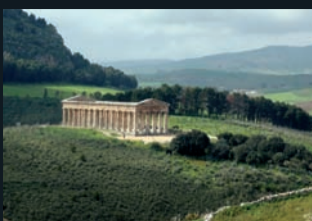


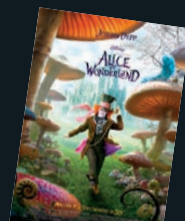
**Distretti del vino  
È NATA SEGESTA VALLEY**

Si chiama Segesta Valley ed è italianissima. L'assonanza però rimanda - non a caso - alla più nota Napa, esempio riuscito di marketing territoriale. Segesta Valley è infatti il primo distretto del vino in Sicilia. Vede riunite sei aziende per oltre 300 ettari di vigneto. Alla guida Gino Milazzo, Coprovis; vicepresidente Giuseppe Lucchese, di CastelVenus di Alcamo. Gli altri sono le aziende Giuseppe Milazzo, Vincenzo Adamo, Tonnino e Bio Viola.



**Wonderland  
SOGNI DI VINO PER JOHNNY DEPP**

Produrre vino? Un sogno da realizzare prima o poi per l'attore Johnny Depp, in questi giorni nelle sale cinematografiche con "Alice in Wonderland" di Tim Burton. "È un segreto, ma uno dei miei sogni sarebbe quello di fare il vino. Ma lo terrò per me prima di osare sul mercato. Nel Var, nel Sudest della Francia, dove vivo, c'è molto interesse per il vino rosé, ma io preferisco il rosso".



Pete Yealands, dell'omonima azienda nella regione di Marlborough. A destra, un grappolo di Pinot noir, uno dei vitigni neozelandesi di punta



Vigneti nella regione di Marlborough e, in alto, il logo del Sustainable winegrowing



# IMPATTO ZEALAND

## Ecco come i Kiwis intendono il concetto di viticoltura sostenibile. Parola chiave: non sprecare

di MICHÈLE SHAH

**T**ra i Paesi produttori di vino del Nuovo Mondo, la Nuova Zelanda merita un posto di rilievo: nell'arco di questi ultimi dieci anni è riuscita a triplicare produzione ed export (anche se con non poche criticità, come si evince dall'articolo a fianco, ndr), oltre a contraddistinguersi per gli elevati standard qualitativi, raggiunti grazie anche al suo modello di "viticoltura sostenibile" le cui linee guida sono fissate dal programma "Sustainable winegrowing New Zealand" (SWNZ), nato nel 1995 e sostenuto dal Governo, cui aderisce l'85% delle aziende vitivinicole. L'obiettivo è di arrivare, nel 2012, a far aderire tutte le aziende del settore al progetto, con tanto di certificazione.

Avere il "membership status" per la viticoltura sostenibile è come appartenere a un consorzio che agevola e consiglia i suoi soci, aggiornandoli - attraverso workshop mirati - sulle nuove tecnologie e i principi fondamentali nell'ambito del resource management, del waste management e del process management.

**SWNZ: i principi fondamentali**

Un elemento chiave per arrivare a obiettivi di sostenibilità, in questi ultimi anni, è stato quello di creare dei "management tools", ovvero un sistema di monitoraggio interno all'azienda che aiuti il viticoltore a seguire i vari passaggi per produrre in modo "sostenibile", per poi passare al controllo esterno ufficiale del SWNZ. Questi tools, che vengono costantemente aggiornati e rinnovati secondo le ultime ricerche, sono orientati a monitorare l'uso di energia e/o di energia alternativa, a diminuire l'uso di acqua, con l'obiettivo di ridurre i costi di produzione.

La SWNZ assiste l'azienda nella raccolta dei propri dati, che a loro volta possono costituire un impor-

**"SUSTAINABLE", CONCETTO IN CERCA DI DEFINIZIONE**

Il tema della ecosostenibilità in Nuova Zelanda sembra che stia penetrando con successo ogni ramo del settore vitivinicolo, perfino quello delle competizioni del vino, dal momento che vengono premiate con certificato di merito "sustainable awards" le aziende vitivinicole che producono vini di alta qualità in un sistema di viticoltura sostenibile. È anche vero, però, che non c'è ancora una definizione che accomuna e mette tutti d'accordo sul termine "sustainable". "Le risorse di acqua nel Central Otago sono scarse - spiega ad esempio Nigel Greening dell'azienda Felton Road nel Central Otago - noi però siamo fortunati, abbiamo una sorgente costante di acqua naturale che attraversa l'azienda e ci permette di implementare una fonte di energia alternativa.

