

marzo 2022
numero 2



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

GRUPPO **24** ORE

NEWSLETTER REALIZZATA DA 24 ORE PROFESSIONALE IN COLLABORAZIONE CON GOLFARELLI EDITORE



POLITICHE AGRICOLE

La gestione delle risorse indirizzate al settore agroalimentare provenienti da Pnrr e Pac, ne parlano il ministro Patuanelli e l'eurodeputato ed esponente della Commissione agricoltura al Parlamento europeo Paolo De Castro

a pagina 4



INIZIATIVE FEDERDOC

Le denominazioni di origine hanno consentito a molte imprese vitivinicole italiane di conquistare quote di mercato sempre più rilevanti. L'analisi del presidente Riccardo Ricci Curbastro e le proposte per una migliore promozione del settore

a pagina 16



In campo nuove sfide



Ernesto Abbona, presidente Unione italiana vini

La crescita del vino italiano si basa sempre più su analisi e strategie. Da qui l'importanza dell'Osservatorio del vino di Unione italiana vini, una piattaforma che raggruppa tutte le informazioni strategiche per l'industria vitivinicola: commercio mondiale, potenziale, giacenze, imbottigliamenti, prezzi dello sfuso. Facciamo il punto sul settore con Ernesto Abbona, presidente Unione italiana vini.

Qual è il quadro che emerge dal nuovo Osservatorio del vino realizzato in collaborazione con Vinitaly?

«Senz'altro di un settore in salute. Altrettanto chiaramente il quadro dell'Osservato-

VINITALY 2022

INVESTIMENTI STRATEGICI

Si stanno accendendo le luci sulla 54esima edizione della più importante vetrina italiana dedicata alla filiera del vino, in programma alla fiera di Verona dal 10 al 13 aprile. Tra i tanti appuntamenti da non perdere spiccano Vinitaly Bio, Micro Mega Wines e Vinitaly Tasting dedicato a buyer e operatori del settore Horeca

a pagina 6

>>> segue a pag. 3

ALL'INTERNO



Donne del vino

Donatella Cinelli parla del ruolo femminile nel settore vitivinicolo

Assoenologi

Come comunicare la cultura del vino, l'opinione di Riccardo Cotarella

Associazione sommelier

La guida "Vitae 2022" presentata dal presidente Ais Antonello Maietta

Ambasciatori del made in Italy

Vini, distillati, liquori e aceti italiani costituiscono la punta di diamante della nostra esportazione agroalimentare. Per questo vanno sostenuti e tutelati dall'Esecutivo con misure specifiche

Per i vini e gli spiriti italiani il 2021 è stato un anno decisamente in salita nella prima parte, ma che poi si è ripreso e ha chiuso con trend molto positivi. In base all'Osservatorio Federvini, lanciato a fine novembre in partnership con Nomisma e Tradelab, sono emerse tendenze in crescita. Nell'export di vino italiano (periodo gennaio-settembre 2021), si sono registrati aumenti in valore del 14,7 per cento negli Stati Uniti, del 27 per cento in Russia e di ben il 47,2 per cento in Cina. Gli Stati Uniti si confermano il principale mer-



Micaela Pallini, presidente Federvini

cato di destinazione per i liquori italiani e mostrano un incremento in valore del 21 per cento; bene anche Germania (+20 per cento), Regno Unito (+43 per cento) e Canada (+22 per cento). Per la grappa, che cresce sensibilmente sui maggiori mercati, i principali paesi di destinazione sono Germania (+30 per cento), Svizzera (+27 per cento), Usa (+46 per cento) e Canada (+48 per cento). Sul fronte aceto, sul principale mercato di sbocco, gli Stati Uniti, le esportazioni

>>> segue a pag. 10

IN EVIDENZA

BEVERAGE

Simonmattia Riva, incoronato come miglior sommelier per la birra al mondo nel 2015, nel suo libro *La cultura birraria nelle antiche civiltà* percorre un viaggio alle origini del famoso nettare a base di malto e luppolo e ne sottolinea il suo potere aggregante

pagina 46



Simonmattia Riva, biersommelier e autore del libro "La cultura birraria nelle antiche civiltà"

>>> Segue dalla prima

In campo nuove sfide

Si consolida una crescita strutturale del settore vitivinicolo per valore e penetrazione sui mercati esteri. Resta però ancora molto da fare. L'analisi di Ernesto Abbona presidente Unione italiana vini

La crescita del vino italiano si basa sempre più su analisi e strategie. Da qui l'importanza dell'Osservatorio del vino di Unione italiana vini, una piattaforma che raggruppa tutte le informazioni strategiche per l'industria vitivinicola: commercio mondiale, potenziale, giacenze, imbottigliamenti, prezzi dello sfuso. Facciamo il punto sul settore con Ernesto Abbona, presidente Unione italiana vini.

Qual è il quadro che emerge dal nuovo Osservatorio del vino realizzato in collaborazione con Vinitaly?

«Senz'altro di un settore in salute. Altrettanto chiaramente il quadro dell'Osservatorio indica gli aspetti migliorabili per un comparto sempre più bandiera del made in Italy agroalimentare e non solo. Mai come oggi il vigneto Italia esprime una particolare capacità di reazione sui mercati anche nei momenti difficili. È il caso di una crescita registrata nel 2021 che sarebbe riduttivo chiamare 'rimbalzo', perché l'incremento in doppia cifra non è solo sull'annus horribilis 2020 ma anche sul 2019, in regime pre-Covid. La crescita è perciò strutturale».

Sul fronte della crescita del valore, obiettivo prioritario per il mercato vitivinicolo italiano, gli ultimi anni hanno segnato passi avanti importanti per il nostro Paese, ma resta ancora molto da fare. Quali passi è necessario compiere?

«Questa è la sfida più importante, da vincere



il prima possibile. Lo studio dell'Osservatorio unione italiana vini-Vinitaly che abbiamo presentato a ottobre a Verona riflette proprio su questa criticità. Nonostante la crescita del valore registrata negli ultimi anni, in diversi casi i vini italiani non hanno ancora trovato il corretto posizionamento in rapporto alla qualità espressa. Secondo l'analisi, solo il 5 per cento delle bottiglie di vino fermo italiano destinate all'export esce dalle cantine a più di 9 euro al litro, mentre il 75 per cento non supera la soglia dei 6 euro. Un posizionamento più basso non solo rispetto a competitor come Nuova Zelanda, Francia e Australia, ma anche sulla media mondiale degli scambi. Poi ci sono le eccezioni, a partire dai grandi rossi piemontesi o toscani, ma diciamo che- nonostante i progressi- siamo ancora a metà del guado, con

il vino tricolore che presidia nel mondo il segmento popular (3-6 euro/litro) per quasi la metà dei suoi volumi, seguito dal prodotto basic (fino a 3 euro) con il 28 per cento, dal premium (6-9 euro) con il 20 per cento e dal superpremium (oltre i 9 euro) che vale come detto solo per il 5 per cento della produzione esportata. Occorre però ricordare che anni fa il posizionamento era ancora più basso e che il processo di crescita c'è ed è costante. Serve comunque un ulteriore cambio di passo sul fronte del posizionamento del brand e dell'identità del nostro vino, un obiettivo da perseguire attraverso un piano strategico di promozione e marketing fondato sul dialogo continuo tra imprese e istituzioni. Altro punto cruciale è lo studio delle nuove tendenze, dei nuovi consumatori: per esempio i concetti green rappresentano oggi valori importanti su cui impegnarsi ancora di più sul piano comunicativo».

I dati dei primi sette mesi del 2021 fotografano un aumento significativo dell'export italiano di vino, nell'ordine del +14,5 per cento su base tendenziale e del +10,7 per cento sullo stesso periodo del 2019, per un valore che ha raggiunto i 4 miliardi di euro. Quali sono le prospettive per il 2022, anche in termini di nuovi mercati chiave da presidiare?

«Il 2021 è stato un anno eccezionale sul piano delle vendite. Dopo lo stop del 2020- peraltro non così pesante come in Francia- lo scorso anno il settore ha fatto il pieno di fiducia uscendo con le proprie forze da un periodo di grandi incertezze. Se si guarda alle performance dell'ultimo biennio il nostro è il Paese produttore che è cresciuto più di tutti, e questo conferma la capillarità della presenza del vino tricolore nel mondo. Sui mercati emergenti l'obiettivo principale rimane l'Asia, Cina in primis, ma attenzione anche alla crescita della domanda nell'Est-Europa». ■ **FD**

Newsletter realizzata da
24 ORE Professionale
in collaborazione con
Golfarelli Editore

Proprietario ed Editore:
Il Sole 24 Ore S.p.A.

Sede legale
e amministrazione:

Viale Sarca, 223 -
20126 Milano

Redazione:
24 Ore Professionale

© 2022 Il Sole 24 ORE S.p.a.
Tutti i diritti riservati.
È vietata la riproduzione
anche parziale e con qualsiasi
strumento.

I testi e l'elaborazione dei testi,
anche se curati con scrupolosa
attenzione, non possono compor-
tare specifiche responsabilità per
involontari errori e inesattezze.

Chiusa in redazione:
23 marzo 2022

Al lavoro per il rilancio agricolo

L'istituzione di un'apposita unità di missione è l'ultima mossa annunciata dal ministro Patuanelli per gestire nel migliore dei modi le notevoli risorse destinate al primario. Dai progetti del Recovery italiano ai fondi della Pac

Oltre 50 miliardi di euro fino al 2027 provenienti dalla Pac, 7,9 miliardi dal Pnrr, 2 miliardi cubati dalla legge di bilancio più altri 50 milioni destinati nell'ultimo Sostegni Ter alla biosicurezza e alla salvaguardia del settore suinicolo. A fronte di questa enorme mole di risorse che pone l'agricoltura italiana di fronte a un crocevia epocale, l'altra settimana Stefano Patuanelli ha annunciato l'istituzione di un'unità di missione straordinaria che avrà il compito di finalizzarle a misure efficaci e di pronta realizzazione. «La sfida ambiziosa che ci attende e che nei fatti riporta l'agroalimentare al centro dell'azione di governo - spiega il ministro delle Politiche agricole - richiede una macchina organizzativa all'altezza. Si tratta di una struttura speciale che sarà attiva fino al completamento dell'attuazione dei progetti previsti e, comunque, non oltre il 31 dicembre 2026».

PNRR IN CAMPO PER UN'AGROINNOVAZIONE INCLUSIVA E CONDIVISA

Entrando nel dettaglio degli interventi che fanno capo direttamente all'agenda del Mipaaf, chiamato a gestire un portafoglio complessivo di 4,88 miliardi di euro nell'ambito del Pnrr, cinque sono i principali sui quali dovrà concentrare gli sforzi: sviluppo della logistica per i settori agroalimentare, pesca e acquacoltura, silvicoltura, floricoltura e vivaismo; la creazione di un Parco agricolo; investimenti nella resilienza dell'agrosistema irriguo; la promozione di con-



Paolo De Castro, coordinatore del Gruppo S&D alla commissione Agricoltura del Parlamento Ue



IL PROGRESSO SCIENTIFICO

Strumenti quali le nuove biotecnologie sostenibili o l'agricoltura di precisione possono essere il fulcro di una vera e propria rivoluzione, nel rispetto dell'ambiente e delle nostre tradizioni

tratti di filiera e di distretto. E, non ultima, l'innovazione e meccanizzazione nel settore agricolo e alimentare, ritenuta una precondizione essenziale anche dall'Europa affinché l'aumento della produttività possa compiersi nel segno della transizione ecologica. «Un'agricoltura sostenibile - sostiene Paolo De Castro, coordinatore del Gruppo S&D alla commissione Agricoltura del Parlamento Ue - non è praticabile senza innovazione. E per cogliere al massimo le opportunità che derivano dal progresso scientifico, la chiave è trasferire a tutti noi consumatori una visione diversa. Spiegando come strumenti quali le nuove biotecnologie sostenibili o l'agricoltura di precisione possano essere il fulcro di una vera e propria rivoluzione, nel rispetto dell'ambiente e delle nostre tradizioni». Un processo di rilancio competitivo del tessuto primario che, nel suo graduale dipanarsi, immagini soluzioni alternative per includere anche le realtà di dimensioni più contenute. «C'è voglia di innovazione su tutto il territorio italiano - aggiunge Patuanelli - e c'è la necessità

di perseguirla in modo compatto. Tuttavia pensare che il piccolo imprenditore agricolo possa essere proprietario di droni o del trattore a guida automatico è un modello difficilmente applicabile. In questo senso va rafforzato il principio dei servizi condivisi attraverso le filiere, in modo che anche il microagricoltore possa accedere alle tecnologie più avanzate».

ALTOLÀ ALLE PRATICHE SLEALI E PIÙ ETICA NEL LAVORO AGRICOLO

Accanto al Pnrr, di cui finora il ministro rivendica il rispetto dei tempi e dei target prefissati al momento del varo, l'altro grande strumento per la crescita dell'agroalimentare italiano è la nuova Pac. Con una fisionomia attenta alle buone pratiche rurali, più verde grazie agli ecoschemi e già definita nella sua consistenza finanziaria, pari a 386,6 miliardi di euro. «Per il settennio 2021-2027 - spiega De Castro - abbiamo chiuso un budget che, tenendo conto del Next-Generation Eu per l'agricoltura e del cofinanziamento, è inferiore solo del 2,2 per cento rispetto al 2014-2020. La Pac si

conferma pertanto l'architettura normativa che unisce in modo indissolubile produttori e consumatori europei, con una robusta dotazione di risorse per tutelare i redditi, l'ambiente e, per la prima volta nella sua storia, salvaguardare i diritti dei lavoratori». Novità di rilievo della nuova strategia comunitaria è infatti il principio della condizionalità sociale, secondo un meccanismo che vincola la piena ricezione dei pagamenti al rispetto dei diritti dei lavoratori agricoli. «È una norma etica che aspettavamo da tempo - sottolinea De Castro -



Il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, Stefano Patuanelli

per evitare distorsioni di concorrenza tra gli agricoltori che rispettano le regole sul lavoro e quelli che non le rispettano. È un fatto straordinario poter dire che chi non le rispetta non percepisce premi Pac». Altro osservato speciale, a difesa in questo caso del food made in Italy, è il Nutriscore, sistema di etichettatura che per la sua arbitrarietà secondo l'europarlamentare può rientrare tra le pratiche sleali denunciabili da un'impresa italiana. Pratiche peraltro vietate da un apposito Dl in vigore dal 15 dicembre che, in attuazione della direttiva europea, ne proibisce 27 nel business della filiera agroalimentare. «Ancora non abbiamo la percezione - afferma il ministro del Mipaaf Stefano Patuanelli - di quanto sarà rivoluzionaria nei prossimi anni questa norma, indispensabile per bilanciare i rapporti di forza negli scambi. Rompendo finalmente quella dinamica che porta il produttore del settore primario a essere sempre l'anello debole della catena». ■ Giacomo Govoni

Il Rinascimento del vino tricolore

Conto alla rovescia per la 54esima edizione di Vinitaly, già oggi al completo, che dal 10 al 13 aprile 2022 ospiterà l'industria del vino a Verona. Il ritorno al "fare fiera" rappresenta uno strumento importante per l'internazionalizzazione delle Pmi e per un confronto sui trend del comparto

Un nuovo decreto Covid del 2 febbraio va incontro alle esigenze del sistema fieristico italiano, consentendo agli operatori extra Ue immunizzati con vaccini non Ema di accedere in sicurezza alle fiere italiane. Il riconoscimento dello status vaccinale del Paese di origine, integrato da tampone in caso di non conformità con quello italiano, consente infatti, alle fiere di tornare a essere hub strategici per il business delle pmi del made in Italy. Per le rassegne Fieragricola e Vinitaly, «Veronafiere, in collaborazione con Ice-Agenzia, ha messo in campo investimenti promozionali e di incoming importanti anche nelle aree obiettivo indicate dal governo. Ora possiamo tornare ad agire con più fiducia su quei mercati», ha spiegato il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani. L'edizione 2022 di Vinitaly, in programma a Verona dal 10 al 13 aprile 2022, registra già il tutto esaurito: c'è grande attesa, infatti, per il ritorno della manifestazione leader di settore dal 2019 dopo i rinvii causati dalla pandemia. Il 2021 è stato un anno di ripartenza per il comparto, dopo un 2020 che, complice la pandemia, ha ridisegnato i consumi e soprattutto le modalità di acquisto (crescita e-commerce e grande distribuzione organizzata) e ha spinto verso scelte di vini più local, biologici, con un forte legame col territorio.

LA RIPARTENZA PASSA DALL'EXPORT

In base a quanto emerso nel convegno "Vino e Spirits: le sfide di un'eccellenza italiana. il cambiamento strutturale delle imprese e dei consumi nello scenario post pandemico", i dati dei primi sette mesi del 2021 fotografano una crescita significativa dell'export italiano di vino, nell'ordine del +14,5 per cento su base tendenziale e del +10,7 per cento sullo stesso periodo del 2019, per un valore che ha raggiunto i 4 miliardi di euro. Gli Stati Uniti si confermano il primo mercato di destinazione, seguiti da Germania, Svizzera e Canada, mercati di riferimento per il vino italiano. «La crescita robusta ci porta a confermare una strategia a due livelli per affrontare i mercati esteri e cogliere elementi di domanda più strutturale. Da un lato è indispensabile presidiare i mercati in crescita, come Stati Uniti e Germania, e dall'altro è necessario indirizzare gli sforzi per affermarsi su aree con grande potenziale di crescita come i mercati cinese e giapponese, oppure spingendo su mercati di propor-



VINITALY MIXOLOGY COMPETITION

È la novità del 2022 organizzata in collaborazione con Bartenders Group Italia: bartender provenienti da tutta Italia si sfidano su nuove ricette per la creazione di cocktail originali

zioni più piccole, ma con una crescita rapida come Vietnam e alcuni paesi del Nord Europa», esamina Alessandro Terzulli, Chief economist Sace. A livello di performance regionali, il Veneto trascina l'export di vini con un valore di 1,1 miliardi di euro fra gennaio e luglio 2021 (+12 per cento su gennaio-luglio 2020), seguito dal Piemonte (572 milioni di euro di export, +22,3 per cento tendenziale), dalla Toscana (536 milioni venduti oltre i confini italiani, per una crescita del 17,2 per cento a con-

fronto di gennaio-luglio 2020), dal Trentino-Alto Adige ed Emilia-Romagna.

LE AREE TEMATICHE DEL SALONE

Tra gli appuntamenti da non perdere ci sono il Vinitaly Bio, area dedicata al vino biologico certificato prodotto in Italia e all'estero; l'International Wine Hall, padiglione dedicato alla produzione internazionale; e l'evento degustazione Vinitaly Tasting in collaborazione con il giornalista Daniele Cernilli, dedicato a buyer e operatori del canale Ho.re.ca. Si rinnova poi l'appuntamento con Vinitaly Design, vetrina di accessori e prodotti che comple-

tano l'offerta legata alla promozione del vino e all'esperienza sensoriale: dall'oggettistica per la degustazione e il servizio, agli arredi per cantine, enoteche e ristoranti, sino al packaging personalizzato e da regalo. Nel padiglione F è in programma "Micro Mega Wines- Micro Size, Mega Quality", la nuova iniziativa di Vinitaly dedicata alle aziende con piccole produzioni, da vitigni autoctoni e internazionali, ma ad alto tasso qualitativo. All'iniziativa partecipano quelle realtà che, con passione e tenacia, si cimentano nella salvaguardia e nella produzione di prodotti da vitigni autoctoni, quasi estinti, e quelle che agiscono da portabandiera di territori estremi che rischiano l'abbandono. Lo spazio Micro Mega Wines è curato da Ian D'Agata, celebre wine writer, tra i massimi divulgatori della conoscenza dei vini italiani nel mondo. Vinitaly riaccende i riflettori sulla Mixology, l'arte di creare cocktail sperimentando attraverso la miscelazione di alcolici e bevande, a integrazione di vino o distillati. Spazio quindi a masterclass con i bartender più talentuosi, a speech dedicati alla storia dei prodotti e a laboratori di alto livello per la creazione di nuovi cocktail a base di vini, liquori e distillati. Novità 2022 è la Vinitaly Mixology Competition, organizzata in collaborazione con Bartenders Group Italia: bartender provenienti da tutta Italia si sfidano su nuove ricette per la creazione di cocktail originali. L'appuntamento decisivo è previsto per mercoledì 13 aprile, con la sessione finale live direttamente nell'Area Mixology. Infine, in contemporanea con Vinitaly, si tiene Enolitech, il salone internazionale dedicato a tutta la filiera tecnologica applicata alla vitivinicoltura, all'olivicoltura e al beverage, con le migliori soluzioni high-tech e digital. ■ **Francesca Druidi**



ASPETTANDO VINITALY

Un palinsesto di webinar avvicina gli operatori del settore alla 54esima edizione di Vinitaly. Diversi i temi affrontati, dalle pratiche di sostenibilità alla promozione, dai nuovi trend sui mercati internazionali all'analisi delle vendite nelle insegne della grande distribuzione fino alle strategie di comunicazione e di marketing-mix. Non mancano sessioni sul mercato negli Stati Uniti rivolte alle aziende italiane e agli operatori americani che si occupano della commercializzazione del vino italiano in loco (Horeca e retail) e online nei 50 stati a stelle e strisce. Chiude il cerchio l'approfondimento "Global vs. Local, Lifestyle vs. Wine Influencer, Micro vs. Macro: come affrontare il mondo dell'Influencer Marketing", in programma mercoledì 22 marzo alle 18. I webinar sono gratuiti previa registrazione su www.vinitaly.com una settimana prima di ciascun evento.

Specialisti degli Spumanti

La Cantina Bortolotti è un punto di riferimento nella zona di Valdobbiadene e da oltre settant'anni presenta ai suoi clienti prodotti di alta qualità. La Cantina ha saputo fondere la tradizione vinicola con le ultime tecniche spumantistiche, valorizzando un territorio riconosciuto dall'Unesco Patrimonio Universale dell'Umanità. Ne parla la terza generazione Daniele D'Anna Bortolotti

Fondata dall'enologo Umberto Bortolotti nel 1947, la Cantina Bortolotti è situata nel cuore di Valdobbiadene e appartiene al gruppo storico di aziende dell'area di Conegliano e Valdobbiadene, che è responsabile della fama dello Spumante Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. divenuto oggi uno dei prodotti di punta dell'enologia italiana. Il fondatore fu tra i promotori della Confraternita del Prosecco nel 1946, del Consorzio di Tutela nel 1962 e della più antica Strada del Vino in Italia nel 1966. Insieme ad un gruppo di viticoltori del Comune di Valdobbiadene e di aree limitrofe, la Cantina oggi gestisce indirettamente una superficie di circa 60 ettari di vigne principalmente di media collina e talune di alta collina, come racconta uno degli attuali titolari Daniele D'Anna Bortolotti.

Quali sono le caratteristiche che contraddistinguono la vostra realtà?

«Siamo una delle cantine più antiche nel territorio e questo crea fiducia di un marchio storico, condotto sempre dalla stessa famiglia con impegno costante. Quest'anno festeggiamo 75 anni di attività e ne siamo orgogliosi. Cresciuti nel tempo grazie ad una politica aziendale attenta all'alta qualità dei vini e delle varie fasi di lavorazione, tanto da ottenere nel 1994 la prima certificazione Uni En Iso 9001, siamo considerati pionieri e tra i leader nel distretto vitivinicolo del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. La nostra cantina si attesta su una produzione di circa 370 mila bottiglie di Valdobbiadene D.O.C.G. e 100 mila bottiglie di altre tipologie di vini spumanti di qualità, per

Daniele D'Anna Bortolotti, contitolare dell'omonima Cantina, la cui sede è a Valdobbiadene (Tv) - www.bortolotti.com



le quali è ritenuta una specialista, non producendo vini fermi o frizzanti. Si tratta di una scelta importante, in continuità con la tradizione aziendale che rappresenta circa il 35 per cento della nostra produzione. Una gamma, quindi, non ampia ma di nicchia e costanza qualitativa. Il protocollo di spumante

temente ottimisti».

Cosa significa per la vostra attività la collezione "Oltre"?

«"Oltre" è per noi una nuova interpretazione dell'agricoltura e dell'enologia. È il primo vino spumante ottenuto da "vitigni resistenti", vocati ad un'enologia di alta qualità.

Sono vini che potremmo definire quasi naturali, che non richiedono tutti i consueti trattamenti meccanici e chimici. In questo senso, guardano "oltre" le classiche coltivazioni biologiche. La collezione "Oltre" simboleggia la nostra voglia di innovazione. Siamo, infatti, una cantina storica, ma rimaniamo aperti alle nuove tecnologie del settore, per proporre ai nostri clienti qualcosa di unico».

Quali sono i progetti per il 2022?

«Grazie ai fondi nazionali, stiamo cambiando diversi macchinari per migliorare ulteriormente il risparmio energetico, tematica che ci sta a cuore da diversi anni. Puntiamo, quindi, a una serie di investimenti per ridurre l'impatto ambientale. In termini di prodotto, invece, abbiamo pensato a piccole produzioni di Valdobbiadene tradizionali e sui lieviti. Partiamo da un'unica base per dare vita a prodotti diversi e fare vedere come i metodi di lavorazione permettano vini simili ma con sfumature diverse». ■ **Ilaria Di Giuseppe**

VOLUMI PRODUTTIVI

Circa 370 mila bottiglie di Valdobbiadene D.O.C.G. e 100 mila bottiglie di altre tipologie di vini spumanti di qualità

tizzazione in autoclave è applicato a quasi tutti i vini: è questa una nostra cifra distintiva. Posizionata quasi esclusivamente nel segmento del canale Horeca, la distribuzione è oggi suddivisa a metà tra Italia con oltre 1.000 clienti e resto del mondo dove, grazie ad una crescente rete di piccoli e medi importatori specializzati, l'azienda è presente in più di 25 paesi».

Qual è stato l'andamento del vostro business durante l'emergenza epidemiologica?

«Sono stati anni duri, ma non abbiamo mollato, rimanendo fedeli agli stessi canali di distribuzione. Nel 2020 abbiamo vissuto un rallentamento evidente da marzo a maggio, conseguente alla chiusura della ristorazione e c'è stata una netta diminuzione della domanda per tutto l'anno. Il 2021, invece, è stato pressoché normale, un andamento eterogeneo con momenti di euforia e momenti più piatti, poca capacità di pianificazione ma molta voglia di ripartire. Il 2022 si è aperto con buoni propositi, nonostante l'effetto rarefazione della domanda per le restrizioni e l'andamento crescente dei prezzi: vogliamo essere pruden-

BORTOLOTTI
VALDOBBIADENE

UB

U. Bortolotti
VALDOBBIADENE

VISITA LE CANTINE BORTOLOTTI

Tutto l'anno accogliamo gli appassionati di vini spumanti presso le storiche cantine locate nel centro di Valdobbiadene.
Per organizzare al meglio una degustazione oppure un'eventuale visita della cantina, è gradita una prenotazione.
Sono presenti diverse possibilità di scelta.

Cantine Bortolotti
Via Ruio d'Arcane, 6 - 31049 Valdobbiadene (TV)
Tel. (+39) 0423 975668 - www.bortolotti.com

L'evoluzione della professione

Il vino ha vissuto un 2021 in decisa ripresa. Ma occorre comunicarlo meglio, puntando sugli aspetti culturali che veicola. Gli enologi svolgono in questo senso una funzione fondamentale, spiega Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi

Gli enologi si assumono la responsabilità di mantenere e valorizzare con il loro intervento ciò che la natura offre, guidando il processo di trasformazione dalla vigna alla bottiglia. Il 75esimo Congresso nazionale di Assoenologi (l'associazione degli enologi ed enotecnici italiani) previsto a dicembre, che avrebbe dovuto celebrare i 130 anni dell'Associazione, è stato rinviato a marzo 2022. La ricorrenza resta l'occasione per riflettere con Riccardo Cotarella, presidente di Assoenologi, sul ruolo dell'enologo oggi nell'attuale produzione vinicola italiana proiettata sempre più ai mercati internazionali. «La nostra professione è in continuo cambiamento. Siamo obbligati a cambiare per essere aggiornati sotto il profilo tecnico e scientifico, non disdegnando la preparazione su altri temi come la comunicazione e la promozione sui mercati». Dal 1986, anno di promulgazione della legge che istituisce la professione di agrotecnico, il ruolo dell'enologo ha progressivamente acquisito maggiore influenza e maggiori responsabilità richiedendo un percorso di studi specifico, esperienza e aggiornamento continuo. «Quella del vino non è mai una meta raggiunta o raggiungibile, perché suscettibile di costante miglioramento e attualizzazione in funzione del consumatore, che è il nostro unico giudice», prosegue Cotarella.

Come può essere definita a livello nazionale la vendemmia 2021: meno quantità, più qualità?

«L'Italia ha una serie di trasversalità territoriali infinite che nessun altro Paese vanta. La situazione, anche a livello climatico, può cambiare da zona a zona, ma nel complesso quella del 2021 è una grande vendemmia, innanzitutto per la qualità generalizzata che accomuna vini bianchi e rossi, spumanti, vini giovani e vini da invecchiamento. Se la quantità in media è bassa, l'aspetto che noi riteniamo fondamentale è l'innalzamento dei prezzi al produttore. Finalmente quest'anno si registra uno scarto di prezzi che ridà in parte dignità a molti prodotti italiani, dai vini da tavola (con incrementi dell'ordine del 30-40 per cento) alle denominazioni più prestigiose. Si tratta di un leggero avvicinamento a ciò che i produttori meritano, anche se c'è ancora tanta strada da fare».

Cosa serve al vino italiano per produrre un ulteriore salto di qualità in



CORSI DI COMUNICAZIONE PER I GIOVANI

Sono organizzati da Assoenologi per avvicinare il consumatore alla storia del prodotto: chi lo produce e dove, le criticità e il legame con il territorio

merito all'innalzamento del valore, tema sul quale il Paese cerca di colmare il gap rispetto alla Francia?

«In Francia sono partiti prima e meglio di noi rispetto a questo tema che è sempre stato il nostro tallone di Achille. Oggi non è la qualità intrinseca del vino a fare la differenza, anzi sul fronte della biodiversità, della varietà, siamo anni luce davanti alla Francia. Ma non sappiamo ancora raccontarci con sufficiente slancio. Il vino non è fine a sé stesso, è il principale narratore di territori, aziende e storie. Negli ultimi 10-15 anni ci sono stati dei miglioramenti nell'aspetto comunicativo dei nostri prodotti: ci hanno riconosciuto meriti che prima non avevamo. In questo processo, noi enologi siamo stati chiamati in causa e ci siamo impegnati a raccontare il vino, di cui conosciamo tutto il processo produttivo in vigna e cantina, a consumatori sempre più esigenti.

Per questo, come Assoenologi organizziamo corsi di comunicazione per i giovani professionisti. Non basta elencare le caratteristiche organolettiche, quella è la

parte finale del "film". Questo vorrebbe dire catalogare il vino come una semplice bevanda. Occorre invece avvicinare il consumatore alla storia del prodotto: chi lo produce e dove, le criticità e il legame con il territorio. Solo così il vino diventa messaggio di cultura e passione, in grado di conferire valore a tutto il sistema che lo circonda. Ed è questo il messaggio che vogliamo lanciare».

Quali prospettive e criticità intravede per il settore nel 2022? Il settore sta raggiungendo i livelli pre-Covid?

«Il settore vitivinicolo, pur risentendo della crisi dell'Horeca, ha sofferto meno di altri comparti a causa della pandemia, sopravvivendo grazie all'e-commerce e alle performance della grande distribuzione organizzata. L'esplosione dei consumi registrata a metà del 2021, trainata dal ritorno alla vita, ha portato a chiudere l'anno con risultati insperati, superiori al 2020 e uguali - se non superiori - ai numeri del 2019. Dobbiamo capitalizzare questo trend positivo. E io sono ottimista perché questo periodo di sofferenza ha confermato ancora una volta lo stretto legame tra vino ed esseri umani. Il vino fa a tutti gli effetti parte dell'esistenza delle persone».

Come si declina oggi la sostenibilità in vigna e in cantina?

«Noi enologi siamo i primi reali promotori e artefici della sostenibilità, che significa rispetto dell'ambiente, delle persone e dei prodotti, oltre che delle leggi. La natura si difende con la consapevolezza e la cognizione scientifica di ciò che si fa in vigna e in cantina. L'opera dell'uomo deve sempre essere suffragata dalle conoscenze scientifiche». ■ FD

Riccardo Cotarella, presidente di Assoenologi



Un vino appassionato che sa di rocce e di mare

Così nel 2001, Luigi Veronelli definiva il Gran Furor Divina Costiera Bianco. Viaggio alla scoperta delle Cantine Marisa Cuomo, produttore d'eccellenza, pluripremiato, che da Furore, sulla Costiera Amalfitana, ha saputo conquistare il mondo intero con bottiglie che raccontano secoli di tradizione

Il sole e il mare della Costiera amalfitana, il fascino geometrico di vigneti antichi, la suggestiva cantina scavata nella roccia: a volte bastano i dettagli per evocare il potenziale eccezionale di un vino. Nel caso dei prodotti dalle Cantine Marisa Cuomo, il territorio di provenienza è già di per sé un fattore evocativo. E mai come in questo caso, nomen omen. Dal 1980 l'azienda vinicola di Andrea Ferraioli e Marisa Cuomo coltiva i suoi vitigni in 16 ettari di terreno all'interno del borgo di Furore, piccolo centro a strapiombo sul mare, tra viuzze e muri a secco in cui dominano viti a "pergolato", piantate sulle pareti rocciose verticali affacciate sul mare a 500 metri di altezza. Qui si sperimentano tecniche per strappare terreno alla roccia, si costruiscono pergolati su cui adagiare le viti, si selezionano con rigore le colture più adatte e i vitigni nobili. Infine, si affida alla roccia il compito di custodire i vini prodotti, che invecchiano in un'antica cantina scavata nella pietra di origine dolomitico-calcareo.

