo nel mondo enologico su questo versante?

«Il mondo del vino sta compiendo passi significativi in questa direzione. Tuttavia, in un settore storicamente maschile, capita ancora che la competenza femminile venga messa in discussione, soprattutto nei ruoli tecnici e nella gestione agronomica. A volte, per una donna, anche comprare un trattore può trasformarsi in un'avventura degna di un romanzo. In quest'ottica, associazioni come Le Donne del Vino promuovono formazione e networking per favorire la crescita professionale femminile, mentre molte cantine stanno adottando politiche di equità salariale e di conciliazione vita-lavoro. Altra nota positiva è la crescente attenzione alla rappresentanza femminile nei panel di degustazione e nelle giurie di concorsi internazionali, segno di un settore del vino sempre più inclusivo e plurale».

Enogastronomia-turismo è uno dei binomi che considerate strategici nella diffusione della cultura del vino e nella riscoperta dei territori. Quali percorsi e professionalità, soprattutto al femminile, avete creato

e in cantiere in questa direzione?

«L'enoturismo è un comparto in crescita: oggi in Italia vale 2,9 miliardi di euro. Cantine, agriturismi e wine resort gestiti da imprenditrici del vino stanno trasformando l'offerta, con percorsi esperienziali che vanno oltre la semplice degustazione: passeggiate tra i vigneti, yoga, cene in vigna e abbinamenti multisensoriali. Ad accogliere il turista del vino quasi sempre c'è una donna (76 per cento) e soprattutto fra chi prenota online la visita in cantina (66 per cento) le donne sono la maggioranza, non solo in Italia. Attualmente, riferisce la prima indagine del neonato Centro Studi Enoturistici e Oleoturistici, solo il 38 per cento delle cantine turistiche ha personale con competenze sulla wine hospitality; quindi in futuro sarà fondamentale accrescere la professionalizzazione in questo settore, dove sono convinta che le donne avranno un ruolo di primo piano».

Per approfondire il legame tra l'universo femminile, mondo enico e innovazione, siete in tour con le Giornate delle donne del vino. Su quali ulteriori progetti e nuove professionalità punterete in futuro per valorizzare questo paradigma?

«Le iniziative in corso sono molteplici. Stiamo organizzando corsi sull'uso dell'intelligenza artificiale in cantina, marketing e comunicazione, strumenti fondamentali per mantenere le nostre socie competitive. Da tre anni portiamo avanti il Progetto D-Vino, per introdurre il vino tra le materie di studio negli Istituti turistici e alberghieri, e continuiamo a rafforzare la rete internazionale delle donne del vino: dal primo forum mondiale organizzato nel 2019 al Sime di Milano, la collaborazione con associazioni di dieci Paesi si è consolidata. Altro progetto di grande valore è "Essenze di Vite", grazie al quale sette giovani donne stanno frequentando i corsi Ais, accedendo a una formazione di alto livello e a concrete opportunità professionali».

Per il Vinitaly invece, cosa avete preparato?

«Insieme al professore di neuromarketing Vincenzo Russo, indagheremo il lato nascosto della degustazione con un'esperienza che unirà neuroscienze, percezione sensoriale e scelte di consumo. Per comprendere meglio come il cervello reagisce al vino e come le emozioni influenzano gli acquisti, soprattutto tra i più giovani». ■ Gaetano Gemiti

LE DONNE

Dimostrano una crescente attenzione ai vitigni autoctoni, ai vini sostenibili e con una forte identità. S'interessano di più ai processi produttivi, partecipano a degustazioni e masterclass e sono protagoniste nei wine club e nelle community digitali dedicate al vino



Storia di una famiglia e della sua passione

Con Michele e Davide Luisa ripercorriamo le tappe principali del percorso di Tenuta Luisa, azienda vitivinicola fondata quasi un secolo fa e fortemente radicata nel territorio del Friuli Isonzo

Considerato tra i fiumi più belli d'Europa dal punto di vista naturalistico, teatro di battaglie cruciali durante la Grande Guerra, cornice di piccoli insediamenti e antichi borghi carichi di fascino, l'Isonzo, con il suo ricco territorio, sa appagare ogni genere di visitatori. Proprio qui, più precisamente a Corona, una piccola frazione del comune Mariano del Friuli, nel cuore della Doc Friuli Isonzo, un territorio destinato fin dall'antichità alla viticoltura, sorge Tenuta Luisa. Vanta una storia lunga quasi cento anni dal momento che i primi cinque ettari di vigneto sono stati acquistati da Francesco Luisa nel lontano 1927. Il testimone è passato poi al figlio Delciso, fino ad arrivare al nipote Eddi Luisa che a soli tredici anni cominciò a dedicarsi alla Tenuta trasformandola in un'azienda moderna, conosciuta e apprezzata per i suoi vini intensi, complessi, di grande equilibrio ed eleganza, capace di far convivere antichi sa-



Michele e Davide Luisa, della Tenuta Luisa di Mariano del Friuli (Go) - www.tenutaluisa.it

peri contadini e innovative tecniche agro-enologiche. La Tenuta conta oggi 110 ettari coltivati a vite, tutti di proprietà, ed è guidata dai due fratelli Luisa: Michele, enologo, che si occupa della cantina e della produzione dei vini, e Davide, agronomo, che si occupa della gestione dei vigneti e della qualità della materia prima, con la quinta generazione che inizia ad affacciarsi al mondo del vino. Insieme guidano l'azienda, lavorando in armonia con l'ambiente e il paesaggio e coniugando la comune passione e le conoscenze acquisite negli anni al piacere di accogliere chi vuole scoprire la Tenuta e i suoi vini.

Su quali vitigni punta l'azienda?

DAVIDE LUISA: «L'azienda da diversi anni ha deciso di puntare anche sui viti-

gni classici e internazionali, come Pinot Grigio, Chardonnay e Sauvignon, coltivati da sempre in una terra dalla grande vocazione vitivinicola. Il cavallo di battaglia rimangono però i vitigni autoctoni del Friuli Venezia Giulia come Tocai Friulano, Ribolla Gialla, Malvasia, Verduzzo e, ovviamente, Refosco».

Che caratteristiche ha il Refosco?

MICHELE LUISA: «Varietà a bacca rossa più celebre e rappresentativa del Friuli Venezia Giulia, il Refosco dal Peduncolo Rosso è presente e conosciuto in regione già dal 1700. Uva dalla grande personalità, dà vita a un vino robusto e corposo, dalle notevoli potenzialità di invecchiamento, che è considerato il re tra i vini rossi friulani. Il nome di questa varietà è dovuto al colore rosso che assume in piena maturazione il peduncolo, ossia l'elemento che unisce il grappolo alla pianta».

Che vini produce con il Refosco?

M.L.: «Con questa uva produciamo due vini con due stili molto diversi, entrambi capaci di unire al carattere varietale una forte identità regionale. Il Refosco Luisa è la versione "giovane", vinificata in gran parte in acciaio e in minima parte in legno.

Il Refosco Ferretti, invece, è la versione "invecchiata" che, oltre a essere prodotta con le uve dei vigneti più importanti, viene vinificata interamente in botti di legno dove viene sottoposta a lungo affinamento sulle fecce.

Il Refosco Luisa si presenta di colore rosso granato, intenso, con riflessi rubini. Si distingue per il profumo intenso, vinoso, con sentori di frutti di bosco che lasciano poi spazio a fragranze speziate. Sapore deciso, vivace, tipicamente tannico e piacevolmente amarognolo. Perfetto in abbinamento con insaccati, carni grasse, arrostiti saporiti e formaggi invecchiati. Da provare con lo stinco di maiale, gli arrostiti di cortile e il cotechino. Il Refosco Ferretti invece, si presenta di colore rosso granato tendente al violaceo. Al naso è intenso, con note gradevoli di mora selvatica, mirtillo e sottobosco. Al palato è sapido, tannico e dal retrogusto piacevole e persistente. Ottimo in abbinamento a primi a base di sughi di carne, piatti saporiti, carni rosse e selvaggina, oltre che con i formaggi stagionati e piccanti. Da provare con il riso con la salsiccia, i ravioli di carne al brasato, l'arista di maiale al forno, la faraona arrostita e il capriolo con la salsa di mirtillo».

Tenuta Luisa è anche famosa per l'ospitalità, come accogliete i vostri ospiti?

D.L.: «L'enoturismo è in forte crescita ed espansione e per la famiglia Luisa la cantina è sempre stata non solo uno spazio dedicato alla produzione ma anche il luogo dell'ospitalità, dove ricevere gli appassionati in un'atmosfera di condivisione e convivialità.

La visita guidata della Tenuta è un momento "rituale" durante il quale gli ospiti possono osservare e toccare con mano il modo in cui viene gestita l'uva e condotta la vinificazione. Una passeggiata che trasforma i vigneti, la cantina e il vino in strumenti preziosi per far conoscere la storia della famiglia, a partire dalle sue origini, e per promuovere il meraviglioso territorio nel quale la Tenuta è immersa. Qualche ottimo bicchiere di vino ed uno sfizioso assaggio di prodotti locali di alta qualità, possono essere un'occasione per staccare dalla routine quotidiana, rilassandosi nella natura e "ricaricando le batterie". Un enoturismo che permette di mostrare con orgoglio il proprio lavoro e i suoi frutti, con l'intento di condividere non solo informazioni e nozioni per far capire cosa sta dentro e dietro la bottiglia di vino, ma anche, e soprattutto, passione ed emozione». ■ **Beatrice Guarnieri**



CALDA ACCOGLIENZA

Nel suggestivo borgo di Mariano del Friuli, il Wine Resort Luisa, inaugurato nel 2010, offre tre camere, una suite e sette appartamenti, accogliendo gli ospiti in un connubio di paesaggio friulano, ospitalità familiare e pregiati vini. L'antica cantina di famiglia si è trasformata in una calorosa foresteria, dove tradizione e natura si fondono per offrire un'esperienza unica. È un luogo dove vivere momenti unici con amici e familiari. La famiglia Luisa è pronta ad accogliere i suoi ospiti per offrire una serie di attività che vanno anche oltre, dando vita a diversi momenti di incontro tra l'uomo, la natura e il territorio, come i pic-nic in vigna e le cene al tramonto tra i filari.

IL LUOGO DELL'OSPITALITÀ

Per la famiglia Luisa la cantina è sempre stata non solo uno spazio dedicato alla produzione ma anche dove ricevere gli appassionati in un'atmosfera di condivisione e convivialità

Vini dalla spiccata personalità

In ogni bottiglia emergono le caratteristiche del vitigno di origine, vinificato secondo metodi tradizionali a cui si affiancano le tecnologie più utili a valorizzarne la qualità. Con Angelo Storti, scopriamo la produzione di Cantina Paterno

La storia dell'Aglianico si perde nella notte dei tempi ed è molto difficile stabilire con precisione la sua origine. L'Aglianico è considerato uno dei vitigni più pregiati e antichi d'Italia: vanta infatti origini millenarie, che probabilmente risalgono fino ai tempi dell'Antica Grecia. Coltivato e amato sia in Italia che all'estero, l'Aglianico è un vitigno a bacca rossa da cui nasce un vino dal carattere forte, strutturato e deciso. Dal punto di vista climatico è un vitigno che necessita di colline ventilate, inverni non troppo rigidi ed estati non eccessivamente calde o secche, come quelli che troviamo nella zona di Paternopoli, in provincia di Avellino, dove sorge la Cantina Paterno, su un territorio di grande rinomanza enologica nell'area di produzione dell'Aglianico Docg, ma che nello stesso tempo riesce ad eccellere su tutti i prodotti riguardanti la tradizione irpina. «Paterno era l'antico nome del nostro comune irpino ed è per questo che abbiamo deciso di chiamarci così, per sottolineare il legame inscindibile con questo luogo. La passione per il lavoro e la continua innovazione tecnologica collocano oggi la cantina Paterno sul mercato come assolutamente all'avanguardia, capace non solo di innovare ma anche di conservare tradizioni, gusto e sapore per il proprio vino» spiega Angelo Storti che, alla guida dell'azienda insieme al padre Alessandro, rappresenta oggi la terza generazione.

I vigneti, coltivati nell'area di grande rinomanza enologica dell'Aglianico Docg, rappresentano un estratto dell'enorme varietà e complessità di profumi e caratteristiche che il territorio riesce ad esprimere. Una parte del prodotto viene destinato all'imbottigliamento (vino novello da



Angelo Storti, alla guida della Cantina Paterno di Fornaci Paternopoli (Av) - www.vinipaterno.com

tavola) e un'altra parte all'invecchiamento in botti di rovere. Una piccola porzione dei terreni vitati è riservata alla coltivazione di uve bianche, che sono vinificate ed imbottigliate come bianco da tavola e come Irpinia Doc.