Questo ci porta a avere un carbon footprint molto basso, ma anche i francesi hanno un carbon footprint basso grazie all'energia nucleare: ma poi c'è da chiedersi se l'uso del nucleare sia un bene o un male. O ancora: è meglio usare bottiglie locali che pesano 565g oppure importare quelle che pesano 450g?". "Non c'è una filosofia perfetta - afferma Pete Yealands dell'azienda Yealands a Marlborough, una delle prime aziende in Nuova Zelanda ad essere certificate 'sustainable' e accreditate 'carbon zero' - bisogna essere innovativi, investire, economizzare, e applicare una buona dose di buon senso". Yealands ha da poco emesso sul mercato una bottiglia di plastica "Full Circle" proprio per aderire a un "circolo completo" di ecocompatibilità.

*Usando e convertendo la produzione a un sistema sostenibile c'è anche un risparmio e un beneficio economico nei costi di produzione*

Sally van der Zijpp, national coordinator del SWNZ

tante database storico utile per una futura programmazione e gestione aziendale e del vigneto. Il principio è di rendere il produttore responsabile e cosciente della propria produzione e della salvaguardia dell'ambiente.

**Parola d'ordine: risparmio**

Secondo Sally van der Zijpp, national coordinator del SWNZ, il sistema porta a un risparmio nell'uso e nei costi di agrofarmaci e diserbanti, così come nell'utilizzo di macchinari, come il trattore, o nel consumo dell'acqua. Il che si traduce, quindi, in

**DALLA FRANCIA ALLA CALIFORNIA**

Il modello di "sustainable viticulture" neozelandese, sotto molti aspetti, è simile ad altri modelli sostenibili o ecocompatibili. Ad esempio, l'Agriculture raisonnée in Francia, la Integrated production of wine in Sudafrica e l'Integrated winemaking alliance in California.

un minor consumo di energia, riducendo anche il carbon footprint.

"Non ci sono dei riferimenti specifici per il consumo dell'acqua nel Sustainable winegrowing - spiega van der Zijpp - ma viene messo in primo piano il controllo dell'uso efficiente e mirato dell'acqua, sia per quanto riguarda l'irrigazione vera e propria, sia nei preparati a base di acqua". Altri obiettivi sono di garantire una migliore qua-

lità della filiera produttiva dal vigneto alla bottiglia, e capire a fondo gli aspetti di produzione secondo un'accurata valutazione anche economica. Infine il confronto attraverso un marketing mirato con il consumatore finale, sostenendo un'etica di produzione che si misura anche in termini ecologici per la salvaguardia dell'ecosistema.

**L'OPINIONE: ATTILIO SCIENZA**

**Rispetto per la natura ed economicità della produzione**

"Prima di tutto bisognerebbe mettersi d'accordo sul significato di viticoltura sostenibile o ecocompatibile", esordisce Attilio Scienza, dell'Università di Milano. Secondo Scienza, in Italia, Francia, Spagna e Germania, l'ecocompatibilità intesa in termini moderni può essere riassunta in un rispetto per la natura ma senza perdere di vista l'economicità delle produzioni. In viticoltura significa risparmiare gli "input" energetici (concimi, antiparassitari, acqua irrigua) attraverso le applicazioni della viticoltura di precisione che consentono di somministrare queste sostanze solo dove servono e nelle quantità richieste dalla coltura.

"Un tema importante, ma di difficile soluzione è quello della conservazione della fertilità dei suoli cercando di migliorarne il contenuto di sostanza organica - spiega Scienza -. Con le tecniche di valutazione della viticoltura di precisione si può stimare un risparmio medio di prodotti antiparassitari ad ettaro del 30-35%, mentre per concimi e acqua irrigua viene migliorata la loro efficacia sulla qualità. Inoltre, nella lotta antiparassitaria si eliminano tutte le sostanze che la CE ha tolto dall'impiego a partire dal 2011, come ad esempio i ditiocarbammati. In enologia, invece, l'ecocompatibilità si realizza da un lato producendo una parte importante dell'energia che serve per la cantina (energia termica ed elettrica) con il riuso degli scarti di lavorazione e con pannelli solari e introducendo metodi di depurazione delle acque che ne consentano il riuso per scopi civili e igienici".