Un territorio unico per un vino unico, contraddistinto dal 1942 dal marchio Gran Furor Divina Costiera. Andrea Ferraioli, discendente da un'antica famiglia di vinificatori locali, acquista il marchio nel 1980 e insieme alla moglie Marisa, all'enologo Luigi Moio e ai 62 viticoltori conferitori dell'azienda, per altri 24 ettari, allocati in dieci comuni della Costa d'Amalfi, sceglie di puntare sulla qualità per distinguersi nel panorama dell'enologia italiana con vini dal sapore unico e straordinario come il territorio della costa di Furore. In un luogo come questo, immerso in un paesaggio da cartolina così caratteristico e allo stesso tempo estremo, la cura delle viti diventa un lavoro



completamente manuale, con bassa resa e meccanizzazione impossibile. Ecco l'altra faccia della medaglia per chi insegue niente di meno che l'eccellenza.

«Ci pregiamo di iscrivere le nostre vigne nei vigneti storici ed eroici – sottolinea Ferraioli – con coltivazioni a parete che comportano la salvaguardia della tradizione secolare ma anche rese basse per le vigne, nella migliore delle ipotesi pari al 70 per cento. Questo si traduce in qualità di per sé ma anche in costi produttivi che non hanno uguali. Per questo l'azienda è da sempre stata particolarmente attenta a mantenere il giusto rapporto con i coltivatori, a pagare l'uva quanto si deve, più di 3-4 euro al chilo. Scelte che ci hanno consentito di ampliare la filiera e di contribuire a un'inversione di tendenza con il ritorno alla coltivazione del-

le vigne da parte di chi prima fuggiva da questi terrazzamenti impossibili. La nostra è una famiglia allargata composta da 121 componenti, tra dipendenti e conferitori». Cantine Marisa Cuomo produce circa 190.000 bottiglie all'anno, in nove espressioni diverse di cui il 60 per cento è costituito da vino bianco. I vitigni sono quelli classici della zona Doc di Furore: uve Falanghina e Biancolella per il Furore Bianco, mentre una composizione di Per 'e Palummo e Aglianico dà vita al Furore Rosso. Il Furore Rosso Riserva invecchia 12 mesi in barriques nuove di rovere francese che conferiscono al vino un inconfondibile gusto morbido ed equilibrato. Il Fiorduva, un bianco della categoria vini estremi, è formato da uve Fenile, Ginestra e Ripoli vinificate con una pressatura soffice e fermentate alla tem-

peratura di 12°C per circa tre mesi. Ravello Bianco e Rosso nascono dalle stesse uve del Furore, mentre ricalcano la tecnica di vinificazione propria del Fiorduva e del Furore Rosso Riserva. Più precisamente, il Ravello Rosso riposa in barriques nuove di rovere francese e il Ravello Bianco fermenta a 18°C per circa un mese in serbatoi di acciaio inox. Costa d'Amalfi Rosso, Rosato e Bianco sono vini che provengono dai vitigni della zona Doc di Cetara e Raito e Tramonti. «Al Vinitaly, appuntamento per noi fondamentale per incontrare i nostri amici produttori, gli appassionati e i clienti, presenteremo, come di consueto, le nuove annate – spiega Andrea Ferraioli – ma anche il pro-

RICERCHE IN CORSO

Insieme a viticoltori locali e al gruppo di lavoro del dipartimento di Agraria dell'Università "Federico II" stiamo lavorando alla produzione di vini bianchi a ridotto contenuto di solfiti, longevi e di alta qualità sensoriale

getto "VI.B.R.I.S." che ha come capofila la nostra cantina, partner viticoltori locali (Società Agricola Cantine Giuseppe Apicella, Azienda Agricola Reale Andrea, Azienda Agricola Tagliafierro Raffaele) ed è stato cofinanziato dal FEARS – PSR Campania. Insieme al gruppo di lavoro del dipartimento di Agraria dell'Università "Federico II" stiamo lavorando alla produzione di vini bianchi a ridotto contenuto di solfiti ma che siano longevi e di alta qualità sensoriale».

■ Alessia Cotroneo

Cantine Marisa Cuomo si trova a Furore (Sa)
www.marisacuomo.com



PREMI E RICONOSCIMENTI

Importanti riconoscimenti a livello nazionale e internazionale premiano gli sforzi e la passione di Marisa Cuomo e Andrea Ferraioli. L'ultimo, a fine 2021, ha incoronato l'azienda come la più bella cantina d'Italia con vista mare. Ma a guardare indietro, c'è solo l'imbarazzo della scelta: l'Oscar 2006 al Fiorduva come migliore Vino Bianco d'Italia, assegnato dall'Associazione Italiana Sommelier; tra il 2005 e il 2006 i "Tre Bicchieri" della guida I Vini d'Italia di Gambero Rosso, due medaglie d'argento per il Furore Rosso Riserva e per il Fiorduva, una medaglia d'oro a Los Angeles e il riconoscimento "Best of Class" Award Limited Production, sempre negli Usa. E ancora, l'inserimento nell'Annuario dei migliori vini d'Italia di Luca Maroni e i "Cinque Grappoli" conferiti dall'Associazione Italiana Sommelier nell'edizione di "Duemilavini", la Guida ai Vini d'Italia. Le bottiglie della Cantina Marisa Cuomo rientrano nella lista dei cento migliori vini inseriti nel Glossario di Paolo Massobrio del Club di Papillon, nella Guida Oro I Vini di Veronelli. «In occasione del decennale della scomparsa di Gino Veronelli – conclude Ferraioli – ci è stato assegnato il Premio Veronelli, uno dei riconoscimenti a cui teniamo di più in assoluto, insieme a quello della società Le Fonti che ci ha premiato alla Borsa di Milano perchè riconosciuta come una eccellenza italiana da oltre trent'anni nel settore della viticoltura.

Ambasciatori del made in Italy

Vini, distillati, liquori e aceti italiani costituiscono la punta di diamante della nostra esportazione agroalimentare. Per questo vanno sostenuti e tutelati dall'Esecutivo con misure specifiche. A illustrarle la presidente di Federvini Micaela Pallini

Per i vini e gli spiriti italiani il 2021 è stato un anno decisamente in salita nella prima parte, ma che poi si è ripreso e ha chiuso con trend molto positivi. In base all'Osservatorio Federvini, lanciato a fine novembre in partnership con Nomisma e Tradelab, sono emerse tendenze in crescita. Nell'export di vino italiano (periodo gennaio-settembre 2021), si sono registrati aumenti in valore del 14,7 per cento negli Stati Uniti, del 27 per cento in Russia e di ben il 47,2 per cento in Cina. Gli Stati Uniti si confermano il principale mercato di destinazione per i liquori italiani e mostrano un incremento in valore del 21 per cento; bene anche Germania (+20 per cento), Regno Unito (+43 per cento) e Canada (+22 per cento). Per la grappa, che cresce sensibilmente sui maggiori mercati, i principali paesi di destinazione sono Germania (+30 per cento), Svizzera (+27 per cento), Usa (+46 per cento) e Canada (+48 per cento). Sul fronte aceto, sul principale mercato di sbocco, gli Stati Uniti, le esportazioni segnano un aumento del 24 per cento nel periodo gennaio-agosto 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020. «Sono dati che appaiono confortanti, ma che devono essere calati nel contesto più generale», spiega la presidente di Federvini Micaela Pallini.

Cosa si attende per il 2022?

«Ci troviamo di nuovo ad affrontare una preoccupante recrudescenza della pandemia che non ci fa stare affatto tranquilli dato il riaffacciarsi delle restrizioni in diverse parti del mondo. Stiamo, inoltre, subendo da troppi mesi gli effetti dei rincari delle materie prime, dell'energia e della fiammata di costi legati alla logistica internazionale.



L'impatto è già sotto i nostri occhi e non possiamo ignorarlo. Fare un'ipotesi sui trend 2022 è complicato, proprio per quanto descritto sinora, ma siamo fiduciosi che nonostante le incognite, l'anno che verrà possa confermare e addirittura migliorare le nostre performance. Per farlo ci sarà bisogno che l'intero comparto, di raccordo con le istituzioni, sia coeso e pronto ad affrontare le sfide che ci attendono».

Quali misure sono necessarie per recuperare i livelli pre-Covid e aumentare la competitività?

«Le nostre imprese hanno necessità di un supporto da parte delle istituzioni: abbiamo resistito con forza e determinazione alle perdite subite per le restrizioni legate alla pandemia che hanno notevolmente limitato l'export e le vendite sul mercato interno. Ora bisogna volgere lo sguardo oltre. Auspichiamo un supporto continuativo e coerente da parte di tutto il governo al comparto dei vini, spiriti e aceti, di estrema rilevanza per l'economia nazionale con oltre 1,2 milioni di persone attive nella filiera, un mercato di oltre 25 miliardi di euro, di cui 13,2 miliardi di valore aggiunto e 340mila strutture produttive. Chiediamo un'effettiva semplificazione e sburocraizzazione, essendo ancora troppi gli orpelli burocratici che le nostre aziende devono osservare, ad esempio occorre completare la digitalizzazione degli adempimenti a carico degli operatori e mettere a sistema le informazioni già in possesso della Pa. Servono sostegni costanti all'internazionalizzazione, alla competitività, alla tutela del made in Italy a difesa delle nostre indicazioni

1,2 mln

Persone

Attive nel comparto dei vini, spiriti e aceti

geografiche troppe volte imitate ed evocate a sproposito, come sta accadendo nel caso della richiesta croata di registrazione della menzione tradizionale Prosek e come abbiamo più volte visto nell'impiego improprio del termine balsamico riferito all'aceto prodotto in Slovenia».

Sostenibilità, digitalizzazione, quali saranno le principali tendenze del vino nel 2022?

«Federvini sostiene e incoraggia il percorso verso la sostenibilità, che diviene fondamentale alla luce della strategia From Farm to Fork della Commissione europea, che costituisce la declinazione per il settore alimentare del più ampio Green deal. Il settore dei vini, così come quello degli spiriti e degli aceti, da tempo sta lavorando con impegni concreti sulla sostenibilità ambientale: ne sono un esempio l'aumento delle superfici vitate destinate alla produzione di vini biologici, le certificazioni ottenute in materia di produzioni sostenibili, così come gli investimenti effettuati sull'efficientamento energetico sull'uso di energie da fonti proprie o acquistate sul mercato ma rinnovabili».

È stata nominata nel 2021 alla presidenza di Federvini. Quali sono

le priorità su cui sta lavorando?

«La mia presidenza sarà incentrata su una maggiore proattività della Federazione nell'affrontare le sfide che attendono i nostri settori e nello sviluppare la sua assertività nei tavoli di confronto. Riteniamo che la nostra voce, da sempre contraddistinta da serietà e competenza, deve essere ascoltata e diretta a un pubblico più ampio. Bisogna mantenere molto attivo il rapporto con le istituzioni, i Ministeri che seguono più da vicino le tematiche di nostro interesse, curare costantemente i rapporti con Bruxelles e con le associazioni consorelle. Dobbiamo avere il coraggio di chiedere alle istituzioni di muoversi con tempi certi e rispondere ai quesiti in modo veloce, completo ed esauritivo. Se qualcosa abbiamo imparato in questi tempi di pandemia è che il mondo sta diventando sempre più complesso e le aziende hanno bisogno di risposte chiare e veloci. Promozione, semplificazione, investimenti digitali e difesa delle nostre denominazioni sono tra le questioni su cui attendiamo una risposta e non possiamo sempre essere in coda alle emergenze di turno. È imprescindibile poi avviare una corretta informazione ed educazione per tutelare la nostra cultura del bere consapevole. Dobbiamo lavorare per difendere la competitività delle nostre imprese e lo dobbiamo fare agendo su più fronti. Federvini vuole stimolare gli imprenditori a valorizzare i loro prodotti sia in Italia che sui mercati esteri: solo attraverso una strategia di posizionamento del valore possiamo superare, con il minor danno possibile, l'impatto della crescita dell'inflazione e scarsità di materie prime che stiamo affrontando in questo momento».

■ Francesca Druidi



Micaela Pallini, presidente Federvini

Sono veramente poche le aziende in Italia che offrono un servizio chiavi in mano di progettazione e realizzazione dei vigneti. Negli ultimi anni si è assistito un progressivo incremento delle richieste di mercato e la società Agrichianti si pone oggi tra le realtà capaci di gestire un intero processo. «La domanda è molto forte ed è in crescita - conferma Valerio Fronti, titolare dell'azienda - Da quarant'anni lavoriamo in questo settore ponendo particolare attenzione alle sistemazioni idrauliche agrarie, ovvero quelle attività utili a determinare la morfologia del terreno, a regimare le acque superficiali e facilitare le lavorazioni meccaniche dell'azienda, per le quali siamo molto apprezzati e che ci hanno consentito di avviare collaborazioni con l'università di Agraria di Firenze per studiare nuove tecniche». Oltre al movimento terra Agrichianti si occupa della piantumazione delle viti, della fornitura dei materiali e della loro messa a dimora per realizzare gli impianti completi in modo che la committente possa avere un'unica azienda come riferimento per evitare la dispersione di responsabilità delle varie operazioni. Garantisce inoltre la realizzazione di recinti, fognature e laghi collinari. «In genere veniamo contattati dalle aziende vitivinicole per la realizzazione dei loro vigneti o per rinnovare un vecchio vigneto, non più produttivo. In questi casi buttiamo giù il vecchio vigneto e lavoriamo nuovamente il terreno piantando nuove viti e costruendo la struttura che dovrà reggere per i prossimi anni le nuove colture impiantate. Dopo di che vi è la realizzazione dei recinti a protezione dei vigneti, gli impianti di irrigazione. Siamo in grado dunque di realizzare un vigneto chiavi in mano». Negli ultimi anni abbiamo assistito a una progressiva crescita della domanda di vini di alta qualità malgrado la pandemia. Il vino di alta qualità è molto richiesto, soprattutto all'estero, e di conseguenza le aziende investono per dimostrarsi sempre più competitive. Grazie anche ai contributi europei stanziati dalle Regioni oggi sono molti fondi a disposizione delle aziende. «Durante la pandemia - spiega Valerio Fronti - le aziende hanno sfruttato il mo-

Vigneti chiavi in mano

Il mercato del vino è in progressiva espansione, non ha conosciuto battute d'arresto neppure durante la pandemia. Molti agricoltori hanno continuato a investire nel rinnovo dei vigneti



mento di fermo del mercato per effettuare lavorazioni nei vigneti che, per essere messi in produzione, richiedono almeno tre anni. In realtà l'economia ha sempre tenuto in questi anni, c'è sempre stata richiesta di vino e le previsioni per questo e il prossimo anno sono di crescita. Ci sono molte aziende che svolgono attività simili alle nostre ma poche offrono un servizio completo e questo comporta un vantaggio per il committente che ha un unico referente e vi è una minore dispersione delle attività». La crisi dell'edilizia ha indotto molte aziende, inizialmente specializzate nel movimento terra, a ripiegare sull'agricoltura creando due problemi: l'abbassamento dei prezzi e la qualità del lavoro. Anche se la pandemia non ha fermato l'attività dell'azienda i problemi non mancano, soprattutto in relazione ai prezzi dei servizi. «In relazione all'aumento dei costi delle materie prime non riusciamo ad aumentare i prezzi dei nostri servizi. Un ulteriore problema è la mancanza di personale specializzato e di giovani da formare». ■ **Luana Costa**

Agrichianti ha sede a Radda in Chianti (Si)
www.agrichiantisnc.it

LE SISTEMAZIONI IDRAULICHE AGRARIE

Sono lavorazioni su cui siamo particolarmente specializzati, quelle attività utili a determinare la morfologia del terreno, a regimare le acque superficiali e facilitare le lavorazioni meccaniche dell'azienda



La famiglia Fronti possiede anche un'azienda di nome Istine situata a Radda in Chianti. Si tratta di un'azienda agricola sviluppata negli ultimi dieci anni grazie ad alcuni importanti progetti che contemplano anche l'esportazione del vino all'estero. La produzione è specializzata sul Chianti Classico e su un Bianco e un Merlot, proveniente dai vigneti più alti dell'azienda.



AGRICHIANTI
Strada Vicinale Lama dei Frati 101/m - 53017 Radda in Chianti
Tel./Fax +39 0577733684 - info@agrighianti.it
www.agrichiantisnc.it

I migliori frutti della nostra vite

Alla qualità dei nostri vini e al loro legame speciale con i vignaioli, oggi si aggiunge una maggior sensibilità verso l'offerta bio e genuina. Ricerchata dai millennial e celebrata nella Guida 2022 di Ais, come spiega Antonello Maietta

Conoscere il territorio di provenienza del vino, cimentarsi in abbinamenti meno scontati, sapersi districare tra le indicazioni riportate in etichetta. È l'approccio curioso ed evoluto con cui oggi i millennial entrano in un'enoteca, visitano una cantina o si aggirano tra gli scaffali per scegliere la bottiglia giusta, dando impulso a un nuovo modello di sostenibilità e di narrazione del prodotto vino. Rappresentando ormai quasi un terzo del mercato in Italia e la metà in Europa, riferisce un'indagine Pwc, a loro si deve soprattutto la crescita della cultura enologica del consumatore italiano, che impatta positivamente anche sulla domanda di iscrizione ai corsi per sommelier. «Riscontriamo un crescente interesse anche da parte delle generazioni precedenti-osserva Antonello Maietta, presidente di Ais- che manifestano il desiderio di investire il proprio denaro in ciò che considerano realmente di valore. I corsi Ais forniscono loro delle basi solide e i mezzi per potersi muovere con maggior sicurezza in questo mondo così affascinante, ma altrettanto complesso».

Un mondo che, sulla scorta di queste sensibilità emergenti, sta sperimentando un profondo cambiamento, parola chiave non a caso della vostra Guida Vitae 2022. Quali contenuti lo raccontano meglio all'interno del volume?

«Nella guida la parola cambiamento va a braccetto con la parola sostenibilità, un tema trasversale che inizia a essere caro a tutti. Come nella vita, anche "nella Vitae si cambia", per citare il calembour che ci ha accompagnati durante la presentazione del volume. L'edizione di quest'anno ha visto mutare alcune parti di sé per venire incontro alle nuove richieste dei lettori, sensibili soprattutto alla questione ambientale».

Dove emerge in particolare questa impronta ecofriendly della guida?

«Nelle introduzioni a ogni singola regione, corredate da suggestive illustrazioni che parlano di tutti noi e del nostro rapporto con la natura, del nostro modo di interagire con essa e della maggior attenzione che ab-



biamo sviluppato nei suoi confronti. Ogni luogo della Penisola offre interessanti spunti e propone gesti virtuosi per migliorare questo legame e il vignaiolo, del resto, è il primo dei custodi dell'equilibrio tra l'essere umano e l'ecosistema di cui fa parte».

Tra le novità inserite in quest'edizione della guida c'è la speciale classifica "Le performance dell'anno". Di che si tratta e quali vini e pratiche distintive ha portato alla ribalta?

«Le performance dell'anno rappresentano una menzione speciale per mettere in evidenza, tra i vini premiati con le 4 Viti, quelli che hanno incassato- appunto- i risultati migliori, avendo ottenuto i punteggi più elevati in assoluto, a partire dai 95 centesimi, durante le sessioni di degustazione alla cieca. Un sistema, espresso sulle bottiglie dalla lettera I, per segnalare la qualità diffusa dei vini del nostro Paese, molto più elevata di quanto si possa pensare e che allo stato attuale non ha rivali nel mondo».

Oltre che un esperto del prodotto vino, oggi al sommelier si chiede di essere anche un influencer. Quali nuove competenze state integrando al vostro bagaglio professionale in questo senso?

«Oggi l'utilizzo dei social media per i nostri acquisti è un dato di fatto: non solo Facebook e Twitter, ma soprattutto Instagram e Youtube. Siamo anche spinti dal desiderio di saperne di più, e Ais, in questo senso, rappresenta un punto di riferimento. Già due anni fa, in piena emergenza, abbiamo lanciato una serie di videolezioni sotto l'hashtag #ladistanzanoncidivide. Più recentemente, insieme al Ministero degli esteri e ad Assocamereestero, abbiamo diffuso "The wine side of Italy", una web serie di quattro puntate con protagonisti alcuni nostri sommelier. Non solo gli ultimi campioni nazionali, da Valentino Tesi a Roberto Anesi, fino a Stefano Berzi, ma anche le giovani leve, mostrano una tale dimestichezza con la rete che ci ha indotto ad allargare l'offerta formativa a questo settore».

L'ultimo biennio ha messo salute e benessere in cima alla scala di valori degli wine lover. Su quali abbinamenti cibo-vino e modalità di consumo di

vino li indirizzerete in futuro per rispettarne queste nuove esigenze?

«Il vino è una bevanda alcolica, pertanto raccomandiamo sempre di consumarlo in modo responsabile. Ciò premesso, le principali tendenze del settore alimentare possono essere riassunte da aggettivi come fresco, biologico, salutare da una parte, semplice e poco lavorato dall'altra. Anche i vini riflettono un'offerta gastronomica orientata in tal senso: più spazio a vini dal contenuto alcolico inferiore, magari con minor presenza di solfiti, riscoperta di vitigni meno consueti, con gli autoctoni in



Antonello Maietta, presidente dell'Associazione italiana sommelier

grande evidenza. Quanto alle nuove modalità di consumo, il successo del bag-in-box rispecchia l'aumento del consumo domestico, figlio dello stravolgimento portato dalla pandemia. Il vino in lattina in Italia è ancora un tabù, ma sta diventando sempre più popolare negli Stati Uniti. Un segnale da non sottovalutare».

■ **Giacomo Govoni**

I MILLENIAL

Rappresentano ormai quasi un terzo del mercato in Italia e la metà in Europa. A loro si deve la crescita della cultura enologica del consumatore italiano, che impatta positivamente anche sulla domanda di iscrizione ai corsi per sommelier



Gemelli in cantina nel Piemonte delle Langhe

Un'eredità importante e non tutti sarebbero stati all'altezza. La passione e lo studio di Mirko e Federica hanno colpito Gianni Voerzio che ha affidato nelle loro mani la sua storica azienda, oggi chiamata Voerzio Martini

L'Italia del vino ha tante storie da raccontare e quelle che si snodano nella terra del Barolo e dei suoi Cru sono ricche di insegnamenti e valori.

Si tratta del Piemonte verace, contadino, quello delle Langhe, la cui eco riecheggia potente nel mondo per il suo carattere schietto e aromatico, nonché per il terroir unico che lo contraddistingue. Ed è proprio in questa ricca culla che nasce la Voerzio Martini, una realtà nuova, ma con alle spalle la solida esperienza, partita nel 1986, dell'azienda Gianni Voerzio. Quest'ultimo, oggi, ha affidato la sua creatura a due giovani e talentuosi gemelli: «Abbiamo il privilegio - spiega Mirko Martini, alla guida dell'azienda con la sorella Federica - di operare in una zona particolarmente favorita dall'esposizione a un clima mite ed omogeneo. La nostra cura dei vigneti e della cantina, dunque, si ispira a questa privilegiata armonia con la natura, che si traduce nel rispetto profondo delle materie prime e dei processi produttivi».

E questo passaggio di mano vanta, dunque, un radicato passato nella tradizione. «Con le sue 54 vendemmie - racconta Federica - Gianni Voerzio, padre e volano di

questa sfida intrapresa con amore smisurato per le sue vigne, ci ha trasmesso tutto il suo sapere. Ci ha scelti perché siamo educati, semplici, abbiamo entusiasmo e voglia di lavorare».

E mentre la passione non si può certo acquisire, lo studio e la ricerca restano sempre le fondamenta principali se si vogliono ottenere risultati di qualità. E così i due giovani imprenditori hanno messo insieme le proprie competenze per puntare in alto. Mirko è laureato in Viticoltura ed Enologia, è l'enologo della cantina e si occupa della gestione agronomica dei vigneti. Federica ha conseguito a Pollenzo la Laurea in Scienze gastronomiche e si occupa della parte contabile e delle visite in azienda. Entrambi, in un virtuoso equilibrio d'intenti, curano i clienti e l'aspetto commerciale.

Tante, poi, le novità introdotte e la vendita di freschezza che i due gemelli in affari hanno portato con sé: «Abbiamo ristrutturato la cantina, ampliando la zona di pigiatura e vinificazione, e ci piacerebbe ancora ingrandirla e abbellirla. Intanto è attrezzata con le più moderne tecnologie enologiche, nella zona di stoccaggio il vino imbottigliato può riposare con temperatura e umidità controllate, mentre in quella di affinamento il vino matura al-

la nostra prima annata di Barolo classico 2015, nato in seguito all'acquisto di nuovi vigneti, e di Derthona Timorasso 2018, entrambi una scommessa di cui andiamo particolarmente fieri alla luce del successo che hanno ottenuto fra i consumatori». Ma non finisce qui. «Un'altra novità cui teniamo particolarmente - proseguono Mirko e Federica - è che quest'anno presenteremo i nuovi Barolo Single Vineyard: il Barolo Cerequio e il Barolo Monvigliero, entrambi 2018. Provengono da due Cru molto famosi e importantissimi per la nostra zona e si caratterizzano per il



LA FILOSOFIA

La nostra cura dei vigneti e della cantina si ispira all'armonia con la natura, che si traduce nel rispetto profondo delle materie prime e dei processi produttivi

l'interno di barriques, tonneaux e botti in legno di rovere francese e di Slavonia. Abbiamo impreziosito anche la sala degustazione. La nostra impronta ha dato vita, quindi, a tante idee improntate nel segno dell'innovazione. Siamo usciti con

Mirko e Federica Martini, titolari della Voerzio Martini Soc. S. Agricola di La Morra (Cn)
www.voerziomartini.com



bouquet olfattivo ricco e complesso che li porta a svilupparsi in modo caldo e progressivo. Il Monvigliero, che nasce da terreni chiari e sciolti che se da un lato riducono l'intensità del colore dall'altro aumentano l'ampiezza dei profumi, può essere ritenuto a pieno titolo il "Grand Cru" del comune di Verduno ed è l'esempio più calzante di quella eleganza che è il tratto distintivo dei Barolo di questo comune. Il Cru Cerequio, con il suo stile fatto di struttura e austerità, è considerato una delle "terre promesse" dell'intera denominazione e dunque di assoluto prestigio». Insomma, questi due giovanissimi gemelli hanno dimostrato come il connubio tra tradizione e innovazione sia non solo possibile, ma necessario. Se l'ubicazione delle vigne è rimasta la stessa, negli ultimi anni la Voerzio Martini si è arricchita di ulteriori vigneti, adagiati tra le storiche zone di La Morra, Barolo, Verduno e Serralunga d'Alba. Ottime premesse per un futuro roseo e in continua evoluzione. Le innovazioni in cantina non finiscono qui e tanti altri progetti sono pronti a partire, se non già avviati. ■ **Lea Di Scipio**

ETICHETTE E PECULIARITÀ

Ampia è la gamma di vini offerta dalla cantina Voerzio Martini, che comprende rossi e bianchi, espressioni del territorio:

Langhe Arneis Doc "Bracco cappellina" (giallo paglierino con bei riflessi verdolini e ottima brillantezza, profumo fresco e armonico, sapore intenso)

Derthona Colli Tortonesi Doc Timorasso (giallo paglierino intenso, dal profumo ampio, ricco, corposo e piacevole, ed un sapore ben equilibrato)

Langhe Doc Freisa Lamorrina (rosso porpora con riflessi rubino, profumo fresco e delicato, sapore morbido e leggermente brioso)

Dolcetto d'Alba Doc Rochettevino (rosso rubino carico con riflessi violacei, profumo vinoso, sapore pieno, caldo e armonico)

Barbera d'Alba Doc Superiore Ciabot della Luna (rosso rubino intenso con riflessi porpora, profumo ampio, ricco e avvolgente, sapore caldo e vigoroso)

Langhe Nebbiolo Doc Ciabot della Luna (rosso rubino con sfumature porpora, profumo delicato, fine ma intenso, sapore pieno e giustamente tannico)

Barolo Docg (rosso granato con leggeri riflessi amaranto, dal profumo intenso e con un sapore pieno e morbido)

Barolo Docg La Serra (rosso rubino, profumo intenso, sapore ricco, ma equilibrato)

Moscato d'Asti Docg Vignasergente (paglierino intenso, perlage fine e persistente, profumo ampio, avvolgente e armonico, sapore dolce).

Il futuro del settore è al femminile

La strada è ancora lunga per colmare il divario di genere nel settore vinicolo, ma già oggi le donne occupano un ruolo di primo piano, soprattutto nell'enoturismo. Le prospettive e le iniziative dell'associazione Le Donne del Vino illustrate dalla presidente Donatella Cinelli Colombini

Nelle aziende vitivinicole italiane persiste il gender gap, anche sul fronte degli stipendi, ma le donne del vino riusciranno a imporsi anche grazie alla terziarizzazione del settore. Le cantine non si limitano più a produrre vino, ma offrono anche altri servizi. A ribadirlo è Donatella Cinelli Colombini, presidente delle Donne del Vino, oggi l'associazione di donne del vino più grande al mondo, il cui obiettivo è diffondere la cultura e la conoscenza del vino attraverso la formazione e la valorizzazione del ruolo femminile nel settore vitivinicolo. Per l'imprenditrice senese, socia fondatrice del Movimento turismo del vino, il futuro del vino non può che essere tinto di rosa.

Aumentano le donne che acquistano le esperienze enoturistiche in cantina. Si può dire lo stesso per le produttrici, ristoratrici, enotecarie, sommelier, giornaliste ed esperte di vino in tutta Italia? Qual è la situazione?

«Le nuove tendenze del turismo e dei consumi favoriscono la crescita di importanza delle donne. Questo ha una causa precisa, come ci insegna Vincenzo Russo, guru del neuromarketing: le donne procedono per relazioni mentre gli uomini per obiettivi. Ciò significa che lo storytelling in cui il gentil sesso è particolarmente forte, è ormai fondamentale in tutte le professioni del vino. Faccio un esempio pratico, dallo studio fatto lo scorso anno dalle Donne del Vino con l'Università di Siena (indagine condotta da Lorenzo Zanni e Elena Casprini) poi confermato dai dati provenienti dagli Usa, risulta che nelle aziende produttrici gli uomini sono la maggioranza e hanno in mano le leve di comando in vigna e in cantina, ma le donne sono prevalenti nel numero e nei ruoli nei nuovi settori: marketing, commerciale, comunicazione e wine hospitality».

La sostenibilità è un driver molto importante oggi. Come la stanno affrontando le Donne del Vino in vigna e in cantina?

«In linea generale, le aziende produttrici di vino dirette da donne hanno un profilo più attuale: più sostenibile, internazionalizzato, diversificato e orientato alla qualità rispetto alla media italiana. Già nel sondaggio fatto tra le nostre socie nel 2017

emergeva un orientamento al bio-biodinamico nettamente superiore allo standard nazionale, circostanza confermata dall'indagine realizzata lo scorso anno da Marta Galli con l'Università del Sacro Cuore di Milano. Per le donne wine maker il rispetto ambientale è quindi un modo di essere e non nasce dalle richieste del marketing o del mercato. L'azione di maggiore rilievo svolta dalle Donne del Vino per la sostenibilità ha riguardato l'uso del vetro leggero nelle bottiglie. Il packaging del vino è, infatti, la componente che incide maggiormente sull'impronta carbonica. Anche un normale vetro da 500g rappresenta il 29 per cento del Co2 prodotto da ogni bottiglia di vino».

Le Donne del Vino si è fatta promotrice dell'insegnamento del vino negli istituti turistici e alberghieri. Come sta procedendo la sperimentazione e quanto è importante questa iniziativa?

«Sta andando meglio del previsto. La sperimentazione si svolge in otto istituti di Piemonte, Emilia-Romagna e Sicilia. L'accoglienza delle istituzioni regionali, del corpo docente e soprattutto degli studenti è entusiastica. Le Donne del Vino portano un metodo di insegnamento basato sull'esempio, cioè danno testimonianza diretta della loro attività e portano gli studenti a vedere le loro imprese: cantine, ristoranti, enoteche, agenzie di comunicazione e consulenza. L'obiettivo è quello di dotare ristoranti, alberghi e uffici turistici di manager capaci di usare il vino e i territori del vino come attrattori turistici e strumenti per trasformare il viaggio in un'esperienza appagante. Non va dimenticato che l'enogastronomia è il primo motivo di viaggio dei turisti stranieri verso l'Italia, per cui la partita in gioco è davvero grande».

L'enoturismo ha vissuto due anni ovviamente molto complicati. Quali sono le prospettive e le principali sfide per il movimento enoturistico?

«Nel 2022 dovrebbe esserci un deciso recupero del turismo europeo, mentre per quello intercontinentale bisognerà aspettare ancora. Avremo più donne, più turisti in cerca di intrattenimento nel verde (e meno wine lover), più richieste di esperienze. Anche i punti vendita delle cantine dovrebbero aumentare il fatturato, ma senza tornare ai livelli del 2019. Tuttavia, moltissime aziende si sono do-



LE AZIENDE DIRETTE DA DONNE

Hanno un profilo più attuale: più sostenibile, internazionalizzato, diversificato e orientato alla qualità rispetto alla media italiana

tate dell'e-commerce e cominciano a censire e profilare i clienti per cui svilupperanno meglio di prima il follow up, trasformando i turisti in clienti abituali. Le donne saranno le vere protagoniste anche dell'offerta enoturistica futura, che sarà più diversificata e segmentata nel target di riferimento e nei prezzi».

Quali sono i principali progetti dell'Associazione nel 2022?