Quella della vostra cantina è una storia molto antica: a quanto tempo fa risale?

«La Cantina Paterno risale storicamente alla fine del Settecento, per produrre un vino diffuso già all'epoca nelle varie taverne e osterie esistenti lungo la via regia che da Napoli portava alle Puglie, e inoltre veniva trasportato a Napoli, capitale del regno borbonico. Sul finire dell'Ottocento, con l'arrivo della ferrovia, si aprirono nuovi mercati nazionali e internazionali e di esportazione verso le Americhe, attraverso le navi mercantili. A quei tempi l'azienda trasportava il vino, con numerose coppie di muli da soma, verso i treni merci stazionati presso la stazione ferroviaria di Paternopoli.

Nella seconda metà del Novecento mio nonno ha fondato l'attuale cantina, che poi negli anni 90 è stata ampliata da mio padre Alessandro. Proprio a lui è dedicato il nostro vino più rappresentativo, Don Aliandro, Irpinia Campi Taurini da Aglianico in purezza, che affina oltre due anni».

Che caratteristiche ha la vostra azienda?

«È un'azienda a carattere strettamente familiare, abbiamo 30 ettari di nostra proprietà per la coltivazione e la produzione va dall'Aglianico alla Falanghina custodendo il meglio dei sapori. Ci occupiamo di tutto per quanto riguarda i nostri vini nella consapevolezza che ogni etichetta porta con sé la storia della terra da cui proviene; non solo le caratteristiche morfologiche di un terroir, ma anche il carattere dei suoi abitanti, la loro fatica e il loro modo di stare insieme e nel nostro territorio l'amore per il buon vino ha radici molto profonde. Stiamo portando avanti anche nuovi prodotti con grande successo che vanno a un Aglianico in bianco, uno spumante di Fiano e stiamo avendo tantissime soddisfazioni dal nostro Aglianico rosso frizzante. Forniamo un ventaglio di scelta completo che soddi-



IL FUTURO

Stiamo puntando su un nuovo Aglianico bianco dal metodo classico per gli appassionati, per sapori tutti da scoprire

sfa davvero tutte le voglie di sapore non solo per quanto riguarda i vini. Tra i nostri prodotti abbiamo anche un olio extravergine di oliva particolarmente pregiato».

Quali sono i vostri punti di forza?

«La nostra forza risiede soprattutto nella possibilità di contare su una squadra molto professionale. Abbiamo il nostro enologo, Raffaele De Martino, che eccelle grazie al suo impegno e alla sua preparazione, così come il nostro responsabile commerciale Vincenzo Paldo, che riesce a curare al meglio i nostri prodotti. Insomma, un'azienda familiare sì ma che eccelle in tutti i settori grazie alla dedizione di chi ci collabora, dalla produzione alla commercializzazione. Siamo



inoltre un'azienda che tiene cura del classico ma sempre con un occhio all'innovazione, sia nella pura produzione ma anche per ciò che concerne sapori da rinnovare, per offrire alla clientela un gusto sempre nuovo per quanto raffinato. In ogni bottiglia emerge forte la personalità del vitigno di origine, vinificato secondo metodi tradizionali, a cui si affiancano le tecnologie più utili a valorizzare la qualità: dal Don Aliandro al classico Irpinia Aglianico passando per il Torre del Pater Irpinia Campi Taurasini».

Quali sono i progetti per il futuro?

«Pensiamo a traguardi sempre più importanti che descrivono la qualità dei nostri vini e del nostro impegno, dai vitigni di proprietà alla bottiglia. Stiamo puntando su un nuovo Aglianico bianco dal metodo classico per gli appassionati, per sapori tutti da scoprire».

■ Guido Anselmi

DON ALIANDRO CAMPI TAURASINI DOC 2017

Fiore all'occhiello della Cantina Paterno è Don Aliandro Campi Taurasini Doc 2017, prodotto con uve provenienti da vigne impiantate negli anni Cinquanta e allevate con il sistema della raggiera avellinese, su terreni composti da argilla e calcare. Le uve di Aglianico, vendemmiate a novembre, sono elevate in tonneau di 500 lt per circa 24 mesi. La lunga sosta in bottiglia prima della vendita permette al vino di acquisire una notevole piacevolezza. Il colore rosso rubino con unghia leggermente granata annuncia l'olfatto composto da note classiche di prugna, more e mirtili. In seconda battuta emergono toni speziati e lieve terra bagnata. Al gusto manifesta struttura e la presenza dei fitti tannini, che virano verso il velluto, lasciano presagire la gioventù. È ricco, salino e teso.



LA FORMULA PERFETTA

PER IL
NEGRONI
PERFETTO



BEVI RESPONSABILMENTE



L'ospitalità tra i vigneti d'Irpinia

L'inserimento nella classifica World's Best Vineyards degli ultimi tre anni sottolinea l'impegno della Tenuta Cavalier Pepe nell'offrire un'esperienza enoturistica di eccellenza, in armonia con la natura e orientata a uno sviluppo sostenibile

Tenuta Cavalier Pepe è la migliore cantina d'Italia. A decretarlo il World's Best Vineyards 2024, prestigiosa competizione internazionale che seleziona 100 aziende vinicole che promuovono la cultura del vino. Questo riconoscimento non solo celebra la qualità dei suoi vini, ma anche la sua dedizione alla promozione del turismo enogastronomico, facendo della tenuta una delle mete più ambite per gli amanti del vino e della cultura del territorio. La Tenuta Cavalier Pepe, fondata da Angelo Pepe di recente scomparso, è una realtà con 70 ettari di vigneti, 12 ettari di oliveti e alcuni nocciolati. Un'accogliente cantina, un ristorante panoramico e alcuni alloggi immersi nella natura completano un sistema aziendale rispettoso del paesaggio e meta di un qualificato turismo culturale. Offre un'esperienza enoturistica unica e autentica, attraverso vini che racchiudono l'eccellenza, la tradizione e la bellezza stessa dell'Irpinia. «Ci troviamo nel cuore delle tre importanti Docg dell'Irpinia: Greco di Tufo, Taurasi e Fiano di Avellino-spiega Milena Pepe, viticultrice della Tenuta Cavalier Pepe-. Il nostro territorio è ancora poco conosciuto a livello internazionale, pur essendo vocato alla produzione di vini di straordinaria qualità e di numerosi ed eccellenti prodotti locali, come l'olio di oliva extravergine, i tartufi, i formaggi, le castagne e la lavanda. Chi scopre la nostra Irpinia rimane incantato dalle sue dolci colline, dalla natura rigogliosa, dai sapori genuini e, soprattutto, dall'eccellenza dei suoi vini».

Cosa ricorderanno i visitatori del-

l'esperienza enoturistica nella vostra Tenuta?

«In Tenuta, gli appassionati approfondiscono le loro conoscenze con itinerari didattici, mentre le famiglie e i gruppi di amici possono trascorrere una giornata all'insegna del divertimento, con esperienze dedicate, raccolta delle uve, delle olive e della lavanda, Atelier dei tartufi e Atelier dei formaggi irpini. Anche per i bambini sono previsti laboratori dedicati, per avvicinarli al mondo del gusto e della natura. Passeggiate tra vigneti e oliveti secolari permettono di immergersi nel cuore del paesaggio irpino. Un ristorante panoramico completa l'esperienza. Qui si possono degustare i piatti tipici della tradizione locale abbinati ai vini dell'azienda. Gli ospiti che vogliono soggiornare presso di noi, possono fermarsi presso l'Antica Fattoria, circondata dai vigneti vicino alla Cantina. Collaboriamo con aziende locali, valorizzando i prodotti irpini e contribuendo a una crescita sociale ed economica. Siamo organizzati per riuscire a soddisfare le esigenze di tutti i nostri profili di visitatore. Per i tasting lavoriamo su prenotazione, ma la cantina è sempre aperta per chi intende visitarla».

Quando è cominciato il suo interesse nel mondo del vino?

«Il mio interesse parte da lontano. Mio padre possedeva vigneti che la nostra famiglia aveva in gestione. Inizialmente, conferivamo le uve. Con il tempo, abbiamo visto la qualità del vino che ne derivava. Nel frattempo, grazie al lavoro nel campo della ristorazione in Belgio, mio padre è stato nominato cavaliere della Repubblica e ha iniziato a investire in Italia, acquistando altri vigneti e

creando la nostra Tenuta, vicino al paese d'origine. Prima di venire dal Belgio in Italia, per dedicarmi alla Tenuta, ho frequentato l'«Université du Vin» a Suze-la-Rousse, il corso di Viticoltura ed Enologia a Macon-Davayé in Borgogna e ho lavorato presso cantine prestigiose, con Le Domaine Michel Chapoutier a Tain l'Hermitage e Domaine La Janasse a Châteauneuf-du-Pape. Ho preso le redini dell'azienda nel luglio del 2005, a 25 anni, per realizzare la mia prima vendemmia con 23 ettari di vigneti da vinificare, producendo i primi vini: Fiano di Avellino Docg Greco di Tufo Docg, Taurasi Docg, Coda di Volpe Doc e Irpinia Aglianico Doc. Inizialmente, la cantina non era strutturata e insieme alla mia famiglia, mi sono occupata di tutto: vinificazione, amministrazione e marketing, sfruttando le mie competenze in enologia, management e marketing».

In quanto donna quali ostacoli ha incontrato in questa professione?

«Il nostro mondo è tradizionalmente più maschile, soprattutto nell'ambito tecnico, manageriale e commerciale. Rispetto al passato, sempre più donne si stanno affermando. Quando sono arri-



Milena Pepe, viticultrice della Tenuta Cavalier Angelo Pepe

vata in Irpinia, per me è stato ancora più sfidante iniziare la mia professione e far acquisire fiducia nelle mie capacità. Con volontà e dedizione al mio lavoro, ho dovuto abbattere molti preconcetti. Gli ostacoli sono stati numerosi, come per molte donne. Non è semplice conciliare la propria crescita professionale e



IL RUOLO DELLE DONNE

Non deve essere sottovalutato. Le donne possono portare una prospettiva diversa e un approccio più olistico alle attuali tematiche della sostenibilità e a tutte le dinamiche aziendali, contribuendo a creare un ambiente lavorativo più inclusivo e più stimolante

OPERA MIA, TRA I VINI PIÙ PREMIATI

Riconosciuto Docg dal 1993, il Taurasi è sicuramente il vino rosso più pregiato dell'Irpinia. L'Aglianico, vitigno di alta qualità, ha trovato nelle verdi colline irpine il miglior territorio per potersi esprimere. Opera Mia è il risultato della vinificazione in purezza delle uve Aglianico provenienti dai vigneti delle migliori località della denominazione del Taurasi Docg: Carazita e Pesano. Il vino presenta una trama di frutti rossi e frutti di boschi maturi, amarena, mirtillo che si completano con note floreali di viola e rosa appassita, balsamiche e speziate di caffè e cioccolato. Si accompagna particolarmente con filetti, costate, bistecche di vitello o di manzo, con tutti i piatti di carne rossa arrostita in forno, allo spiedo o cotta alla griglia anche preparata con salse speziate o leggermente piccanti. Ideale stappare la bottiglia un'ora prima o decantarla al momento, prima di servire il vino.



aziendale con la creazione di una famiglia, soprattutto in una realtà rurale. Quando superi determinati ostacoli, probabilmente, sei apprezzata ancora di più, ma dietro ci sono tanti sacrifici. Il ruolo delle donne non deve essere sottovalutato in questo campo. Le donne possono portare una prospettiva diversa e un approccio più olistico alle attuali tematiche della sostenibilità e a tutte le dinamiche aziendali. Il loro coinvolgimento attivo contribuisce a creare un ambiente lavorativo più inclusivo, più stimolante e con una grande sensibilità verso le te-

L'ENOTURISMO

«È un elemento fondamentale per il nostro successo nei mercati esteri: molti ospiti stranieri, che scoprono i nostri vini durante un soggiorno in Irpinia, diventano poi ambasciatori del nostro marchio nei loro Paesi di origine»

matiche sociali e ambientali. Ad esempio, le nostre collaboratrici sono sicuramente le più sensibili verso tutti gli aspetti sociali dell'azienda. Inoltre,

hanno un ruolo essenziale nelle attività legate all'enoturismo: si prendono cura dei nostri ospiti per farli sentire sempre a proprio agio, garantendo una perfetta accoglienza in Tenuta Cavalier Pepe dal lunedì alla domenica».

Che caratteristiche hanno i vini che crea per la sua Tenuta?