CAPSULATRICI - GABBIETTATRICI - MACCHINE PER LO SLEEVE

Alla Nortan trattiamo ogni bottiglia come fosse un'opera d'arte



www.nortan.it

Nortan S.r.l. Via dell'Industria 37040 Veronella (Vr) Italy  
Tel. +39 0442 47844 - Fax +39 0442 47990 - www.nortan.it - info@nortan.it

**Sicilia**  
**PROROGA FINANZIAMENTI RISTRUTTURAZIONI**  
Il termine di scadenza per la presentazione delle domande relative al bando (pubblicato sulla Gurs n. 1 dell'8 gennaio 2010) per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti è stato prorogato dal 15 gennaio al 28 ottobre 2010 (Gazzetta ufficiale della Regione Siciliana n. 3 del 22 gennaio 2010).



**Dalle imitazioni cinesi**  
**PROTEGGERE IL DNA DELLE NOSTRE TIPICITÀ**  
La Cina sta facendo incetta di genomi in giro per il mondo. È necessario trovare formule idonee per proteggere il Dna delle nostre tipicità, perché esiste un rischio reale per il nostro export agroalimentare. L'allarme sullo "shopping scientifico" cinese è stato lanciato dall'Università di Verona in occasione della presentazione del sequenziamento del genoma del primo vitigno autoctono: la Corvina.



SFUSO SPINTO ED EROSIONE DEI VALORI

Ma sui mercati ci si sta giocando la faccia

di CARLO FLAMINI

**A** guardare le tabelle, l'export neozelandese ha avuto una crescita impressionante negli ultimi anni: dai 19 milioni di litri del 2000 si è arrivati ai 129 del 2009, rappresentando 2/3 della produzione, contro un terzo di dieci anni fa. Il valore, poi, a tassi inflattivi aggiustati, è passato da 228 a 1 miliardo di dollari neozelandesi.

Tuttavia, c'è qualcosa che scricchiola nelle statistiche. Il prezzo medio dei vini, sempre a tassi aggiustati, non è aumentato, ma si è ridotto, e sensibilmente, passando da 13,4 dollari per litro del 2001 ai 7,89 dell'anno scorso, con una perdita secca del 41%.

"Se questo trend continuasse - denuncia **Michael F. Spratt**, titolare della Destiny Bay Vineyards di Waiheke Island, un passato nella PricewaterhouseCooper's global - nel 2025 la Nuova Zelanda produrrebbe 250 milioni di litri incassando zero".

La causa di questa riduzione di valore è semplice, si chiama "oversupply", e la ritroviamo

nel rapporto annuale del chairman della New Zealand Winegrowers, **Stuart Smith**, che ha dovuto ammettere quanto segue: "Nonostante export e vendite domestiche abbiano beneficiato in volume dalla ricca vendemmia 2008, le scorte immagazzinate hanno finito

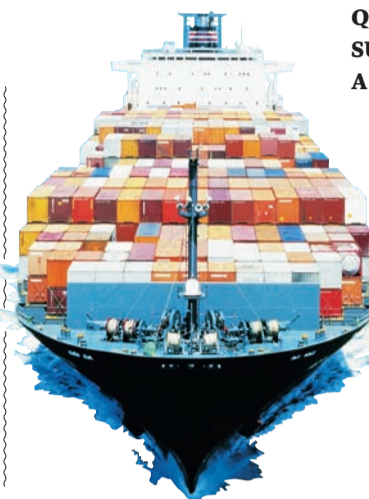


per dar vita a un aumento della competizione e della relativa pressione sui prezzi. In più, l'overproduzione 2008 ha visto emergere un altro trend, quello dell'aumento esponenziale delle vendite di vino sfuso. Storicamente, l'export di sfuso - prosegue l'analisi di Smith - ha rappresentato meno del 5% del totale, mentre nel 2008 esso ha rappresentato il 9%.