Donatella Cinelli Colombini, presidente associazione Le Donne del Vino



«Ne abbiamo davvero tanti, ma voglio parlare di uno solo di essi: l'internazionalizzazione. Due anni fa abbiamo costituito un network con 11 associazioni simili alla nostra in Australia, Argentina, Francia, Croazia. Quest'anno, per la prima volta, festeggeremo insieme la Festa della Donna del Vino in occasione dell'8 marzo sviluppando il tema "Donne Vino e Futuro". Useremo lo stesso logo e lo stesso hashtag per una campagna online destinata a diventare virale con le immagini delle donne del vino di tutto il mondo che mettono in bottiglia i loro messaggi per le nuove generazioni. Sulle pagine del Corriere Vinicolo, quattro volte l'anno, le associazioni estere pubblicheranno le loro notizie. Infine, in occasione di Simef (salone delle macchine per l'enologia) che avrà luogo a Milano dal 15 al 18 novembre 2022, due rappresentanti di ciascuna associazione estera verranno in Italia per trasformare la nostra rete in un'alleanza basata sullo scambio di opportunità e conoscenze. Seguendo il motto l'unione fa la forza, stiamo creando un'alleanza utile alle donne, ma anche a tutto il mondo del vino». ■ **Francesca Druidi**

La rivincita del rosa

L'azienda agricola Cataldi Madonna a Ofena si distingue per la produzione di vini abruzzesi dal carattere forte, tipico della loro terra. La ceo Giulia Cataldi Madonna racconta in particolare il progetto dietro a una delle etichette di punta, il Cataldino

Una terra particolare, come indica il suo nomignolo di forno sotto il frigorifero coniato da Luigi Cataldi Madonna, professore di Storia della Filosofia all'Università de L'Aquila, e fino al 2019 alla guida dell'azienda vitivinicola di famiglia. Ofena si erge sopra un colle roccioso in posizione dominante su un altopiano pianeggiante a 450 metri di altitudine noto con il nome di forno d'Abruzzo per via del clima secco con picchi di temperatura elevati nella stagione estiva dovuti all'esposizione a Sud e alla sua conformazione, che condizionano un paesaggio brullo e sassoso. L'altopiano a forma di anfiteatro si trova direttamente sotto il Calderone, il ghiacciaio perenne più meridionale dell'Appennino, sito all'interno del Gran Sasso sul versante settentrionale del Corno Grande, che durante la stagione calda rinfresca i vigneti della tenuta Cataldi Madonna alla base dell'altopiano, come un enorme condizionatore naturale. Queste condizioni climatiche sono particolarmente benefiche per la vite, che con il caldo avvia la maturazione e con il freddo fissa gli aromi, e conferiscono il carattere forte distintivo di questo territorio.

Giulia Cataldi Madonna, dal 2019 alla guida dell'azienda vitivinicola di famiglia, racconta della produzione Cataldi Madonna e dell'importanza di riqualificare l'immagine del vino rosa nel 2022.

Come nasce la filosofia Cataldi Madonna dei vini concettuali?

«Questa definizione nasce un po' per caso. Avevo 14 anni quando durante il Vinitaly attaccai manifesti con la scritta "Vini NON naturali", perché mio padre, da sempre un provocatore, diceva che "per fare bisogna prima pensare, e senza un pensiero non si può fare un vino". Quando si diffuse la moda dei vini naturali secondo cui il vino si fa da solo, e meno lo tocchi e meglio è, mio padre, che non era d'accordo con questa definizione, volle rilanciare parlando di vini concettuali. I Vini Cataldi Madonna seguono una filosofia secondo cui l'attività di produzione è anzitutto una passione fondata su una visione che si realizza attraverso un progetto. Perché dietro ogni vino c'è un'idea che lo rende unico in base all'obiettivo specifico che quel vino vuole raggiungere. Durante il tragitto si può variare, ma si parte sempre da un progetto.

VINI CONCETTUALI

L'attività di produzione è anzitutto una passione fondata su una visione che si realizza attraverso un progetto



Con questa filosofia vogliamo sottolineare il valore umano, l'importanza delle persone che stanno dietro la vinificazione, e la consapevolezza che il vino non si fa solo nella botte, ma a partire dall'equilibrio che si dà alla pianta affinché esprima al meglio nel bicchiere le caratteristiche del nostro territorio, unico per conformazione e posizione geografica. Non esiste dunque un vino che sia puramente "naturale": ogni produzione è frutto di una sinergia tra uomo e natura che ha lo scopo di ottenere un prodotto di qualità, in grado di elevare il vino e il pensiero, l'attività e la professionalità di chi lo produce».

Il progetto della nuova generazione Cataldi Madonna è un progetto rosa.

«Da sempre Cataldi Madonna porta avanti una battaglia: ridare dignità a un prodotto che ancora oggi viene apprezzato da una percentuale esigua di italiani, ma che racconta la storia del vino. Fino a fine '700, infatti, esisteva solo il vino rosa ottenuto semplicemente pigiando le uve a bacca rossa. Spodestato dal rosso, più tecnologico, e confinato agli aperitivi e alle grigliate estive, il vino rosé si è recentemente riabilitato prima in America e poi in Provenza, spinto dall'interesse del mercato americano. Questo rilancio del rosa ha soltanto sfiorato la produzione italiana. Oggi la Francia vanta un consumo interno del 35 per cento, cioè un francese su tre beve rosa. Mentre il consumo interno italiano è del 4,9 per cento, quindi soltanto un italiano su venti beve rosa.

ramente simboleggia appieno la filosofia rosa dell'azienda. Il progetto era contribuire alla crescita di questo tipo di vino in Italia producendo un rosa integrale, vinificato in totale assenza di bucce, per esaltare le caratteristiche delle uve Montepulciano e mostrare la potenzialità delle nostre terre, tra le più vocate per la produzione di vini rosa di carattere grazie al Gran Sasso, al suo ghiacciaio e soprattutto al Montepulciano che lo differenziano dai cugini provenzali. È proprio con questi tre assi che il Cataldino gioca la sua



Giulia Cataldi Madonna, ceo di Cataldi Madonna azienda vitivinicola con sede a Ofena (AQ)

www.cataldimadonna.com

partita per cambiare la tendenza. È un pregiudizio tutto italiano pensare al rosa come a un vino da donna, o da bere solamente d'estate, sotto al capanno. Noi vogliamo combattere questo stereotipo e, forse anche in modo un po' provocatorio, commercializziamo il Cataldino in autunno».

■ **Costanza Manca**

LA SVOLTA AL FEMMINILE

Fino ai primi anni '90 l'azienda Cataldi Madonna ha presidiato da sola l'intera zona viticola di Ofena con una tenuta composta da 30 ettari di vitigni autoctoni quali Montepulciano, Pecorino e Trebbiano. L'azienda ha da sempre un retaggio maschile, fondata nel 1920 dal Barone Luigi dei Cataldi di Capestrano, avviata all'imbottigliamento nel 1975 dal figlio Antonio, con un'etichetta, quella del Guerriero di Capestrano, che rimarrà sempre la stessa, ennesima espressione del legame con il territorio, e infine tramandata al nipote Luigi Cataldi Madonna, docente di filosofia che ha applicato il suo pensiero concettuale all'attività di produzione di uno dei vini abruzzesi più pregiati. Nel 2019 avviene la svolta rosa, con la nomina del nuovo amministratore unico dell'azienda. Si tratta di Giulia, figlia di Luigi, classe '92 e rappresentante della quarta generazione dei Cataldi Madonna. In questi primi due anni, Giulia Cataldi Madonna ha apportato un tocco rosa alla realtà storica dell'azienda di famiglia, innovandola con freschezza, intelligenza e ambizione, promuovendo il restyling dell'azienda e introducendo professionalità specializzate in grado di affrontare le sfide di un settore in evoluzione.

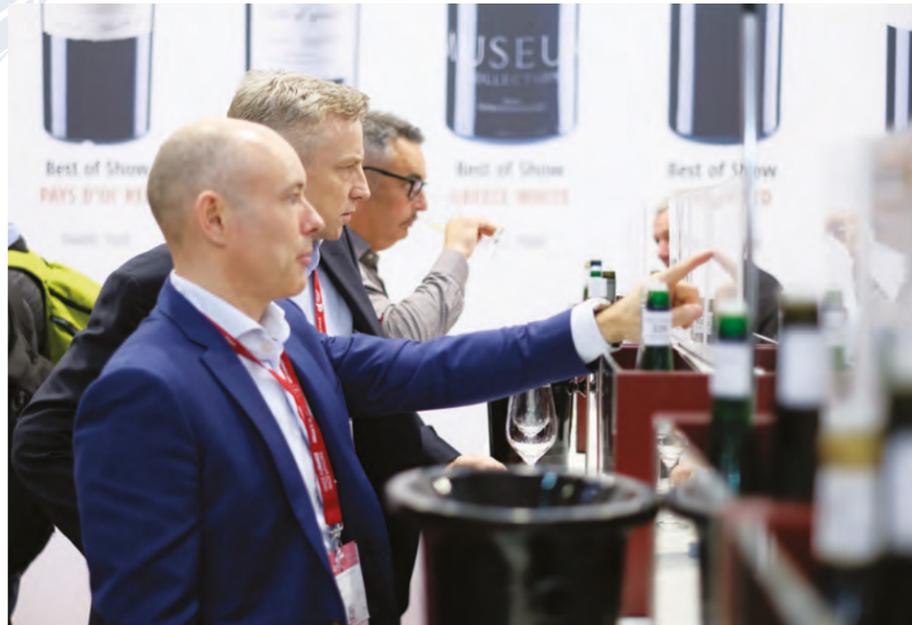
Export, Do al comando

Con incrementi a doppia cifra in mercati cruciali come Usa, Giappone e soprattutto Cina, i nostri gioielli enoici stanno solcando con autorevolezza la stagione pandemica. Riccardo Ricci Curbastro detta la strategia per tutelarli

Un patto fiduciario basato sulla garanzia d'origine, tracciabilità e qualità delle nostre bottiglie. Se la marcia export del vino italiano non si è arrestata neppure sotto pandemia, secondo Riccardo Ricci Curbastro lo si deve principalmente a questo legame speciale costruito nel tempo tra wine lover e gli operatori della filiera. «In questo lungo processo - sottolinea il presidente di Federdoc - le Denominazioni di origine hanno avuto un ruolo chiave per le imprese italiane, consentendo la conquista di nuovi segmenti e quote di mercato, anche in un periodo complesso come quello determinato dal Covid. Nei primi nove mesi del 2021 abbiamo raggiunto un fatturato pari a 5,13 miliardi di euro, con un incremento di circa il 15 per cento sullo stesso periodo del 2020».

Dove si segnalano i rialzi più importanti e quali vini a denominazione continuano a essere trainanti in questa dinamica?

«I consumi del vino italiano sono aumentati incredibilmente negli Usa con 1,31 miliardi di euro e un +23,6 per cento, in Canada con 281,6 milioni di euro e +11,5 per cento sul 2020. Stiamo assistendo alla risalita delle importazioni dall'Italia anche in Giappone e soprattutto in Cina, dove si è registrato un incremento di circa il 50 per cento rispetto all'annata disastrosa di diffusione della pandemia. Anche dal mercato Ue abbiamo segnali positivi: +11,7 per cento in Francia, +12,7 per cento in Svizzera con 292 milioni di euro; in Germania, secondo mercato di esportazione, +7 per cento con un fatturato di 815 milioni di euro e la Gran Bretagna ha superato il mezzo miliardo di euro, segnando un



+6,1 per cento sul 2020. Tra le Do trainanti naturalmente ci sono il Prosecco e l'Asti che confermano l'exploit dei vini sparkling, rispettivamente con un +40 per cento e un +13 per cento».

Nei mesi scorsi aveva denunciato l'ostruzionismo commerciale della Cina nei confronti dei vini europei a indicazione geografica. Ci sono sviluppi su questo fronte?

«Nessuna nuova rispetto all'obbligo per i Consorzi di tutela del vino di svolgere attività di promozione e informazione con l'assistenza di referenti legali cinesi. In occasione del Tavolo per l'internazionalizzazione del sistema economico abbiamo nuovamente sollecitato il sottosegretario del Maeci Di Stefano a intervenire sulla Commissione europea affinché l'attività diplomatica produca dei risultati nel più breve tempo possibile».

Quali aspetti avvertite come più

5,13 mld

Fatturato

Ricavi registrati nei primi nove mesi del 2021 dalla filiera del vino italiano



Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Federdoc

penalizzanti?

«Considerato il valore riconosciuto alla divulgazione del nostro sapere e saper fare, è impensabile che le istituzioni non si adoperino per rimuovere adempimenti burocratici a carico dei Consorzi che appaiono infondati e ostruzionistici. La Cina è un mercato difficile da conquistare e se ora aggiungiamo il nuovo obbligo di registrazione di tutti i produttori stranieri presso il Gaac per poter sdoganare le merci lo diventa ancor di più.

Lasciano ben sperare però i numeri delle esportazioni italiane, che indicano forti margini di crescita nonostante tutte le barriere che dobbiamo fronteggiare».

Al capitolo italian sounding tiene banco la richiesta di denominazione del Prosek croato. Come vi state muovendo per manifestare il vostro dissenso a questa iniziativa?

«La richiesta croata di vedersi riconoscere la denominazione di origine Prosecco come menzione tradizionale "Prosek" ha creato un pericoloso precedente per la tutela delle nostre Do. Le motivazioni storico-culturali addotte dalla Croazia non rappresentano un presupposto valido per autorizzare tale riconoscimento che creerebbe confusione tra i consumatori, oltre che un innegabile danno al lavoro dei produttori italiani. La Federdoc ha ritenuto necessario presentare un formale atto di opposizione alla domanda di registrazione presso la Commissione europea, associandosi alle opposizioni presentate autonomamente dai Consorzi di tutela interessati. Ora attendiamo che l'Ue si pronunci sulla richiesta, sperando che la sua decisione segni una linea di demarcazione e chiarisca i confini da non oltrepassare nel futuro».

In questo scenario di "attacchi incrociati" al vino, diventa fondamentale promuoverlo come si deve. Che grado di coinvolgimento invocate per rafforzare la domanda di quello italiano?

«Le Denominazioni di origine italiane rappresentano un unicum in termini di varietà e ricchezza dell'offerta, ma anche per qualità e tracciabilità del prodotto dalla vigna alla bottiglia. Per portare avanti il nostro compito di ambasciatori della cultura enologica italiana nel mondo però, dobbiamo conformare le strategie informative attuate presso il consumatore alle attuali politiche europee, fortemente restrittive nei confronti delle campagne promozionali dedicate al prodotto vino».

Su quali valori occorre insistere?

«È fondamentale valorizzare forme e standard di produzione sostenibili, consapevoli che da questa sfida dipendono tanto gli equilibri a lungo termine del pianeta, quanto quelli a medio termine delle imprese. La sostenibilità è e sarà il pilastro delle politiche di settore. Da questa consapevolezza già nel 2015 la Federdoc e Gambero Rosso hanno dato vita a Equalitas, con il compito specifico di sviluppare uno standard di sostenibilità sui tre principi fondamentali sociale, ambientale ed economico e su misura per la filiera vitivinicola. Solo le Denominazioni e le imprese che sapranno integrare queste tre dimensioni riusciranno ad adattarsi al nuovo contesto e avere successo nel futuro».

■ **Giacomo Govoni**



Il legame indissolubile con il territorio

Dalle rive dell'Isonzo fino ai rilievi del Collio si estendono i duecento ettari di vigneti pregiati della Tenuta Villanova. La conformazione e la natura dei terreni conferiscono ai vini espressioni differenti. Le racconta Francesca Grossi

È nella porzione di terra che si estende dalle alte rive dell'Isonzo fino ai rilievi del Collio, a pochi chilometri dalla Slovenia, che sorge una realtà vitivinicola di circa duecento ettari e che da secoli produce vini pregiati e distillati artigianali. Tenuta Villanova trova la sua dimora nel Collio Goriziano a Villanova di Farra, una frazione del comune di Farra d'Isonzo, e giace sul confine tra la Doc Friuli Isonzo e la Doc Collio. Oltre il 30 per cento della sua produzione è concentrata nelle splendide colline del Monte Fortin - sito archeologico della Prima guerra mondiale - e di Ronchi di San Giovanni. Entrambe le alture sorgono proprio di fronte alla tenuta e alla collina cru di San Lorenzo. «In questa porzione di territorio si manifestano espressioni vitivinicole differenti, con microclimi e morfologia del terreno molto diversi tra loro» spiega Francesca Grossi, responsabile aziendale e nipote della proprietaria. La gestione dell'azienda è oggi portata avanti con dedizione e passione da Giuseppina Grossi Bennati, moglie di Arnaldo, che fin dal suo avvento ha inaugurato un ciclo di rinnovamento a tuttotondo promuovendo tecniche di produzione al passo coi tempi e una sempre maggiore attenzione alla gestione della vigna. «Da 90 anni vi è grande fermento per la cantina - prosegue Francesca Grossi - durante il quale sono stati posti in essere importanti investimenti. L'azienda è stata infatti tra le prime del territorio a installare un moderno impianto di imbottigliamento e tra le prime a spumantizzare sia in Metodo classico che Martinotti e a credere nella vinificazione dei vini rossi autoctoni».

Tenuta Villanova ha di recente avviato un restyling delle etichette: c'è la necessità di comunicare una nuova immagine?

«Abbiamo voluto comunicare con la nostra nuova brand identity la connessione diretta tra l'azienda e i suoi valori che sono il rispetto del territorio e la sua valorizzazione. Da una parte la linea Collio, dall'altra la linea Isonzo. Ancora oggi, come in passato, produciamo i nostri vini in queste vocate zone Doc e con il passare del tempo la nostra conoscenza del territorio è sempre maggiore. Troviamo quindi fondamentale ammodernare il logo e le etichette, ren-



Tenuta Villanova ha sede a Villanova di Farra d'Isonzo (Go) - www.tenutavillanova.com

dendole più rappresentative di Tenuta Villanova oggi».

Si è proceduto anche a un ammodernamento delle bottiglie?

«Per rafforzare l'identità del brand Villanova, abbiamo ritenuto necessario rinnovare i nostri prodotti: prima in vigneto, poi in cantina e solo successivamente il design della bottiglia. La linea Collio composta da vini prodotti da preziose uve autoctone come la Ribolla Gialla, il Friulano e il Picolit rappresentano la corposità, un palato elegante, intenso, raffinato e un retrogusto persistente. La struttura e potenza particolare dei vini, la storia e tradizione, nonché la meticolosa cura dei vigneti sono stati fonte di ispirazione per la realizzazione di un'etichetta gioiello. Le etichette riportano la nostra iniziale "V" Villanova stilizzata in trama del prezioso merletto goriziano. Al tatto è molto persuasiva e l'utilizzo dell'oro ha contribuito a trasmettere l'idea di raffinatezza e unicità. Un vero gioiello, come definiamo la nostra linea Doc Collio per il contenuto e per la veste grafica».

In che modo si è intervenuti invece per assicurare una nuova veste alla linea Doc Isonzo?

«Per la linea Isonzo abbiamo deciso di utilizzare il nostro logo aziendale rendendolo interattivo: tratto dalla mappa catastrale rappresenta i nostri vigneti stilizzati rac-

chiusi in un cerchio nel cui centro vi è il cuore aziendale della Tenuta Villanova. Al momento la linea Isonzo conta ben nove referenze - sei di vini bianchi e tre di rossi - perciò occorre trovare un compromesso tra il family feeling del logo e il gran numero di varietà. Le bottiglie dovevano essere uniformi ma allo stesso tempo distinguersi l'una dall'altra. Abbiamo così scelto di colorare diversamente le tessere, ovvero i vigneti che compongono il logo: su ognuna delle referenze, il logo si colora in corrispondenza del vigneto in cui quel vino è prodotto. Ciò ha reso la linea divertente e colorata rispecchiando le caratteristiche del terroir Doc Isonzo: vini vivaci, freschi, giovani, minerali, sapidi, fruttati e floreali».

Quali feedback avete ricevuto dai consumatori?

«Desideriamo condividere e comunicare al mondo i nostri prodotti e desideriamo che i consumatori provino nel degustarli lo stesso piacere che abbiamo noi nel produrli. Ci auguriamo di suscitare emozioni. "Più vite, dal 1499" è il motto della Tenuta Villanova, un'azienda che ha ancora molte cose da raccontare, dove tradizione, passione e programmi di ammodernamento convivono in armonia, com'è giusto per un'azienda che da oltre 523 anni si trova nel cuore del Friuli Venezia Giulia e della storia».

■ Luana Costa

PIÙ VITE, DAL 1499.

Dal 1499 dedichiamo le nostre vite alla cura dei vigneti fra Collio e Isonzo, per custodire in ogni bottiglia la vera natura di questo Friuli e i suoi eleganti profumi.

www.tenutavillanova.com

VILLANOVA
PIÙ VITE, DAL 1499

Scienza e arte in un calice

L'amore per il vino da parte di un'intera famiglia che del gusto ha fatto il suo baluardo nel tempo. Dalle dolci colline fino all'influenza del mare, ecco cosa rende speciali i prodotti della Cantina Lulli

L'attaccamento alla terra e al lavoro. Valori che quando si tramandano in famiglia danno origine ad un prodotto di qualità che ogni consumatore riesce a distinguere anche solo al primo sorso. La forza del passato porta con sé una storia fatta di insegnamenti, consigli e raccomandazioni che non si dimenticano, ma che diventano così fertili da ispirare le generazioni successive che ne sanno fare tesoro. Tutto questo si traduce nel marchio Cantina Lulli dal 1905 «roccaforte inespugnabile, resistente ad ogni aggressione. Un riparo sicuro dal dramma dei grandi e piccoli colpi della vita, anche quando ogni speranza sembra perduta. La nostra famiglia marcia nel tempo unita e indivisibile, senza mai cambiare strada, ma migliorando costantemente il suo cammino» spiega Silvano Lulli, titolare dell'azienda insieme al papà Luigi.

La storia della vostra famiglia si fonde con la nascita della cantina. Ci racconta le sue origini?

«La nostra è una lunga tradizione, che parte dal bisnonno Luigi che ci ha insegnato la dedizione al lavoro e l'amore per il vino. Lo ha fatto attraverso l'esempio suo e di sua moglie, la mia bisnonna, che a sua volta prese le redini quando partì militare in guerra. Forti di questa vera forza, che presuppone organizzazione, coordinazione, armonia, tempismo e



IL SEGRETO

Un vino pregiato si realizza nella vigna, con un'uva che fattori ambientali hanno selezionato e favorito e che un'accorta, specializzata e sperimentata tecnica agronomica ha prodotto

realistica progettualità, abbiamo maturato nel tempo una solida esperienza sul campo, che, ispirata da passione, prudenza, saggezza, razionalità e intelligenza, si è progressivamente consolidata e potenziata, fino a diventare vera e propria scienza, e non solo. Anche l'arte fa la sua parte: da sicura e sperimentata conoscenza teorica e pratica essa si manifesta in ideazione, creazione e originalità».

Cori è la culla della vostra realtà. Cosa

rappresenta per voi il territorio?

«C'è un forte legame, costruito e consolidato nel tempo. Le nostre origini sono romane, ma l'azienda è cresciuta a Cori, terra particolarmente fertile e feconda. La nostra azienda è collocata su una ridente collina dei Monti Lepini nord-occidentali, in posizione dominante rispetto alla sottostante Pianura Pontina. Qui Cori gode di terreni particolarmente idonei alla produzione di vini di riconosciuta qualità. Quello su cui opera la cantina è un terreno franco, con tessitura di medio impasto, a reazione sub-acida e con una percentuale del pH compreso tra 6 e 6,6, ideale per garantire alle piante il necessario approvvigionamento di acqua e di elementi nutritivi, per trattenere le sostanze fertilizzanti, preservandole dal dilavamento, e per agevolare la lavorazione del terreno, migliorandone di conseguenza la resa».

Cosa si è tramandato e cosa vi rende unici?

«Un vino pregiato si realizza nella vigna, con un'uva che fattori ambientali hanno selezionato e favorito e che un'accorta, specializzata e sperimentata tecnica agronomica ha prodotto. L'Azienda Lulli, a conduzione diretta,

consapevole dell'importanza di stabilire un rapporto non alterato con la natura, mira da sempre al recupero di vitigni autoctoni dalle origini remote, fortemente radicati nella zona di Cori, cloni del Bellone e Nero Buono o strettamente legati alla tradizione del territorio laziale, Malvasia Puntinata, Sangiovese, Merlot. Quale sistema di allevamento adotta il filare a cordone speronato, curato con estrema attenzione sia all'orientamento dei vigneti, per favorire la maggiore e migliore intercettazione dell'energia solare, sia alle distanze, per non creare zone d'ombra o sprechi di spazio produttivo, con conseguenze penalizzanti per la produzione».

Quali sono le vostre tecniche, dunque,



Silvano Lulli, titolare dell'azienda Cantina Lulli dal 1905 insieme al papà Luigi - www.cantinellulli1905.it

tra tradizione e innovazione?

«Gran parte della raccolta viene fatta ancora a mano. Abbiamo comunque introdotto l'utilizzo di macchine tecnologiche di nuova generazione che agevolano le microfiltrazioni e le vinificazioni a temperatura controllata con pulitura dei mostri, differenziata a seconda che si parli di rossi o di bianchi. L'azienda presta la massima attenzione e una minuziosa cura ai passaggi che intercorrono tra la raccolta delle uve nei campi, fatta rigorosamente a mano (o: in parte manuale, in parte meccanica) e l'arrivo delle stesse in cantina. Le cantine Lulli sono scrupolosamente controllate, perché l'intero processo di vinificazione si svolga in maniera ottimale e non venga in alcun modo compromessa la qualità del mosto. Pertanto, nella consapevolezza che durante la fermentazione è elemento importante il freddo, sono dotate di un impianto di raffreddamento che sviluppa 1.500.000 frigoriferi, permettendo di mantenere costante la temperatura (12°- 13°C) per tutto il tempo necessario. Il Bellone, uno dei nostri migliori prodotti, è particolarmente apprezzato per la sua freschezza marina, un gusto che nasce da una terra di collina, ma che per via della vicinanza con il mare, risente della sua salinità, rendendolo unico nel suo genere». ■ **Lea Di Scipio**

DOC CORI NERO BUONO

Tipologia: 300 m slm

Età media: 20 anni

Resa: 80 q.li/ha

Gradazione: 13.50% vol

Note di degustazione: colore rosso rubino, da bouquet raffinato ed elegante, al naso apre con sentori di peperone e pepe nero, a seguire note di frutta rossa, ciliegia ribes rosso, visciola liquerizia e legno di eucalipto. Una spaziatura leggera finale di ginepro e cannella. Al palato dal sapore asciutto autoritario e dal gusto rotondo, armonico, giustamente tannico e delicatamente speziato e balsamico.

Vinificazione: le uve appena raccolte vengono, nel minor tempo possibile, trasportate in cantina per dare inizio alla vinificazione. La prima operazione è la diraspatura, cioè la separazione

Degli acini dal raspo: le uve appena raccolte vengono, nel minor tempo possibile, trasportate in cantina per dare inizio alla vinificazione. La prima operazione è la diraspatura, cioè la separazione. Degli acini dal raspo: si manda quindi il mosto con le bucce nel fermentino previa aggiunta di lievito selezionato e enzimi che aumentano la capacità di estrarre colore, si lascia macerare per 7 giorni. Durante la macerazione vengono eseguite delle rifollature, al fine di mantenere il cappello di fermentazione sempre bagnato ed evitare acidificazioni: intanto la temperatura di fermentazione è sempre tenuta sotto controllo. Trascorsi i giorni indicati si effettua la svinatura, separando la parte liquida dalle bucce; si lascia continuare la fermentazione fin quando lo zucchero è trasformato in alcol. Dopo un primo travaso e separazione dalle fecce, il vino viene fatto affinare inducendo la fermentazione malo-lattica che dona morbidezza al vino.



Espressione siciliana tra passato e futuro

Immersa in un lussureggiante vigneto sulle colline che dominano la costa cefaludese, con un panorama che si estende fino alle Isole Eolie, l'Abbazia Santa Anastasia, a pochi chilometri da Palermo, nel Parco delle Madonie, è una cantina e, al contempo, un relais di charme che mantiene intatto il fascino del passato, sviluppando al contempo una produzione enologica all'insegna più moderne ed ecosostenibili tecniche di vinificazione. L'Abbazia Santa Anastasia, che sorge su un'abbazia medievale fondata da Ruggero d'Altavilla nel lontano XII secolo, è stata a lungo retta dai monaci Basiliani e poi dai Benedettini, prima di essere abbandonata a seguito della fondazione della città di Castelbuono. Il risorgimento dell'Abbazia si deve a Francesco Lena che acquista la proprietà verso la fine degli anni Ottanta. Le coltivazioni vitivinicole e olivicole riprendono vita e si realizza la cantina destinata alla vinificazione delle uve coltivate nella tenuta. Iniziano contemporaneamente i lavori di restauro dell'intera struttura, che culminano in un relais integrato in maniera armoniosa nell'ambiente naturale, oggi dotato di 29 camere. Recuperando le tradizioni dei monaci, dal cui impegno nascevano vini apprezzati dalle più importanti mense baronali e vescovili di Sicilia, la famiglia Lena comincia a produrre vini di sempre maggiore qualità. Risale agli anni Ottanta l'avvio dell'attività di imbottigliamento e commercializzazione dei prodotti, con Gianfranco Lena responsabile del settore commerciale e marketing e Stefania responsabile di produzione, insieme al maestro enologo Giacomo Tachis. Fondamentale il contributo di un altro importante enologo come Riccardo Cotarella che, dal 1998, ha firmato 11 vendemmie.

LA FILOSOFIA

«Sin dalla prima vendemmia i nostri vini hanno incontrato gli interessi della critica e del mercato, iniziando un'entusiasmante ascesa, anche grazie all'ottenimento di riconoscimenti importanti in Italia e nel mondo» racconta Gianfranco Lena. I vini rossi di Abbazia Sant'Anastasia, dai classici ai grand Cru, hanno scritto la storia dell'azienda e dell'enologia, esaltando uve autoctone locali come il Nero D'Avola, il Cabernet Sauvignon e altre uve internazionali come il Syrah. Oltre al metodo di coltivazione biologica, da lungo tempo applicato dall'azienda, più di recente è stato adottato il metodo biodinamico declinato nella forma tradizionale del



L'Abbazia **Santa Anastasia** si trova a Castelbuono (Pa) www.abbaziasantanastasia.com

filosofo austriaco Rudolf Steiner. Tale metodo considera il vigneto, le viti, il terreno, la natura e gli organismi coinvolti come parte di un unico ecosistema organico e complesso. «Credendo in questa filosofia, già da dieci anni abbiamo integrato il metodo di coltivazione biologico con il metodo biodinamico: nella coltivazione dei vigneti utilizziamo preparati di origine vegetale e animale (sovescio, corno letame e corno silicio), osservando attentamente anche i cicli lunari e planetari. Queste tecniche consentono di raggiungere alti standard qualitativi dei prodotti e di armonizzare le varie fasi della produzione». L'attenzione alla natura si declina, inoltre, nell'uso di un impianto fotovoltaico, che risponde all'80 per cento del fabbisogno energetico dell'azienda, e nel sistema di riciclo delle acque impiegate nelle lavorazioni in cantina che vengono riutilizzate per l'irrigazione delle coltivazioni.

DAL TERROIR ALLA CANTINA

L'azienda si estende per 400 ettari di cui 69 vitati, tutti in agro di Castelbuono in contrada Santa Anastasia, a un'altitudine tra i 200 e i 500 metri sul livello del mare. I terreni sono di medio impasto tendenti all'argilloso. La peculiare composizione chimica dei diversi appezzamenti permette alle viti di crescere in maniera equilibrata e di generare grappoli con differenti caratteristiche, in grado di produrre vini che rispecchiano il terroir d'origine. Le condizioni microclimatiche della zona e l'esposizione a nord dei versanti collinari, oltre all'isolamento della tenuta da altre realtà produttive limitrofe, permettono di portare a maturazione uve perfettamente sane sen-

za l'ausilio di fitofarmaci ed esenti da ogni traccia di sostanze estranee. La raccolta delle uve avviene manualmente, al-

l'aurora, nel momento in cui la loro temperatura è più bassa, quando l'ultimo sole è ormai lontano. Uve bianche e rosse sono lavorate nella cantina ristrutturata e ampliata all'inizio degli anni 2000, dotata di moderne e sofisticate attrezzature enologiche. Gli ambienti sono termo-condizionati, mentre per la copertura delle capriate in legno sono stati utilizzati pannelli assorbenti, realizzati con materiali che consentono la coibentazione e l'assorbimento del rumore. Per tutte le fasi di produzione, affinamento e maturazione vengono utilizzati esclusivamente serbatoi di cemento e di legno. Quando i vini raggiungono il giusto equilibrio di maturazione vengono imbottigliati senza subire trattamenti chimici, fisici e meccanici.

ACCOGLIENZA

L'Abbazia Santa Anastasia coglie appieno le opportunità dell'enoturismo. «Il nostro staff organizza ogni giorno tour guidati dei vigneti e della cantina per i curiosi e gli appassionati che vogliono approfondire gli aspetti legati alla lavorazione del vino, dalla vigna alla bottiglia. I tour culminano con la degustazione dei vini dell'azienda e sono aperti non soltanto agli ospiti dell'albergo, ma anche a visitatori occasionali, previa prenotazione», conclude Gianfranco Lena.

■ **Leonardo Testi**

VINI BIOLOGICI NATURALI

La natura in cui è incastonata Abbazia Santa Anastasia offre condizioni pedoclimatiche uniche che donano ai vini finezza ed eleganza e tutto ciò di cui necessita la vigna. Da oltre un decennio le caratteristiche naturali di ogni vitigno qui coltivato sono assecondate dall'impiego di tecniche biologiche e tecnologie biodinamiche. Queste sono volte all'utilizzo di materiali presenti in natura per concimare i terreni e l'osservazione dei cicli lunari per scandire le varie fasi di coltivazione. Grazie al rispetto di un rigoroso disciplinare Abbazia Santa Anastasia ha ricevuto la prestigiosa certificazione Demeter International.