«Per me è fondamentale rispettare la biodiversità e valorizzare le caratteristiche del territorio. Il punto di partenza è la vigna. Mi sono sempre dedicata all'aspetto agronomico, puntando su tecniche come la selezione massale, collaborando con esperti vivaisti per individuare le migliori piante di Aglianico, Coda di Volpe, Greco e Falanghina. Questa pratica porta a vini più aromatici e riduce l'impatto ambientale. I miei vini, che definisco gastronomici, sono pensati per accompagnare il cibo, in particolare i piatti del territorio, esaltando



la gastronomia locale. Stilisticamente, ricerco nei miei vini equilibrio, pulizia olfattiva, complessità e struttura. Nei vini bianchi privilegio la freschezza, rimanendo sempre fedele alla materia prima. Ogni vitigno è lavorato in modo specifico, per valorizzare il patrimonio di partenza con autenticità».

La sostenibilità oggi è sempre più centrale per chi opera nel vostro settore. Cosa significa per lei sostenibilità e quali sono gli impegni in questa direzione?

«La sostenibilità è un tema fondamentale per me. Per questo motivo la Tenuta Cavalier Pepe è stata una delle prime aziende in Campania a ottenere la Certificazione di sostenibilità secondo lo standard Equalitas, rilasciata da Agroqualità. Questo standard affronta la sostenibilità secondo tre pilastri: ambientale, sociale ed economico. Lavoriamo nel rispetto dei criteri Esg lungo tutta la filiera, dalla gestione dei vigneti e della cantina fino al packaging. Utilizziamo pratiche naturali, limitando l'uso di fitofarmaci e diserbanti. Adottiamo tecniche come il sovescio per la concimazione naturale del suolo, evitando l'uso di insetticidi. Anche in cantina operiamo con responsabilità. Limitiamo al minimo gli interventi e lavoriamo nel modo più naturale possibile, per enfatizzare le caratteristiche intrinseche dei vitigni, che, grazie ai tannini, all'alcol e all'acidità proteggono naturalmente il vino. Abbiamo formalizzato il nostro impegno con la Politica della Sostenibilità e il Bilancio di Sostenibilità oltre a ottenere la Certificazione Sqnpi, che garantisce pratiche agricole rispettose dell'ambiente e della salute dei consumatori e dei viticoltori».

Voi esportate vino sia in Italia che all'estero. Come vi siete fatti conoscere all'estero?

«Ci siamo fatti conoscere all'estero partecipando a fiere internazionali, organizzando degustazioni insieme ai nostri collaboratori e importatori. Abbiamo puntato molto sull'ospitalità in cantina, che ci ha permesso di far conoscere i nostri vini direttamente ai professionisti del settore e agli appassionati. L'enoturismo è un elemento fondamentale anche per il nostro successo nei mercati esteri: molti ospiti stranieri, che scoprono i nostri vini durante un soggiorno in Irpinia, diventano poi ambasciatori del nostro marchio nei loro paesi di origine».

Quali sono i prossimi obiettivi?

«I prossimi obiettivi sono alleggerire i nostri packaging e utilizzare maggiormente fonti energetiche rinnovabili per continuare il percorso verso una produzione sempre più sostenibile. Vogliamo rafforzare ulteriormente il nostro modello di enoturismo sostenibile e consolidare la nostra notorietà sui mercati internazionali, promuovendo l'Irpinia come una delle grandi terre del vino». ■ CG

APPIO, FIORE ALL'OCCHIELLO DELLA TENUTA CAVALIER PEPE

I vini della tenuta rispecchiano in pieno le peculiarità di una terra che esalta sapidità, mineralità e corpo, mantenendo allo stesso tempo un carattere di grande armonia. Fiore all'occhiello della cantina è Appio, Irpinia Campi Taurasini Doc 2018, da Aglianico in purezza coltivato nella media valle del Calore. Il nome è stato scelto dal cavalier Pepe per rendere omaggio alla via Appia che collegava Roma alla Brindisi di oggi, fatta realizzare da Appio Claudio Cieco dalla metà del III secolo avanti Cristo. L'uva arriva da un unico vigneto, Vigna Piergolo a Luogosano, piantato nel 1970, allevato con l'antico sistema a starseta a un'altitudine di 400 metri sul livello del mare. Le uve, raccolte a mano vengono diraspate a basso numero di giri e subiscono fermentazione e macerazione in anfora per 20 giorni; rimontaggi e follature vengono eseguiti manualmente. Il vino prosegue l'affinamento per due anni in anfora e per una piccola parte in barrique, prima di restare altri due anni in bottiglia. Al naso arrivano la freschezza di frutti rossi e una lieve speziatura, in bocca è fragrante e fine, morbido ed elegante, con una bella sapidità in evidenza.

Tra le delizie dell'Umbria

Una tradizione antica rivive oggi nella nuova impresa della famiglia di Giovanni Colaiacovo, che ha sempre creduto nei valori di un territorio unico nel suo genere, che origina un vino antico e nobile, di grande eccellenza

Cresce il turismo enogastronomico: negli ultimi anni un numero sempre più vasto di viaggiatori si sono rivelati interessati a conoscere non solo le bellezze culturali e naturalistiche di un territorio, ma anche l'arte culinaria e i vini associati ad essa. Meta particolarmente apprezzata in questo senso è l'Umbria, qui infatti la ricchezza e la varietà enogastronomiche e delle materie prime di qualità sono strabilianti. La regione è favorita da un clima particolarmente mite, un vero toccasana per la spiccata vocazione vitivinicola, come si riflette nella Cantina Semonte, ubicata in un contesto paesaggistico di particolare bellezza la cui terra origina un vino antico e nobile di grande eccellenza, che nasce dall'intuizione e dalla scelta coraggiosa nel recuperare uno storico vitigno, il Dolcetto, coltivato nel territorio eugubino già dalla



Cantina Semonte ha sede a Semonte (Pg)
www.vinisemonte.com

fine del 1800. La famiglia di Giovanni Colaiacovo, d'altra parte, ha sempre creduto nei valori di un territorio unico, dove ambiente e natura fanno da splendida cornice a Gubbio, città medievale mozzafiato ricca di storia, cultura e tradizioni. «L'eno-turismo in questi ultimi tempi ha preso piede e la nostra cantina è molto apprezzata anche per le degustazioni che organizziamo al suo interno - spiega il titolare Giovanni Colaiacovo -. Abbiamo un ristorante, Il Custode, che si aggrappa saldamente alle radici della nostra terra, utilizzandole come fonte d'ispirazione per riportare in auge piatti che hanno fatto la storia gastronomica più rurale del nostro paese, e ci stiamo ampliando ulteriormente. Tra pochi mesi apriremo infatti una struttura ricettiva con la possibilità di soggiornare».



BATTISTA

Classificazione: VSQ Metodo Extra Classico Brut

Vitigni: Pinot Nero 60 per cento e Chardonnay 40 per cento

Modalità di raccolta: manuale

Vinificazione: A circa 800 metri sul livello del mare, in un terreno caratterizzato da un sottosuolo argilloso e ricco di scheletro. Il mosto fermenta in vasche d'acciaio. La rifermentazione avviene in bottiglia, dove lo spumante rimane a maturare per 24 mesi sui lieviti. Al termine di questo periodo si procede con le operazioni di sboccatura e dosaggio

Tenore alcolico: 12.5% Vol.

Analisi visiva: Giallo paglierino acceso, perlage fine e persistente

Analisi olfattiva: Bouquet intenso, nota fruttata di mela, fiori bianchi e fragranza di lievito

Analisi Gustativa: Il sorso è molto fresco e minerale, pieno e armonico. temperatura di servizio: 6-8° C.

UNA PRODUZIONE UNICA

La composizione del terreno collinare è in prevalenza calcareo-argillosa, la raccolta delle uve viene effettuata a mano e l'impiego di fitofarmaci è ridotto

Oggi, oltre alla coltivazione del vitigno di origine piemontese, troviamo nella Cantina Semonte una selezione di vini volti a rappresentare una nuova area del panorama vitivinicolo umbro, quello dell'Alta Umbria.

«I vitigni coltivati sono: Chardonnay, Dolcetto, Merlot e Pinot Nero secondo le forme di allevamento del Cordone Speronato e Guyot con una densità di impianto media di 6000 ceppi per ettaro, mentre l'estensione dei vigneti, situati tra i 500 e 800 mt sul livello del mare, è di 13 ettari totali. La

composizione del terreno collinare in prevalenza calcareo-argilloso, la raccolta delle uve effettuata a mano e una riduzione dell'impiego di fitofarmaci consentono alla nostra Cantina, attrezzata con nuove e moderne tecnologie, una produzione unica a livello qualitativo». Ed è proprio da questo lavoro di recupero e rinascita di un territorio ancora "nuovo", che nascono vini come Battista (Spumante Metodo Classico



Extra Brut 24 mesi sui lieviti), Cordaro (Dolcetto maturato 24 mesi in botti di rovere francese e 24 mesi affinato in bottiglia), Monteletto, Chardonnay affinato in acciaio per 6 mesi e altri 6 mesi in bottiglia, e Il Costante, un Merlot in purezza ottenuto da una lunga lavorazione in barriques di rovere francese e da un affinamento di 16 mesi in bottiglia, prodotto e numerato in pochissime unità.

«Nel 2024 abbiamo ottenuto un riconoscimento dal concorso enologico "Umbria del Vino" promosso dalla camera di Commercio dell'Umbria classificandoci al primo posto nella categoria spumanti di qualità con il nostro Battista. Abbiamo da poco terminato la prima fase di studi, in collaborazione con l'Università di Milano e Arnaldo Caprai, società agricola per far conoscere sul tutto il territorio nazionale internazionale le possibilità di coltivare vitigni in quota (Chardonnay e Pinot Nero) per produzioni di basi spumante. Il progetto SPUM.E (acronimo di Spumantistica eugubina) ha l'obiettivo la valutazione della sostenibilità ambientale, economica e so-

ciale sulla fascia appenninica eugubino-gualdese e dell'Umbria in generale».

La Cantina Semonte è in regime di lotta integrata e per tale motivo predilige l'utilizzo di prodotti fitosanitari consentiti nella lotta biologica e, qualora le condizioni climatiche dovessero essere avverse o comunque favorevoli allo sviluppo di patogeni, si interviene con prodotti consentiti nella lotta integrata. «Ogni anno il nostro enologo Filippo Rossetti cerca di trovare i prodotti più sostenibili. Oltre al monitoraggio delle condizioni climatiche, si effettuano costantemente monitoraggi delle fitopatie e dello sviluppo fonologico nei vigneti dell'azienda. I tecnici specializzati sono supportati dall'utilizzo di piattaforme mobili e informatiche (App, Agricolus, Horta srl e Fieldclimate). Per il controllo degli insetti principali che rappresentano maggior rischio nei nostri territori: (tignola, scaphoideus titanus), il gruppo tecnico utilizza delle trappole a feromoni e cromatiche per monitorare la presenza e lo sviluppo delle generazioni di tali insetti. La gestione del suolo è totalmente meccanica, quindi si preferisce favorire le lavorazioni del sotto fila piuttosto che l'utilizzo di diserbanti, inoltre i vigneti sono tutti a inerimento totale per limitare le lavorazioni meccaniche, sfavorendo fenomeni come frane o erosioni. Le operazioni di gestione del verde sono tutte effettuate manualmente: potature, scacchiature, sfogliature, spollonature, diradamenti e soprattutto la raccolta». ■ Bianca Raimondi

Un legame indissolubile

È quello tra la Cantina Sampietrana e il territorio in cui sorge, San Pietro Vernotico, in provincia di Brindisi. Il presidente Paolo Leccisi racconta una storia di tradizione e forte passione per la viticoltura

Brindisi, terra di grande respiro storico-culturale, dalle molte bellezze paesaggistiche, è traccia del passaggio di popoli, di tradizioni, di gusti e usanze che partono anche dal vino. Brindisi non rappresenta solamente l'areale della doc Brindisi ma anche il territorio di passaggio e insediamento prima dei messapi e poi dei romani: i primi portarono le viti, i secondi le estesero producendo i vini che venivano portati nel Mediterraneo. Ed è proprio a San Pietro Vernotico, comune a sud di Brindisi dalle grandi tradizioni contadine, a cavallo tra i territori della Doc Brindisi-Squinzano e Doc Salice Salentino, al centro del territorio della Igp, che sorge Cantina Sampietrana, nata nel 1952 dall'idea imprenditoriale di 68 vignaioli. «La nostra azienda sente fortemente il legame con il territorio salentino e con Brindisi in particolare e intendiamo tenere vivo il connubio con il nostro territorio, certi che in futuro potrà portare solo ricchezza. Intendiamo valorizzare appieno queste potenzialità, dare nuova vita a un tessuto enogastronomico che potrebbe essere fortemente interconnesso per creare occasioni di business e di sviluppo economico. Proprio per questo, non appena iniziò il percorso di valorizzazione in bottiglia dei nostri vini, partimmo con il Since 1952 Brindisi Riserva, che è emblema della nostra cantina ed è un vino 80 per cento Negroamaro e 20 per cento Montepulciano, un blend che dà vita a un vino straordinariamente elegante, dal colore rosso rubino e dall'aroma vinoso con note di frutti di bosco che affina per un anno in piccole botti di rovere e un ulteriore anno in bottiglia; un vino da tutto pasto con i suoi 13,5°, dal sapore delicato, giustamente tannico e molto persistente» racconta Paolo Leccisi, presidente della Cantina Sampietrana.