Abbazia Santa Anastasia Spa Agricola
 Contrada Santa Anastasia, snc - 90013 Castelbuono (PA)
 Cell. 331 3248148 - Tel. 0921 672233
relais@abbaziasantanastasia.com - www.abbaziasantanastasia.com

Autoctono, tipico e riconoscibile

Raffaella Bissoni, proprietaria di Vini Bissoni, ci racconta la sua scelta di produrre vini biologici e da viticoltura conservativa, per dare un futuro ai terreni e all'agricoltura e peculiarità straordinarie ai prodotti

Il panorama vitivinicolo italiano, così ampio e variegato, negli ultimi anni è sempre più aperto e costellato di aziende che intendono il "ritorno alla terra" non solo come recupero di un passato importante, ma come simbolo dell'unico futuro possibile: quello dell'ecosostenibilità. Raffaella Bissoni ha fatto di questa filosofia la sua condotta, di vita e di lavoro. «Bertinoro, dove ci troviamo, è un grande terroir, e lo sapevano già gli antichi Romani. Produrre vino qui, per me, significa offrire qualcosa che parli del nostro modo di pensare e coltivare, del tutto tracciato e controllato. Sin dall'inizio, perciò, ho cercato di avere il minore impatto possibile sull'ambiente, adottando un tipo di agricoltura naturale e conservativa. Eravamo sostenibili ben prima che tutti usassero questa parola. Dal 2016, poi, la nostra azienda è orgogliosamente certificata "biologico": un modo per rendere evidente il nostro modo di intendere la viticoltura».

Com'è nata l'azienda?

«L'azienda è nata nel 1988, da un mix di passione per l'ambiente e per il vino e fortunate coincidenze. Abbiamo scoperto questo posto, sul magnifico colle di Casticciano, un balcone sul mare e sul borgo medievale di Bertinoro. Ci è piaciuto così tanto che abbiamo deciso di lasciare il nostro lavoro per investire nella coltivazione della vite, il prodotto per cui questo territorio è più vocato. Volevamo fare qualcosa di nuovo ma allo stesso tempo antico. Ho studiato, sperimentato, approfondito. Soprattutto, ascoltato la natura e i suoi ritmi. Con l'esperienza, ho trovato il mio stile a livello culturale. Perché, non dimentichiamolo, il vino nasce dall'uva, quindi la qualità dell'uva è determinante: la lavorazione in cantina ha la sua indubbia importanza, ma resta sempre e comunque una attività di trasformazione. La vera differenza la fa l'uva».

Cosa si intende per agricoltura naturale conservativa?

«Al giorno d'oggi, in cui si parla tanto di tornare alla terra e a un'agricoltura più naturale ed ecologica possibile, che io ritengo indispensabile, anche il campo del biologico è piuttosto variegato: si può



adottare un modello biologico per così dire "ordinario" e uno di un livello più intenso e integrale. Io ho scelto il naturale conservativo, modello promosso dalla Fao per il recupero della fertilità dei terreni. Tutti i prati attorno alle mie vigne si sono formati da soli, con l'autosemina. Ciò permette a un terroir come il nostro di essere influenzato positivamente da queste piante spontanee, molte delle quali sono officinali. L'Università di Bologna ha dimostrato come i sentori di queste erbe abbiano naturalmente arricchito i sentori varietali del vino, conferendogli un'identità precisa. Con questa agricoltura, il vino che si produce è espressione dell'ambiente naturale circostante, assolutamente unico e autoctono, tipico e riconoscibile. Inoltre, teniamo molto al fatto di essere ecocompatibili, dunque usiamo bottiglie "leggere": per la conservazione del vino non è necessario avere bottiglie pesanti, perché non incide sulla tenuta all'invecchiamento ma è pura estetica».

Quali sono le caratteristiche dei vini che ne derivano?

«I nostri vini hanno un livello di solfiti molto più basso, sono ben strutturati e longevi. Sono dei vini che fanno bene al corpo e all'anima, come dei buoni amici, e hanno tutti un'alta caratterizzazione, per via dei sentori balsamici dati dal mix di erbe dei terreni circostanti. Negli anni abbiamo vinto numerosi premi, cosa che ci

attraverso la terra: in un ambiente vigneto come il nostro, gli interscambi sono tantissimi e di ottima qualità, proprio per la naturalezza dei terreni circostanti, non coltivati da mano umana ma spontanei e ricchi di piante e fiori selvatici. Ciò non solo permette la resilienza dei terreni stessi, ma conferisce alle viti, e quindi alle uve, delle caratteristiche speciali, che le rendono di altissima qualità. L'ambiente lavora come un sistema, tutto insieme e con scambi continui tra tutti gli elementi del sistema stesso. Questo tipo di agricoltura vuole portare nel futuro una modalità di coltivazione che può essere l'unica a conservare e proteggere la natura in maniera efficace. Io mi considero un'ospite del territorio, non una proprietaria. Chi comanda è sempre la natura e bisogna sempre più mettersi in asse con questa filosofia». ■ **Elena Bonaccorso**

Vini Bissoni ha sede a Bertinoro (FC). Sarà presente a Vinitaly 2022 dal 10 al 13 aprile, nella hall n.1, all'interno dello stand collettivo del Consorzio Vini di Romagna - www.vinibissoni.com



I PRODOTTI BISSONI

«Il nostro gioiello – afferma Bissoni – è l'Albana Passito, con appassimento in pianta e contributo decisivo della Botrytis Cinerea (muffa "nobile" che conferisce caratteristiche uniche al vino) che ha vinto tanti premi. Abbiamo poi il Sangiovese superiore, un vino più giovane, "Girapoggio" strutturato, ottimo subito ma che può essere bevuto anche dopo dodici anni di invecchiamento, e può essere abbinato alle pastasciutte, tipiche della nostra Romagna, al pesce azzurro. La sua caratteristica è quella di avere sentori di frutta fresca. Due sono invece le riserve, il "Bissoni Riserva" e il "Vigna Colecchio" che, avendo il passaggio in legno, hanno un sentore più speziato ed evoluto. Rientrano nella denominazione geografica Doc Romagna Sangiovese e nella menzione geografica, o sottozona, Bertinoro. Le menzioni geografiche hanno una funzione ben precisa: il Sangiovese si coltiva in collina, da Bologna a Rimini. I terreni così tanto diversi danno vita a vini diversi, nonostante il vitigno sia lo stesso. Così, le sottozone permettono di distinguere le aree di produzione per i sentori e per le tipologie diverse».

LA QUALITÀ DELL'UVA

È determinante: la lavorazione in cantina può essere più o meno diversa, ma resta sempre e comunque una trasformazione, perché la vera differenza la fa l'uva

Un gusto moderno che non rinuncia alla tradizione

La ricerca della qualità passa attraverso un'accurata selezione dei chicchi migliori. «La quantità è nemica della qualità»: questo è il motto dell'azienda Punica, nelle parole del manager Salvatore Santus

Quando si parla di prodotti artigianali, spesso i consumatori non conoscono i lunghi passaggi che occorrono per arrivare all'eccellenza. Passione e competenza sono alla base di questo percorso, con un occhio sempre attento a raffinare le tecniche. E, dai più esperti ai semplici amatori, in molti riescono a riconoscere le fattezze di un buon vino, soprattutto perché è la reazione delle proprie papille a suggerire se si resta soddisfatti a quell'assaggio. «Quello che mi colpisce - spiega Salvatore Santus, manager dell'azienda agricola Punica Spa - è vedere la reazione delle persone quando degustano i nostri vini per la prima volta. La loro mimica facciale mostra un apprezzamento tale da ripagare tutto il grande lavoro della filiera. Alle spalle di quel bicchiere di vino c'è un meticoloso processo curato sin nei minimi dettagli».

Come nasce il progetto della vostra azienda?

«Agricola Punica nasce nel 2002 per volere di alcuni illustri esponenti del panorama vitivinicolo nazionale, quali il gruppo riconducibile alla Cantina Tenuta San Guido di Bolgheri, da una parte, la Cantina di Santadi con l'enologo Giacomo Tachis e il presidente della Cantina Antonello Pilloni, dall'altra.

Il fine è quello di produrre vini di alta qualità a base di uve Carignano del Sud Sardegna, zona particolarmente vocata per questo vitigno, sfruttando le capacità operative della Cantina di Santadi, relativamente alle lavorazioni della materia prima, e quelle com-



merciali della Tenuta San Guido, per la vendita del prodotto finito.

Fu Giacomo Tachis che verso l'inizio del nuovo secolo fece da trait d'union tra le due Cantine toscane e sarde, lui che era già da parecchio tempo consulente enologo per entrambe. Nel 2002 quindi venne costituita questa nuova realtà con sede a Santadi, nel centro del Basso Sulcis. Molto della breve storia di questa cantina è dovuta a Giacomo Tachis, padre del Rinascimento del vino italiano che ha segnato un'epoca nel rilancio dell'Italia vinicola a livello mondiale. Nel 2002, creò il primo vino rosso per Agripunica, denominato Barrua, a cui seguì nel 2005 il secondo che prese il nome di Montessu. Giacomo Tachis è purtroppo mancato nel febbraio 2016, lasciando un'eredità importante ai suoi stimati collaboratori. Uno di questi è Giorgio Marone, enologo di Agripunica e di Cantina di Santadi».

Quali sono i vostri valori?

«La nostra filosofia è quella di produrre vini di alta qualità e questa ricerca si sviluppa sin dai primi lavori che vengono svolti all'interno dei vigneti. Nelle lavorazioni che iniziano a gennaio, dalla potatura fino all'ottenimento della materia prima, attuiamo tutta una serie di pratiche affinché la sua qualità sia la migliore possibile. Prima della vendemmia, quando l'uva è già matura, svolgiamo quello che chiamiamo pre-vendemmia, ovvero per ogni vite lasciamo al massimo un chilo d'uva. In sostanza buttiamo a terra quei grappoli che sono in eccesso in modo che la quantità lasciata consenta di fare qualità. Dopo la vendemmia e dopo aver portato l'uva in cantina, cerchiamo di ottenere il miglior prodotto possibile, facendo un'ulteriore selezione delle masse impiegate nella realizzazione finale, sia dei rossi che dei bianchi».

Qual è il rapporto tra tradizione e innovazione?

«Il nostro è un sistema di coltivazione e di procedure di tipo tradizionale. Siamo comunque aperti alle novità e all'eventuale uso di nuove tecnologie, cercando di incorporarle. Usiamo, infatti, macchinari per la gestione del vigneto, del terreno e della cantina. La nostra tradizione affonda le

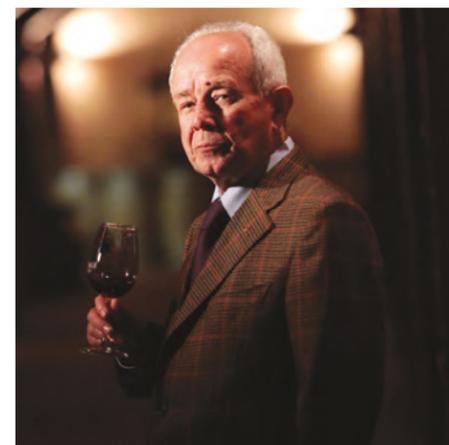
radici nei padri fondatori dell'azienda, i quali hanno voluto tracciare una precisa linea di condotta avendo iniziato la loro attività già negli anni '60, portando con loro tutta la pratica ed esperienza.

Chi lo assaggia resta impressionato, è un vino che mette d'accordo, si avvertono finezza e la pulizia».

Quali sono i vostri prodotti di punta?

«Il Barrua è il nostro porta bandiera e nel corso degli anni ha avuto modo di ricevere ottime recensioni e commenti, dall'amatore, all'appassionato, a chi non è un grande intenditore, ma per il quale il vino è parte della dieta quotidiana.

I tre vini di Agripunica sono esportati in circa 40 diversi paesi nel mondo. Il Barrua è la nostra eccellenza e da citare è la performance



Antonello Pilloni, vice presidente e amministratore delegato dell'azienda agricola Punica di Santadi (SU) www.agripunica.com



del Montessu 2014, poiché inserito nella lista dei migliori 100 vini al mondo per il 2016 dalla famosa rivista americana Wine Spectator. Il Samas, bianco della casa, seppur giovane, gode già di notevole notorietà, degni di nota i 93 punti assegnati da "Decanter" all'annata 2019. Entrambi i nostri vini rossi e quello bianco hanno una base di vitigno sardo tipico della zona. Per i rossi uve carignano, mentre per i bianchi il vermentino. Sono tutti e tre in blend con note varietà francesi che gli conferiscono pregio anche a livello internazionale». ■ **Lea Di Scipio**

BARRUA, ROSSO A INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA - ISOLA DEI NURAGHI

Uve: 85 per cento Carignano, 10 per cento Cabernet Sauvignon e 5 per cento Merlot, vinificate in purezza provenienti da vigneti a cordone speronato, coltivati nel basso Sulcis nelle aziende di Narcao e Barrua

Clima: caldo-arido in estate, temperato d'inverno

Suolo: terreni di medio impasto, argillosi, sabbiosi e calcarei

Raccolta: manuale, che comincia a inizio settembre e termina nella prima metà di ottobre

Colore: rosso rubino intenso e vivo

Profumo: note olfattive nette ed eleganti di spezie, erbe aromatiche e frutti rossi maturi (amarena), ricordi di liquirizia e mirto

Abbinamento: con carni rosse e formaggi stagionati

Produzione attuale: 120.000 bottiglie circa, disponibile in diversi formati

IL BARRUA

È la nostra eccellenza e da citare è la performance del Montessu 2014, poiché inserito nella lista dei migliori 100 vini al mondo per il 2016 dalla famosa rivista americana Wine Spectator

Ritorno alla terra, in modo naturale

Con Natalino Crognaletti, titolare della Fattoria San Lorenzo, alla scoperta dell'agricoltura biodinamica e di come essa potrebbe cambiare la visione dell'agricoltura nel futuro

Se il futuro è il ritorno alla terra, dovrà essere fatto nel modo più attento e sostenibile possibile, tenendo in considerazione ciò che si prende alla natura e ciò che le si restituisce. Questa è la filosofia centrale della Fattoria San Lorenzo. «Ci occupiamo di agricoltura da generazioni - racconta il titolare Natalino Crognaletti -. Ci dedichiamo prevalentemente alla viticoltura, ma non in via del tutto esclusiva. La nostra passione speciale, la mia in particolare, rimane comunque quella per la viticoltura, perché amiamo la possibilità di portare sulla tavola un calice di vino che sappia di territorio, che sappia del nostro lavoro e che sposi la filosofia del mantenere il territorio il più naturale possibile. Io ho ricevuto tutto questo come insegnamento dai miei genitori, che a loro volta l'hanno ricevuto dai loro genitori. La mia è sempre stata una famiglia di contadini, ci piace e ci è sempre piaciuto questo mestiere e spero che possa essere continuato dai miei figli, che porto con me tutte le volte che posso in giro per eventi e fiere, per far conoscere loro altra gente che fa il nostro stesso lavoro ma in altre parti del mondo. Che lavorino a Brisbane, in Borgogna, in Spagna o in Austria, è bello incontrare altri lavoratori che come noi coltivano l'amore per la terra e condividono la nostra filosofia. Ci piace stare all'aria aperta, lavorare la terra, stare a contatto con la natura. La nostra è una lunga storia di famiglia, che racconta molto anche del nostro territorio, prevalentemente agricolo e che solo negli anni '70 ha visto nascere qualche zona industriale. La maggior parte è comunque tutt'oggi a vocazione agricola. Oltre alla coltivazione, abbiamo un piccolo agriturismo, che ci permette di lavorare anche con l'accoglienza. Dal 2020 però, con la situazione pandemica, si è momentaneamente fermato per questioni di sicurezza. Aspettiamo tempi migliori per riaprire e nel frattempo facciamo ciò che amiamo». Possiamo dire che il cuore del lavoro della Fattoria San Lorenzo sia l'ecosostenibilità e l'alta qualità dei prodotti: la benzina del nostro corpo è il cibo e deve essere quindi di ottima qualità per far funzionare tutto al meglio. «Che sia una bottiglia di vino o un pomodoro, il prodotto agricolo deve essere fatto per bene, non solo per una questione di benessere e piacere nel mangiarlo, ma anche e soprattutto per mantenere inalterate le sue



PER IL BENE DELLA TERRA

Fattoria San Lorenzo partecipa da anni al Vinitaly, nel padiglione dedicato all'agricoltura naturale: settore che, negli ultimi anni, ha visto un notevole incremento di lavoratori e clienti

proprietà organolettiche, che sono quelle che fanno la differenza nella nostra alimentazione - continua Crognaletti -. Non è un caso che gli effetti del Covid siano stati più forti nelle grandi città: oltre all'affollamento caratteristico delle zone urbane e la loro scarsa qualità dell'aria, molto a mio avviso ha fatto la qualità dei prodotti che arrivano sulle tavole. Soprattutto i prodotti agricoli, come frutta e verdura, che sono in vendita nei supermercati spesso sono più belli che buoni, con una qualità che lascia a desiderare e che incide molto sulle sostanze che introduciamo nel nostro corpo. Il nostro lavoro è il più naturale possibile. Lavoriamo molto con le braccia, con le mani, e quando ne abbiamo bisogno utilizziamo dei macchinari poco invasivi e rispettosi delle colture. Per noi è importante questo modo di lavorare e vediamo sempre di più altre aziende che si interessano alla nostra filosofia, oltre che molte persone che sono sempre più attente alla sorte ambientale del nostro Pianeta anche nella vita di tutti i giorni». Il tipo di agricoltura praticato dalla Fattoria San Lorenzo è sul modello biodinamico: il suo cuore pulsante è sapere prendere dalla terra e contemporaneamente saper lasciare qualcosa, nell'asso-

luto rispetto della vita di ogni elemento. «Vuole dire prendere un frutto e reintegrare ciò che si è tolto. Vuol dire fare le potature nel momento giusto per la pianta, senza farla soffrire con interventi sbagliati. Vuol dire conoscere la vita della pianta per trarre il maggior beneficio da essa senza sfruttarla eccessivamente. In azienda facciamo compostaggi grazie al nostro allevamento di lombrichi, che producono un humus molto ricco: è un processo lento, ma che alla fine dà i suoi frutti. È importante che anche il Parlamento, ultimamente, abbia cominciato a parlarne». E nel futuro, cosa vorrà dire fare agricoltura? «Secondo me, l'agricoltura del futuro potrà essere fatta

solo da coloro che riescono e riusciranno a portare sulla tavola un prodotto finito. Chi si affida al sistema non ha autonomia decisionale, perché sono i consorzi agrari a dettare le leggi. I costi e i prezzi sono spesso decisi dall'alto, lasciando l'agricoltore nelle condizioni di non riuscire a guadagnare abbastanza per sopravvivere, se non vuole ricorrere a un aumento esagerato dei prezzi al dettaglio. Quindi la chiave è poter seguire tutta la filiera e avere un contatto diretto con i clienti. Non si possono certo avere dei risultati immediati, ci vuole tempo (la mia azienda ha una storia antica!), ma met-



Fattoria San Lorenzo ha sede a Montecarotto (An) www.fattoriasanlorenzo.com

terci la faccia, il nome e la passione ripaga sempre, e non solo in termini di denaro, ma di soddisfazione di vita e di qualità del tempo impiegato. Al Vinitaly c'è un padiglione, il 7, che è dedicato all'agricoltura naturale. Quando noi abbiamo iniziato a partecipare alla fiera, nei primi anni '90, nel padiglione eravamo in sei: oggi siamo quasi ottocento. Questo è certamente un sintomo di un cambiamento in atto». ■ **Elena Bonaccorso**

QUALITÀ SENZA PREZZO

«Bisogna sfatare il mito - afferma Crognaletti - secondo cui i prodotti comprati direttamente dal contadino siano molto più cari di quelli acquistati al supermercato. Una leggera differenza di prezzo è fisiologica, ma se si pensa a cosa quel prezzo leggermente più alto corrisponde, non c'è assolutamente partita! Magari il pomodoro del supermercato è più bello da guardare, più lucente e rosso, ma al momento di consumarlo, il prezzo pagato al contadino mostra tutto il suo valore e il suo significato. Nella produzione naturale, l'aspetto visivo non conta. Contano il profumo, il gusto, le qualità organolettiche, la resa in cucina. E la differenza si sente!».

Maestri vinai del Circeo da tre generazioni

La Cantina Villa Gianna si impegna a valorizzare il territorio con una sperimentazione di qualità e una tecnologia di vinificazione in continua evoluzione. Tradizione e innovazione si fondono per dare vita a prodotti unici e caratteristici. Ne parla il titolare Francesco Giannini



La storia della Cantina Villa Gianna parte da molto lontano e si fonde con quella del territorio pontino di cui, attraverso i suoi vini, racconta la tradizione. Dall'acquisto del podere ONC 1007 negli anni Sessanta con la prima barbatella, alla nascita della cantina nel 1994, arrivando ad oggi con un lavoro di perfezionamento minuzioso dei vini, la Cantina è un vero e proprio punto di riferimento della viticoltura pontina da tre generazioni e dà la sensazione di essere "a casa". La famiglia è uno dei più grandi valori di questa Cantina e viene trasmesso già al primo impatto: in Cantina ci sono i nonni, i figli, i nipoti, si può entrare e vederli bere un caffè, giocare insieme, lavorare e poi fermarsi per pranzo tutti ri-



niti intorno a un tavolo. L'unione dei Giannini è il primo ingrediente della Cantina Villa Gianna, incastonata tra le più suggestive bellezze pontine, dalle Isole di Ponza e Palmarola, al Giardino di Ninfa fino al Parco Nazionale del Circeo. Ciò che più colpisce quando si entra in Cantina è la voglia della famiglia Giannini di rendere l'ospite partecipe di quello che è il loro mondo e di fargli vivere una vera e propria esperienza. «In azienda è possibile fare diverse esperienze – racconta Francesco Giannini – camminare tra i filari per conoscere la storia di ogni etichetta, fare una degustazione con Gianluca che spiegherà passo passo i segreti di ogni assaggio, ascoltare Alessandra raccontare aneddoti della famiglia, della terra, dei raccolti».

Come nascono i vostri prodotti?

«Il mare e l'esposizione continua al sole, unita all'esperienza dei fondatori, generano un ambiente ideale per le uve, sempre di altissima qualità. I vini prodotti nella cantina Villa Gianna profumano di tutto questo: della brezza marina, della terra pontina, del calore dei raggi del sole, della passione e della tradizione. Ogni bottiglia racconta una storia che inizia dall'etichetta: l'Innato richiama le onde del mare, l'Elogio è un omaggio a Terracina e al Tempio di Giove e il Gocce di Ninfa è un rosso con un profumo floreale che rimanda ai bellissimi Giardini patri-

Francesco, Gianluca e Alessandra Giannini, titolari della Cantina Villa Gianna che si trova a Sabaudia (Lt) - www.cantinavillagianna.it

monio dell'Unesco. La produzione oggi conta 6 linee e 23 etichette che spaziano dallo Chardonnay al Merlot, dal Bellone al Rosé, fino al prestigioso Moscato di Terracina, al Passito da meditazione e allo Spumante metodo Martinotti».

Com'è andato il vostro business durante l'emergenza epidemiologica?

«Gli ultimi anni non sono stati semplici. Non abbiamo una quantità produttiva adatta per implementare politiche aggressive e prendere mercati internazionali. Il nostro mercato principale è il Lazio, in particolare Roma e dintorni. Durante i mesi più duri, abbiamo allargato alla grande distribuzione, ma i risultati non sono gli stessi. Gli enti devono contribuire al ritorno del turismo perché la difficoltà di tutto l'indotto gastronomico è davvero urgente. Si deve ripartire, subito».

Quali sono le principali innovazioni introdotte recentemente?

«L'azienda non è ferma. Abbiamo completato un nuovo vigneto a Sabaudia e altri saranno impiantati vicino alla nuova enoteca con varietà tipiche. Per quanto riguarda la parte enologica, abbiamo innovato con un macchinario per la filtrazione naturale dei vini. Nuovo è anche il packaging che valorizza la bottiglia ed esalta la storia. La nostra è un'azienda familiare che vuole portare avanti una tradizione che affonda le radici in un passato caratterizzato da sacrifici e dedizione. L'opera fatta dalle generazioni passate ci porta ad essere ancora più spronati, innovare e migliorare l'attività senza tradire i nostri valori».

Quali sono i progetti per il 2022?

«Il 2022 si prospetta un anno ricco di novità e di cambiamenti importanti per l'azienda che vuole diventare il fiore all'occhiello nella produzione di vini nel territorio e non solo. Abbiamo deciso di rinnovare i nostri locali grazie alla partecipazione a bandi nazionali e siamo intervenuti a livello strutturale, per migliorare gli spazi espositivi dell'enoteca. L'idea è di programmare, da giugno 2022, una serie di eventi e attività durante l'anno per il cliente privato e non che potrà degustare i nostri vini assieme ad altri prodotti tipici che gravitano intorno alla provincia di Latina».

■ **Ilaria Di Giuseppe**

LINEA ENOTECA: INNATO

La famiglia Giannini con questo vino celebra il Circeo. Intenso come il sole, suadente come la sabbia, l'Innato è equilibrio di diverse note per un'unica e intensa armonia. Secco e pieno al palato è armonico dalla scia sapida. Uve raccolte all'apice della maturazione nella prima decade di ottobre. Per quanto riguarda la vinificazione, le uve vengono raccolte manualmente e giungono in cantina integre. Dopo pressatura soffice il mosto fiore fermenta a temperatura bassa in acciaio e in seguito svolge fermentazione malolattica che conferisce morbidezza e grande struttura.



Sotto lo sguardo di Dioniso

Alexander van Beek, direttore generale di Caiarossa, racconta questa giovane e dinamica azienda, con il suo multiforme vivaio di vitigni che rispondono a scelte al tempo stesso agronomiche e culturali



Lontana dalle rotte più celebrate, c'è una Toscana quasi appartata, in parte ancora "segreta": quella della Val di Cecina, in cui basta allontanarsi di poco dalla costa tirrenica e ci si trova immersi nella natura e nel silenzio. Sono luoghi dove è altrettanto facile incrociare sia appassionati naturalisti sia viaggiatori gourmet, immersi tra colline, cipressi, boschi, mare. E vigne, come quelle di Caiarossa. Nel 2004, la famiglia Albada Jelgersma ha acquistato la tenuta, rendendola un piccolo paradiso. «Siamo nella parte più meridionale della provincia di Pisa e il comune di riferimento è Riparbella, un piccolo paese di origine medievale che si sviluppa a ca-

vallo della strada principale in senso longitudinale, lungo le pendici meridionali del Poggio di Nocola, che raggiunge quasi 600 metri di altitudine – spiega il direttore generale dell'azienda, Alexander van Beek -. Il mare è vicino, ma salendo scompare ben presto alla vista nascosto dalla fitta vegetazione di lecci, querce, sughere e corbezzoli. Poi il panorama si apre, da un lato con la sua facciata rosso intenso si staglia la cantina tra i vigneti e poco distante la villa padronale dalle austere forme toscane; davanti ai nostri occhi ecco che ricompare una fetta di Mar Tirreno e all'orizzonte le sagome dell'Elba e di Capraia». Ma le vigne non sempre parlano toscano. A Caiarossa la cultura enologica da un lato guarda alla Fran-

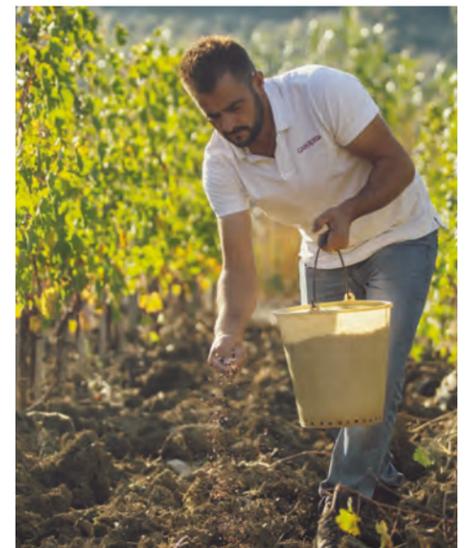
Caiarossa ha sede a Riparbella (Pi)
www.caiarossa.com

cia, in un modo diverso e più profondo rispetto a quello delle altre aziende del territorio. Il legame qui infatti si ritrova nella stessa proprietà che possiede anche dagli anni '70 Château Giscours, Grand Crus Classé in Margaux. Dall'altro lato l'impronta territoriale di Riparbella e della Val di Cecina è molto forte grazie al carattere dei suoli di questi luoghi e al lavoro scrupoloso che viene compiuto per rispettare questa eterogeneità accomunata da un unico tratto distintivo, una nota minerale che si ritrova in tutte le nostre etichette.

Cosa rende unica la produzione viticola Caiarossa?

«Caiarossa è un mosaico di vitigni ai quali è stato affidato il compito di interpretare questa terra. Attualmente abbiamo un totale di 36 ettari vitati, di cui sei impiantati nel 2021 non ancora in produzione. I vigneti si estendono su tre diverse aree di Riparbella: Podere Serra all'Olio dove abbiamo il vigneto più storico, le Lame con altitudine minore e esposizione a sud e Nocolino nella parte Nord di Riparbella con ter-

reni di origine vulcanica. Grazie a delle approfondite analisi del territorio sono state individuate 59 parcelle sulla base di composizione di suolo, altitudine e esposizione. Ogni varietà, sette rosse e tre bianche, affidata ad ogni singola parcella viene vendemmiata a mano e vinificata separatamente per permettere alle uve di esprimersi al meglio. I vini di Caiarossa non sono destinati solo agli appassionati di vino ma a tutti coloro che nella vita ricercano la bellezza. A chiunque sia affascinato da ciò che è unico, sia esso un bicchiere di vino, un oggetto d'arte, la vetta incontaminata di una montagna o l'infinita bellezza del mare. Quello che la famiglia Albada Jelgersma vuole offrire nel bicchiere è l'energia e la bellezza di Madre Natura, che l'uomo ha contribuito a produrre. A Caiarossa si sono alternati nel tempo vari giovani e promet-



tenti enologi italiani e francesi, con alle spalle varie vendemmie in ambito internazionale. Dal 2021, la supervisione tecnica è affidata a Jerome Poissons, Regisseur Technique anche di Chateau Giscours, il che sottolinea ancora di più il legame fra queste due realtà distanti ma vicine. Un sodalizio culturale fra Italia e Francia e una indiscussa vocazione di Riparbella ad esprimersi al meglio con vitigni principalmente internazionali, che trovano nei suoli e nel clima di questa terra i compagni ideali. Un clima che

TRESORO DI RIPARBELLA

Tre aziende vinicole, una terra, un vino prezioso: Caiarossa, Duemani e Tenuta Prima Pietra si sono unite per esprimere l'unicità del territorio di Riparbella.

Tre aziende vitivinicole che condividono la stessa filosofia produttiva: qualità senza compromessi e un sincero rispetto per la natura. Per questo motivo, le tre cantine di Riparbella – certificate biologiche e/o biodinamiche – hanno deciso di collaborare, legate da una profonda amicizia e da uno scopo comune: accendere i riflettori su questa regione vitivinicola della Costa Toscana di ineguagliabile potenziale. Per rimanere fedele alla terra d'origine, ogni varietà - Cabernet Sauvignon di Caiarossa, Cabernet Franc di Duemani e Merlot di Tenuta Prima Pietra – è stata vinificata separatamente in un'anfora di cocciopesto, prodotta localmente. Affinate separatamente in barriques di rovere francese, prima di essere sapientemente miscelate dagli enologi delle tre cantine in uno stile che possa esprimere al meglio il terroir di Riparbella. L'etichetta, che cambia ogni anno, riproduce un dipinto originale di Mario Madaia, un artista di fama internazionale, nato e cresciuto in Toscana. Tesoro di Riparbella è più di un vino; è un omaggio a Riparbella e al suo futuro vitivinicolo.

L'ENERGIA DELLA NATURA

È la bellezza della semplicità e dell'unicità quella in cui vive Caiarossa, immersa in una natura che a volte sembra incontaminata, ma a volte manifesta il delicato intervento dell'uomo che la protegge e custodisce



LA CANTINA DEI COLORI

Mentre la Biodinamica è la regina tra i filari, in cantina l'ispirazione arriva dall'architettura geo-biologica e dalla disciplina orientale del Feng Shui elaborate nella struttura dall'architetto Michael Bolle, il quale ne ha definito forme, colori, luci, materiali ed orientamento. Grazie alla naturale pendenza del terreno è stato possibile sviluppare la cantina su quattro livelli che consentono di realizzare processi di trasformazione delle uve solo secondo natura, sfruttando la forza di gravità ed evitando qualsiasi alterazione meccanica delle uve.

La luce, elemento essenziale in natura è fondamentale nello studio della struttura architettonica. Le ampie vetrate permettono infatti al sole di filtrare dall'alba al tramonto creando un ambiente produttivo che gode della luce naturale e favorendo il benessere psicofisico. A completare questa cornice contribuisce anche la scelta dei colori: il giallo delle pareti interne amplifica la luminosità regalando energia, il rosso all'esterno si integra invece perfettamente con il suolo dei vigneti e il verde che tutto intorno circondano la cantina.

Per visite e degustazioni: visit.caiarossa.com

sa interpretare alla perfezione il Sangiovese ma sembra disegnato anche per vitigni come Cabernet Franc e Syrah, ad esempio, le cui uve possono maturare senza rischio di perdere in eleganza grazie alla ventilazione e alle buone escursioni termiche date dalla posizione fra collina e mare. E poi i terreni: sono suoli ricchi in magnesio quelli di Riparbella che non inibiscono la componente acida delle uve, garantendo così ai vini freschezza ed eleganza».

La filosofia che sta dietro alla pro-

duzione Caiarossa ha portato a delle scelte ben precise. Ce ne parli.

«Sotto il profilo agronomico, sono scelte in gran parte omogenee quelle che regolano le vigne di Caiarossa, a cominciare dall'elevata densità di piantagione, da 9000 a 6000 piante ad ettaro, con rese tra i 40 e i 45 quintali di uva ad ettaro. Densità così alte pretendono un grande lavoro in vigna, ma del resto la scelta di affidarsi alla conduzione biodinamica esige di per sé un impegno forte e una presenza costante.



ARIA DI CAIAROSSA

Un'introduzione alla filosofia produttiva di Caiarossa in una versione più approccioabile, il cui nome si ispira alle Arie dell'Opera Lirica. Nel tempo si è evoluto andando a identificarsi sempre di più col territorio di Nocolino e la sua unicità

La scelta filosofica di creare un rapporto armonico tra terra, vite e uomo significa nel quotidiano attuare pratiche volte ad aumentare la resilienza e la vitalità del suolo e cioè l'utilizzo di sovescio e di preparati biodinamici, fra cui il più importante il corno letame detto 500 e ricorrere a trattamenti a basso dosaggio di rame e zolfo con degli estratti di varie piante o di alghe per difendere le viti dai patogeni. E poi passare con il compost biodinamico preparato in azienda tra un filare e l'altro e osservare il calendario lunare per le operazioni colturali. Tutto rispettando le linee guida di Demeter, l'associazione tra produttori biodinamici che ha come missione quella di consentire all'agricoltore di "assurgere al ruolo di creatore, conservatore e curatore della vita dei nostri campi, delle nostre valli e pianure, delle nostre acque e di tutti i viventi che ivi si trovano o passano".

Avete fatto dell'interpretazione del territorio un vostro precetto fondamentale. Come si trasforma nella selezione delle varietà e nella nascita delle etichette?

«L'uva più presente è il Cabernet Franc, che grazie all'esposizione e alle condizioni climatiche della zona riesce sempre a raggiungere la perfetta maturazione. E poi Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Sangiovese, Petit Verdot e Alicante per le uve a bacca rossa, che vanno ad interpretare la grande eterogeneità dei suoli di cui abbiamo già parlato. Per le uve bianche, poco più di due ettari, la scelta di Caiarossa è virata sullo Chardonnay, uva che è difficile identificare con un'area geografica precisa vista la sua diffusione planetaria, anche se la Borgogna continua ad essere la sua culla più raffinata e sul Viognier, tipico della valle del Rodano settentrionale, scelto per le sue caratteristiche organolettiche che ben si evidenziano in questa area della Toscana. La scelta del Vermentino, impiantato nel 2021, è forse la più scontata, l'uva bianca indiscussa di tutte le zone vitivinicole costiere mediterranee e tirreniche. In ultimo, pochi filari dedicati al Petit Manseng, varietà dalle grandi potenzialità aromatiche e una spiccata acidità e freschezza che va a creare Oro. Il vino che rappresenta in modo più completo la terra di Caiarossa porta il nome dell'azienda ed è una personalissima espressione delle sue migliori uve: Caiarossa è un blend che si compone di tutte e sette le varietà rosse impiantate, Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Syrah, Sangiovese, Petit Verdot e Grenache, in percentuali che cambiano a seconda dell'andamento stagionale per rendere più solida

l'architettura del vino, più equilibrata ed elegante la trama del suo corpo. Abbiamo poi il blend Pergolaia, in buona parte Sangiovese (tra l'80 ed il 90 per cento) assieme a Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon e Merlot, vino che facilmente si potrebbe definire il più toscano della scuderia di Caiarossa non foss'altro per la presenza del più tipico dei vitigni. Aria di Caiarossa, prima annata di produzione il 2011, frutto di un assemblaggio che prevede in percentuali decrescenti Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Cabernet Sauvignon e Grenache, nasce dalla selezione delle uve dei vigneti più giovani. Un'introduzione alla filosofia produttiva di Caiarossa in una versione più approccioabile, il cui nome si ispira alle Arie dell'Opera Lirica. Nel tempo si è evoluto andando a identificarsi sempre di più col territorio di Nocolino e la sua unicità. Prevalere il frutto rosso fresco, il bouquet è balsamico e la struttura è indirizzata verso una più facile lettura della trama, una godibilità più diretta. Sempre per la categoria dei rossi, nasce con l'annata 2009 Essenzia, Essenzia, una etichetta con un ruolo e un percorso del tutto autonomo, che vuole "raccontare" la vendemmia solo in annate particolari celebrando, nella sua essenza, l'espressione più intensa dell'azienda. Si tratta di un racconto complesso, per questo Essenzia è prodotto solo nelle annate più significative e, di volta in volta, può cambiare blend privilegiando la varietà che al momento della vendemmia hanno dimostrato un carattere distintivo e permesso di realizzare un vino all'insegna della finezza, della precisione dei profumi e della profondità. Una collezione speciale di qualche centinaio di bottiglie nella versione Magnum. Abbiamo poi i due vini bianchi, che si sviluppano in modo diametralmente opposto anche se con un filo conduttore dato dalla finezza aromatica e dall'elegante freschezza. Nasce da un'armonia di Viognier e Chardonnay Caiarossa Bianco, un vino seducente che fa convivere ricchezza gustativa con una sapida freschezza che parla il linguaggio del mare. È invece frutto di vendemmia tardiva il secondo bianco dell'azienda: il suo nome, Oro di Caiarossa, è allusione esplicita al colore giallo oro luminoso che brilla nel bicchiere e fa presagire la sua dolcezza avvolgente, di rara persistenza. Ma si tratta di una dolcezza contenuta, bilanciata dall'acidità tipica del Petit Manseng. I grappoli, una volta raccolti, solitamente alla fine di ottobre, vengono pressati interi e il loro succo fermenta in barrique nuove».

■ **Elena Bonaccorso**

Una nuova realtà del Sannio

Euvtis 21 acquisisce un marchio storico che molti ricordano e che certamente in passato è stato tra i più rappresentativi della Campania: Ocone vini del Sannio dal 1910. Ne parliamo con Giorgio Vergona

La Campania è al dodicesimo posto della produzione vinicola nazionale, con oltre 750000 hl, dati vendemmia 2020, ma le previsioni di chiusura del 2021 la collocano tra le poche regioni italiane in crescita nonostante la stagione così siccitosa, a riprova di un ambiente particolarmente adatto alla viticoltura. La produzione regionale si concentra principalmente nella provincia di Benevento per oltre il 44 per cento, seguita da Avellino con il 24 per cento. «Siamo in un territorio ad altissima vocazione vitivinicola, dove insistono le uniche 4 Docg regionali e dove si prevede possa approdare a breve la quinta con la Falanghina, che nelle zone di collina del Sannio riesce ad esprimere punte di eccellenza ed andrà ad affiancare l'Aglianico del Taburno, area dove insiste la nostra cantina» afferma Giorgio Vergona, alla guida dell'azienda vitivinicola Euvtis 21.

Nel 2018 la società ha acquisito lo storico marchio, e cantina, Ocone Vini del Sannio 1910, che è stato uno dei più rappresentativi della Campania. Una scelta nata dal desiderio e dall'ambizione di avere una propria cantina in un'area ad alta densità viticola, convinti che il potenziale di questo areale sia ancora inespresso e che il Sannio possa ancora conquistare spazi notevoli di crescita in Italia e all'estero.

Avete iniziato da zero?

«Come detto tale esperienza non nasce dal nulla, ma parte dall'acquisizione di una azienda che pur forte di un marchio centenario aveva accumulato una notevole



Sannio, veduta del Taburno

In che cosa è consistito il vostro piano industriale?

«Avviando un intenso programma di ristrutturazione dell'offerta, abbinato ad un corposo piano di investimenti sia in campo tecnologico che strutturale, siamo intervenuti su due livelli: quello tecnico e quello commerciale. Nel primo caso abbiamo riprogettato e realizzato su basi moderne tutte le stazioni di lavoro e le aree di servizio della cantina. Abbiamo rivisto l'area di scarico e pigiatura delle uve, tutte raccolte a mano in cassetta e lavate sofficemente con

Bozzovich Nero - Rosso
Benevento Igt

SOSTENIBILITÀ

Alla base dei nostri investimenti, oltre all'adozione di tecnologie rispettose dell'ambiente, ci sono sia il controllo di gestione e l'economicità della stessa che un efficace rapporto col territorio

obsolescenza tecnologica. Ciò ha richiesto un piano industriale volto alla valorizzazione di vitigni storici e alla biodiversità locale, puntando su un nuovo rapporto col territorio, di fronte alla constatazione di una superficie media per azienda agricola molto modesta, dove la maggior parte della produzione viene

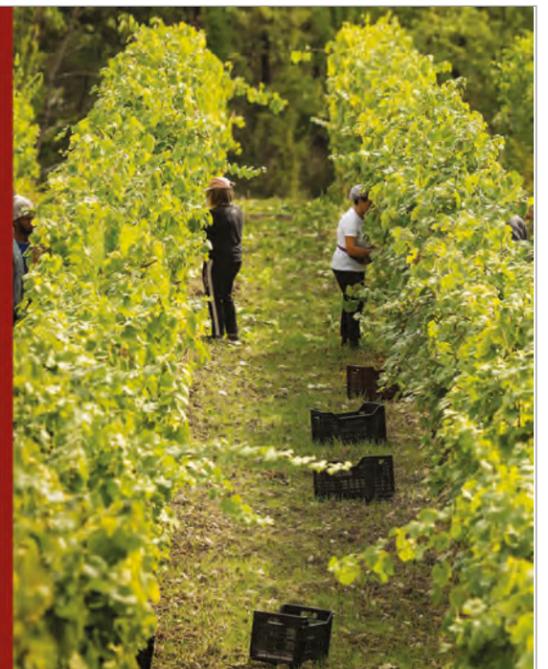
catalizzata dai 4 grandi enopoli della provincia. Si è perciò intrapreso un programma di selezione di aziende agricole vitate prevalentemente della nostra sottozona Taburno per avere un vantaggio di prossimità e disporre di vigneti di qualità dove si esaltasse l'equilibrio nell'ambito dell'ecosistema viticolo».



IL MODELLO SANNIO



Il vino è parte integrante della cultura del Sannio, ne esprime l'identità e ne narra la sua storia e il suo territorio. La vite disegna i suoi differenti paesaggi, delineandone lo stile, la biodiversità, le tradizioni e i saperi di un'intera comunità. Il Sannio Consorzio tutela vini, nato per la valorizzazione e la custodia della cultura del vino, oggi rappresenta il punto di riferimento territoriale per le strategie di sviluppo vitivinicolo. Il consorzio si è fatto promotore di un'alleanza tra vitivinicoltori, università, pubbliche amministrazioni, per la gestione sostenibile delle risorse del territorio locale, con l'obiettivo di valorizzare e promuovere il Sannio, nel quale sperimentare politiche diffuse e condivise orientate ad aumentare la sostenibilità, la biodiversità, la competitività e la reputazione del territorio con un'attenzione specifica alla coesione e responsabilità sociale, alla diffusione di nuove conoscenze, alla qualità del paesaggio e al benessere dei cittadini. www.sanniodop.it





Anàstasi - Aglianico del Taburno Docg

ta completamente riprogettata con piccoli e medi serbatoi in acciaio in cui è stato possibile conservare in sicurezza vini di diversa qualità grazie al controllo delle temperature ed alla protezione dalle ossidazioni con gas inerte. Per esigenze particolari abbiamo attrezzato un'area sia per condizionare le uve prima della pigiatura abbassandone la temperatura che, in alternativa, provvedendo al loro appassimento. Inoltre è stata potenziata l'area sotterranea per l'evoluzione in legno di alcuni vini. Il ciclo produttivo si completa con una moderna linea di imbottigliamento capace di confezionare a freddo sterilmente vini fermi e spumanti o frizzanti con 3 diverse chiusure. Nelle aree di ser-

Giorgio Vergona, titolare della Euvitis 21 che ha sede a Ponte (Bn) - www.oconevini.it

vizio, oltre alla gestione dei gas tecnici e dei fluidi e al condizionamento di ambienti, serbatoi e scambiatori di calore, abbiamo realizzato in senso sostenibile sia la gestione dei reflui e il riciclo delle acque di lavaggio che provveduto all'autonoma produzione di energia rinnovabile con pannelli fotovoltaici. Infine ci siamo dotati di un moderno ed attrezzato laboratorio di analisi chimico fisiche, che consente in tempo reale il monitoraggio immediato di tutte le fasi di lavorazione».

Come avete reimpostato il rapporto col territorio?

«Gli investimenti effettuati sono ispirati ai più moderni concetti di sostenibilità, alla base dei quali, oltre all'adozione di tecnologie rispettose dell'ambiente, si collocano sia il controllo di gestione e l'economicità della stessa che un efficace rapporto col territorio. Questo si basa su un mio personale impegno nel costruire rapporti duraturi con i prodotto-

ri di uve, fidelizzati in questi anni con appositi contratti, con i quali condividiamo l'obiettivo di valorizzare l'intera base ampelografica che caratterizza il territorio, non solo quella più conosciuta dal mercato (Aglianico, Falanghina, Greco, Fiano), ma anche quella più difficile sia per il viticoltore che per il trasformatore (Piedirosso e Coda di Volpe) per i limiti agronomici di tali varietà. Contiamo così di trasferire ai partner agricoli la nostra cultura aziendale, forti di un fermento che già anima gli organismi territoriali, affinché anche la base produttiva si orienti sempre più verso i temi della sostenibilità, vitali per salvaguardare il territorio vitato e la sua biodiversità, patrimonio di unicità che distingue i vini italiani nello scenario produttivo internazionale».

Infine come avete ristrutturato l'offerta e la vostra nuova politica commerciale?

«La nostra produzione è divisa in tre linee, ognuna delle quali mira a un preciso obiettivo: la linea classica è espressione genuina della nostra sottozona Taburno, prevedendo una lavorazione soltanto in acciaio dei vitigni principali quali Aglianico, Piedirosso, Falanghina e Coda di volpe, focalizzandosi principalmente sugli aromi primari e sulla finezza. La linea storica rappresenta invece il legame con il passato che vogliamo valorizzare, partendo dalla classicità con le etichette Diomede e Calidonio fino a più recenti espressioni artistiche con la linea Bozovich, che sottolinea una bevuta internazionale e quindi un ponte tra la storia beneventana e la globalizzazione. L'offerta si conclude quindi con la linea superiore, riservata esclusivamente al canale Horeca, caratterizzata dai due Cru aziendali a base Aglianico e Falanghina per poi approdare ad Anastasi, massima espressione dell'azienda, prodotto infatti solo nelle migliori annate. Nel prossimo periodo una nuovissima linea di vini spumanti sarà lanciata sul mercato, elaborati col metodo classico e con il metodo Charmat per offrire stili diversi, espressione di un territorio ad alta vocazione vitivinicola, partendo da basi spumante Falanghina e Aglianico vinificato in bianco. Commercialmente abbiamo aperto nuovi canali sia in Italia che all'estero, rafforzando la presenza nel settore Horeca italiano e puntando su nuove vie commerciali, soprattutto in Europa, Usa e in paesi asiatici come Cina, Giappone e Corea. Siamo entrati, infine, anche

nella grande distribuzione, principalmente nei punti specializzati sul concetto di gourmet: un nuovo mercato che ci ha dato ottimi risultati negli ultimi due anni».

Quali sono le prospettive future?

«Riteniamo di aver investito nella giusta direzione con precise scelte di campo, dotando l'azienda delle tecnologie giuste per stare sul mercato in maniera moderna con un modello sostenibile, con l'obiettivo di certificarne a breve il sistema produttivo. Abbiamo tuttavia ben presente il crescente interesse che il mondo del vino è stato in grado di suscitare, con un seguito sempre maggiore di wine lovers attenti alle sue qualità intrinseche e ai processi produttivi, con il desiderio di un coinvolgimento diretto nella vita della cantina e nella ritualità che la caratterizza».

Questo elemento di novità, in grado di rappresentare una vera e propria tendenza consolidata nello scenario commerciale complessivo, ha reso necessario un sostanziale ripensamento delle modalità e dei contesti in cui il vino viene presentato, proposto e degustato.

Abbiamo, così, fatto nostra la consapevolezza dell'importanza dell'esperienza diretta sul luogo di produzione sia per la conoscenza del prodotto e sia per l'impatto emozionale che i momenti d'incontro sono in grado di suscitare. Sposiamo appieno la filosofia dell'enoturismo come turismo consapevole e sostenibile, che lontano dalle masse e dalle mete turistiche tradizionali, premia il desiderio di contatto con le comunità locali, esaltando il valore dell'autenticità in un "atmosfera" in cui cibo e vino sono lo strumento più immediato e diretto per stabilire una relazione culturale. Questi concetti hanno ispirato l'impegno dedicato alla trasformazione della cantina da luogo di semplice produzione del vino in luogo emozionale capace di coinvolgere un consumatore sempre più preparato e alla ricerca di esperienze da vivere in prima persona. Sono previste aree di esposizione e vendita interne abbinata a una zona degustazione con annessa cucina per meglio coniugare vini e cibi del territorio, ambienti esterni per l'ospitalità di visitatori singoli o gruppi organizzati a cui è possibile offrire un limitato numero di camere per il pernottamento e una elegante vineria e spazi annessi, dove ogni bicchiere di vino potrà nel migliore dei modi raccontare la sua storia e i suoi valori».

■ **Lucrezia Gennari**



ENOTURISMO

Per noi premia il desiderio di contatto con le comunità locali, esaltando il valore dell'autenticità in un "atmosfera" in cui cibo e vino sono lo strumento più immediato e diretto per stabilire una relazione culturale

La passione di una famiglia

Un intreccio di vini e antiche tradizioni. Quelle del territorio del Sannio e della famiglia Rillo, che a Fontanavecchia ha fondato la storica azienda agricola. Ne derivano vini che lasciano un retrogusto sensazionale, ricco di emozioni e di ricordi felici

Siete mai stati qui a Fontanavecchia quando l'autunno, fingendosi bella stagione, infiamma di colori i tralci esausti ai cieli di ottobre? O quando la pioggia, dopo tanto dispendio di sole, ricopre di erba fresca le zolle impieprite e culla i mosti impetuosi di spuma nel buio dei tini? Passate, fermatevi almeno una volta, la nostra è una collina silenziosa che seduce, dove qualcuno ha sempre l'ultima bottiglia da meditare ascoltando nonna che racconta di quando la prima volta vide "Fuoss 'a noce", la forra che circonda di verde secolare la cantina e come una sentinella vigila sulle vigne di Aglianico e Falanghina. Poi c'è Casavecchia, il dizionario di famiglia, dove nel tempo, esattamente da centocinquanta anni, è stato codificato tutto quanto la terra ci ha trasmesso di braccia forti per coltivare la vite, di piedi scalzi e di talento per dare vino. Il mio vino ha carne, ossa e pelle che profuma di memoria, un sapore che avvolge le lingue e risveglia la parola, il mio vino è sangue di questa terra e questa terra è tutto ciò che ho dentro». Così Libero Rillo descrive con amore il territorio su cui sorge la storica cantina di famiglia, un tempio dedicato al vino, al duro lavoro dell'uomo, all'incanto dei lenti e delicati riti che da generazioni intessono la vita di una famiglia di vignaioli.

La storia dell'azienda vitivinicola Fontanavecchia si intreccia in maniera quasi inestricabile a quella del Sannio e dei suoi vini: Falanghina del Sannio e Aglianico del Taburno. Due preziosi vitigni riportati in auge anche dal costante lavoro realizzato nel corso degli anni dalla famiglia Rillo e oggi rinomati in tutto il mondo. Una storia di antiche tradizioni e coraggiose visioni del futuro, di passione, lavoro quotidiano e innovazione.

«Raccontare le origini di Fontanavecchia è un po' come raccontare la storia di Torre-



TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Il rispetto della grande tradizione dei vini del Taburno non ha mai significato la rinuncia all'innovazione e a uno sguardo sempre più attento al futuro e ai mercati internazionali

cusio e della sua gente -aggiunge Libero Rillo -. In un vecchio registro di epoca borbonica è scritto che già oltre centosessanta anni fa il buon vino di queste terre veniva prodotto dalle mani dei vignaioli della nostra famiglia, attenti custodi delle vigne e protettori delle antiche tradizioni nella magica città di Benevento».

Le storiche cantine Fontanavecchia furono costruite dal capostipite della famiglia Rillo, a partire dal XIX secolo. Nel tempo ristrutturate e ingrandite, rappresentano oggi una realtà vitivinicola di spicco nel territorio campano. L'azienda Fontanavecchia si sviluppa nell'omonima contrada di Torrecuso, in provincia di Benevento, su

una superficie di venti ettari, sotto l'attenta gestione di Libero Rillo, affiancato dall'esperienza del padre Orazio e del fratello Giuseppe. Tutti i vini prodotti dall'azienda agricola sono espressione della tradizione vitivinicola sannita. «Raccontano, da sempre, una storia di paziente lavoro, svolto per conseguire un unico imprescindibile obiettivo: l'eccellente qualità - spiega il titolare Libero Rillo -. Per questo motivo, tutte le differenti fasi di produzione, dalle attività in vigna alla vinificazione, fino all'imbottigliamento, sono svolte con passione e scrupolosità, nel massimo rispetto per le vigne, il vino e le persone; per favorire e condurre all'eccellenza l'identità e le peculiarità che ciascun vitigno sa esprimere».

Nella conduzione delle vigne e della can-

tina, da sempre, la famiglia Rillo privilegia la qualità alla quantità, nella convinzione che di ogni differente tipologia di vino, sia esso una riserva o un vino più giovane, si debba rispettare ed esaltare il suo distintivo carattere, pur conservando una grande piacevolezza. È in questo modo che, sia la linea dei vini più giovani, come la Falanghina e l'Aglianico o la Coda di volpe, il Greco, il Fiano e il Piediroso, sia i grandi vini della riserva, come il Grave Mora, Vigna Cataratte, Orazio, Libero e Facetus riescono ad esprimere la loro massima leggerezza e armonia mantenendo eleganza e corposità, e una sorprendente resistenza nel tempo. Una nota distintiva



L'azienda agricola **Fontanavecchia** ha sede a Torrecuso (Bn) - www.fontanavecchia.info

che li rende godibili e piacevoli pur nella loro forte complessità strutturale. Ma per la famiglia Rillo, il rispetto della grande tradizione dei vini del Taburno non ha mai significato la rinuncia all'innovazione e a uno sguardo sempre più attento al futuro e ai mercati internazionali. Questo è lo spirito che, nel corso dei decenni, ha condotto Fontanavecchia ad affermarsi ed espandersi, riuscendo, non di rado, ad anticipare le nuove tendenze del mercato vinicolo senza mai abbandonare le proprie radici e la propria tradizione vignaiola. ■ **Luana Costa**



UNA REALTÀ STORICA

Un'intera vita, quella della famiglia Rillo, dedicata con amorevole dedizione al lavoro in vigna, al rispetto delle proprie origini e alla cura della propria terra. La capacità di questa famiglia, sin dalle origini, di condurre il lavoro nelle vigne di proprietà, di spremere le eccezionali uve prodotte e imbottigliare il prezioso vino sotto il proprio marchio, fanno dell'azienda Fontanavecchia una delle più importanti e antiche realtà vitivinicole dell'intero Sannio.

L'incontro tra natura e ingegno

Dall'attività di sperimentazione e ricerca sul Sangiovese a quella di vinificazione. Cantina Toscana è un laboratorio di idee, una cantina di produzione dove la competenza enologica si abbina alle migliori tecnologie di controllo presenti sul mercato

Nel cuore del Chianti classico si è affermato negli anni un modello virtuoso di ricerca e innovazione mirato alla produzione vitivinicola d'eccellenza. Nata nel 2008 come cantina sperimentale, Cantina Toscana oggi si afferma come luogo d'incontro tra ricerca e produzione. Si rivolgono alla cantina enologi, agronomi e produttori che vogliono testare il potenziale enologico delle loro uve e affrontare il mercato con i loro nuovi vini realizzati nelle migliori condizioni possibili.

PALESTRA DI INNOVAZIONE

Cantina Toscana ha inizialmente origine da un grande progetto di ricerca voluto e sviluppato dal Consorzio Toscana, un gruppo di prestigiosi produttori toscani, per indagare nel dettaglio tutti gli aspetti e i fattori viticoli ed enologici più importanti per la qualità delle uve e dei vini, con una particolare attenzione al Sangiovese. Nel 2008 quella del Consorzio Toscana è già la cantina sperimentale più grande d'Europa e ospita le micro e meso vinificazioni necessarie all'attività di ricerca di Università e Istituti di Ricerca di tutta Italia con i quali il Consorzio collabora. Progettata con il supporto di Parsec Srl, azienda toscana che rappresenta l'avanguardia internazionale per la gestione e il controllo del processo di vinificazione, dalla fermentazione all'affinamento. Nel 2015 la cantina viene acquistata da Parsec Srl e si trasforma nella attuale Cantina Toscana. «Oltre al nome restano nel Dna della struttura originale la spinta all'innovazione, la curiosità per l'approfondimento e la ricerca, il profilo di competenze di altissimo livello», spiega Giuseppe Florida, ceo di Parsec. «Le più avanzate soluzioni tecnologiche ideate e realizzate per migliorare i processi di produzione enologica vengono prima sperimentate presso Cantina Toscana per poi essere installate nelle più prestigiose cantine di tutto il mondo».

IL FOCUS SULLA VINIFICAZIONE

Nel marchio di Cantina Toscana un profilo umano si sovrappone a una foglia di vite indicando il connubio imprescindibile tra l'uomo e la natura, il valore che l'ingegno



riesce a portare all'enologia.

Cantina Toscana svolge attività diverse, dalla ricerca applicata e microvinificazioni sperimentali, al servizio di vinificazione e affinamento in piccoli serbatoi adatti a ottimizzare e valorizzare la qualità anche delle partite di uva più piccole, secondo protocolli personalizzati e ottimizzati per la produzione di vini rossi, bianchi, rosati e spumanti con metodo classico e in autoclave. Ma non è tutto. Il bagaglio di competenza e tecnologia trova la sua massima espressione nella produzione dei vini a proprio marchio, focalizzata sul Sangiovese e sulla produzione biologica.

Infatti, Cantina Toscana, oltre al lavoro di sperimentazione e di vinificazione conto terzi, dal 2016 decide di lanciare sul mercato i propri prodotti, suscitando sempre più interesse da parte dei consumatori.

UNA VISION RISPETTOSA DEL TERRITORIO

La missione di Cantina Toscana è sintetizzata nel marchio "Un nuovo modo di essere naturale®". Uve selezionate di prima qualità, applicazione di tecniche enologiche avanzate e massimo controllo dei processi permettono, con un ridotto ricorso a interventi correttivi o migliorativi esogeni, di ottenere prodotti di eccellenza che risultano così come massima espressione del vitigno e del territorio. «La nostra missione è produrre vini di eccellenza selezionando uve di

per correggere eventuali difetti. La capacità di "gestire il processo e non di subirlo", questo per noi è "un nuovo modo di essere naturale", una naturalità rivoluzionaria che guarda alla competenza e all'innovazione».

DAL TERROIR ALLA BOTTIGLIA

Cantina Toscana nasce nel cuore del Chianti Classico e per questo, pur avendo maturato numerose esperienze nella vinificazione di uve di molte varietà italiane e internazionali, ha individuato nella vinificazione del Sangiovese il modo più efficace di presentarsi con i suoi vini biologici. Oltre al Chianti Classico e al Chianti Classico Riserva Effige nera, la gamma proposta si compone di PleniLune Igt Toscana Rosso e Testa per Aria, entrambi questi ultimi impreziositi dall'etichetta dell'artista Paolo Lazzarini. Più recentemente è nata la linea di Ara Coeli che si compone del Rosato Igt Toscana a base di Trebbiano e Sangiovese, Rosso Igt Toscana 100% Sangiovese, Bianco Igt Toscana 100% Trebbiano To-

prima qualità, lavorarle al meglio per preservarne le caratteristiche organolettiche e l'espressione territoriale e al contempo ridurre il ricorso all'utilizzo di prodotti enologici di correzione» spiega Giuseppe Florida. «Siamo profondamente convinti che per realizzare un prodotto più "naturale" sia necessario, oltre che selezionare uve di

Parsec ha sede a Firenze - www.parsecsrl.net



eccellenza, anche applicare le migliori tecnologie di gestione e lavorazione, in modo tale da controllare in ogni momento tutte le fasi del processo così da evitare errori e trovarsi nelle condizioni di dover intervenire

scano, Spumante bianco brut con uvaggio Trebbiano toscano e Spumante rosato brut con uvaggio Trebbiano toscano e Sangiovese, entrambi prodotti con Metodo Martinotti. ■ **Leonardo Testi**

PRODURRE VINI DI ECCELLENZA

Lavorare al meglio uve di prima qualità per preservarne le caratteristiche organolettiche e l'espressione territoriale, riducendo il ricorso all'utilizzo di prodotti enologici di correzione

INNOVAZIONE PER L'ENOLOGIA

Parsec è una società specializzata nella progettazione di cantine e nella realizzazione chiavi in mano di impianti, attrezzature e sistemi di controllo integrati per il processo enologico. Da oltre 30 anni mette a disposizione la propria esperienza per migliorare la qualità dei vini e degli ambienti di lavoro delle cantine. L'investimento continuo in R&S ha consentito a Parsec di realizzare processi enologici innovativi e sistemi di automazione avanzati per la cantina moderna. Produttori e case vinicole di tutto il mondo hanno affidato a Parsec la progettazione e lo sviluppo dei sistemi di gestione, automazione e controllo del loro processo di produzione vinicola.

Il Cilento ritrovato

È l'emozione imbottigliata in vini di eccellenza prodotti dalla Fattoria Albamarina, che accoglie turisti da tutto il mondo per diffondere la bellezza di una terra antica e vocata alla viticoltura. Dietro il progetto la personalità carismatica e mai doma di Mario Notaroberto

La storia di un territorio viene scritta dai suoi protagonisti, dalle persone che vivono in maniera particolare l'appartenenza ad esso, dalle persone che sanno guardare oltre e che hanno la capacità di leggerne i contorni, di decifrarne i cambiamenti, di ascoltare il vento tra gli alberi. La storia di Mario Notaroberto è una storia di amore e ritrovamenti. Mario lascia il Cilento una volta terminati gli studi superiori. Dopo 10 anni vissuti a Napoli tra studi e lavoro, decide di lasciare l'Italia per una nuova esperienza in Lussemburgo dove avvia una fiorente attività imprenditoriale nel settore della ristorazione e nell'import-export di prodotti enogastronomici. Dopo aver vissuto per circa 30 anni all'estero, nel 2008 decide di rientrare nel natio Cilento e iniziare la sua avventura in agricoltura, avviando Fattoria Albamarina: alba come l'inizio di un nuovo giorno e Marina come la moglie e il vicino mar Tirreno. «Non sono capace di piegarmi a un'abitudine pantofolaia e rassicurante - racconta il "brigante contadino del Cilento" -. Ho da sempre l'indole del ribelle. Ho vissuto, in giovinezza, le stagioni della contestazione studentesca, i circoli del Pci, le riunioni fiume dove ci si scontrava per difendere un ideale e questo patrimonio me lo sono portato dentro sino a oggi. Ha avuto la capacità e la caparbia di costruire un percorso in cui provo sensazioni e situazioni non comuni, non banali, non convenzionali».

Il Lussemburgo ha rappresentato per lei un banco di prova.

I VITIGNI

L'Aglianico e il Fiano, espressione di un terroir caratterizzato dalle correnti marine di Palinuro che donano sapidità e sentori caratteristici ai vini



Mario Notaroberto, patron della Fattoria Albamarina di Centola (Sa) - www.fattorialbamarina.com

«Sì, ho rilevato un ristorante che ho portato ai massimi livelli, risultando in pochi anni il miglior ristorante italiano in Lussemburgo. Non contento ho comprato un altro locale in una posizione più centrale e ne ho fatto un ritrovo, un centro culturale dove si può anche mangiare, ma non mancano serate ed eventi di un certo spessore: scrittori che hanno bisogno di presentare le proprie opere o musicisti e cultori di musica classica, altro mio pallino. Nel frattempo la gestione dei ristoranti passava sempre di più nelle mani dei miei figli e per questo mo-

L'AMORE PER IL TERROIR

L'azienda Albamarina mira non solo alla produzione di ottimi vini apprezzati in Italia e all'estero, ma anche a veicolare valori ed emozioni. Il progetto di Mario Notaroberto include anche la produzione di olio extra-vergine di oliva e la gestione di un agriturismo, con fattorie didattiche e otto appartamenti sotto il nome Malida House.

tivo ho pensato di rientrare in Cilento per iniziare l'attività di produttore di vino».

Il richiamo alla sua terra d'origine si trasforma in un ritorno in Italia e nell'inizio di una nuova sfida in campo vitivinicolo.

«Sì, al mio rientro compro circa cinque et-

tari di macchia mediterranea a Centola, e precisamente in località Mezzana, cominciando un'avventura che mi porterà a raggiungere traguardi insperati».

Qual è il cuore della vostra produzione vitivinicola?

«Sono due i vitigni che vengono impiantati: l'Aglianico e il Fiano, espressione di un terroir caratterizzato dalla composizione organica dei terreni cilentani, soprattutto flisch ma anche agglomerati di origine vulcanica e dalle correnti marine provenienti dal mitico mare di Palinuro che, spinte dalle correnti marine, donano sapidità e sentori caratteristici ai vini Albamarina. L'Aglianico, con il suo carattere austero e quasi indomabile, è un vino che ha bisogno di essere aspettato, coccolato quasi; un vino che comincia a essere più gentile, più malleabile dopo almeno quattro anni di affinamento, tra botti, barrique e bottiglie dormienti in cantine fresche, aerate e pulite. Un vino che si lascia apprezzare e apprezzare solo quando ha compiuto le fasi evolutive di cui ha bisogno, un vino la cui bevibilità viene scandita dall'ingentimento dei suoi tannini maestosi e irrinunciabili. Un vino per piatti importanti, per serate che non finiscono mai, per riunioni tra amici che ne conoscano l'importanza e la maestosità».

E poi c'è il Fiano.

«Vino gentile, profumato, quasi femminile ma allo stesso tempo custode di risorse inaspettate e fermo e fiero quando la necessità lo richiede. Sentori di frutta bianca, banana, ananas, pesca, mandorle tostate, spiccati profumi floreali di biancospino, di glicine, di rosa tea; da accompagnare a piatti che ne esaltino la sapidità, la spiccata acidità che stimola la salivazione attraverso quel tocco caratteristico di freschezza. Gli altri vitigni a bacca bianca impiantati dall'azienda sono: il Greco, la Falanghina e il Trebbiano. Mentre i vitigni a bacca rossa dei nuovi impianti sono: l'Aglianicone, il Primitivo e il Merlot. Tutti i vitigni sono stati impiantati nell'agro di Foria del comune di Centola, provincia di Salerno e ricadono nella denominazione Dop Cilento».