Proprio per la collocazione territoriale dell'azienda, Paolo Leccisi ha voluto valorizzare al massimo sia le Dop Brindisi e Salice Salentino ma anche l'Igp Salento nelle sue svariate espressioni, bianco, rosato e rosso; oggi la gran parte del prodotto commercializzato da Cantina Sampietrana è rappresentato proprio da vini Igp Salento che sono la naturale espressione del territorio.

«Da circa quindici anni abbiamo riorganizzato le produzioni puntando a imbotigliare tutto il prodotto proveniente dalle uve lavorate in cantina e vendendo le bottiglie con il nostro marchio, Cantina



I ROSATI SALENTINI

Abbiamo creduto fortemente nella valorizzazione di questi vini, nella consapevolezza che tale tradizione ci avrebbe aiutato molto nell'interpretare le nuove tendenze commerciali



Sampietrana, sui mercati soprattutto internazionali. Abbiamo fortemente creduto nelle grandi potenzialità delle uve coltivate sui nostri territori in particolare Negroamaro e Primitivo, ma anche Malvasia, Aglianico, Montepulciano, Chardonnay, Verdeca, Fiano, senza dimenticare che abbiamo recuperato antichi vitigni come il Susumaniello che oggi ci regala grandissime soddisfazioni dal punto di vista commerciale oltre che enologico. Questa ricchezza varietale è legata alla capacità del nostro territorio di aver saputo assecondare negli anni le richieste dei mercati».

Proprio il recupero del vitigno Susumaniello ha consentito all'azienda di produrre

prima il Settebraccia, Salento Igp Rosso, ottenuto da Negroamaro e Susumaniello, con una struttura particolarmente importante e molti punti di colore, un aroma di confetture, vaniglia, leggermente speziato e un gusto elegante, caldo, morbido e rotondo, con un tannino dolce e piacevole e successivamente il Sumaest Susumaniello in purezza, vino intenso, dal complesso profilo organolettico.

«Essendo il Salento anche terra di Primitivo, lo abbiamo valorizzato nel migliore dei modi con il Trefilari, un vino ottenuto da una selezione di grappoli prodotti, tra antichi filari coltivati da 50 anni ad Alberello. Dal colore rosso rubino intenso, presenta sentori di confetture e frutti di



Cantina Sampietrana ha sede a San Pietro Vernotico (Br) - www.cantinasampietrana.com

bosco, vaniglia. È leggermente speziato e il gusto elegante, caldo, morbido e pieno lo rende un vino da occasione speciale». Paolo Leccisi ha puntato su una filosofia aziendale che spinge su un percorso di sviluppo e crescita, investendo ingenti risorse in tecnologia computerizzata in grado di ottimizzare la lavorazione e i processi fermentativi, e che permette alla Cantina una riduzione della manodopera e, nello stesso tempo, una migliore estrazione di prodotto nobile.

Ha ottenuto così un corretto controllo di tutte le fasi di lavorazione e trasformazione dalle uve ai vini, stimolando anche le competenze e le professionalità dei suoi collaboratori per completare il processo produttivo della bottiglia.

«Abbiamo saputo valorizzare al meglio le uve dei nostri vitigni tradizionali attraverso la loro vinificazione in rosato - sottolinea Paolo Leccisi -. Abbiamo creduto fortemente nella valorizzazione del vino rosato nella consapevolezza che la tradizione dei rosati salentini ci avrebbe aiutato molto nell'interpretare le nuove tendenze commerciali per il settore. Ovviamente non abbiamo trascurato di formare gli agricoltori sulle nuove tecniche di coltivazione della vite e produzione di uve, puntando non tanto sulla quantità del prodotto, quanto sulla qualità dello stesso e quindi si è lavorato molto sulle potature, sui diradamenti, sulla selezione dei grappoli di uve prima della vendemmia».

I soci sono poche decine ma tutti parlano un'unica lingua: quella di produrre uve di eccellenza per fare grandi vini. La maggior parte delle stesse aziende socie seguono percorsi di agricoltura integrata e alcune anche di agricoltura biologica.

«Il rispetto dell'ambiente è sempre stata una nostra priorità e proprio per questo abbiamo puntato anche all'autosufficienza energetica tant'è che sui tetti della nostra cantina vi sono importanti impianti fotovoltaici che ci rendono quasi autosufficienti». ■ **Guido Anselmi**

Come in molti altri settori di attività, la logistica del vino è un elemento chiave per il business vinicolo. Tale aspetto, infatti, è sia un fattore di costo che una sfida aziendale e richiede un'organizzazione efficiente e una grandissima professionalità, in grado di farsi carico di tutto senza commettere errori. La logistica del vino, infatti, richiede precisione, competenza e una profonda conoscenza del settore.

A tal proposito, Marcon Autotrasporti ha maturato una lunga esperienza nel trasporto di vini, collaborando con clienti di grande prestigio e dedicando loro la stessa passione che essi stessi riservano alle proprie produzioni.

La ditta fu fondata nel lontano 1968, inizialmente era specializzata solo nel trasporto di vino in cisterna nel territorio nazionale. Mantenne queste caratteristiche fino ai primi anni Novanta quando, con l'arrivo in azienda di Paolo Marcon, attuale ti-



Paolo Marcon, titolare di Marcon Autotrasporti che ha sede a Ponte di Piave (Tv)
www.marconautotrasporti.it

tolare, iniziò un processo di trasformazione che ha portato ad ampliare i propri servizi oltre al trasporto di vino sfuso in cisterna anche al trasporto di merci generali palettizzate con mezzi centinati, e poco dopo ampliando anche il raggio di azione dal solo territorio nazionale a tutti i Paesi europei.

«Tale diversificazione ha portato il numero dei mezzi a salire progressivamente dai quattro del 1993 agli attuali quaranta. L'aumento dei mezzi è andato di pari passo con l'aumento della gamma di servizi forniti ai nostri clienti, passando dal solo trasporto del vino a un trasporto più ampio di liquidi alimentari come latte, olio, succhi di frutta e mosti concentrati» spiega il titolare dell'azienda Paolo Marcon.

Quali servizi offrite?

«Abbiamo da sempre eseguito trasporti in regime ADR di merci pericolose sia nel liquido, con merci tipo distillati, alcol, grappe, sia nel palettizzato con varie tipologie di merci. Siamo stati i pionieri del trasporto

Ovunque, con cura

Da oltre 50 anni Marcon Autotrasporti si occupa di trasportare merce su strada, offrendo serietà, e puntualità, cortesia e correttezza. Ne parliamo con il titolare Paolo Marcon



IL VALORE AGGIUNTO

È sempre stata la qualità del servizio, l'abbiamo perseguita avvalendoci di personale altamente qualificato e costantemente aggiornato

isobarico in cisterna, infatti già dal 1996 abbiamo acquistato la prima cisterna per il trasporto di liquidi in pressione come vini spumanti, birra, cocktail frizzanti e oggi siamo attrezzati nella nostra sede con un impianto di pressurizzazione che ci consente di fornire al cliente le cisterne già bonificate e pressurizzate pronte per il carico. Da oltre 50 anni consegniamo le merci dei nostri clienti come se fossero le nostre: con cura, attenzione, puntualità e competenza. I nostri mezzi vengono sottoposti a check up periodici e rinnovo costante e sistematico per garantire sicurezza e protezione della merce durante il trasporto e la

consegna».

Che cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«Il nostro valore aggiunto è sempre stata la qualità del servizio, l'abbiamo perseguita avvalendoci di personale altamente qualificato e costantemente aggiornato. Questo ci ha permesso di garantire una bassissima rotazione dei dipendenti e dei collaboratori di fiducia, che vantano una decennale esperienza. I nostri autisti sono il nostro biglietto da visita. Serietà e attenzione ai dettagli uniti a cortesia e correttezza ci contraddistinguono da sempre e sono le basi su cui abbiamo fondato una radicata pre-

senza sul mercato. Costantemente aggiornati sulle normative che regolamentano il settore dei trasporti, abbiamo formato una squadra efficiente e competente, soprattutto nel complesso settore alimentare».

Il vostro parco automezzi come è composto?

«Negli ultimi anni, con un occhio di riguardo per la sostenibilità, ci siamo impegnati a rinnovare costantemente il nostro parco mezzi e oggi possiamo vantare solo mezzi a bassissimo impatto ambientale con motorizzazioni euro 6 di ultima generazione e con una media di vita dei veicoli di appena cinque anni. La stessa politica è stata attuata anche nel parco semirimorchi e rimorchi con l'acquisto di mezzi sempre adeguati alle ultime soluzioni e novità in fatto di sicurezza sul lavoro e comfort al personale viaggiante. Per quanto riguarda le nostre cisterne, abbiamo puntato ad avere il massimo della varietà in modo da poter offrire diverse soluzioni alla clientela, infatti riusciamo a fornire dallo scomparto più piccolo da 2.600 litri fino alla cisterna con la portata massima da 33mila litri con varie combinazioni. La notevole varietà di proposta non punta solo sulla quantità ma soprattutto sui vari allestimenti che prevedono cisterne per trasporto di liquidi alimentari, liquidi infiammabili in regime ADR sempre di derivazione alimentare e trasporti in regime isobarico di vini spumanti, birre e varie bevande frizzanti. Riusciamo a garantire questi servizi in tutto il territorio nazionale e in tutta Europa».

Offrite solo trasporto su strada?

«Non ci siamo fermati al solo trasporto su strada, ma abbiamo ampliato la nostra gamma di servizi proponendo ai nostri clienti anche la possibilità di stoccare del vino presso la nostra sede, in cisterne di acciaio inox con una capacità massima di 2,2 milioni di litri. Ci siamo inoltre attrezzati anche con un magazzino dove possiamo depositare i prodotti finiti della nostra clientela prima che vengano spediti a destinazione».

Quali sono gli obiettivi per il futuro?

«Le prossime sfide che ci attendono volgono sempre a massimizzare la qualità del servizio garantendo sempre maggiore flessibilità e velocità di risposta nell'evadere le richieste. Senza perdere di vista questi obiettivi, il nostro prossimo traguardo è quello di ampliare la nostra clientela verso tipologie di prodotto finora poco esplorate e magari intensificare qualche rotta nei paesi europei dove al momento siamo poco presenti». ■ GA

I PIÙ PREMIATI

Serietà e attenzione ai dettagli contraddistinguono Marcon Autotrasporti da sempre e sono le basi su cui ha fondato una radicata e presenza sul mercato. L'azienda vanta una collaborazione costante e duratura con clienti fidelizzati, fornisce sempre un servizio dedicato e una particolare predisposizione a risolvere problemi e imprevedibili criticità.

Da diversi anni collabora con importanti aziende nel settore degli autotrasporti. «Europro Trading e G.T.I. (Gruppo Trasporti Internazionali) fanno ormai parte della nostra squadra e assieme a loro possiamo offrire ai nostri clienti una copertura di servizio a livello internazionale» sottolinea Paolo Marcon.



TRASPORTO BIRRA, VINI SPUMANTI E LIQUIDI ALIMENTARI ANCHE IN ADR

Da oltre 50 anni ci occupiamo di trasportare merce su strada, offrendo ciò che riteniamo sia fondamentale: serietà e puntualità, con cortesia e correttezza.

Movimentiamo merci generiche con i nostri mezzi centinati ma ci occupiamo soprattutto di trasporto di liquidi alimentari con le nostre cisterne isobariche ed isotermitiche.

Copriamo tutto il territorio eseguendo consegne in tutta Europa, dal 1996.

Siamo attrezzati per il trasporto in totale sicurezza di merci in ADR, sia nel settore alimentare che in quello industriale.



AUTOTRASPORTI

MARCON G. & C. SRL

TRASPORTI CON CISTERNE ALIMENTARI E CENTINATI



MARCON AUTOTRASPORTI

Via dell'Artigianato, 28 - 31047 Ponte di Piave (TV)

Tel. 0422 717648 - info@marconautotrasporti.it

www.marconautotrasporti.it

Dall'amore per la terra

La filosofia di produzione, l'attenzione ai dettagli e il rispetto per la terra sono ciò che eleva una cantina da semplice produttore a custode di un'eredità culturale: Vinicola Palamà, con il suo Metiusco, ne è un esempio eccellente

La vinificazione, con il suo insieme di pratiche attente e meticolose, ha un impatto decisivo sul sapore e sulla qualità finale del vino. Il modo in cui il vino viene fermentato, chiarificato, invecchiato e infine presentato al consumatore è il risultato di scelte tecniche e artistiche.

I produttori di vini di qualità hanno ciascuno una storia unica, spesso radicata in una profonda tradizione familiare e territoriale. Questi produttori non solo creano vini, ma coltivano e preservano una parte della cultura enologica del loro paese, contribuendo significativamente all'immagine e alla percezione del loro territorio a livello globale. Un esempio di eccellenza è rappresentato dalla Vinicola Palamà, che racchiude tre generazioni di viticoltori nati e cresciuti in Salento, a Cutrofiano. Sacrificio e voglia di eccellenza hanno cadenzato il lavoro di questa azienda che dal 1936 produce vino valorizzando le uve autoctone e collaborando con enologi che hanno preso a cuore un progetto entusiasmante come quello firmato Palamà.



Vinicola Palamà ha sede a Cutrofiano (Le)
www.vinicolapalama.it

In questa terra così ricca la passione ha indirizzato il lavoro verso vini sempre più ricercati, ma dall'inconfondibile sapore di casa. Oggi Michele, raccogliendo l'eredità fatta di fatica, sudore e ottimo vino, di nonno Arcangelo e papà Cosimo, sta dando alla Vinicola Palamà un volto nuovo, senza tradirne l'anima. Attraverso una rigorosa selezione di vitigni e siti, combinata con tecniche di viticoltura tradizionali, ha aumentato sempre più la qualità dei vini.

«I nostri vini sono ottenuti da vitigni propri del Salento, coltivati a spalliera e ad alberello: Negroamaro, Primitivo, Malvasia Nera, Malvasia Bianca e Verdeca, vinificati in purezza o in blend. Dalla vigna alla bottiglia, cuore e cura sono alla base di tutta la filiera. Mio padre Cosimo, Ninì per gli amici, ha utilizzato una tecnica specifica per la vinificazione dei rosati, tipica del nostro territorio, il salasso. Con l'annata 2024 abbiamo creato un filo conduttore su tutte le nostre bottiglie di rosato: produciamo i nostri tre monovitigno (Negroamaro per il Metiusco, Sussumaniello e Primitivo su altre due etichette, Ninì Palamà ed Egocentric) con la tecnica del salasso. E soprattutto oggi, periodo in cui il mondo del rosato sta

vivendo fortissime oscillazioni e la nostra terra sta cercando di adeguarsi al mercato che è in grande evoluzione, la forza della nostra cantina è stata quella di assicurare una qualità del prodotto costante, senza tradire il nostro stile produttivo, continuando a creare rosati da salasso, con colori molto intensi» spiega Michele Palamà.

L'amore per la terra si fa vino è il motto che muove i Palamà da tre generazioni e che si legge imperante entrando nello shop della Vinicola, prima di accedere al cuore pulsante dell'azienda: la cantina. Qui i serbatoi portano in grembo il vino nuovo e lo custodiscono come un tesoro, il profumo è quello del mosto e della vigna, l'atmosfera



ra quella dell'attesa.

L'entusiasmo che si respira è contagioso, palese la passione con la quale si porta avanti un lavoro che non è mai soltanto un mestiere. Ma se l'amore per la terra si fa vino, possiamo affermare che l'amore per il vino si fa eccellenza quando l'impegno e l'attenzione ricevono encomi e premi a livello internazionale. Questi vini non sono semplicemente bevande; essi racchiudono l'essenza di un particolare territorio, l'abilità del vignaiolo e le caratteristiche uniche delle varietà di uva utilizzate.

«Il Metiusco Rosato Palamà, più volte vincitore di concorsi nazionali e internazionali, tra cui per ben due volte miglior rosato in assoluto nei concorsi internazionali di Vinitaly, è la punta di diamante della nostra cantina, che custodisce preziosità vinicole delle più disparate, la bottiglia che dà più lustro al nome dei Palamà. Vinificato secondo la tecnica del salasso, è un vino di grande struttura, sorprendentemente fresco ed equilibrato. I rosati continuano in generale a farsi valere in Salento e quelli di Vinicola Palamà si presentano nella nuova annata con un'intensità unica e con la novità di un Primitivo, l'Egocentric, che sorprenderà e farà letteralmente innamorare chi apprezza i vini di qualità» afferma Michele Palamà.

Dalla vigna alla bottiglia, passione e cura sono alla base di tutta la filiera produttiva di questa azienda che cura ogni dettaglio per ottenere il meglio da ogni vigneto.

Del resto si sa che i produttori di vini migliori si distinguono non solo per la qualità delle loro etichette, ma anche per l'impegno nel preservare e promuovere la cultura vinicola. E i Palamà operano con la consapevolezza della responsabilità che hanno nei confronti del patrimonio viticolo e della comunità. Questo impegno è evidente nelle pratiche sostenibili che adottano, nella cura della terra e nel modo in cui ogni bottiglia racconta una storia di passione, dedizione e eccellenza. Hanno saputo mantenere un legame solido con la tradizione pur evolvendo in contesti di mercato in costante cambiamento.

Vinicola Palamà offre anche la possibilità di effettuare delle degustazioni, un'occasione per scoprire il mondo della cantina, la storia dei Palamà e naturalmente i suoi vini. «Utilizziamo una formula di accoglienza molto semplice e genuina. Siamo molto flessibili e le nostre degustazioni non hanno orari prestabiliti. Il turista può venire nella nostra cantina durante qualsiasi fase di lavorazione e assaggiare le nostre eccellenze. Si può visitare la cantina, i vigneti e seguire i nostri percorsi di degustazione con o senza cibo». ■ **Guido Anselmi**

I PREMI RICEVUTI

Nel corso degli anni Vinicola Palamà ha ricevuto prestigiosi attestati dalle più importanti manifestazioni nazionali e internazionali nel campo enologico, con riconoscimenti molto importanti. Tra i tanti riconoscimenti ricevuti dal Metiusco Rosato: Gambero rosso - 2 bicchieri rossi; Vinitaly - Gran Medaglia d'Oro - miglior vino in concorso; 5starwine - 95/100-miglior vino in concorso; VinoWay - 97/100-miglior vino in concorso; Berliner Wine Trophy - Medaglia d'Oro; Mundus Vini - Medaglia d'Argento; Concours Mondial de Bruxelles - Medaglia d'Oro; Mondial du rosé - Medaglia d'Argento.

LO STILE PRODUTTIVO

Creiamo rosati da salasso, che racchiudono l'essenza del Salento e le caratteristiche uniche delle varietà di uva utilizzate



PIZZOLATO

ORGANIC WINE



LACANTINAPIZZOLATO.COM

Qualità senza compromessi

Con Fabrizio Mazzocchetti scopriamo Tenuta del Priore e Col del Mondo, la linea produttiva della Tenuta che rende omaggio a un'esperienza trentennale, che porta con sé una storia fatta di coraggio imprenditoriale e radici familiari

L' Abruzzo non è fatto solo di quegli incantevoli panorami che dalle imponenti montagne degradano al mare attraverso i dolci e sinuosi movimenti delle colline, ma è una terra ancora in parte incontaminata che tanto può dare in termini di generosi frutti, come con grande lungimiranza capì anzi tempo, alla fine degli anni Sessanta, Antonio Mazzocchetti, che qui, precisamente a Collecervino, nell'entroterra di Pescara, con grande caparbia e tenacia realizzò il suo sogno: la Tenuta del Priore. Un sogno che ha continuato a portare avanti grazie al prezioso aiuto del figlio Fabrizio, da sempre al suo fianco.

«Insieme, mio padre e io abbiamo domato una realtà spesso dura e a tratti anche amara: quotidianamente, infatti, si devono combattere battaglie su più fronti, quello del clima ma anche quello dei mercati altalenanti, battaglie che portano al dispendio di sudore e lacrime, ma che al tempo stesso danno senso alla nostra comune passione: vedere crescere i vigneti e nascere frutti che diventano vini di qualità» racconta Fabrizio Mazzocchetti, riconosciuto e stimato enologo oggi alla guida della Tenuta Priore. Fabrizio Mazzocchetti ha coronato il sogno del padre Antonio: quello di portare Tenuta del Priore non solo a rappresentare il territorio e i suoi frutti, ma anche a legare a filo doppio una famiglia alle terre che l'hanno originata. Fabrizio dopo la laurea in Enologia a Firenze, si butta nel mondo del lavoro con coraggio e serietà. «Mi piacciono le sfide. Non ho voluto seguire la via più facile, quella di entrare subito nella Tenuta di famiglia. Sono partito verso terre lontane, sia per distanza che per cultura, terre in cui le persone sono tutte di un pezzo, gente abituata al duro lavoro e con una elevata cultura enogastronomica».



Tenuta del Priore ha sede a Collecervino (Pe)
www.tenutadelpriore.it

Fabrizio Mazzocchetti si ferma in Alto Adige presso la famosa cantina di San Michele Appiano guidata dal grande Hans Terzer, che diventa anche suo padre enologico. Fin da subito dà il massimo, è da solo all'inizio, ma presto si fa apprezzare per la voglia di fare, per le sue conoscenze tecniche, per la passione e per il suo lato umano. In poco tempo si integra nel gruppo e viene stimato e accolto.

«Dopo soli due anni mi è stata fatta un'allettante proposta lavorativa, ma proprio in quel momento, dopo aver dimostrato quanto valevo anche fuori dall'orbita paterna, ho capito che era arrivata l'ora di raccogliere il grande bagaglio di esperienze fatte e di trasferirle e applicarle alla Tenuta del Priore. Era giunto il momento di tornare a casa per dare quel valore aggiunto che

prima non avrei potuto dare. E così, sono entrato in azienda con idee molto chiare: con l'intento di trasformare la produzione puntando massicciamente sulla qualità e sulla valorizzazione dei vitigni autoctoni abruzzesi. Mio padre, capendo e condividendo il disegno che avevo in mente, mi ha lasciato lo spazio necessario per realizzarlo. Ho puntato fin da subito su nuovi sistemi di coltivazione. I vecchi, cari tendoni vengono estirpati a favore dei filari che garantiscono rese differenti e livelli superiori di qualità. Non è stato sicuramente facile decidere di

cambiare il sistema di coltivazione di 70 ettari di terra, è stata una scelta drastica e coraggiosa al tempo stesso. «Da questi nuovi impianti hanno preso forma vini moderni, maturati dalle uve coltivate tra i sassi bianchi supportati da limi e argille, negli impianti a cordone speronato e guyot, sulle colline a un'altitudine di circa 300 metri sul livello del mare. Vini che di stagione in stagione incontrano sempre più i gusti e il consenso degli appassionati». Il suo ingresso in azienda è all'insegna della valorizzazione massiccia delle varietà autoctone abruzzesi, in primis il Montepulciano.

Constatando le grandi qualità del figlio, nel giro di cinque anni Antonio affida gran parte della società a Fabrizio, che dimostra una gestione attenta, lungimirante, incentrata sempre e solo sulla qualità delle uve, che conduce in maniera diretta e senza compromessi alla qualità del vino.

Altri dieci anni di intenso lavoro e il passaggio generazionale è completo, Fabrizio enologo e direttore della Tenuta del Priore porta con sé un bagaglio di cultura, esperienza fatta sul campo, sia in vigna che in cantina, grande passione e umanità.

La Tenuta del Priore è soprattutto un grande nucleo familiare in cui la famiglia di origine si va a circondare e a completare con persone amiche che ogni giorno collaborano e lottano per gli stessi obiettivi.

«Metanolo, crisi finanziarie, pandemia, guerre, crisi energetiche, siccità e importanti ed estese malattie della vite, i cinquant'anni di storia percorsi da Tenuta del Priore hanno visto molti momenti di crisi mondiale che hanno portato sconvolgimenti nei mercati internazionali in generale e forti modulazioni dei mercati del vino in particolare, ma Tenuta del Priore, forte della qualità dei suoi vini e con la forza d'animo che la caratterizza, ha tenuto duro e oggi si presenta sul mercato con tante idee e con la solita passione che ne costituisce le fondamenta».

Antonio nel frattempo, dopo oltre 50 anni, continua quotidianamente a sognare, a combattere e a passeggiare tra i vigneti che sono cresciuti con lui, e a sostenere e accompagnare Fabrizio nella realizzazione dei propri sogni.