Un nuovo prodotto ha però visto la luce di recente.

«Sì, il suo nome è Palimientto ed è un Fiano speciale. Il nome Palimientto è riferito alla tradizione dei palmenti, vasche larghe e poco profonde, di solito scavate nella pietra, adibite anticamente alla pigiatura e alla fermentazione dei mosti. Il Palimientto, a differenza delle tecniche di vinificazione più comunemente utilizzate, passa due anni in barrique, ma la vera specificità di questo vino è il fatto che la barrique viene immersa per un certo tempo in una vasca creata ad hoc contenente acqua di mare. Sono giunto a questa soluzione attraverso una ricerca incessante che prende spunto dalle mie intuizioni. Amo misurarmi sempre con sfide difficili, se non impossibili, e uscirne vincitore».

■ **Leonardo Testi**



Un perfetto mix di storia e nuove tecnologie. La cantina Castel di Salve è un'immagine di spazio industriale fatta di materiali e architetture d'altri tempi. Questa realtà vinicola storica della regione fu fondata a Depressa di Tricase nel 1885 da Antonio Winspeare, Duca di Salve, esponente di una famiglia di origini inglesi trasferitasi in Italia agli inizi del XVIII secolo, come racconta Riccardo Winspeare, dal 2021 responsabile commerciale per l'azienda di famiglia. «Ritiratosi dalla vita pubblica dopo una lunga carriera come direttore della Zecca di Napoli, sindaco della città e infine prefetto a Lecce, il Duca si stabilì in Terra d'Otranto, dove si adoperò per modernizzare l'agricoltura e in particolare la viticoltura e la vinificazione delle uve del Meridione. Con una cantina vinicola all'avanguardia e un enologo bordolese, Simon Murat, importato dalla Francia, nacque Castel di Salve, la prima cantina pugliese a imbottigliare ed esportare vini sin dalla fine del XIX secolo oltre i confini della penisola in Francia, Inghilterra e Stati Uniti».

Da questo antico stabilimento vinicolo e da solide tradizioni familiari di cultura agraria rinasce nel 1992 la nuova Castel di Salve, che riporta in vita il progetto e la storia degli avi e la grande passione familiare per il vino e le cose fatte bene. «La cantina ottocentesca è stata accuratamente restaurata, con attrezzature moderne e un impianto fotovoltaico che soddisfa il 95 per cento del fabbisogno energetico da ormai 10 anni, tuttavia mantiene la qualità di uno spazio a misura d'uomo e in armonia con l'ambiente. Una qualità che il restauro, reso necessario negli anni per adeguare lo stabilimento ai processi di vinificazione di oggi, ha sapientemente valorizzato e amplificato nello stile e nel gusto, restituendo allo spazio-cantina grande personalità e cura dei dettagli». Oggi sono Francesco Winspeare e suo figlio Riccardo a proseguire il lavoro, continuando a occuparsene con la stessa cura e passione. «La gestione agronomica dei vigneti è il nostro impegno quotidiano, che svolgiamo con la convinzione, che si riflette nella nostra filosofia aziendale, che ogni vino è unico, e un vino di

L'ARMECOLO

Un assemblaggio di spigoloso e indomito Negroamaro all'80 per cento e aromatica Malvasia Nera di Lecce al 20 per cento, coltivati sul terreno profondo e argilloso di Supersano

I grandi vini del Salento

All'estremo Sud della Puglia, a metà strada tra Otranto e Santa Maria di Leuca, si trova Castel di Salve, la cantina più meridionale del tacco d'Italia



La cantina **Castel di Salve** si trova a Depressa di Tricase (Le) - www.casteldisalve.com

alta qualità può nascere solo da uva di alta qualità. Nel corso degli ultimi 30 anni abbiamo selezionato i vigneti con maggiori potenzialità e scelto solo i terreni più vocati nel basso Salento, circondati da ulivi secolari, boschi e macchia mediterranea, per piantare e coltivare nuove viti. Negli anni abbiamo imparato ad apprezzare le caratteristiche dei vitigni autoctoni del Salento, primo fra tutti il Negroamaro, selezionando in campagna i cloni migliori, sperimentando in cantina le vinificazioni e curando l'affinamento del vino nei minimi particolari».

L'obiettivo è chiaro, spiega Riccardo Winspeare: creare vini eccezionali ed espressivi del territorio. «I nostri vigneti si trovano in Puglia, nella penisola salentina, in provincia di Lecce, nei territori di Supersano, Cutrofianno e Galatone: tre territori con tre differenti microclimi. In un vino deve essere riconoscibile la varietà, così ogni vino comunica la sua personalità e ognuno rimane al gusto nettamente distinto dall'altro. A costruirne la personalità e l'unicità concorre, accanto alla varietà, il protocollo di lavorazione per noi ogni volta diverso da un vino a un altro. Grazie a protocolli rigorosi otteniamo vini puliti, espressivi e di carattere a partire dalle uve autoctone del Salento, Verdeca, Negroamaro, Primitivo, Malvasia Nera di Lecce, trasmettendo ai vini lo splendido colore della terra rossa del Salento, il profumo della macchia mediterranea, il calore del sole e il sapore del mare che circonda la penisola.

Oggi la cantina di Castel di Salve produce oltre dieci etichette, fra cui le tre originarie etichette Santimedici, un bianco,

un rosso e un rosato, in cui si riversa la tradizione del Salento. A queste si sono aggiunti due blend, il Priante e il Lama del

Tenente, e sette vini in purezza: i due Cento Su Cento, Negroamaro e Primitivo, il Centino, il Ladykiller, l'Aleatico e il Brut Rosé. Tra le più storiche delle attuali etichette vi è l'Armecolo. «Si tratta di un assemblaggio di spigoloso e indomito Negroamaro all'80 per cento e aromatica Malvasia Nera di Lecce al 20 per cento, coltivati sul terreno profondo e argilloso di Supersano. Le uve, raccolte a mano alle prime luci del giorno, vengono macerate in criomacerazione per favorire l'estrazione dei profumi balsamici di queste varietà, con la minima alterazione chimica delle molecole aromatiche presenti nell'uva. Ne risulta un vino molto espressivo nel naso, molto bilanciato e dal finale lungo e pulito, insignito del riconoscimento di Top Wine di Puglia per due anni consecutivi dalla guida Slow Wine, che ha indicato Castel di Salve tra le cantine che non solo propongono vini di altissimo livello qualitativo, ma che hanno prezzi concorrenziali su tutte le etichette».

■ **Costanza Manca**

CASTEL DI SALVE
AZIENDA VITIVINICOLA
DAL 1885

slow wine
TOP WINE
2022
VINO QUOTIDIANO

Azienda Vitivinicola Castel di Salve
Via Gaetano Salvemini, 32
73039 Depressa di Tricase (Le)
Tel. +39 0833.771041 - +39 0833.771012
info@casteldisalve.com - www.casteldisalve.com

SOLO UVE DI ALTA QUALITÀ

Castel di Salve seleziona accuratamente le varietà dei vitigni e crea vini dalla forte personalità.

La produzione comprende:

- CENTINO**
Primitivo 100%
- LADY KILLER**
Malvasia nera di Lecce 100%
- PRIANTE**
Negroamaro 50%
Montepulciano 50%
- CENTO SU CENTO NEGROAMARO**
Negroamaro 100%
- CENTO SU CENTO PRIMITIVO**
Primitivo 100%
- LAMA DEL TENENTE**
Primitivo 35%
Montepulciano 35%
Malvasia nera di Lecce 30%
- ALEATICO PASSITO**
Aleatico 100%
- SANTIMEDICI BIANCO**
Verdeca 100%
- SANTIMEDICI ROSATO**
Negroamaro 100%
- SANTIMEDICI ROSSO**
Negroamaro 100%
- ARMECOLO**
Negroamaro 80%
Malvasia nera di Lecce 20%

Interpreti della cultura isolana

Quartomoro di Sardegna, azienda agricola e cantina didattica di Luciana Baso e Piero Cella, dal 2011 porta avanti la sua peculiare concezione del vino che mira a valorizzare i vitigni più antichi del territorio

Una regione vitivinicola da dieci più una sfaccettatura: sono tante e variegata le terre della vite e del vino sardo. In Sardegna, come in tutto lo Stivale, sono presenti diverse aree geografiche a preminenza viticola, tutte molto diverse tra loro per clima, composizione del terreno e varietà viticole, che nei diversi luoghi hanno trovato l'habitat ideale. Da questa grande eterogeneità ha tratto ispirazione Quartomoro di Sardegna, azienda agricola e cantina didattica di Luciana Baso e Piero Cella. Massimo rispetto della natura, minimo intervento in vigna e cantina è dal 2011 la mission di questo produttore, che, tra i Comuni di Arborea e Marrubiu, in provincia di Oristano, porta avanti la sua peculiare concezione del vino, inteso come autentico interprete della cultura e della tradizione sarda. Non a caso, nell'aprile 2018, l'assessorato regionale all'Agricoltura, durante la cinquantaduesima edizione del Vinitaly di Verona, ha premiato il fondatore Piero Cella con la Medaglia Cangrande per l'attività professionale e il sostegno verso il progresso qualitativo della produzione viticola-enologica sarda e italiana.

«Il nostro obiettivo – spiega Piero Cella – è trasmettere insieme ai vini, il nostro territorio, l'intera Sardegna. L'auspicio è sempre quello di produrre vini che siano espressione della terra sarda, lavorando al meglio, con il minimo intervento in vigna e in cantina, nel rispetto dei processi naturali. Cuore pulsante dell'azienda è il progetto "Memorie di Vite", che ha l'obiettivo di valorizzare, e in alcuni casi recuperare, i vitigni ancestrali, con la vinificazione in purezza di vari vitigni tradizionali sardi, come i più noti



MEMORIE DI VITE

Il progetto ha l'obiettivo di valorizzare, e in alcuni casi recuperare, i vitigni ancestrali, con la vinificazione in purezza di vari vitigni tradizionali sardi

Vermentino, Cannonau e i meno noti come Bovale, Muristellu, Cagnulari, Nuragus, Semidano. In ogni caso tutte le uve provengono da vigne molto vecchie, selezionate nelle zone più vocate del territorio sardo, per terreno e per tradizione, a seconda del vitigno di riferimento. Grazie al progetto, Quartomoro ha intrapreso collaborazioni interessanti e relazioni importanti, non solo a livello commerciale, entrando a far parte nel 2016 della Banca del Vino di Pollenzo (Cn)». La tradizione si coniuga con la ricerca nell'azienda sarda, che sta portando avanti anche una sperimentazione sullo

spumante metodo classico utilizzando uve autoctone. Inoltre, con il progetto dei vini "Orriu", Quartomoro offre vini improntati sull'espressione aromatica dei vitigni provenienti dalle vigne giovani di Vermentino, Cannonau e Vernaccia. Il risultato di questo lavoro, che intreccia antichi e nuovi saperi, valorizzazione dei vitigni autoctoni e continuo approfondi-

Quartomoro di Sardegna si trova a Marrubiu (Or)
www.quartomoro.it

mento, sono 19 etichette di vini che spaziano dalle bollicine ("Q", spumante metodo classico premiato nel 2011 dal Gambero Rosso con un Oscar Qualità Prezzo, nel 2012 con un Oscar Qualità e menzionato tra le 150 più esclusive etichette frizzanti nazionali; "Z", spumante rifermentato in bottiglia con l'aggiunta del mosto, un vino poco convenzionale che richiama la tradizione contadina sarda) ai rossi e bianchi identitari sardi della linea "Memorie di vite", fino ad approdare alle commistioni con il continente delle etichette "Intrecci di Vite" e allo stile contemporaneo della linea Orriu.

La vendemmia 2021 è stata l'occasione per inaugurare la nuova cantina di Quartomoro, realizzata nella tenuta della località Is Bangius di Marrubiu, alle pendici del Monte Arci, circondata da viti di oltre 50 anni coltivate con uve Monica e Bovale. La cantina riprende il caratteristico colore del terreno della zona, ricoperto di ossidiana, roccia vulcanica formata dal rapido raffreddamento della lava, simile al vetro naturale di colore nero e ricercatissima per gioielli e amuleti. Un colore che ritroviamo, con un'unica eccezione, in tutte le bottiglie a marchio.

«Con la nuova cantina – conclude Cella – Quartomoro può finalmente aprire le porte nel migliore dei modi agli appassionati di vino e cultura contadina, dando il proprio apporto all'enoturismo in crescita anche nella regione sarda, che ha tanta cultura e conoscenza da trasmettere e condividere».

■ Alessia Cotroneo

UNA STORIA DI FAMIGLIA

Quartomoro di Sardegna nasce nel 2011 in provincia di Oristano su iniziativa di Luciana Baso e Piero Cella. Piero è un enologo con esperienza acquisita in varie realtà viticole del territorio sardo: figlio d'arte, ha incontrato maestri e conoscitori della terra e del lavoro di cantina presso differenti realtà vitivinicole sarde tra cui la cantina di Santadi, con il noto enologo toscano Giacomo Tachis. Luciana, laureata in pedagogia, fin da bambina ha frequentato la vigna del nonno materno e grazie al legame con Piero ha avuto la possibilità di rivivere le emozioni di vita rurale, ritrovare gli intensi profumi e i rumori della vendemmia. L'azienda ha una gestione prevalentemente familiare, con i giovani figli a supportare i genitori: Alberto, che gestisce le vigne dopo gli studi in enologia e viticoltura, sostenuto dal confronto con il consulente agronomico e con i collaboratori esperti di vigna; Violante, apprendista del lavoro di amministrazione e marketing.



Tutta la Maremma in un solo sorso

L'Azienda Guido F. Fendi è un'azienda toscana che produce vini rossi, bianchi e bollicine Trento Doc, perseguendo da sempre un unico obiettivo: la qualità dei prodotti nell'esaltazione della Maremma Toscana



L'Azienda Guido F. Fendi si trova nell'entroterra della Toscana meridionale, la Maremma, regione caratterizzata da terre rosse e colline spioventi verso il mare, nota per la sua autenticità e le sue tradizioni. A consacrare la riuscita di un prodotto sono arte, passione e qualità, ingredienti che non mancano di certo all'Azienda Guido F. Fendi e che ne fanno da anni un marchio di successo. «Possiamo considerarci come una "Boutique" e tutti i nostri vini sono firmati dall'enologo Andrea Pala, vincitore del premio Miglior Giovane enologo italiano 2021. Per noi è imprescindibile – sottolinea Guido Formilli Fendi – il legame con la terra della Maremma, che amiamo profondamente, e la qualità delle materie prime è l'altra coordinata alla quale allineiamo tutti i nostri obiettivi».

Nella vostra vision assumono centralità i valori della terra d'origine nella quale operate. Quali sono?

«Per noi è fondamentale valorizzare i vitigni tipici, come il Vermentino e il Sangiovese. Cerchiamo di esaltare al meglio le loro caratteristiche senza mai tradire i sapori, gli odori della Maremma. E nei nostri vini abbiamo voluto riflettere lo stesso credo della nostra famiglia, fatto di valori e di sostanza. Il credo che un buon vino non nasce nella botte, ma nel vigneto, nella cura mostrata nei confronti della terra, lavorata seguendo un attento approccio olistico che dona alle nostre vigne forza e vitalità. Nel nostro terreno vediamo un organismo vivente che merita di seguire il proprio corso e la cui biodiversità necessita di essere protetta. Noi ci mettiamo tutta

l'esperienza e la professionalità che abbiamo per rispettarla in un reciproco movimento di attenzioni. Per questo non possiamo prescindere da una lavorazione in linea con il ciclo della natura, sia nel vigneto, sia nella produzione del vino in cantina».

Quali sono i vostri prodotti di punta?

«Intanto la composizione unica del terreno, costituito da più strati di roccia e argilla, rende la nostra zona di coltivazione una delle più minerali al mondo, nonché la vicinanza con il mare influenza gli aromi e salinità del vino. È proprio questo terroir a conferirgli un gusto inconfondibile. Tra i nostri migliori prodotti c'è Il Burattini rosso che ha già vinto diversi premi sia a livello nazionale che internazionale. Lo abbiamo presentato a Roma presso il Mediterraneo del Maxxi, lo scorso 1° dicembre, con il nostro enologo Andrea Pala,

e a Tinto, voce di Decanter, programma di Rai Radio2 dedicato al mondo dell'enogastronomia. Insieme al Burattini, protagonista è stato anche il Fendente, dedicato a mio padre Luigi, di cui rispecchia il carattere forte, deciso e al contempo dolce. Fendente è un vino che potremmo definire da collezione. Sono, infatti, solo 2.000 le bottiglie disponibili e 200 nella versione magnum. Ogni bottiglia, inoltre, ha la propria cassetta in legno di rovere, scelto proprio perché il vino è stato affinato in questo legno francese per 36 mesi. Rappresenta il nostro super top di gamma per quanto riguarda i rossi. È un Sangiovese al 95 per cento e 5 per cento Merlot. Il Burattini è un altro doc Maremma Toscana, vino che nasce con un blend di base Sangiovese e Cabernet Sauvignon. Si elabora con macerazione di 10 giorni sulle bucce, affinamento parziale in legno e successiva

maturazione di sei mesi. Poi ci sono i nostri bianchi Doc Maremma Toscana, Burattini e Chicca, 100% Vermentino che rispecchiano a pieno il territorio, affinati in vasche di acciaio e in bottiglia per ulteriori 6 mesi. Infine, ai nostri vini della Maremma Toscana, si aggiungono Sarò Franca Rosé e Sarò Franca Millesimato, spumanti Trentodoc Metodo Classico da uve Chardonnay e Pinot Nero, entrambi dedicati a mia madre, Franca Fendi, in l'occasione dell'uscita della sua autobiografia.



Burattini Rosso - www.guidoffendi.com

Eleganti e raffinati, grazie al lungo affinamento sui lieviti e dal perlage finissimo, il millesimato è stato anche vincitore del premio "Miglior Spumante Italiano" Vinitaly 2021. ■ **Lea Di Scipio**

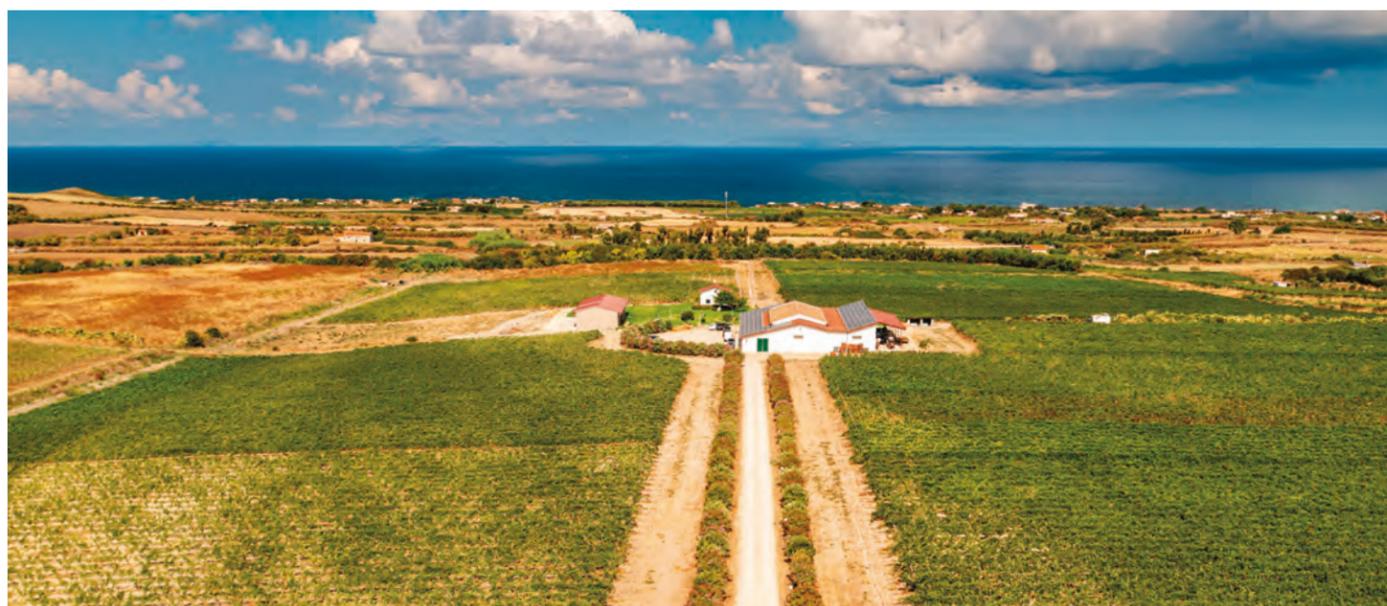


IL NUOVO ARRIVO E COME ABBINARLO

È l'ultimo arrivato nella famiglia dei rossi, ma ha già dato tantissime soddisfazioni. Si tratta del Fendente rosso dell'Azienda Guido F. Fendi, 95% Sangiovese e 5% Merlot. «Fendente è un grande vino dedicato a mio padre Luigi – spiega il figlio Guido Formilli Fendi – e ciò dimostra il voler riflettere i valori della nostra famiglia. Dopo un'attenta selezione in vigna e in cantina, la pigiatura soffice con diraspatura e con macerazione pellicolare per circa 15 giorni a temperatura controllata, il vino si raffina in botti di rovere francese per 36 mesi. Il suo colore rosso ha qualche sfumatura granata, mentre al naso esprime profumi con note dolci che variano dal cacao alla cannella, dal tabacco alla frutta secca, con un finale di marasca. Al gusto accentua le note appena descritte, l'equilibrio tra acidità e struttura creano un finale dalla grande eleganza. È da provare con piatti a base di selvaggina come stracotti, brasato, cinghiale, faraona o anatra, ma anche di arrosto di vitello e suino. Particolarmente ideali se conditi con erbe e spezie mediterranee».

Inconfondibile carattere di Sardegna

Nel comune di Sorso si coltiva una Doc piccola ma piena di tradizione. Obiettivo della cantina Nuraghe Crabioni è esaltare al massimo l'espressione del vitigno nel territorio. «Il vino è l'espressione finale della qualità dell'uva, mission aziendale è il mantenimento delle sue caratteristiche uniche in quanto strettamente connesse alle peculiarità dell'area in cui viene coltivato e prodotto». L'esperienza di Alessandra Seghene



Ricorre quest'anno il cinquantesimo anniversario della Doc Moscato di Sorso Sennori, luogo incantevole affacciato sul Golfo dell'Asinara. Nata nel 1972, vanta una produzione davvero di nicchia nella sua versione tradizionale dolce. Una di queste è rappresentata dalla cantina Nuraghe Crabioni, il cui nome deriva dal nuraghe situato nella tenuta che è conosciuto nella zona come Nuraghe Bianco, Nuraghe Pala Canedda, Nuraghe Crabioni. Si tratta di una realtà vitivinicola giovane che coniuga elementi mutuati dalla tradizione con le più moderne tecnologie di vinificazione e i cui vigneti si ergono a poche centinaia di metri dal mare, di fronte all'incantevole Golfo dell'Asinara, in una delle zone più fertili del territorio sardo, la Romangia, che da sempre è dedita alla coltivazione della vite e da cui

FILOSOFIA AZIENDALE

Tutti i nostri vini sono prodotti in purezza, proprio allo scopo di poter esprimere al meglio le caratteristiche del territorio e del vitigno

si ottiene la materia prima per produrre vini di alta qualità. «La nostra è una storia di partenze e ritorni, di legami difficili da spezzare che rivivono in ogni respiro - spiega Alessandra Seghene, responsabile aziendale -. Di persone e luoghi che rimangono nell'anima, di passione e radici che diventano ancora nel mare del tempo. Di terra e di vento che segna i volti, di sole e di silenzi che scandiscono il tempo. Elementi unici di questa terra che conferiscono un carattere inconfondibile ai nostri vini. Nuraghe Crabioni è l'inconfon-

dibile carattere di Sardegna ma è anche la storia di mio padre che, giovanissimo, lascia Sorso in cerca di lavoro però sempre con il desiderio di ritornare. Nei suoi ricordi d'infanzia il profumo dell'uva, delle donne impegnate nella lavorazione delle vigne a due

L'azienda **Nuraghe Crabioni** ha sede a Sorso (Ss)
www.nuraghecrabioni.com



passi dal mare, affacciate sul bellissimo Golfo dell'Asinara. Ritorna infatti, investendo nella sua terra con il desiderio di fare del buon vino da bere insieme agli amici».

Ed è così che nasce l'azienda che oggi conta circa 35 ettari, di cui venti di vigneto impiantato con sole varietà autoctone di schietta matrice territoriale, in posizione unica ed eccellente, con terreni sabbiosi e argillosi, esposti al sole e ben ventilati. Attualmente le etichette prodotte con il brand Nuraghe Crabioni sono otto, per una produzione complessiva di circa 80mila bottiglie all'anno, vini prodotti in purezza per espressa scelta aziendale. «Negli ultimi due anni - prosegue la titolare - abbiamo creato anche una versione di Moscato differente da quella tradizionale. È sempre un Moscato in purezza prodotto con la Doc di Sorso Sennori ma secco. Quindi, un vino da aperitivo, fresco e con un finale leggermente dolce, un vino che io trovo un po' femminile, ma non solo. Si tratta di un vitigno piuttosto importante, perché riconosciuto in tutta la Sardegna, ma il Moscato di Sorso Sennori è rappresentato da questa Doc piccolissima che sorge nel territorio della Romangia».

L'azienda utilizza l'agricoltura integrata o produzione integrata che è una forma di agricoltura sostenibile a basso impatto ambientale, in quanto prevede l'uso coordinato e razionale di tutti i fattori della produzione allo scopo di ridurre al minimo il ricorso a mezzi tecnici che hanno un impatto sull'ambiente o sulla salute dei consumatori attraverso una produzione sicura e di alta qualità. «Ricaviamo le uve per i nostri vini che vengono poi trasformate in cantina al 100 per cento dai nostri campi. Impieghiamo solo vitigni specifici del territorio, quindi il Vermentino, il Cannonau, il Moscato. Per nostra filosofia aziendale realizziamo tutti i vini in purezza, allo scopo di poter esprimere al meglio le caratteristiche del territorio e del vitigno. Utilizziamo barrique solo per l'affinamento di riserve che per loro peculiarità richiedono una maggiore complessità: il vino deve conservare inalterata la qualità dell'uva mantenendo quanto più possibile le sue caratteristiche organolettiche specifiche del territorio di produzione».

L'azienda mantiene un rapporto tanto stretto con il territorio e con la tradizione vitivinicola che ha deciso di continuare ad avvalersi di una squadra di donne per realizzare le lavorazioni nei campi. «Per noi e per Sorso è una tradizione antica, da sempre le donne lavorano nei campi, da madre in figlia, e noi siamo orgogliosi di aver mantenuto questa tradizione». Senza tuttavia rinunciare alle tecnologie che consentono di ottenere un miglioramento dei processi produttivi: «Grazie ad un impianto fotovoltaico siamo autosufficienti dal punto di vista energetico e di una stazione meteo per meglio comprendere la condizione e lo stato del terreno intervenendo tempestivamente sulle coltivazioni. Inoltre, ci avvaliamo di tecnici professionisti, di un agronomo attento a garantire il benessere della pianta e un esperto enologo per la produzione.

■ Luana Costa

ESPERIENZE INTORNO AL VINO

Nuraghe Crabioni sta lavorando allo sviluppo di un percorso enoturistico sfruttando l'incantevole posizione di fronte al Golfo dell'Asinara. Da tempo, inoltre, organizza degustazioni ed eventi in cantina. «La nostra è una cantina aperta a tutti coloro i quali vogliono immergersi nella natura e godere di questo paesaggio e del buon vino - afferma Alessandra Seghene -. Per questo vogliamo condividere con tutti le meraviglie che questa terra ci offre, dal vino alla storia, dal buon vivere alla natura. Abbiamo pensato una serie di attività per vivere appieno un'esperienza intorno al vino e al suo mondo: dalle degustazioni guidate alle visite in cantina per scoprire come nascono i nostri vini, dalle attività come il trekking, le passeggiate a cavallo e quelle con al centro il benessere sino agli eventi tematici con musica e buon cibo».

Tra ricerca e sperimentazione

Promuovendo la valorizzazione del proprio territorio, la Cantina Laimburg è parte dell'omonimo Centro di Sperimentazione di Vadena, Bolzano, in perfetto equilibrio tra tradizione e innovazione. Ne parliamo con Günther Pertoll, responsabile della cantina



La **Cantina Laimburg** si trova a Vadena, Bolzano - www.laimburg.it

Tra i tanti luoghi suggestivi presenti nel vasto panorama vitivinicolo italiano, la Cantina Laimburg, in provincia di Bolzano, rappresenta un connubio perfetto tra innovazione e tradizione, nonché il luogo privilegiato per la promozione della cultura del vino altoatesino.

In quanto azienda modello per la viticoltura e l'enologia dell'Alto Adige, la Cantina Laimburg persegue un importante obiettivo di valorizzazione del territorio, per portare nel bicchiere il carattere delle singole varietà autoctone e dei diversi vitigni appartenenti alla migliore tradizione dell'antica regione delle Dolomiti. «Come ente pubblico – racconta il dottor Günther Pertoll, responsabile della Cantina Laimburg –, la nostra priorità è quella di diffondere la cultura del vino e di un territorio, tracciando alcune linee guida che si concretizzano in un'attenzione alla sostenibilità e nella produzione di vini eccellenti. Nei nostri vigneti, infatti, non ci limitiamo soltanto alla produzione, ma facciamo anche sperimentazione, coltivando le varietà più rappresentative della regione, oltre a vitigni internazionali come Merlot, Chardonnay e Cabernet Sauvignon». Dal 1975 parte dell'omonimo Centro di Sperimentazione, la Cantina Laimburg lavora 20 ettari di vigneti appartenenti alla Provincia Autonoma di Bolzano, con terreni di varia natura e a un'alti-

tudine compresa tra i 200 e i 750 metri s.l.m. Ogni vigneto, caratterizzato dal suo microclima e con una diversa conformazione del suolo, viene coltivato con attenzione e cure specifiche, che si adattano alle sue particolari esigenze. «Le etichette prodotte dai nostri vigneti – continua il dottor Günther Pertoll – sono suddivise in tre linee diverse, ciascuna contraddistinta da uno specifico stile. I Vini del Podere sono tradizionali vini d'annata dal carattere spiccatamente varietale, portati a maturazione in serbatoi d'acciaio inox e, in parte, in grandi botti di rovere. Le etichette di punta, invece, si trovano nella Selezione Maniero, i cui nomi richiamano quelli delle grandi leggende dolomitiche, in un'unione tra vino e territorio che non potrebbe essere più forte. È il caso, per esempio, di Col de Rèy (Collina del Re), rosso ottenuto da un blend Lagrein (50%), Tannat (30%), Petit Verdot (20%), oppure del Auròna (100% Kerner), fermentato 10 giorni sulle vinacce in tonneau. Il suo nome significa "tesoro nascosto, il regno d'oro e delle luci" e deriva da un'antica leggenda dolomitica secondo la quale gli uomini, un tempo, vivevano sottoterra circondati dall'oro. Un giorno, un masso fece loro intravedere il mondo in superficie e gli uomini decisero di abbandonare quel luogo per la libertà, lasciandosi l'oro alle spalle. Oro che è rimasto in profondità e, secondo la leggenda, lì si trova ancora oggi, in questa terra dove re-

altà e magia si fondono».

I Vini Particolari sono il frutto di vitigni resistenti alle malattie fungine o di esperimenti in cantina. Fiore all'occhiello dell'azienda è il grande spazio scavato all'interno del Monte di Mezzo, dove si trova una cantina per le barrique e una per lo stoccaggio di bottiglie, oltre a una grande sala di 300 mq per degustazioni ed eventi. «Parallelamente alla produzione – aggiunge il dottor Günther Pertoll –, nei nostri vigneti facciamo anche ricerca applicata, e i risultati sono condivisi con tutti i viticoltori della zona. Redigiamo pubblicazioni sia divulgative, sia scientifiche e, all'interno della Cantina nella Rocca, accogliamo le aziende del territorio sia per seminari e corsi di formazione, sia permettendo loro di presentare i propri vini. Noi siamo orgogliosi delle cantine dell'Alto Adige, non c'è invidia o concorrenza, non c'è gelosia. Il nostro obiettivo, infatti, è promuovere la cultura del vino, in una continua ricerca di qualità, convinti dell'enorme potenziale nazionale ancora non del-

tutto espresso, se pensiamo che in Italia la vite si coltiva ovunque con successo».

Il Centro di Sperimentazione Laimburg offre un servizio a 360 gradi per migliorare le tecniche di produzione in maniera ecologica ed economica, contribuendo ad ampliare le conoscenze nell'ambito dell'agricoltura e delle tecnologie alimentari.

«Il Centro di Sperimentazione Laimburg, di cui la nostra cantina fa parte – conclude il dottor Günther Pertoll –, è l'istituzione leader per un'ampia gamma di soggetti che si occupano di agricoltura e tecnologie alimentari in Alto Adige. La nostra attività di ricerca mantiene la sua natura pratica e persegue l'obiettivo di aumentare la competitività dell'agricoltura altoatesina tramite una posizione d'avanguardia. Lavoriamo in campi sperimentali e in laboratorio, ricercando soluzioni rapidamente applicabili alle problematiche della prassi agricola, unendo tradizione e innovazione per sviluppare strategie sempre più sostenibili e di qualità». ■ **Andrea Mazzoli**

IL CENTRO DI SPERIMENTAZIONE LAIMBURG

Offre un servizio a 360 gradi per migliorare le tecniche di produzione in maniera ecologica ed economica, contribuendo ad ampliare le conoscenze nell'ambito dell'agricoltura e delle tecnologie alimentari in Alto Adige



Il Traminer Aromatico Riserva

Tra le punte di diamante della produzione della cantina Laimburg spicca il Gewürztraminer Riserva Elyònd di colore giallo oro. Note di rosa, lavanda e fichi secchi ne caratterizzano il bouquet. Vino di grande stoffa ed armonia, caratterizzato da una gradevole acidità che gli conferisce eleganza e finezza. Opulente ed equilibrato; secco.