■ Beatrice Guarnieri



LA LINEA FATTORE

L'ingresso in azienda di Fabrizio Mazzocchetti è all'insegna della valorizzazione massiccia delle varietà autoctone abruzzesi, in primis il Montepulciano. Non a caso, il Col del Mondo Fattore Montepulciano è tuttora il vino più simbolico nonché quello maggiormente rappresentativo del territorio e delle tradizioni abruzzesi. Fin da subito, però, per ragioni sia legate alla tradizione che al mercato, Fabrizio ha compreso che il Montepulciano doveva essere accompagnato da Trebbiano e Cerasuolo. Nella Linea Fattore (come per Kerrias), tutte le uve provengono dai vigneti di proprietà che si estendono per oltre 60 ettari. Sono raccolte esclusivamente a mano in piccole cassette per non danneggiarle e provengono da vigneti che sono stati selezionati nei decenni di attività per portare in bottiglia vini che possano dare grande soddisfazione da subito e contemporaneamente sfidare il tempo.

LA GESTIONE DI FABRIZIO

Attenta, lungimirante, incentrata sempre e solo sulla qualità delle uve che conduce in maniera diretta e senza compromessi alla qualità del vino



Professionalità ed Esperienza nel mondo degli Additivi, dei Coadiuvanti e delle Biotecnologie Enologiche e la voglia continua di proporre qualcosa di nuovo e dinamico, con il giusto approccio tecnico alle richieste del mercato.

Non esistono problemi né necessità standard per questo, siamo sempre in ascolto delle idee dei Clienti ed attenti alle loro necessità: comprenderle, elaborarle e trasformarle in soluzioni concrete, questo è il nostro obiettivo.

Noi di ALEA Evolution cerchiamo di rendere possibile la magia della produzione del vino, stando al fianco dei nostri clienti in tutte le fasi della vinificazione: supportandoli secondo le diverse necessità, al fine di una ottimizzazione dei processi produttivi e di un miglioramento della qualità del prodotto finito.

Il nostro obiettivo è diventare partner-chiave di tutti coloro che sono alla continua ricerca di nuove tecnologie e idee al fine di ottimizzare e migliorare i processi di produzione e raggiungere nuovi standard qualitativi.

Il nostro impegno a fornire un supporto tecnico puntuale e altamente specializzato è ciò che ci consente di trasformare in soluzioni concrete le idee e le necessità dei nostri clienti. Come le 6 facce del dado, presente nel nostro logo, la nostra filosofia aziendale si basa su 6 valori fondamentali: Tradizione, Passione, Attenzione al Cliente, Precisione, Miglioramento continuo e Qualità.

In affiancamento alla gamma di prodotti ALEA Evolution,

proponiamo un servizio di ricerca e sviluppo di soluzioni create in base alle vostre specifiche esigenze, garantendo sempre elevati standard qualitativi grazie al Laboratorio Qualità Interno e alle competenze tecniche del nostro Staff.

ALEA Evolution ha deciso di aderire ai più elevati Standard internazionali, conseguendo le Certificazioni BRCGS e IFS Food, al fine di offrire un costante impegno nei confronti della sicurezza, della qualità e del rispetto delle norme che regolano il Settore Agroalimentare.

ABBIAMO IL VINO NEL NOSTRO DNA



ALEA - EVOLUTION - COM

L'Etna e le sue migliori etichette

Teatro di una viticoltura audace che regala vini autentici ed espressivi, chi si avvicina ai "vini del Vulcano" si appropria a vini che hanno costruito la loro identità all'interno del dinamico e sempre mutevole terroir dell'Etna e perciò sono valorizzati dall'omonima denominazione. I vini dell'Etna sono figli di questa terra estrema e ne portano nel calice la natura intransigente che li rende unici. Un piccolo territorio capace di produrre grandi eccellenze, quanto più resta fedele a se stesso e ai suoi vitigni. Aspetti ben noti già al fondatore Francesco Nicosia, quando nel lontano 1898 decise di aprire la prima cantina a Trecastagni, sul versante orientale dell'Etna. Tempi d'oro per il vino dell'Etna che già allora era conosciuto e apprezzato in tutta Europa per la sua forza minerale e la sua "vulcanica" personalità.

Oggi Tenute Nicosia, una delle realtà vitivinicole più importanti della zona che ruota attorno al parco dell'Etna, è un'azienda dinamica, moderna ed efficiente, capace di guardare al futuro nel pieno rispetto della tradizione, alla cui guida Carmelo Nicosia è affiancato dai due figli, Francesco e Graziano. Grazie alla passione della famiglia Nicosia e di una squadra affiatata che comprende anche l'enologa Maria Carrella, nome di punta tra le Donne del Vino in Sicilia, l'azienda è stata recentemente inserita da Forbes tra le 100 realtà del vino italiano più iconiche.

La sede delle operazioni di vinificazione è a Trecastagni, dove c'è la cantina con tanto di barriera sotterranea. Vicino si trova la tenuta di Monte Gorna con i suoi tipici terrazzamenti lavici dove crescono i vitigni autoctoni del vulcano. Altri terreni si estendono sull'intero versante Est del vulcano, ed altri ancora si trovano a Vittoria (Ragusa), zona di produzione del Cerasuolo Docg, a Noto (Siracusa) e nel resto della Sicilia.

Come sono i vini delle Tenute Nicosia?

«Sono un inno alla Sicilia più profonda, al suo clima mediterraneo, alla generosità delle sue genti, al carattere indomito ed esuberante del vulcano Etna, che è insieme natura potente e forza rigeneratrice. Sono prodotti con uve coltivate secondo i più avanzati principi di viticoltura sostenibile nei vigneti dell'Etna, di Vittoria e di Noto, da pregiate varietà che trovano nell'Isola un terroir ideale, con espressioni di rara eccellenza e piacevolezza».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Innanzitutto la nostra capacità di coniugare tradizione e sguardo rivolto al futuro, avvalendoci degli insegnamenti dei nostri predecessori e portando avanti i loro valori, unendoli con le tecnologie all'avanguardia di cui oggi disponiamo, mantenendo un occhio di riguardo per la sostenibilità e alla tutela della biodiversità. È un legame fortissimo quello che ci lega al nostro territorio, a partire dalla va-

Graziano Nicosia ci accompagna tra i suoi vigneti, attraverso i terrazzamenti in pietra lavica, e nella sua storica cantina che punta sempre più alla sostenibilità e al metodo classico



SOSTENIBILITÀ

La nostra produzione è interamente orientata alla tutela dell'ambiente e della biodiversità, al risparmio idrico ed energetico e al rispetto assoluto della materia prima

lorizzazione dei vitigni autoctoni e alla salvaguardia dell'ambiente in cui essi crescono, per dare vita a vini di grande personalità».

Cosa vi ha portato a puntare sullo spumante?

«La prima annata dei nostri spumanti metodo classico risale al 2011, quando anche questa tipologia è stata inserita nel disciplinare della Doc Etna. L'Etna è un territorio particolarmente vocato alla produzione di metodo classico, sia per la sua origine vulcanica, sia per l'altitudine dei vigneti, che dà una particolare acidità alle uve, infine per la qualità dei vitigni Nerello Mascalese e da Carricante. A differenza di altre denominazioni molto blasonate, l'Etna ha la peculiarità che permette

di fare spumante metodo classico da vitigni autoctoni, non da Pinot nero o Chardonnay».

Nei confronti della sostenibilità quali accortezze seguite?

«Tenute Nicosia ha sposato i principi del biologico e della viticoltura sostenibile per coniugare tutela ambientale e sicurezza alimentare. Attraverso le più avanzate tecniche di viticoltura di precisione, l'azienda è riuscita ad abbattere l'impiego di agrofarmaci e fertilizzanti. Abbiamo scelto, inoltre, di rendere misurabile e trasparente agli occhi del consumatore il nostro approccio eco-friendly nella produzione in vigna e in cantina grazie alla Certificazione VIVA, il più avanzato progetto di sostenibilità nella vitivinicoltura in Ita-

lia che mira a migliorare le prestazioni di tutela ambientale e risparmio energetico attraverso l'analisi di quattro indicatori fondamentali: territorio, aria, vigneto e acqua. Facciamo anche parte del progetto tutto siciliano di SOStain, col suo decalogo di pratiche virtuose per la sostenibilità. La nostra produzione è interamente orientata alla tutela dell'ambiente e della biodiversità, al risparmio idrico ed energetico e al rispetto assoluto della materia prima».

Quali sono le novità del 2025?

«Abbiamo inserito nella nostra gamma di prodotti un nuovo spumante, facente parte del-



Graziano Nicosia, titolare di Tenute Nicosia con sede a Trecastagni (CT) - www.cantineticosia.it

la nostra collezione Sosta Tre Santi, ossia un Carricante che sosta ben 60 mesi sui lieviti. Lo presenteremo al Vinitaly di Verona, insieme alle nuove annate dei 'cru' Etna Doc di contrada Monte Gorna e di Monte San Nicolò. Abbiamo, inoltre, compiuto una vera rivoluzione su alcuni packaging rendendoli più sostenibili. Alcune bottiglie diminuiscono il loro peso in modo da avere proprio un impatto più sostenibile».

Quali esperienze enoturistiche offrite?

«Offriamo la possibilità di partecipare a visite guidate presso la cantina di Trecastagni e nei vigneti, con particolare attenzione alle vigne di Monte Gorna con i suoi tipici terrazzamenti a secco in pietra lavica, la sua imperdibile vista sulla costiera ionica e un palmento ottocentesco molto suggestivo. I nostri visitatori possono partecipare a svariate degustazioni, anche personalizzate, e scoprire la cucina siciliana in abbinamento ai vini nella nostra Osteria in cantina». ■ BG

I PIÙ PREMIATI

Vulkà Etna Rosso, blend di Nerello Mascalese e Nerello Cappuccio, è un'interpretazione autentica del terroir etneo, ma capace di coniugare eleganza e bevibilità. L'energia vitale dell'Etna si ritrova in questo vino a cui l'origine vulcanica e l'altitudine dei vigneti conferiscono grande mineralità e un carattere straordinario. Medaglia d'oro ai Decanter World Wine Awards e Top Wine Best Buy sull'edizione 2025 della guida Slow Wine.

Etna Brut 2020 Il Sosta Tre Santi Etna Doc Brut è il frutto di un lungo e accurato processo produttivo. Sono necessari 36 mesi di affinamento sui lieviti in bottiglia per arrivare a produrre uno spumante capace di rappresentare, in maniera autentica, le caratteristiche uniche del Nerello e del terroir etneo. Da quattro anni è tra i 5 Grappoli di Bibenda.

Nelle Langhe alla ricerca di suggestioni e novità

«Arte, cibo e vino parlano direttamente al cuore, si nutrono di curiosità, stimolano i sentimenti e nascono da gesti creativi». L'identità dell'azienda raccontata da Roberta Ceretto

La famiglia Ceretto è tra i maggiori proprietari di vigneti in Piemonte, quasi 200 ettari di proprietà situati principalmente nelle aree più pregiate di Langhe e Roero, comprese le Docg Barolo e Barbaresco. Ma Ceretto è stata anche una delle prime aziende vinicole piemontesi ad aver investito nell'immagine dei propri vini, collaborando con noti designer per le sue etichette, e a impegnarsi nell'enoturismo.

Arte, alta cucina, viticoltura: quando è nata questa complessa e poliedrica realtà?

«La casa vinicola Ceretto nasce negli anni 30 da un'intuizione di mio nonno Riccardo. In quel periodo le Langhe erano un territorio poco affascinante dove la gente faticava a mettere insieme il pranzo con la cena. Assunto come autista in una casa vinicola, capì che quello poteva diventare il suo mondo. Così iniziò la sua attività autonoma acquistando uve e producendo i primi vini. Chi però ha riscritto i parametri della Ceretto, trasformandola in ciò che ora si conosce, sono stati i figli Bruno e Marcello, rispettivamente mio padre e mio zio. Per loro era doveroso acquistare i terreni, migliori, e puntare sulla qualità. Avevano in mente le vigne di Borgogna, dove da molti secoli si produceva vino eccellente grazie a un modello che teneva conto delle peculiarità di ciascun vigneto- e infatti ancora oggi si indica con il termine francese cru. Negli anni 60 Bruno e Marcello cominciarono a mappare i terreni da cui venivano i vini migliori e ad acquistare i vigneti. Poi negli anni 80 circa si aprirono ai vini bianchi, prima col Moscato nel 76, che decreta un ritorno all'origine, e poi nell'85 con il nostro prodotto più iconico, il Blangè, un Arneis del Roero. Dal 2000 cominciarono le sfide nel campo della ristorazione e dell'arte. La nostra generazione è intervenuta in modo significativo per una gestione più sostenibile della vigna, curata ma nel rispetto della natura e dei nostri collaboratori».

Che ruolo svolge l'arte nella definizione dell'identità della vostra azienda?

«Arte e alta gastronomia sono ormai pilastri della famiglia Ceretto, supportano



LE CANTINE CERETTO

Un salotto di casa dove accogliere amici e appassionati per fargli vivere momenti indimenticabili e comunicare loro la passione per il lavoro

e fortificano la percezione di cosa facciamo, sempre nel segno della qualità e del rispetto del prodotto e del territorio. L'arte ci appassiona e in questi anni ci ha permesso di dare valore simbolico a luoghi che difficilmente sarebbero stati scoperti. L'arte aggiunge bellezza a paesaggi già meravigliosi e ha saputo creare aggregazione e coinvolgimento. Di base però l'arte e soprattutto gli artisti sono persone che amiamo per la capacità che hanno di donare uno sguardo e un punto di vista inconsueto alla nostra quotidianità. Un profondo interesse verso l'architettura che, come l'arte contemporanea, sa valorizzare luoghi già di per sé straordinari ci ha portati a investire molto anche in settori apparentemente molto distanti da quello enologico, per il piacere della condivisione e della promozione culturale. Alcuni di questi progetti con gli anni hanno fatto scuola e si sono affermati come veri emblemi del territorio, diventando tappe ambite per i turisti che giungono nelle Langhe alla ricerca di suggestioni e novità».

Dalle visite e degustazioni in cantina, fino alla ristorazione e all'alta ristorazione: che cosa significa per

no consolidando nel vostro settore?

«Vedo nel futuro una ricerca sempre più forte di concretezza e qualità. Innegabilmente si beve meno, vuoi per scelte più salutistiche o per leggi più severe, ma ormai il cliente è informatissimo e curiosissimo sull'origine del prodotto. La qualità e il rigore sono premianti».

Qual è la sua percezione del panorama internazionale del vino in questo momento?

«Sembra una fiction, ogni giorno vengono annunciati nuovi dazi e sanzioni. Noi possiamo solo stare a guardare l'evolversi delle cose e come anche in altre situazioni (vedi le intemperie che ormai si accaniscono sulle produzioni mutilandole) reagire con fermezza, responsabilità e senza farsi prendere dal panico».

Pensa che le aziende italiane debbano crescere maggiormente all'estero o puntare sul nostro territorio?

«Da sempre il nostro mercato preferito è l'Italia, per scelta, e questo ci ha sempre gratificato, ancora di più oggi vendendo con ciò che accade attorno a noi».

Su quali obiettivi state puntando oggi?

«Oggi lavoriamo per mantenere la qualità sempre al massimo con scelte rigorose in vigna. Stiamo investendo molto tempo e risorse in due progetti d'accoglienza che si concretizzeranno a breve. A giugno 2025, per i suoi 20 anni, Piazza Duomo si amplia con una sala da pranzo che accoglierà come a casa gli ospiti e vedrà lo chef Enrico Crippa cucinare e condividere coi suoi commensali la creazione del pranzo. Ancora un anno e apriremo il ristorante tra le vigne delle Brunate a La Morra, a fianco della celebre Cappella del Barolo. Qui vogliamo creare un luogo di sosta per gli appassionati di grandi vini che di fronte ad un panorama mozzafiato potranno scegliere tra molte proposte di etichette, soprattutto di Langa».

■ **Francesca Druidi**

Roberta Ceretto, presidente Aziende Vitivinicole Ceretto

voi ospitalità?

«I nostri bisnonni gestivano una locanda a Valdivilla e quindi credo sia nel nostro Dna il concetto di ospitalità. Noi siamo orgogliosi del nostro lavoro e del nostro territorio. Vino e buona tavola sono da sempre alleati. Pensiamo alle nostre cantine come al salotto di casa dove accogliere amici e appassionati per fargli vivere momenti indimenticabili e comunicare loro la passione per il lavoro».

Quali abitudini di consumo si stan-





**Le vostre bottiglie
sono in buone mani**





Gtr Logistica Srl è una startup del settore trasporti nata nel 2022, con particolare attenzione al mondo dei prodotti alcolici, birre e vini: una nuova realtà in provincia di Asti, che del beverage è uno dei territori più rappresentativi in Italia. E proprio per supportare un'eccellenza del made in Italy, la nostra missione è offrire un servizio altrettanto eccellente in ogni fase della catena di distribuzione. Per questo motivo, offriamo diversi servizi che spaziano da soluzioni di magazzinaggio alla gestione del picking fino alla distribuzione con un sistema logistico efficiente che garantisce tempi di consegna rapidi e precisi.

In particolare, Gtr Logistica gestisce in modo integrato e con strumenti avanzati la gestione dei vostri ordini, rendendo disponibili i prodotti in ogni momento. Ci occupiamo anche del mercato digitale per gli acquisti sotto soglia comunitaria di beni, servizi e lavori di manutenzione: è un mercato digitale per gli acquisti di beni e servizi dove le imprese richiedono l'ammissione ai bandi attivi e le Pubbliche Amministrazioni pubblicano i propri appalti specifici. Un altro aspetto di cui ci occupiamo è la bollinatura: realizziamo la stampa e la bollinatura e l'eventuale etichettatura personalizzata delle vostre bottiglie. Infine, gestiamo direttamente i trasporti nazionali e internazionali inerenti alla vostra merce in arrivo o in partenza dai nostri depositi fiscali.

Siamo specializzati in trasporti sia a livello nazionale che internazionale, offriamo assistenza specializzata in ambito doganale con focus per quanto concerne i prodotti alcolici, vini e birre soggetti ad accisa (destinatario registrato, spedite registrato e deposito fiscale in partnership con altri operatori del settore).

Gtr Logistica Srl

Via Regione Taverne, 2
14018 Villafranca d'Asti (At) - Tel. 342 16 49 395

www.gtrlogistica.com - info@gtrlogistica.it

Un viaggio lungo più di un secolo

Il Moscato è da sempre il protagonista della produzione della Cantina Toso, un vitigno che ha segnato la storia dell'azienda che, generazione dopo generazione continuando a investire nella qualità e nella ricerca, si posiziona tra le più importanti realtà vinicole piemontesi

La storia della famiglia Toso affonda le radici nella tradizione vitivinicola piemontese e si evolve nel segno della ricerca e dell'innovazione. Le sue origini si sono intrecciate da oltre 100 anni alla tradizione piemontese del vino, con un approccio sempre attento alla sperimentazione e alla ricerca di nuove sfide. «Il nostro bisnonno Vincenzo Toso nel 1910 trasferì la sua attività dall'astigiano, terra vocata al vitigno Barbera, a Santo Stefano Belbo, nel cuneese, dove le colline erano invece vestite dai filari del Moscato. Qui, sulle colline delle Langhe - racconta Gianfranco Toso - comprese il potenziale straordinario di questo vitigno aromatico e decise di dedicare la sua attività alla sua valorizzazione. Ed è proprio in queste zone che l'attività di famiglia avrebbe messo radici durature». Generazione dopo generazione Cantine Toso ha investito costantemente nella qualità e nella ricerca. Oggi è una delle più importanti realtà vinicole piemontesi, con una produzione complessiva di circa 25 milioni di bottiglie l'anno e un fatturato di circa 45 milioni di euro in linea con il 2023, di cui 65 per cento è legato alla



Gianfranco Toso, amministratore delegato Cantine Toso

voce export.

Come si è evoluta la storia dell'azienda?

«A Vincenzo successe il figlio Pietro e poi i suoi due figli Luigi e Vincenzo, prose-

guendo un tragitto familiare che ogni volta si arricchiva di spunti nuovi e qualificati. Poco per volta, il Moscato d'Asti e l'Asti Spumante sono diventati i veri protagonisti della nostra produzione. Dal 1993, con l'aumento della produzione e la necessità di disporre di impianti più moderni, l'azienda si è trasferita definitivamente nell'attuale sede di Cossano Belbo. È stato il passo decisivo per costruire un'azienda che resta profondamente radicata nella tradizione ed è contemporaneamente proiettata verso il futuro, guidata oggi dalla quarta generazione della famiglia. Insieme a me, mio fratello Pietro e nostro cugino Massimo. Generazione dopo generazione, abbiamo continuato questo percorso, investendo costantemente nella qualità e nella ricerca».

Qual è la vostra filosofia produttiva?

«La nostra filosofia produttiva si basa su un equilibrio perfetto tra tradizione e innovazione. In una grande terra da vino come il Piemonte e in un territorio particolarmente vocato com'è quello delle Langhe, abbiamo saputo condividere e conservare in oltre un secolo di attività i caratteri più autentici del territorio: la collina, il clima freddo e temperato e i vitigni autoctoni come il Moscato. Questi elementi danno un

contributo di originalità alla produzione e sono essenziali per produrre vini di qualità e piacevolezza, sempre al passo con i tempi. Su questi tratti si è innestata l'esperienza maturata in quattro generazioni, la passione per un'attività tramandata di padre in figlio, che si coltiva, come la vite, grazie all'apporto di tutte le persone che fanno parte della squadra: il viticoltore, con la sua intelligenza e la sua sensibilità, è fondamentale nelle vigne, perché conosce gli umori della terra, le alternanze del cielo e sa interpretare il comportamento di ogni pianta per produrre la migliore uva. Gli esperti cantinieri e i tecnici seguono la trasformazione dell'uva in vino e lo accompagnano con esperienza e professionalità fino al suo massimo compimento. È in questa parte del lavoro che la tecnologia diventa fondamentale per soddisfare la voglia costante di sperimentare e innovare. Credo fermamente che la qualità di un vino nasca innanzitutto dalla vigna. Per questo motivo, la cantina lavora a stretto contatto con oltre 130 viticoltori conferenti seguendo attentamente ogni fase della coltivazione. Dopo la raccolta, le uve vengono sottoposte a rigorosi controlli fisico-estetici e analitici prima di iniziare il processo di vi-



GAMONDI

Capolavoro liquoristico piemontese, è riconosciuto per l'eccellenza e l'autenticità dei suoi prodotti e protagonista di un nuovo concept "Artists of the Italian Aperitivo" che celebra l'arte della miscelazione e l'unicità dell'aperitivo all'italiana

SOSTENIBILITÀ

Cantine Toso ha adottato una politica ambientale ambiziosa, che prevede l'uso di energie rinnovabili, la riduzione degli sprechi e un controllo rigoroso su tutta la filiera produttiva. Per un'azienda che da sempre si occupa della trasformazione di prodotti agricoli preziosi come le uve, il rispetto del territorio è un impegno imprescindibile che si riflette non solo su tutte le fasi del processo produttivo, ma in ogni comportamento e scelta delle persone che lavorano in azienda. «Abbiamo sviluppato nel tempo una politica aziendale green: a partire dalle infrastrutture fino al prodotto finito, tutto è fatto seguendo alcuni principi di sostenibilità. Negli ultimi anni - rende noto Gianfranco Toso - abbiamo intrapreso una strada volta al risparmio energetico per rispettare l'area in cui operiamo: si è scelto di abbandonare l'uso di combustibili minerali a favore dell'utilizzo di una caldaia a biomassa alimentata da scarti di lavorazione o delle potature degli alberi. Questa caldaia ha ridotto a un quarto il consumo di gas e viene utilizzata per scaldare gli ambienti lavorativi ma anche per mettere in moto altri macchinari. Rientrano nel piano di risparmio energetico anche l'installazione di tre impianti fotovoltaici che forniscono energia per il 50 per cento del consumo aziendale, riducendo la dipendenza esterna di energia elettrica e consentendo di evitare ogni anno l'emissione di tonnellate di anidride carbonica nell'atmosfera. Inoltre, grazie ad un sistema di supporto di monitoraggio dei consumi, si sono potuti individuare quei punti in cui era possibile un miglioramento, intervenire e ridurre ulteriormente i consumi. Abbiamo infine una serie di certificazioni ambientali, per il risparmio energetico ma anche per la gestione dei rifiuti».



10 mln

Bottiglie

Sono destinate all'export, che rappresenta il 65 per cento del fatturato di Cantine Toso

nificazione. La cantina dispone di attrezzature all'avanguardia che permettono di monitorare ogni fase della trasformazione dell'uva in vino, riducendo al minimo l'intervento chimico e preservando al massimo le caratteristiche organolettiche del prodotto».

Su quali vini del territorio puntate?