Landesweingut Laimburg
39040 Laimburg 6
Tel. +39 0471 969 706 Fax +39 0471 969 599
landesweingut-cantina@laimburg.it
www.laimburg.it

Il biologico che piace anche all'estero

Unendo tradizione e innovazione, Terre Cortesi Moncaro è un punto di riferimento per la valorizzazione dei vigneti marchigiani, che distribuisce in oltre 40 Paesi vini dall'alta tracciabilità e biologici. Ne parliamo con Luigi Gagliardini, direttore commerciale dell'azienda

8 00 soci, 29 milioni di fatturato registrato nel 2021, 40 Paesi di destinazione dei propri vini e un'incidenza dell'export pari al 53 per cento del fatturato. Sono i numeri di Terre Cortesi Moncaro, realtà fondata nel 1964 a Montecarotto, in provincia d'Ancona, e attualmente la maggiore realtà delle Marche nel settore vitivinicolo. Unendo la ricerca alla valorizzazione dei vigneti autoctoni, la Moncaro persegue un obiettivo di qualità del lavoro e qualità delle produzioni evidente in ogni bottiglia. E si conferma in costante crescita, nonostante la complessità degli ultimi anni segnati dalla pandemia. «Nell'anno solare 2021 Moncaro ha complessivamente aumentato il proprio fatturato del 5,5 per cento, riuscendo a sopperire alle mancate entrate del settore on-trade con una grande crescita nell'off-trade - racconta il direttore commerciale Luigi Gagliardini -. Riteniamo che il brand Moncaro sia stato premiato dal consumatore della grande distribuzione, che in tempi di forte incertezza economica come quelli della pandemia, si è affidato con fiducia a quei marchi che sono sempre stati una ga-



ranza dal punto di vista del rapporto qualità prezzo».

Con le attuali dinamiche sociali ed economiche attuate per affrontare la pandemia, com'è cambiato il peso dell'export nel vostro bilancio aziendale?
«Storicamente il rapporto export/mercato interno è sempre stato 50/50 ma, a causa delle dinamiche della pandemia e delle relative difficoltà dell'export, questo rapporto negli ultimi due anni si è sbilanciato verso il

mercato Italia che nel 2021 ha contato per il 60 per cento del totale. Ciò è stato dovuto anche alla tipologia di distribuzione che caratterizza il mercato dei vini Moncaro, molto fortemente sbilanciato nell'on-trade all'estero dove, come in Italia, i continui lockdown hanno pesantemente penalizzato gli esercizi commerciali. Questa situazione si protrae ancora oggi dove nei mercati del nord-Europa, esclusa la Scandinavia e i suoi monopoli, le difficoltà di apertura e di ritorno a una vita normale permangono. Anche il Giappone ha visto un calo molto rilevante del giro di affari, cosa che però ora ci permette di guardare con ottimismo al futuro più immediato, percependo segnali di ripresa anche in questo paese».

Parallelamente alla sostenibilità ambientale, l'innovazione tecnologica è il focus principale delle attuali dinamiche di business. Qual è il vostro rapporto con le tecnologie?

«Nel 2021 Moncaro è stata capofila del progetto "Nuove tecnologie per il food & wine del made in Italy", finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Marche, per investimento complessivo di 15,7 milioni di euro che sono stati impiegati nella sostenibilità della produzione vitivinicola e nella competitività internazionale. Tra gli interventi, lo sviluppo di una linea pilota per la produzione vitivinicola dove verranno sperimentati processi innovativi flessibili, intelligenti e integrati per incrementare l'efficienza produttiva. Si punterà sull'introduzione di un registro digitale, una blockchain, per la tracciabilità dei prodotti, assicurando così ai consumatori la certezza di cosa mettono in tavola, proteggendoli anche da frodi, nonché su tecnologie 4.0

per la riduzione degli scarti e il riutilizzo delle materie prime, in un'ottica di economia circolare. Il programma, in corso di realizzazione, ha visto coinvolta l'azienda nelle sedi di Montecarotto (An), Acquaviva Picena (AP) e Camerano (An)».

Quali sono, per ciò che riguarda la coltura vinicola, gli scenari che dovremmo aspettarci da questo 2022?

«Il 2022 sicuramente sarà un anno migliore. La sfida sarà quella di cogliere le opportunità che saranno create da questa rinascita. I vini bianchi avranno probabilmente una chance in più rispetto agli ultimi anni a causa della loro scarsità a livello mondiale conseguente a un'annata scarsa ovunque. Allo stesso tempo bisognerà fare attenzione alla collocazione del prezzo, in grande ascesa per motivi inflazionistici che derivano da un aumento dei costi enorme e generalizzato. Moncaro è pronta con nuovi ettari di vigneti biologici a soddisfare la richiesta crescente dei mercati più maturi come quelli del Nord-Europa, Nord America, Giap-

AGRICOLTURA DI PRECISIONE

Moncaro ha messo in campo un progetto supportato da satelliti e sensori in vigneto che le permetterà di ottimizzare il lavoro in campagna nella gestione dei 1.200 ettari di vigneto

pone. Sono allo studio nuove tecnologie che ci permettono di lavorare in modo più efficiente da un punto di vista dei costi e più sostenibile dal punto di vista ambientale. Abbiamo infatti messo in campo un progetto per l'applicazione dell'agricoltura di precisione supportata da satelliti e sensori in vigneto che ci permetterà di ottimizzare il lavoro in campagna nella gestione dei nostri 1.200 ettari di vigneto». ■ **Andrea Mazzoli**

Terre Cortesi Moncaro ha sede a Montecarotto (An) www.moncaro.com



VIGNA NOVALI CASTELLI DI JESI VERDICCHIO DOCG RISERVA CLASSICO

Uve: 100% Verdicchio

Sistema d'allevamento: capovolto e doppio guyot.

Densità d'impianto: 1700-3500 cep

Regione viticola: Marche, Provincia di Ancona.

Ubicazione: vigneti di Contrada Novali nel comune di Castelplanio.

Età: 7-35 anni.

Suolo: molto profondo con presenza di pietra e prevalenza di sabbie e argille del plioleistocene e miocene con tendenza al calcareo.

Esposizione e altitudine: sud-est, sud-ovest e nord-ovest a 300/350 m.

Raccolta: raccolta tardiva delle uve a fine vendemmia ed in parte surmaturate con sviluppo di muffa nobile.

Vinificazione: breve macerazione a freddo delle bucce e pressatura soffice con decantazione statica del mosto. Fermentazione con lieviti autoctoni selezionati e successiva permanenza sulle fecce per 10 mesi in acciaio ed in piccola parte in barrique Allier.

Maturazione: il vino affina per oltre 18 mesi in bottiglia.



Nel rispetto dell'ambiente

Nella Sardegna nord occidentale, presso l'azienda agricola Tenute Soletta si coltivano i vitigni non con un regime predefinito ma una mentalità, una filosofia e un insieme di azioni che vanno oltre le certificazioni. Un modo di vivere finalizzato a mantenere intatti i terreni preservandoli dal rischio di erosione e a ottenere ottimi frutti. L'esperienza di Umberto Soletta

È nell'agro di Florinas e Codrongianos, in provincia di Sassari, che si estendono per dieci ettari vigneti storici, il primo dei quali risale al 1965. Una cultura che appartiene all'azienda Tenute Soletta, nata nel 1996 nella Sardegna nord occidentale, dall'iniziativa di Umberto Soletta che si è fatto carico di portare avanti una consolidata tradizione di famiglia. Oggi produce vini tipici del territorio mantenendo viva una tradizione familiare fortemente legata alla terra e avviata da suo nonno Samuele nei primi del Novecento. «L'approccio alla coltivazione e alla produzione di vino è improntato al massimo rispetto della natura e dei suoi tempi. Tutte le operazioni in vigna vengono eseguite rispettando l'ecosistema e seguendo la filosofia del suo fondatore: "Tratto la terra con amore e rispetto ed essa mi ripaga con ottimi frutti"» spiega Umberto Soletta. Ogni attività in vigna o in cantina infatti viene condotta in un'ottica di economia circolare per mantenere il più possibile intatto l'equilibrio e l'armonia tra natura e intervento dell'uomo.

Come si sostanzia concretamente il principio del rispetto della natura?

«Oggi assistiamo a continui interventi, soprattutto in ambito europeo, finalizzati a fornire contributi attraverso la misura Pac per favorire la piantumazione di alberi in un'ottica di riduzione della CO2 nell'atmosfera. Io ho adottato questa politica già venti anni fa



LA VINIFICAZIONE

Non è altro che la chiusura di un percorso iniziato in vigna dove viene preservato ciò che abbiamo raccolto, completandolo con le diverse tecniche artigianali di vinificazione tra acciaio, cemento e legno

piantumando diversi alberi da frutto, olivi e macchia mediterranea. L'obiettivo era esattamente lo stesso con in più la manutenzione dei terreni per preservarli dal rischio di erosione quando arriva la stagione delle piogge.

Infatti, le radici degli alberi trattengono il terreno e riducono gli effetti dell'intervento dell'uomo. Nella medesima ottica opera anche la viticoltura, che rappresenta una di quelle coltivazioni che, se fatte nel rispetto della natura, mantengono integro il territorio».

Quali sono i principali vini dell'offerta vitivinicola dell'azienda?

«Tra i diversi vitigni allevati dall'azienda vi sono gli autoctoni: il Cannonau, il Vermentino e il Moscato insieme a varietà come Incrocio Manzoni e Cabernet Sauvignon. Il sistema di allevamento è per entrambi i corpi a spalliera con potatura a cordone speronato e Guyot. Dan Buettner, National Geographic Fellow e autore di bestseller del New York Times, esploratore, educatore, autore, produttore, narratore e oratore pubblico, autore del libro The Blue Zone Solution ha inserito i vini di Tenute Soletta come elemento alimentare chiave nella dieta dei Centenari della Sardegna grazie all'alto contenuto di antiossidanti».

In che modo le colture vengono curate?

«Siamo ben consapevoli che la qualità dei vini dipende e nasce principalmente dalla qualità dei vigneti, dall'ambiente nei quali questi vengono allevati e dall'amore che gli si dedica. Ogni azione in campo è sempre votata alla massima conservazione dell'equilibrio e

dell'armonia. In tal senso, gli interventi in vigna sono estremamente contenuti con una conduzione agronomica che limita fortemente l'utilizzo di fitosanitari e prodotti di sintesi chimica. A titolo d'esempio, da un'analisi chimica eseguita da un laboratorio esterno abbiamo appurato che nei nostri vini sono assenti sostanze fitosanitarie e chimiche. Il nostro impegno in campo è quello di utilizzare i migliori processi di coltivazione, rispettosi dell'ambiente, della natura e dell'uomo, dei tempi e delle tecniche di lavorazione».

Quali sono i principali fattori che in-



Tenute Soletta ha sede a Codrongianos (Ss)
www.tenutesoletta.com

fluiscono sulla qualità delle uve?

«Tra i principali fattori che influiscono sull'ottenimento di un ottimo raccolto è l'esposizione a Est dei terreni in modo tale che già dalle prime ore del mattino il sole possa assorbire l'umidità formatasi durante la notte. Un altro aspetto strettamente connesso al primo è la ventilazione che priva l'umidità dall'apparato vegetativo. Infine, l'altimetria per avere un ottimo sbalzo termico tra il giorno e la notte. Per quel che riguarda la trasformazione, pur non essendo certificati, seguiamo una coltivazione biologica. Il lavoro avviene in maniera del tutto artigianale fin dalla vendemmia manuale. Le uve bianche vengono criomacerate e le rosse fermentano con i loro lieviti naturali. La fermentazione avviene a temperatura controllata così da consentire di mantenere inalterati i profumi e una qualità superiore. Infine, abbiamo scoperto che i nostri vini possiedono una forte carica antiossidante. Sfogliando la vite durante la fioritura, la preserviamo dai ristagni di umidità e permettiamo che i raggi solari penetrino nei grappoli aumentandone la concentrazione di resveratrolo negli acini». ■ Luana Costa

KERAMOS-ISOLA DEI NURAGHI IGT ROSSO

Tipologia: Rosso fermo

Vitigno: 90% Cannonau di Sardegna, 10% uve rosse autoctone

Ubicazione dei vigneti: Corona Majore - Su Frigadore, Florinas (SS)

Esposizione: Est

Altitudine: 400 m slm

Terreno: Arenario, calcareo e sabbioso

Forma di allevamento: Cordone Speronato e Guyot

LAVORAZIONE

Vinificazione: in rosso e macerazione con bucce per 20 gg

Affinamento: 12 mesi sui lieviti in botti di acciaio, 24 mesi di affinamento in barriques

Gradazione alcolica: 15%Vol

DEGUSTAZIONE

Colore: Rosso rubino intenso con riflessi granati

Aroma: Particolarmente avvolgente, complesso, variegato di sfumature odorose che spaziano dalla frutta a bacca rossa matura alle spezie

Gusto: Favolosa rotondità con sentore di ciliegia e prugna, diffusa gaudenzia di spezie e finale complesso ed equilibrato

SERVIZIO

Abbinamenti gastronomici: Si sposa perfettamente con carni rosse alla griglia, primi piatti con sughi di cacciagione, formaggi stagionati

Temperatura di servizio: 16/18°C

Il Prosecco per eccellenza

I vigneti Cartizze offrono una produzione celebre: Proseccchi e vini Docg capaci di mantenere inalterate le qualità del territorio. Conosciamo una delle realtà più storiche di questi luoghi, la cantina Colline Guizzate, nelle parole di Roberto Agostinnetto

È tra due colline che scorre il torrente Guizzate, in una valle altamente vocata per la coltivazione del Glera, vigneto da cui si ricava il Prosecco per eccellenza, il Cartizze Superiore Docg. Da questo incantevole scenario prende il nome l'azienda agricola Colline Guizzate, che vanta origini storiche e opera sul territorio sin dal 1800. «La nostra è una famiglia unita dalla passione per la vitivinicoltura con l'obiettivo comune di crescere nell'innovazione per una produzione di vini all'avanguardia soprattutto di Cartizze e Prosecco Docg - spiega Roberto Agostinnetto, attuale titolare -. Dal 1800 fino a oggi, i membri della nostra famiglia si sono susseguiti nella gestione dei terreni con l'acquisto nel tempo di nuovi vigneti. Da tre generazioni, tramandiamo tutto il buono delle nostre vigne lanciando la produzione di diversi vini - come nel 2000 quella del Prosecco spumante - senza mai dimenticare però le origini della nostra cantina, con la produzione del vino della tradizione, il vin col fondo. Gli ampliamenti strutturali della cantina ci



hanno permesso di aumentare i volumi di produzione ma la vera novità, nel 2018, è stata la creazione di uno spazio interamente dedicato agli ospiti per la degustazione dei vini. Puntiamo molto sull'accoglienza calorosa della nostra famiglia ma soprattutto sui nostri vini. Qui si possono infatti degustare i nostri cinque spumanti e il "vin col fondo" bianco o nella versione rosè, all'interno di una sala che affaccia, con una vista spettacolare, sui vi-

gneti».

Il Cartizze Prosecco Superiore rappresenta la punta di diamante della produzione vitivinicola. Cartizze è il toponimo che identifica un'area di 106 ettari nel comune di Valdobbiadene. L'ipotesi più diffusa sull'origine del nome è quella che fa derivare il nome da "gardizze", termine del dialetto locale che indica i graticci usati per la sovraturazione delle uve. Distribuito nelle frazioni di Saccol, San

Pietro e Santo Stefano, il Cartizze ha un profumo giovane, fruttato e un gusto delicato. Al fianco di questo vino vi è però la produzione Docg con l'extra brut Nature, un vino di struttura importante, armonico, in cui risaltano le note minerali offerte dall'elevata componente argillosa e calcarea del terreno su cui sono piantati i vigneti. Si fa apprezzare per il suo sapore delicato, dinamico e piacevolmente secco, vista la quasi assenza di zuccheri residui che contraddistingue questa specifica categoria di spumanti. «L'extra brut



Colline Guizzate ha sede a Valdobbiadene (Tv)
www.collineguizzate.it



L'EXTRA BRUT NATURE

Un vino di struttura importante, armonico, in cui risaltano le note minerali offerte dall'elevata componente argillosa e calcarea del terreno. Si fa apprezzare per il suo sapore delicato, dinamico e piacevolmente secco

DALLE ORIGINI A OGGI

Le origini dell'azienda Colline Guizzate risalgono al 1800, con l'acquisto nel comune di Valdobbiadene, e precisamente nel Cartizze, dei terreni dei Conti Lonigo, Pola, Battaia. Nel secolo successivo, Zaccaria Zanetton, detto Berto, continua a lavorare con passione e dedizione la sua terra con il solo ausilio delle mani e di due buoi, cominciando, nel 1940, a vinificare su qualche botte di legno il Cartizze. Alla fine degli anni Sessanta, il genero Guido entra a far parte dell'azienda sposando la Pierina e, dopo solo qualche anno, acquista altri vigneti nel Cartizze e, nel 1987, altri di Docg nel comune di Valdobbiadene, portando l'azienda ad un livello superiore. Nel 1970 Guido amplia la cantina, applicando nuove tecniche all'avanguardia per quel tempo. Nel 1982, a tredici anni, il figlio Roberto comincia a coltivare la sua passione per la vitivinicoltura accanto al padre e nel 2000 è proprio lui a lanciare sul mercato le prime bottiglie di Prosecco spumante, riuscendo anche ad aumentare la produzione del vino della tradizione "vin col fondo", da cui la cantina ha avuto origine.

Negli anni continua l'ampliamento, sia con l'acquisto di nuovi vigneti, sia con lavori alla cantina, che viene ingrandita nel 2012 e nel 2017. Nel 2018 viene aperta la sala degustazione.

Nature rappresenta l'eccellenza del territorio - spiega con orgoglio Roberto Agostinnetto -. Può essere visto come l'evoluzione più moderna del Superiore, un vino che è il risultato di un grande lavoro per mantenere tutte le caratteristiche di aromaticità, morbidezza, leggiadria e di sapori fruttati tipici dell'area di Conegliano Valdobbiadene, ma che ha anche peculiarità proprie, in grado di soddisfare i palati più fini. È indicato soprattutto per accompagnare antipasti di pesce crudo, crostacei come lo scampo o i frutti di mare ma dal gusto non troppo forte».

Completa la cantina, il Prosecco Brut Millesimato Doc che esprime in maniera versatile l'equilibrio tra gusto asciutto e gentile fragranza gustativa. «Millesimato vuole dire che è un vino rigorosamente di annata - spiega Roberto Agostinnetto - e che quindi, consumando questo prodotto si sentono i sapori e i profumi tipici di quell'anno. Le uve più adatte per dare vita alla tipologia brut vengono selezionate essenzialmente nei terreni limitrofi alla cantina». ■ Luana Costa

Uva senza semi, crescono le nuove varietà e le richieste

Il punto di Salvatore Novello, produttore e distributore siciliano che da 30 anni porta sul mercato europeo e internazionale uva da tavola, andando incontro alle richieste dei consumatori e alle necessità degli agricoltori

L'uva da tavola, da sempre una delle regine della dieta mediterranea, sta attraversando una rivoluzione affine a quella che ha interessato negli anni scorsi il mandarino. Le varietà tradizionali con i semi resistono e si difendono bene sui mercati, soprattutto quelli più maturi, con consumatori più inclini a riconoscere, e pretendere qualità, dolcezza, e finanche un bel-l'aspetto dei grappoli. Ma i miglioramenti nella selezione delle varietà prive di semi spinge forte sull'acceleratore questo prodotto, cavalcando l'onda di una maggiore facilità di consumo e di percentuali di vendita in crescita su scala globale. Ne abbiamo parlato con Salvatore Novello, a capo dell'azienda siciliana Novello & C. Srl che dal 1993 commercializza sul mercato europeo e internazionale uva da tavola.

«Esportando oltre il 90 per cento verso paesi europei, in primis Francia, Belgio, Svizzera e qualcosa anche extra Europa, come continente Africano, Nord e Sud America – spiega – dal nostro osservatorio abbiamo assistito, negli ultimi anni, ad un aumento importante delle quote di vendita dell'uva senza semi e in generale delle nuove varietà. I Paesi del Nord Europa, dopo l'Inghilterra, la Germania su tutte è molto avanti in tema di diffusione e richiesta di questo tipo di prodotto, semplicemente perché per loro l'uva è esclusivamente un frutto d'importazione e per cultura, oltre che per abitudine del palato, sono abituati alle uve provenienti dall'emisfero australe, mentre in ritardo ma con un incremento negli ultimi anni anche nei mercati più tradizionalisti come quello italiano, francese e spagnolo. Chi conosce l'uva ed è abituato da generazioni a consumarla, la sceglie per dolcezza, consistenza e aspet-



LE VARIETÀ

Oggi ne abbiamo almeno 200 su cui è possibile operare scelte ragionate anche in base ai gusti e alle abitudini dei mercati, oltre che alle esigenze produttive

to, tutti elementi su cui l'innovazione varietale ha fatto passi da gigante negli ultimi anni, al punto che anche nello Stivale ormai l'uva senza semi sta acquisendo importanti quote di mercato».

Non è un caso se aumentano anche i progetti e le sperimentazioni made in Italy che mirano ad affinare sempre di più la qualità dell'uva senza semi per ottenere varietà sempre più gustose e simili alle tradizionali. «I breeders stanno lavorando bene – continua

Novello – perché hanno ricercato e sperimentato parecchie varietà. Oggi ne abbiamo almeno un centinaio già registrate e altre in sperimentazione, su cui è possibile operare scelte ragionate anche in base ai gusti e alle abitudini dei mercati di riferimento, oltre che alle esigenze produttive. Mentre fino a pochi anni fa la scelta si riduceva a due-tre varietà che i mercati maturi non accettavano di buon grado, adesso si riesce ad andare incontro alle esigenze dei vari segmenti di mer-

cato, con caratteristiche più vicine al fabbisogno dei consumatori che cercano uve da tavola più saporite e aromatiche. Qualche nuova varietà, come l'Autumn crisp, un'uva bianca senza semi di fine stagione, buona e croccante, molto simile all'uva Italia, si avvicina a queste richieste. Un'altra varietà molto apprezzata, sempre sul fronte delle uve bianche senza semi, è la Sugar Drop conosciuta come Arra 30, che in Sicilia sta prendendo piede perché è molto simile all'uva Vittoria e si inserisce in una finestra di mercato abbastanza interessante, quella delle varietà precoci che, venendo commercializzate in estate, non risentono dei problemi che caratterizzano l'ultima parte della stagione, quindi piogge e integrità del prodotto. Per la stessa ragione, resiste, anzi è cresciuto, il consumo dell'uva tradizionale Vittoria prodotta in serra, che garantisce buoni margini per produttori e distributori ed è ancora molto apprezzata dai consumatori. Ma sono tante le varietà senza semi con buona resa e qualità che stanno crescendo, anche rosse. Come azienda abbiamo fatto parecchi investimenti per aumentare la differenziazione, sia per l'uva senza semi che per la tradizionale, con nuovi impianti e metodi di produzione. Il problema è che l'effetto combinato del cambiamento climatico e della riduzione di fitofarmaci, antimuffa e insetticidi non aiuta ad ottenere una buona protezione del prodotto nel post raccolta, soprattutto nel medio e lungo termine. Lottiamo con un'arma spuntata e per le varietà tardive le conseguenze si avvertono». ■ Alessia Cotroneo

Novello & C. si trova a Mazzarrone (Ct)
www.novelloec.com

QUALITÀ, SALUBRITÀ, ECOSOSTENIBILITÀ

Fondata nel 1993 ma già dedicata alla produzione di uva da tavola da tre generazioni, Novello & C. Srl ha sede a Mazzarrone, area siciliana ad alta vocazione nella coltivazione di uva da tavola che, per le sue condizioni geografiche e pedoclimatiche collinari, ha ottenuto il riconoscimento di Identificazione Geografica Protetta. Negli anni l'azienda ha scelto di coniugare la tradizione legata al territorio e l'innovazione, con una produzione di forte carattere personale, costanti ricerche varietali e di sistemi d'impianto, una stretta collaborazione con i produttori in materia di sicurezza alimentare e nuove legislazioni guardando alla sostenibilità e alla tutela della salute come obiettivo principale. «Fornire ai consumatori un'uva buona, sana, fresca e di alta qualità – sottolinea Salvatore Novello – è la nostra mission. Da diversi anni abbiamo scelto di ridurre l'uso dei fitofarmaci a favore di prodotti biologici a bassa residualità e tossicità, avvalendoci delle più sofisticate strumentazioni innovative. Su questo tema, stiamo conducendo una ricerca con la rete dei produttori e l'Università di Catania volta ad ottenere un prodotto non solamente sano ma anche conforme ai requisiti richiesti dal cliente e alle aspettative del consumatore».



Il grande show dell'ortofrutta

Sarà un Macfrut poliedrico e focalizzato sui mercati più ricettivi di domani quello che aprirà i battenti a Rimini dal 4 maggio. In passerella i top player del settore provenienti anche da fuori Europa e i progressi smart delle filiere

Nei padiglioni, otto settori rappresentati e una cornice espositiva ospitata in uno dei distretti agroalimentari più importanti d'Italia, culla di 44 gioielli Dop e Igp. Con questo biglietto da visita Macfrut-Fruit&Veg Professional Show si presenterà al pubblico che dal 4 al 6 maggio sbarcherà all'Expo Centre di Rimini per salutare il ritorno del salone di riferimento per gli operatori della galassia ortofrutticola. Macchinari per la coltivazione, produzione e commercio, macchinari e impianti, materiali e imballaggi, serre e irrigazione, vivaismo e sementi, biosoluzioni, logistica e servizi gli otto settori satellite che vi orbiteranno attorno, per raccontare tutta la verticalità di una filiera che, stando a quanto riferisce l'ultimo Osservatorio di mercato di Cso Italy su elaborazione dei dati Gfk, avrebbe già riassorbito il calo di consumi accusato durante i vari lockdown.

AREE SPECIALI PER LA CILIEGIA E LE PRODUZIONI AFRICANE

Conservando comunque il suo profilo digital sperimentato con successo nella passata edizione da remoto, il cuore di Macfrut 2022 tornerà a battere tra gli stand fisici. Dove, grazie al recente Decreto legge in materia di certificazioni verdi approvato dal Cdm, potranno essere accolti nuovamente i buyer esteri anche da altri continenti. «La nostra componente extra-europea cresce di anno in anno-sottolinea Renzo Piraccini, presidente di Cesena Fiera organizzatrice della rassegna- per cui questo decreto va nella direzione auspicata e ci aiuta a uscire da uno stato di grande incertezza. Stiamo assistendo al ritorno di aziende che non partecipavano da anni e abbiamo ricevuto adesioni anche da alcune grandi multinazionali per sementi e mezzi



SPICES&HERBS GLOBAL EXPO

È il primo salone in Europa interamente dedicato al mondo delle spezie, delle erbe officinali e aromatiche inserito nel calendario di Macfrut

tecnici. Credo che come numerica di partecipanti questa edizione sarà nettamente superiore a quella del 2021». Ma anche a livello di contenuti l'esposizione riminese non sarà da meno, con un palinsesto articolato che accenderà i fari su sei pilastri tematici. Il primo sarà puntato sulla ciliegia, di cui Macfrut sarà per 72 ore capitale mondiale grazie all'International Cherry Sym-

posium che nella giornata di apertura affronterà i risvolti del ciliegio in chiave di mercato e di sostenibilità. Giovedì 5 e venerdì 6 saliranno in passerella i top player del settore, con visite tecniche ai principali produttori di ciliegie. La 39esima edizione del salone sarà poi il teatro degli Africa Days, nel corso dei quali verranno organizzati focus su specifici Paesi sub-sahariani per presentare imprese e opportunità a importatori ed esportatori internazionali che nell'area subsahariana possono trovare un mercato ricettivo in grande sviluppo. Una giornata sarà inoltre dedicata agli Stati Generali dell'Ortofrutta Africana che riuniranno in fiera le voci di esperti, imprese e istituzioni per interrogarsi ad esempio su come incrementare la produzione ortofrutticola in modo sostenibile e come migliorare la catena del freddo.

VEGETALI IN SALSA BIO, IN VETRINA ANCHE SPEZIE ED ERBE Occhi puntati sull'avocado invece nella terza edizione del Tropical Fruit Congress,

che ne analizzerà le tendenze di mercato, i consumi, il commercio, le tecnologie e sales strategy tramite il coinvolgimento di esperti, buyer e produttori internazionali. Un'area espositiva tematica, workshop e networking completeranno l'offerta legata a questo frutto esotico. Di difesa, nutrizione e biostimolazione di origine naturale si occuperà ancora il progetto Biosolution International Event, presentando agli operatori di settore le innovazioni più significative per rispondere alle esigenze del con-



sumatore. Tra queste, le migliori verranno premiate nel Biosolutions Innovation Award. Di grande richiamo si preannuncia poi lo Spices&Herbs Global Expo, primo salone in Europa interamente dedicato al mondo delle spezie, delle erbe officinali e aromatiche inserito nel calendario di Macfrut. Punto di incontro specializzato per produttori, trader, ricercatori e trasformatori del settore, quest'area ospiterà anche conferenze a favore di espositori e visitatori che avranno un'occasione unica per accrescere le proprie conoscenze e sviluppare una solida rete di contatti internazionali. La digitalizzazione e l'agricoltura 4.0 saranno infine i tratti unificanti del Macfrut all'interno di Smart Agriculture, perimetro a tecnologia avanzata protagonista dell'edizione alle porte. Coordinata da Ri.Nova, centro di ricerca nato dalla fusione di Crpv e Alimos, l'area proporrà dimostrazioni dinamiche di tecnologie come sensori, droni e robot applicati alla produzione ortofrutticola. «Questo progetto- conclude Alvaro Crociani, direttore di Ri.Nova- si integra perfettamente con le aree specialistiche che hanno reso Macfrut l'evento principe per fotografare lo stato dell'arte dell'orticoltura italiana. In particolare negli ultimi anni, dove la ricerca di una maggior sostenibilità è divenuta un'esigenza delle filiere agroalimentari». ■ **Giacomo Govoni**



Un metodo sicuro per conservare il cibo

Tred Technology progetta e realizza impianti completi per la trasformazione agroalimentare: opera nel settore delle lavorazioni ortofrutticole e del pomodoro, dell'estrazione degli oli essenziali, nel lattiero caseario e nella lavorazione del polline, della castagna, della canditura e del tartufo. L'amministratore unico Anna Di Rienzo spiega in particolare i vantaggi dell'essiccazione

L'essiccazione permette il mantenimento pressoché inalterato delle proprietà organolettiche dei prodotti, preservandone le componenti nutritive. Il cibo essiccato, infatti, non è sottoposto ad azione chimica: la riduzione dell'acqua blocca lo sviluppo dei microbi e previene l'ossidazione dei cibi.

Tred Technology ha sviluppato un'intera linea di essiccatori dedicati alla disidratazione di frutta, verdura, erbe aromatiche, polline, carne, pesce, pasta e altro ancora. «Gli studi condotti in fase di progettazione degli essiccatori hanno portato al brevetto di un sistema di deumidificazione in continuo dell'aria in grado di inibire lo sviluppo di enzimi e altri microrganismi responsabili della putrefazione degli ali-



Tred Technology ha sede a Ripalimosani (Cb)
www.tredtechnology.com

menti che proliferano nella parte umida del prodotto. Impedire il moltiplicarsi di tali microrganismi vuol dire anche prevenire la formazione di microbi patogeni pericolosi per la salute. Un prodotto ben asciugato e ben serbato può conservarsi per diversi mesi senza ricorrere all'utilizzo di conservanti come il sale, evitando così il successivo risciacquo del prodotto per ridurre la sapidità».

La tecnologia degli impianti si basa sulle tre "D". La prima "D" fa riferimento alla deumidificazione dell'aria di trattamento: tale processo permette di eliminare buona parte dell'acqua presente, allo stato gassoso, all'interno dell'aria e favorisce l'asportazione di acqua dai prodotti. La deumidifi-

cazione è realizzata mediante raffreddamento dell'aria grazie a un impianto frigorifero dal quale si recupera anche parte del calore necessario a trattare il prodotto a temperature non elevate (45°C). La seconda "D" si riferisce alla distribuzione uniforme dell'aria: accurate ricerche hanno permesso di sviluppare un sistema che rende la distribuzione dell'aria il quanto più uniforme possibile sia sui singoli vassoi sia sui carrelli, pertanto, non si rende più necessario andare a cambiare o invertire la posizione dei singoli carrelli o dei ripiani durante il trattamento del prodotto. La terza "D" riguarda la durata del ciclo di lavoro: l'utilizzo di aria rinnovata e deumidificata in continuo e che viene distribuita sul prodotto permette di abbattere i tempi di lavorazione e di standardizzarli in qualsiasi condizione meteorologica. «I nostri essiccatori si compongono di una camera di trattamento in acciaio inox dotata di porta a battente, all'interno della quale sono po-

sizionati i vassoi. L'aria in ingresso alla macchina viene trattata (filtrazione più deumidificazione e/o riscaldamento), inviata all'interno della camera di trattamento, spinta sul prodotto e infine espulsa all'esterno al fine di ottenere un ricambio continuo. Un sistema interno di ripresa e diffusione garantisce la distribuzione omogenea della stessa all'interno della camera di lavorazione».

L'innovativa tecnologia di disidratazione offerta dalla Tred Technology comporta numerosi vantaggi: l'eliminazione dell'umidità superficiale del prodotto nelle prime 2/3 ore iniziali di lavorazione; la prevenzione del rischio di ossidazione, fermentazione e formazione di carica batterica; il ricambio in continuo dell'aria di lavorazione preserva la freschezza del prodotto; il prodotto può essere trattato a basse temperature al fine di lasciare del tutto inalterati fragranza, colore, aroma, e dare una buona reidratibilità del prodotto in modo da elevarne l'indice qualitativo; bassi costi di gestione e ridotti consumi elettrici; possibilità di gestione del livello di umidità (Rh per cento) presente nel prodotto in funzione del sistema e del tempo di conservazione del prodotto, dry o semi dry.

Gli essiccatori a marchio Tred Technology hanno subito nel tempo delle variazioni in termini strutturali e tecnologici tali da renderli non solo altamente performanti ma anche di facile controllo: il sistema di gestione computerizzato ad interfaccia grafica con display Lcd touch permette di gestire il ciclo di lavoro in tre fasi a temperatura variabile e di scegliere i tempi di ventilazione e di sosta; l'essiccatore dispone di un sistema di memorizzazione di oltre 6 cicli di lavoro preimpostati e modificabili. Gli essiccatori, inoltre, possono essere dotati di celle di carico per monitorare il calo peso del prodotto. «La flessibilità dei quantitativi di prodotto che i nostri essiccatori riescono a contenere li rendono adatti alle esigenze di una vasta gamma di clienti: dalle piccole e medie imprese ai laboratori, dagli agriturismi a tutte quelle aziende che intendono essiccare con un processo tecnologico all'avanguardia, del tutto naturale e in grado di mantenere inalterate le proprietà organolettiche nonché la qualità del prodotto finale». Essiccare non è mai stato così pratico ed economico poiché non si rendono necessarie forme di conservazione in soluzioni d'aceto o d'olio: il prodotto essiccato, un minestrone di verdure, ad esempio, va semplicemente versato in acqua e condito secondo i propri gusti.

■ **Ilaria Di Giuseppe**

LA GAMMA DI SOLUZIONI

In base alla quantità di prodotto fresco che si intende essiccare giornalmente, Tred Technology ha pensato e sviluppato una linea completa composta da: Eco Evo Mini, dotato di 10 vassoi in pvc alimentare con una capacità di carico di prodotto fresco per ciclo di lavoro che varia dai 10 ai 40 kg; Eco Evo, dotato di 20 vassoi in pvc alimentare con una capacità di carico di prodotto fresco per ciclo di lavoro che varia dai 40 ai 90 kg; Eco 2, dotato di 40 vassoi in pvc alimentare con una capacità di carico di prodotto fresco per ciclo di lavoro che varia dai 90 ai 200 kg. Gli essiccatori, inoltre, possono essere posti in batteria da Eco 4 a Eco 24 (con portate che arrivano fino a un massimo di 2000 kg per ciclo di essiccazione).

LA FLESSIBILITÀ

I nostri essiccatori sono adatti alle esigenze di piccole e medie imprese, laboratori, agriturismi e tutte quelle aziende che intendono essiccare con un processo tecnologico all'avanguardia

Un racconto di spiriti, tutto da bere

Whisky, tequila, liquori e amari. Una ricognizione sul mondo dell'alcol che diventa un invito a "bere molto consapevolmente". Il libro di Daniela Garcea approfondisce gli aspetti produttivi, culturali, sociali ed emotivi che ogni distillato veicola con sé

L'Italia conquista la classifica di Drinks International, incoronando il Negroni come cocktail più venduto al mondo. Anche nel nostro Paese i riflettori sono sempre più puntati sulla mixology e le sue ultime tendenze; sotto il profilo editoriale non mancano volumi di approfondimento dedicati a questa materia o, nello specifico, alle singole bevande spiritose. Mancava però una panoramica sugli alcolici e a colmare questo gap ha pensato Daniela Garcea, autrice di *Spiriti. Bere molto consapevolmente*, che uscirà ad aprile edito da effequ per la collana Saggi Pop. Calabrese di nascita, Daniela Garcea si trasferisce a Milano per studiare marketing. Come lavoro part-time fa la cameriera in un bar e nel 2013 ne gestisce uno che ha contribuito ad aprire, avvicinandosi ulteriormente al mondo degli spiriti. «Non si trattava più solo di servirli, ma di sceglierli con attenzione per proporli ai nostri clienti», racconta l'autrice. Il percorso di conoscenza dei distillati prosegue in Australia, dove si reca per un anno. Oggi Daniela Garcea si occupa di attivazione e comunicazione di brand nel settore beverage. «In Italia l'attenzione è più focalizzata sul cibo che non sul bere, ad eccezione del vino. La pandemia ha contribuito ad accendere l'interesse verso questo mondo. Con *Spiriti. Bere molto consapevolmente* vorrei trasmettere l'importanza di bere consapevolmente, non solo dal punto di vista salustico controllandone il consumo, ma anche e soprattutto culturale. È fondamentale avere un'idea di ciò che si sta bevendo, superando una volta per tutte l'accezione negativa legata all'alcol».

Com'è strutturato il libro?

«Nel volume racconto la mia personale esperienza con ogni singolo distillato. Ho



Daniela Garcea, autrice di *Spiriti. Bere Molto Consapevolmente*

scelto di trattare le bevande spiritose che hanno un titolo alcolometrico superiore al 15 per cento, escludendo birra e vino. Procedo poi alla loro definizione e categorizzazione: si va dagli spiriti prodotti con il processo della distillazione ad amari e bitter, fino alla liquoristica in cui l'Italia vanta una grande tradizione. L'obiettivo è fornire indicazioni a chi si vuole avvicinare al settore, abbattendo alcuni cliché che ancora frenano la conoscenza e il consumo di questi alcolici».

Può farmi un esempio di cliché da sfatare?

«Nel volume parlo dei quattro elementi- acqua, terra, aria e fuoco- legati agli spiriti. Per quanto riguarda l'acqua, mi concentro su un elemento scarsamente preso in considerazione come il ghiaccio che contribuisce all'equilibrio del cocktail. Chiedere al bartender una maggiorazione della dose di alcol per ottenere un drink più carico non è una mossa corretta, perché si rischia di rovinare l'equilibrio tra le componenti previsto dalla ricetta applicata dal bartender. Va sfatata insomma l'idea che un cocktail preparato con una dose maggiore di alcol sia necessariamente più buono».

Non è da sola in questo viaggio tra distillati e affini. Non ci sono solo i tecnicismi, ma le testimonianze di chi opera nel settore.

«Sì. Per parlare di whisky e rum mi sono affidata anche a due esperti: Franco Gasparri, tra i massimi conoscitori di superalcolici al mondo e imbottigliatore privato di whisky; e Marco Graziano (appassionato e ricercatore del distillato frutto della canna da zucchero, conduce degustazioni e seminari ed è membro di giurie internazionali dei festival di settore, ndr). Nel volume coinvolgo inoltre Flavia Di Giustino (marketing manager del portafoglio distillati di Moët Hennessy Italia), per offrire anche un punto di vista femminile, trattandosi di un comparto ancora in larga parte composto da uomini. In generale, ho voluto includere personalità italiane per restituire uno spaccato nazionale di chi opera in questo settore».

Un libro scritto seduta al balcone dei bar, recita nel preambolo. Un libro che è anche un inno alla socialità di questi locali e alla convivialità legata ai distillati.

«Basta poi ripercorrere la mia storia per comprendere come sia legata al mondo dei bar come metodo di socializzazione privilegiato. Stare al bar insegna molto a chi lo frequenta e a chi ci lavora. Se pensiamo agli



UN CLICHÉ DA SFATARE

Chiedere al bartender una maggiorazione della dose di alcol per ottenere un drink più carico non è una mossa corretta, perché si rischia di rovinare l'equilibrio tra le componenti previsto dalla ricetta applicata dal bartender

amari, sono passati dall'essere presi come medicinali a essere consumati per piacere. Gli spiriti hanno sempre significato un momento, un istante da ricordare, sono parte integrante della socialità di milioni di persone».

Quali sono i trend che caratterizzano il mondo degli spiriti oggi?

«Ci sono tendenze che resistono da alcuni anni. Ad esempio, il consumatore medio continua a chiedere gin. Un evergreen resta lo spritz, semplice da chiedere e facile da preparare. Tra le novità, si impone la cultura degli spiriti a base di agave come tequila e mezcal, prima apprezzati soprattutto dagli addetti ai lavori e oggi al centro di un crescente interesse da parte dei consumatori. Ne sono felice, perché apprezzo particolarmente questi prodotti che si portano dietro una tradizione meravigliosa dal Messico. Con la pandemia, in parallelo al food delivery, si sono affermati i Ready to drink, cocktail pre-miscelati e pronti da bere, che si stanno inserendo nel settore Horeca, in particolare modo negli alberghi come tipologia di drink da servire diretta-



mente all'ospite. Infine, nell'ottica di un maggior controllo nel consumo dell'alcol, si registra una forte richiesta di spiriti analcolici o a bassa gradazione alcolica. Lo sviluppo e la crescita di brand di distillati analcolici inducono a ritenere che questo segmento stia andando molto forte».

■ **Francesca Druidi**

Birra, storia di una “livella” sociale

Poche altre bevande nella storia hanno predisposto alla fratellanza e al piacere di consumarla insieme. Simonmattia Riva è rimontato agli albori di questa cifra aggregante, studiando le abitudini degli antichi popoli a trazione birraria

La birra come bevanda di condivisione, dotata del “superpotere” di accorciare le distanze gerarchiche. Si coglie l'intento di accreditare questa tesi nelle pagine de *La cultura birraria* nelle antiche civiltà attraverso cui Simonmattia Riva percorre un viaggio alle origini del famoso nettare a base di malto e luppolo. Incoronato miglior sommelier per la birra al mondo nel 2015 dalla Doemens Akademie di Monaco, l'autore bergamasco descrive nel suo libro la capacità aggregante che il boccale esercita fin dalla notte dei tempi. «Già dall'epoca dei Sumeri e degli Egizi - conferma Riva - la socialità è sostanziale al consumo di birra».

Quando e dove se ne trova conferma nel corso della storia?

«Innanzitutto nell'attenzione che il potere politico ha sempre riservato a questa bevanda. Non solo per garantirne la qualità, ma sorvegliandone anche la commistione tra diverse classi sociali che puntualmente si generava nelle taverne in cui si serviva birra. Le antiche civiltà a trazione birraria mostrano un maggior peso della condivisione gerarchica rispetto a quelle a trazione vinicola ed erano anche molto più aperte a concedere ruoli di rilievo alle donne. In Egitto una donna poteva diventare faraone, ad Atene non poteva uscire di casa se non accompagnata da un uomo: la mia ipotesi è che la diversa bevanda quotidiana in uso nelle due società abbia avuto un preciso ruolo nella costruzione di queste dinamiche sociali».

Da italiani ci interessa in particolare il rapporto tra la birra e i nostri antenati Romani. Come la producevano, la consumavano e quali curiosità “al malto” si legano a quell'epoca?

«La civiltà romana nasce a trazione per lo più vinicola ed esporta la coltivazione della vite quale gonfalone della propria cultura in terre precedentemente birrarie come le Gallie e la Celtiberia, ovvero Spagna e Portogallo. Come in un sistema di vasi comunicanti però, l'espansione dell'impero portò le cervoghe galliche, britanniche e dell'Europa orientale a innaffiare le uogole fin nel cuore dell'Urbe. Il generale Agricola se ne innamorò in Britannia e portò con sé a Roma due birrai che producevano e mescevano birre nella Domus Cerevisiae: un'iniziativa imprenditoriale che diede vita a una sorta di franchising ante lit-



IL BIRSOMMELIER

A livello funzionale può considerarsi un omologo del sommelier di vino così come il mastro birraio è in analogia con l'enologo

teram. Plinio il Vecchio testimonia inoltre come le donne romane avessero imparato da quelle iberiche l'utilizzo della spuma della birra in fermentazione come prodotto di bellezza per viso e capelli».

Venendo ai giorni nostri, l'evoluzione della cultura birraria ha portato anche alla nascita del biersommelier. Come si sta sviluppando questa figura e in cosa si distingue dall'esperto di vini?

«La figura nasce in Germania grazie a un'intuizione del dottor Wolfgang Stempfl, all'epoca direttore generale dell'accademia Doemens di Monaco, unica istituzione autorizzata a rilasciare il diploma di biersommelier ove anche io ho studiato e avuto l'onore di vincere il campionato mondiale dei biersommelier: a tutt'oggi sono l'unico non germanofono ad aver conseguito il titolo. A livello funzionale il biersommelier può essere considerato un omologo del sommelier di vino così come il mastro birraio è in analogia con l'enologo. Perfettamente comparabile è anche la complessità degli studi da affrontare, molto diversi sono invece i descrittori, le tecniche di assaggio e le analisi sensoriali, perché si tratta di due bevande com-

pletamente differenti e meritevoli della stessa dignità».

Quali abbinamenti birra-cibo recupererebbe dal passato e quali inediti si stanno invece scoprendo e affermando negli ultimi tempi?

«Le birre, grazie alla varietà dei loro ingredienti e alla ricchissima tavolozza di aromi e sapori offerta dalla combinazione alchemica di malti, luppoli e lieviti, sono in grado di accompagnare felicemente qualunque portata. Un abbi-

Simonmattia Riva, biersommelier e autore del libro “La cultura birraria nelle antiche civiltà”



namento riuscito è come un matrimonio d'amore, il cui risultato supera la somma delle parti. Nei Paesi di tradizione birraria incontriamo molti abbinamenti territoriali, come ad esempio le ostriche con le Porter o Stout, scure ale britanniche dai sentori di caffè e cacao. Quando Vissani ha proposto le ostriche con polvere di caffè o Alaimo gli spaghetti con caffè e capperi hanno applicato lo stesso principio di questo abbinamento birrario, ovvero accostare tostature a sentori salmastri».

In generale, cosa ricercano oggi i beer lover in un boccale o in una bottiglia e alla cura verso quali aspetti andranno educati in futuro?

«Da titolare di un piccolo pub vedo da una parte molti che, senza velleità di diventare esperti, chiedono solo di bere meglio di quanto fatto finora. Approcciando quindi tipologie artigianali di facile beva come lager di ispirazione bavarese o boema, ale britanniche, American India Pale Ale non troppo estreme, Blanche o Saison di ispirazione belghe. Dall'altra abbiamo una ristretta comunità di superappassionati (detti beer geek) che vivono letteralmente per le birre artigianali: una frazione di questo gruppo chiede e ricerca birre estreme, per caratterizzazione gustativa o uso di ingredienti speciali. I consumatori vanno educati a capire la qualità, soprattutto in una birra apparentemente semplice: noi addetti ai lavori dobbiamo invece imparare a non essere settari perché la birra è gioia e inclusione». ■ **Giacomo Govoni**



NEWS E APPROFONDIMENTI

24ORE
PROFESSIONALE

Guerra in Ucraina e fertilizzanti, allarme per gli aumenti record dei prezzi

di Giorgio dell'Orefice



Non si ferma la corsa dei prezzi dei fertilizzanti innescata dagli aumenti del gas che porta i listini a rincari in tripla cifra rispetto a un anno fa

Non si ferma la corsa dei prezzi dei fertilizzanti che portano i listini a rincari in tripla cifra rispetto a un anno fa. Una fiammata innescata dall'aumento delle quotazioni del gas naturale e che con il conflitto tra Russia e Ucraina non sembra proprio aver terminato la propria corsa. Un'escalation che inoltre coincide con un momento molto importante per l'annata agraria ovvero quello dell'avvio

delle semine primaverili (mais, soia e sorgo) e dalla fase di concimazione dei cereali autunnali tra i quali il più importante è di certo il grano.

A lanciare l'allarme è la **Borsa merci telematica italiana (Bmti)** che ha effettuato un approfondimento sui listini delle Camere di commercio e delle Borse Merci italiane. Dall'analisi emergono diffusi aumenti nella settimana che va dal 28 febbraio al 4 marzo, con un **+3,8% per l'urea**, attestata sugli 875 euro a tonnellata (**+120% rispetto a un anno fa**), e un **+0,9% per il nitrato ammonico**, salito sui 675 euro

a tonnellata (**+140% rispetto al 2021**). Gli incrementi però - sottolineano a Bmti - si estendono a tutto il comparto, interessando anche i **fertilizzanti a base di potassio e fosforo**, con rialzi su base annua del +112% per il cloruro di potassio e del +96% per il perfosfato triplo.

Questi risultati sono provocati dal **blocco dei carichi in partenza dal Mar Nero** e dal rischio di uno stop alle esportazioni di concimi da parte della Russia, in risposta alle sanzioni economiche ricevute. L'area del Mar Nero - prosegue ancora Bmti - costituisce, inoltre, uno snodo fondamentale per il

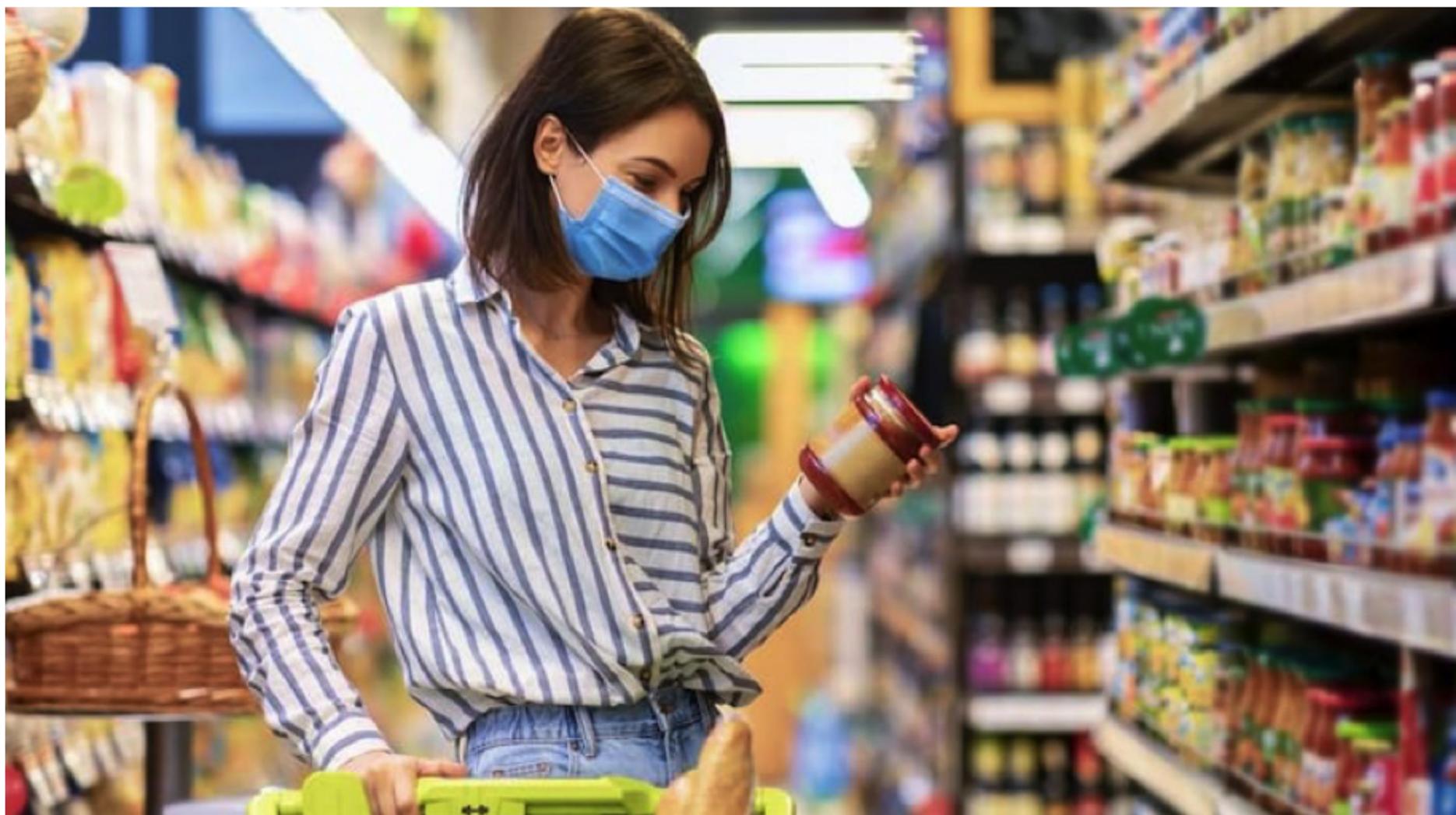
commercio globale di questi prodotti, con la Russia primo esportatore mondiale e l'Ucraina che ricopre un ruolo importante per l'export dell'urea (ottavo esportatore mondiale nel 2020), principale elemento nutritivo a base di azoto per le coltivazioni.

L'Ucraina, in particolare, con una quota del 15% sul totale, è stato nel 2021 il secondo fornitore di urea dell'Italia, con circa 125mila tonnellate inviate nel nostro paese tra gennaio e novembre (+46% su base annua).

Il 36% degli italiani studia le etichette durante la spesa, ma francesi e spagnoli sono più attenti

Secondo la ricerca “Conscious Eater” di NielsenIQ italiani al primo posto in Europa per l’importanza data al cibo

di E.Sg.



Circa il 36% delle famiglie italiane, quando fa la spesa, investe del tempo per controllare l’etichetta dei prodotti alimentari e verificarne gli ingredienti, quota inferiore a francesi e spagnoli che si rivelano i consumatori più virtuosi rispettivamente con il 42% e il 44%.

È quanto emerge con la ricerca “Conscious Eater” di NielsenIQ. Lo studio di mercato ha analizzato in cinque Paesi europei le abitudini

alimentari e come queste influenzano il comportamento d’acquisto dei consumatori. Nel sondaggio sono state coinvolte oltre 37mila famiglie tra Italia, Gran Bretagna, Spagna, Germania e Francia.

Tra i cinque Paesi europei, l’Italia si attesta in prima posizione per quanto concerne l’importanza del cibo: il 92% delle famiglie coinvolte nel sondaggio afferma infatti che l’argomento

è fondamentale nella loro vita quotidiana. Seguono le famiglie della Spagna con l’87% e della Francia con il 79% di interesse.

Nello specifico, una famiglia italiana, spagnola e francese su due predilige i piatti nazionali mentre le famiglie in **Gran Bretagna e Germania sono aperte ad una cucina influenzata da sapori di altri Paesi.**

I consumatori italiani si dichiarano meno sensibili a [temi legati alla sostenibilità](#) e chiudono la classifica europea: solo l’11% delle famiglie italiane dichiara infatti di mangiare secondo un determinato regime alimentare poiché più sostenibile e quindi con minor impatto sull’ambiente.

Da insetti e microalghe a mangimi sostenibili per l'acquacoltura

Aumento di capitale per lo sviluppo delle biotecnologie della Ittinsect in ottica di economia circolare

di Davide Madeddu



Microalghe, sottoprodotti agricoli e insetti per produrre mangimi sostenibili per l'acquacoltura. È la svolta sostenibile della biotecnologia sposata dalla **start up Ittinsect** che punta a produrre e fornire 1.500 tonnellate di mangime "sostenibile" entro il 2023. Un percorso che punta a sostituire i mangimi di origine animale e generatori del fenomeno della cosiddetta sovrappesca, con gli altri elementi che fanno parte del circuito dell'**economia circolare**. Ossia bloccare il fenomeno che si verifica quando una specie di pesce viene pescata più velocemente di quanto riesca a riprodursi e che causa l'impovertimento delle risorse ittiche e la conseguente alterazione dell'intero ecosistema.

«Nel caso dei mangimi per l'acquacoltura - chiariscono dalla start up - le specie a rischio sono i piccoli pelagici e in particolare l'acciuga del pacifico». Forte di **un aumento di capitale di 550 mila euro** l'azienda gioca la carta della crescita ed espansione sui mercati nazionali e internazionali. Il processo messo in piedi dall'azienda parte con l'acquisto degli insetti e dei sottoprodotti grezzi dai rivenditori in Italia e Europa. C'è poi il primo trattamento biotecnologico «disegnato internamente per aumentare la biodisponibilità delle materie prime fino a sei volte e mezzo rispetto al materiale grezzo». Segue poi l'estrusione, «per dare al mangime le proprietà mecca-

niche necessarie alla somministrazione in allevamento». Entrambi i processi sono sviluppati internamente in scala sperimentale. L'obiettivo della produzione, forte dell'aumento di capitali, ipotizza una crescita esponenziale nei prossimi due anni. Anche alla luce delle richieste che si registrano nell'intero settore in cui si registra una crescita del 6 per cento all'anno. «Nel 2030 varrà 9 miliardi di euro in Europa e 400 milioni in Italia - chiariscono dall'azienda -. **L'Italia è il maggior produttore di trote ed è tra i primi 5 produttori di orate e spigole in nell'Ue** secondo l'European Aquaculture Production Report 2014-2019 redatto dalla Federazione Europea dei Pro-

duttori di Acquacoltura (Feap)».

Quasi una sfida per un'azienda che gioca la carta della crescita puntando sulla sostenibilità. «I nuovi capitali supporteranno il team nella commercializzazione del primo mangime di Ittinsect per l'acquacoltura sostenibile per trote - commenta Alessandro Romano, Ceo di Ittinsect -. Prevediamo di fornire 1.500 tonnellate di mangime sostenibile per l'acquacoltura entro la fine del 2023. Ci aspettiamo una buona risposta dai nostri primi clienti, gli itticoltori, poiché deteniamo già diverse loro (lettere d'intenti, ndr) firmate».

Il food delivery si evolve e cresce ancora. E spinge anche discount e supermercati

Accordi con la grande distribuzione, digitalizzazione e taglio degli sprechi, priorità di un settore che cresce anche se la pandemia frena

di Maria Teresa Manuelli

Il delivery è stato uno dei principali alleati per la sopravvivenza della ristorazione e l'approvvigionamento dei consumatori in tempi di pandemia, ma anche oggi che si sono attenuate le restrizioni, le consegne a domicilio non si fermano. Dopo un 2020 in cui la spesa alimentare online degli italiani ha raggiunto i 2,9 miliardi di euro con una crescita del più 84%, anche il 2021 ha garantito un balzo in avanti ulteriore. Il solo comparto del grocery alimentare (i prodotti da supermercato) è cresciuto durante l'ultimo anno del 39%. Un giro d'affari da 1,4 miliardi di euro, secondo i dati dell'Osservatorio Netcomm-Politecnico di Milano. Il 2022 non farà eccezione.

Ma quale futuro c'è per questo canale in uno scenario dove le abitudini dei consumatori sono radicalmente mutate, rispetto al pre pandemia? Quali sono gli elementi da tenere in considerazione per continuare a utilizzare con efficacia la distribuzione a domicilio? Secondo **Retex**, società specializzata nell'innovazione per il retail, «per i player è fondamentale, in questo momento, evolversi in una direzione che offra le migliori tecnologie presenti sul mercato, per assecondare le esigenze di una clientela digitale, e al tempo stesso rispecchi i valori dei consumatori, oggi sempre più consapevoli nei loro acquisti, anche quando si parla di food delivery», afferma Luca Venturoli, managing partner Food & Beverage di Retex.

Il principale punto di attenzione a cui guardare è l'aggiornamento di processi e tecnologia perché questi siano sempre responsive in relazione al numero di ordini e ai carichi della cucina. Secondo **un'indagine di Qonto** (soluzione di gestione finanziaria) **l'80% delle Pmi del settore investirà in digitalizzazione nel 2022**; il 96% di queste utilizzerà le risorse messe a disposizione dal Pnrr; mentre la riduzione degli sprechi alimentari (68%) e l'implementazione di servizi digitali per la gestione del business (53%) sono le priorità degli imprenditori.

Obiettivo multiplatforma

Per molti sarà sempre più decisivo scegliere che tipo di business model vogliono adottare. Glovo Italia, la piattaforma di consegne a domicilio multicategoria, per esempio, punta a un servizio che viaggia su tre direttrici: da una parte la spesa via app grazie agli accordi con la Gdo (come **Prezzemolo e Vitale, Sole**



365, Etè e Carrefour), la spesa emergenziale (last minute) appoggiandosi ai magazzini urbani di **Glovo** e gli acquisti di altri prodotti grazie alle partnership con il retail presente nelle città dove il servizio è operativo. «Questa nostra caratteristica ci ha permesso nel 2021 di diventare un punto di riferimento per servizi come la consegna della spesa, che ha registrato una crescita del 400%. Un trend che sta proseguendo anche ora», afferma Elisa Pagliarani, general manager di Glovo Italia. **Kuiri** è il primo servizio di kitchen sharing italiano, che permette agli utenti di ordinare da diversi ristoranti partner con un'unica transazione e un'unica consegna. Una *multi order experience* che offre commissioni ridotte rispetto ai grandi provider del settore e permette di incrementare volume degli ordini, profitti ed efficienza, attraverso pick-up, consegna a domicilio e acquisti in cassa semplificati dalla possibilità di ordinare da più insegne nello stesso momento.

Packaging più sostenibile

Secondo l'**Osservatorio Sostenibilità di Nomisma**, l'88% degli italiani fa scelte etiche e più consapevoli quando acquista prodotti alimentari e bevande. Per questo motivo i player del delivery non possono ignorare nella loro strategia di business la sostenibilità. «L'osser-

vazione dei packaging utilizzati dai ristoratori per il delivery conferma come carta e cartone siano protagonisti perché sostenibili e facili da riciclare. E i numeri lo dimostrano: l'Italia ha raggiunto l'87% di tasso di riciclo degli imballaggi cellullosici, superando con dieci anni di anticipo gli obiettivi europei», dichiara **Carlo Montalbetti, direttore generale Comieco** (Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellullosica). In quest'ottica **Helbiz Kitchen** ha annunciato la partnership con **Acquainbrick**, Pmi italiana di proprietà di **Ly Company**, che fornirà acqua solo in brick di cartone totalmente riciclabile e composto per l'80% di materie prime vegetali.

Evitare gli sprechi

Anche lo spreco alimentare è un tema sensibile. «In Italia il **food waste ammonta a 85 kg di cibo per famiglia**, per un totale di 8,5 miliardi di euro all'anno. È necessario agire anche sugli scarti originati a seguito della distribuzione», sottolinea **Alessandro Colella**, general manager di **Gorillas** per l'Italia. La app per la spesa veloce ha lanciato lo scorso 7 febbraio il progetto "Save the Waste". Ogni lunedì, mercoledì e venerdì metterà a disposizione a fine giornata una selezione di prodotti prossimi alla scadenza a un prezzo "simbolico" e ribassato, che arriveranno a casa con la

spesa. Inoltre, con il **Food Waste Truck**, uno speciale furgoncino, distribuirà le eccedenze quotidiane del servizio a enti di beneficenza di Milano.

Valorizzare le eccellenze

Driin è invece la piattaforma foodtech nata per portare nelle case degli italiani le eccellenze enogastronomiche tricolori. Al momento attiva su Bologna e presto a Torino, ha lanciato una campagna di **crowdfunding su Opstart** per raccogliere 300mila euro per implementare la tecnologia proprietaria, incrementare le risorse del team e raggiungere nuove città del Nord Italia. «Panifici, forni, drogherie, pollerie, gastronomie, pescherie, macellerie, gelaterie, negozi di frutta e verdura rischiarano di risentire più di tutti della crisi e rimanere tagliati fuori dal mercato online. In pochi mesi, grazie al marketplace, le botteghe storiche hanno potuto usufruire di un nuovo strumento e intercettare nuovi clienti», spiega **Alessandra Anguillari**, ceo e co-founder di **Driin**. Entro la metà del 2022 la piattaforma coprirà un'area di oltre due milioni di abitanti. Altre aperture sono programmate nel biennio 2023-2024 con l'obiettivo di essere attiva in almeno dieci importanti città italiane.

Vino e guerra in Ucraina, è l'export italiano il più penalizzato

Nel 2021 la Russia ha importato 345 milioni di euro di vino italiano (+18% rispetto all'anno precedente) facendo del nostro Paese il suo primo fornitore, a cui si aggiungono i 56 dell'Ucraina

di Emiliano .Sg.



Nel 2021 la Russia ha importato 345 milioni di euro di vino italiano (+18% rispetto all'anno precedente) facendo del nostro Paese il suo primo fornitore, a cui si aggiungono i 56 dell'Ucraina

di Emiliano .Sg.

La guerra in Ucraina genera effetti pesanti sulle imprese agroalimentari, colpendo alcuni settori trainanti del made in Italy: un danno importante arriverà al vino. L'Italia rappresenta infatti il primo fornitore di vino in Russia e Ucraina: nel 2021, gli acquisti di vino italiano da parte di questi due Paesi è stato di circa 400 milioni di euro, quasi il 6% di tutto l'export di vino italiano.

Nel 2021, precisa **Nomisma Wine Monitor**, la Russia ha importato 345 milioni di

euro di vino italiano (+18% rispetto all'anno precedente), facendo del nostro paese il suo primo fornitore. Più ridotti ma fortemente in crescita (+200% negli ultimi cinque anni) gli acquisti **dall'Ucraina: 56 milioni di euro**, per un valore aggregato di circa **400 milioni di euro**.

Per **Francia e Spagna, gli altri top exporter** che vendono vino a questi due mercati, il "danno emergente" derivante dal conflitto è più ridotto: 217 milioni di euro per i francesi, 146 milioni per gli spagnoli, vale a dire **rispettivamente il 2% e 5%** dell'export totale di vino.

«I danni più consistenti legati a questa guerra sono riconducibili ad alcune denominazioni e categorie di vini italiani. Nel caso dell'**Asti Spumante** parliamo della potenziale per-

dita di **un quarto del proprio export**, così come del 20% delle vendite oltre frontiera di spumanti generici italiani o del 13% di vini frizzanti», sottolinea **Denis Pantini**, responsabile Agroalimentare e Wine Monitor di Nomisma.

I consumatori russi e dell'Est Europa prediligono vini frizzanti e spumanti dolci e con prezzi competitivi. Un gradimento che finisce inevitabilmente per colpire i produttori specializzati in queste tipologie, Italia in primis. Anche per i vini fermi Dop italiani, Russia e Ucraina presentano fortunatamente incidenze marginali sulle relative esportazioni. Quelle più alte si riscontrano per i vini fermi siciliani Dop (8%) e per i vini bianchi Dop veneti (4%). Nel caso del Prosecco, prima denominazione italiana esportata nel

mondo, il peso di Russia e Ucraina per le relative esportazioni è inferiore al 5%, anche se va detto che negli ultimi tre anni (in piena pandemia) le vendite della nostra più famosa "bollicina" in questi due mercati erano raddoppiate.