«Oltre al Moscato, Toso ha sviluppato un'ampia gamma di vini del territorio piemontese, puntando su varietà autoctone che raccontano la ricchezza della tradizione enologica della regione. La stessa passione si esprime anche nella produzione del Brachetto. Oltre agli spumanti, proponiamo oggi un'ampia gamma di vini del territorio, tra cui Dolcetto, Barbera e Nebbiolo. Ai vini si aggiunge la produzione dell'Amaro Toccasana, l'originale liquore delle Langhe prodotto con ben 37 diverse erbe, nato nel 1970 ad opera dell'erborista Teodoro Negro. Nel nostro portfolio anche la gamma Gamondi, storico e prestigioso marchio paladino della tradizione più autentica del Vermouth di Torino, fedele alla ricetta tradizionale dell'Ottocento. Oggi questo capolavoro liquoristico piemontese è leader degli aperitivi, riconosciuto per l'eccellenza e l'autenticità dei suoi prodotti e protagonista di un nuovo concept "Artists of the Italian Aperitivo" che celebra l'arte della miscelazione e l'unicità dell'aperitivo all'italiana. A differenza dei principali concorrenti, spesso focalizzati su un solo prodotto, Gamondi si distingue come l'unico attore di rilievo a offrire la gamma più completa e di alta qualità. L'impiego di mate-

rie prime prestigiose e di grande qualità e l'applicazione di sistemi di lavoro rispettosi degli ingredienti in lavorazione e dei loro caratteri caratterizzano l'unicità della linea Gamondi: all'ultima novità Aperitivo Pink Citrus si affiancano Bitter, Aperitivo Agrumi Mediterranei, Aperitivo Fiori di Sambuco, Vermouth di Torino Superiore Rosso e Bianco, Amaro, Sambuca, Crème de Cassis. Perfetto mix tra modernità e storia, sono prodotti autentici e genuini dove l'artigianalità e la selezione delle materie prime valorizzano un processo produttivo unico e tradizionale».

Quale valore riveste per voi la tecnologia?

«La tecnologia rappresenta per noi un alleato imprescindibile per garantire qualità del prodotto ed efficienza produttiva. Senza lasciare nulla al caso o all'evoluzione spontanea, è con la tecnologia che, dalla vinificazione all'imbottigliamento, individuiamo strade nuove e procedimenti razionali in un processo di miglioramento continuo, con l'obiettivo sempre chiaro dell'eccellenza, per una cantina 4.0 dove si eseguono costantemente controlli, anche in quantità superiore rispetto a quelli previsti per legge. In azienda tutto è meccanizzato e la tecnologia agevola le operazioni fondamentali per ottenere prodotti di alta qualità, oltre a soddisfare le più severe normative della sicurezza alimentare. Negli ultimi anni, abbiamo investito oltre 4 milioni di euro per modernizzare la nostra cantina, introducendo un sistema produttivo 4.0. Il reparto di imbottigliamento è dotato di macchine avanzate che garantiscono il massimo controllo sulla qualità del prodotto finito, mentre un magazzino automatizzato consente di gestire in modo più efficiente lo stoccaggio e la distribuzione».

L'export nell'Europa dell'Est valeva il 20 per cento del totale delle esportazioni: su quale strategia avete puntato per superare questo particolare momento?

«Abbiamo una forte vocazione internazio-

nale, l'export vale per noi il 65 per cento del fatturato ed esportiamo circa 10 milioni di bottiglie l'anno. I mercati stranieri per noi più forti negli anni passati erano nell'area Russia, Ucraina e Paesi limitrofi: qui esportavamo oltre 6 milioni di bottiglie. Il conflitto Russia-Ucraina ha avuto per noi gravi ripercussioni in termini di volumi e la generale instabilità geopolitica sta avendo conseguenze significative: in Russia oggi i problemi sono legati all'embargo, al blocco dei pagamenti e dei trasporti e alla svalutazione del rublo; l'Ucraina è mercato in forte incertezza; il Kazakistan, non è direttamente coinvolto nel conflitto ma ci sono grosse complicazioni di natura logistica: per poterci arrivare si dovrebbe attraversare Ucraina e Russia (sia muovendosi su strada che su rotaia) e, ora che ciò è impossibile, perciò i trasportatori devo-

no compiere viaggi molto più lunghi evitando i Paesi coinvolti nel conflitto. Ma siccome è nel nostro Dna affrontare le sfide con ottimismo, abbiamo reagito immediatamente con una strategia attenta che si è mossa su due linee: consolidare mercati storici e strategici europei come Francia, Belgio e Svizzera e sostenere la crescita delle vendite in Polonia ed Europa del Nord. In parallelo, abbiamo iniziato ad esplorare nuovi mercati asiatici come Corea, Cina, Giappone e Vietnam, fortemente attratti dai prodotti made in Italy».

Quali sono i vostri obiettivi per il futuro?

«Continueremo ad investire nella ricerca, nella qualità e nella valorizzazione del territorio, mantenendo intatta la passione e la dedizione che ci contraddistinguono da oltre un secolo. Dopo anni complessi che hanno visto contrazioni dei mercati a causa prima del lockdown per la pandemia, l'aumento dei costi delle materie prime e degli imballaggi, i conflitti e la minaccia dei dazi negli Usa, i nostri obiettivi futuri sono consolidare ulteriormente la presenza nei mercati internazionali più strategici e avviare di nuovi. Continuerà il nostro impegno nella sostenibilità e innovazione, con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per l'innovazione nel settore vinicolo. Come ci ha insegnato Einstein, nulla si crea, nulla si distrugge ma tutto si trasforma. Un concetto semplice ma che è bene guidi le azioni di tutti, anche e soprattutto di un'azienda vitivinicola: è importante mantenere un buon rapporto con l'ambiente in cui si opera e non inquinare. Emissioni o scarichi idrici potrebbero incidere sulla materia prima e quindi sulla qualità del prodotto finito».

■ CG



ATTREZZATURE ALL'AVANGUARDIA

Permettono di monitorare ogni fase della trasformazione dell'uva in vino, riducendo al minimo l'intervento chimico e preservando al massimo le caratteristiche organolettiche del prodotto

Un territorio antichissimo, che i romani chiamavano Terra dei Lupi, l'Irpinia è un mondo a sé, dove si alternano vigneti, castagneti, borghi medievali e monumenti millenari. Ed è proprio qui, precisamente a Sorbo Serpico, un paese in provincia di Avellino, che la famiglia Capaldo – di cui Antonio, con la moglie Ella, rappresenta la seconda generazione – ha dato vita a Feudi San Gregorio, un'azienda sostenibile in termini non solo ambientali, ma sociali ed economici. Un'azienda che traina le sorti del sistema vitivinicolo del Sud, con oltre 30 milioni di fatturato, ed esporta in più di 50 Paesi nel mondo.

La vostra è una terra che sta facendo dell'agricoltura sostenibile uno dei suoi capisaldi: quali sono stati i vostri passi più importanti in questa direzione?

«In Irpinia è impensabile, per la sua conformazione da territorio di montagna, fare agricoltura intensiva. Di conseguenza, è quasi naturale che l'approccio sia orientato al lungo termine, così come le coltivazioni che vengono scelte: la vite, l'olivo, le nocciole, le castagne. Sono tutte colture che richiedono tempo e che nel tempo vengono valorizzate. L'approccio ad un'azione sostenibile, attenta all'impatto sulla natura e sul paesaggio, è piuttosto naturale per noi produttori. Negli ultimi anni è ulteriormente cresciuta l'attenzione a minimizzare ogni forma di impatto sulle nostre risorse: abbiamo la fortuna di un territorio con una straordinaria biodiversità, tanta acqua e suoli unici al mondo, per la coesistenza di formazioni di origine

Concentrarsi sulle proprie aree di forza

Grandi rimbalzi nei consumi, grande imprevedibilità dei diversi canali distributivi, vendemmie sempre più difficoltose. «La chiave per gestire questo contesto complesso- suggerisce Antonio Capaldo- è fare meno per farlo meglio»

vulcanica e sostrati sedimentati dalla presenza marina. Le nostre vigne sono su una collina verdissima, con un'esposizione che va dai 600 ai 1.000 metri, e con un suolo ricchissimo anche per la biodiversità che c'è qui intorno. Abbiamo anche vitigni antichissimi con più di 150 anni di vita. Qui ci sono tre Docg importantissime: Greco di Tufo, Fiano e Aglianico, vigneti che, grazie al nostro lavoro, sono stati riscoperti a livello nazionale».

Essere una società benefit cosa comporta per voi?

«Lo siamo dal 2021, da quando abbiamo inserito nel nostro Statuto l'obiettivo di tutelare la bellezza del nostro territorio e della comunità che lo vive e lo anima. Sono obiettivi, però, che fanno parte del nostro Dna fin dalla nostra nascita nel 1986. La trasformazione in società benefit ci ha consentito di strutturare meglio le nostre diverse iniziative di carattere ambientale, sociale e culturale e di dare rilevanza pubblica- in primis nei confronti dei nostri dipendenti- al nostro impegno come famiglia. Inserire in uno statuto aziendale parole



Antonio Capaldo, presidente Feudi San Gregorio

come bellezza, natura, territorio, comunità dà in qualche modo concretezza e stabilità ad un percorso pluriennale di lavoro».

Da decenni lavorate il vino come fosse un'opera d'arte, come si riflette nella vostra cantina, costruita dal famoso architetto Hikaru Mori?

«È una cantina di grande impatto architettonico, ispirata dalla medesima idea di bellezza che anima il disegno delle nostre etichette e bottiglie, nato dal genio di Massimo Vignelli. La qualità e la bellezza per noi possono e devono andare di pari passo, ed è per questo che la cantina ospita anche alcune opere d'arte. È una cantina in cui il visitatore può vedere tutte le fasi produttive, può sperimentare diverse formule di degustazione e, se ne ha voglia, può fermarsi qualche giorno nel Borgo San Gregorio, dove abbiamo 12 stanze e un ristorante aperto tutto l'anno, un progetto di wellness che stiamo sviluppando e una piccola galleria d'arte. Aiutiamo il territorio anche attraverso donazioni alla fondazione San Gennaro di Napoli, ideata e animata da padre

Loffredo e di cui siamo socio fondatore, con lo scopo di aiutare ragazzi con difficoltà sociali a inserirsi nel lavoro proprio in campo culturale e artistico».

In questo momento il vostro settore che periodo sta attraversando?

«Un periodo certamente difficile, in cui non dobbiamo smarrire il senso del valore culturale del vino e dell'importanza naturale e paesaggistica della vite. Sono la nostra stella polare per conquistare, ad esempio, i giovani a cui non sempre ci siamo rivolti con la giusta attenzione. Occorre individuare gli elementi chiave per conquistare nuovi mercati di esportazione e fronteggiare un calo dei consumi medi dei mercati tradizionali che va avanti da molto tempo».

Cosa ci possiamo aspettare per i prossimi anni?

«Forse un leggero calo del mercato nel suo complesso, con il segmento più qualitativo che reggerà meglio. Quando parlo di vini di qualità, non parlo dei super-vini da investimento- che fanno comunque partita a sé- parlo di chi produce vini partendo dalle migliori uve in territori vocati e che propone al mercato prezzi corretti e, al tempo stesso, rispettosi della filiera e dell'impegno che c'è dietro».

Su quale strategia di crescita aziendale state puntando?

«Puntiamo ad una forte crescita dei vini bianchi, perché l'Irpinia è uno dei territori più vocati al mondo e i nostri vitigni autoctoni (Greco di Tufo, Fiano di Avellino ma anche la Falanghina nel vicino Sannio) non temono rivali. Al loro fianco abbiamo lanciato un progetto su un vino rosato che si chiama San Greg, un rosato di montagna di grandissima freschezza. E poi le bollicine metodo classico della nostra azienda DUBL che, dal 2003, è stata pioniera della tecnica spumantistica sulle uve autoctone del nostro territorio». ■ CG



SAN GREG

Pur puntando alla crescita dei vini bianchi, Feudi San Gregorio ha lanciato un progetto su questo vino rosato di montagna di grandissima freschezza



Villiera Wines

STELLENBOSCH

AUTENTICI VINI DEL SUDAFRICA

Dalla prestigiosa area vinicola
di Stellenbosch,
uno dei principali produttori di
Cap Classique e vini fermi.

Distribuito in Italia da
Les Grands Chais de France.

Romina Romano
romina.romano@lgcf.fr



VILLIERA
WINES

FABBRI

1905

LIQUORI ALLA FRUTTA I NUOVI DOPOCENA



DA BERE
GHIACCIATI
DA FREEZER



UNA STORIA CHE SI EVOLVE

Da sempre leader nel mercato della frutta al liquore, oggi Fabbri dà impulso alla categoria con il **lancio dei liquori alla frutta**, un nuovo capitolo di gusto e innovazione.

www.fabbri1905.com