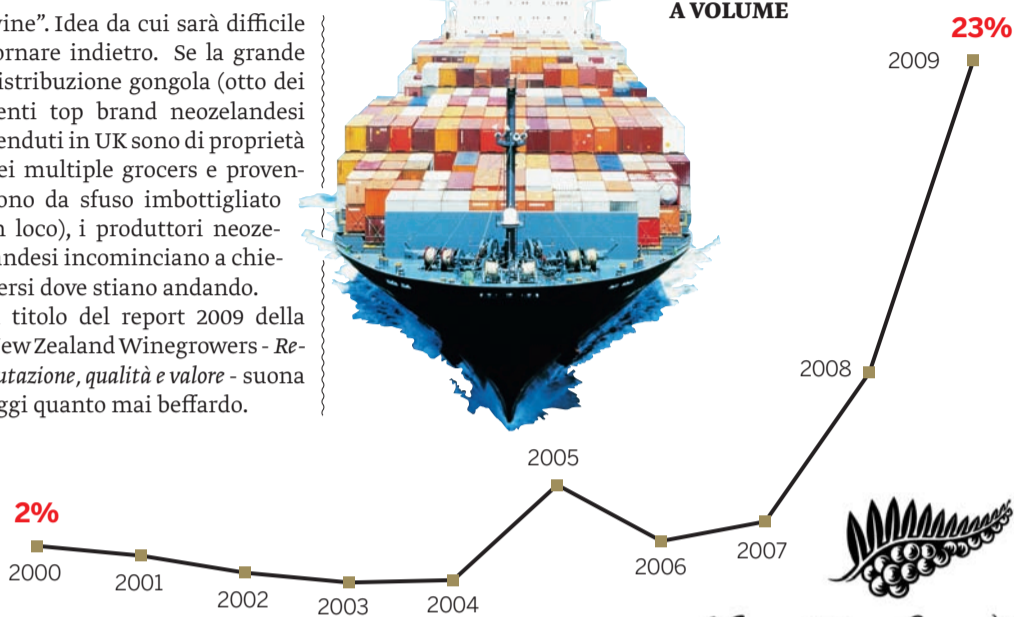
Mentre questo tipo di vendita può rappresentare un allentamento della pressione sulle cantine a breve termine, sul lungo periodo può impattare negativamente sul posizionamento di mercato e sulla reputazione dei nostri vini e marchi".

"A fine 2009 - continua Spratt, che denuncia gravi mancanze di strategia da parte dell'associazione dei produttori neozelandesi, accusandola di distruggere il brand Nuova Zelanda - la situazione non è migliorata: le vendite di sfuso hanno continuato a galoppare, raggiungendo il 23% del totale, rafforzando l'idea dei vini neozelandesi come low priced commodity

wine". Idea da cui sarà difficile tornare indietro. Se la grande distribuzione gongola (otto dei venti top brand neozelandesi venduti in UK sono di proprietà dei multiple grocers e provengono da sfuso imbottigliato in loco), i produttori neozelandesi incominciano a chiedersi dove stiano andando. Il titolo del report 2009 della New Zealand Winegrowers - *Reputazione, qualità e valore* - suona oggi quanto mai beffardo.



QUOTA SFUSO SU TOTALE EXPORT A VOLUME



EXPORT NEOZELANDESE DI VINO PER TIPOLOGIA - ANNO 2009

	BIANCHI		ROSSI		EXPORT TOTALE
	750 ml	sfuso	750 ml	sfuso	
.000 di litri	86.541	29.141	11.217	480	128.670
.000 di dollari	723.501	90.453	139.122	2.885	1.015.303
Var. % '09/'08 vol.	+14,9%	+312,3%	+9,9%	-75,0%	30,2
Quota % volumi '09	67,3%	22,6%	8,7%	0,4%	100%

Fonte: New Zealand Winegrowers



VINO-LOK®

*l'alta moda si riVersa in Italia*



VINO-LOK®

Il tappo di vetro dedicato ai vini, ai liquori e ai distillati di alta gamma.

Semplice, geniale e fatalmente elegante.

Un modello unico, tutto d'un pezzo. Una tecnologia "Vetro su Vetro" che dona visibilità alle vostre bottiglie.

Un gioiello nella vostra cantina dedicato a un Signor Vino che non può saper di tappo... una trasparenza che si fa notare.

Creato per rispettare anche l'ambiente, VINO-LOK® è ecologico e riciclabile.

Vino-LoK® è un prodotto CSI GmbH distribuito in esclusiva per l'Italia da Dal Cin Gilddo spa



www.dalcin.com - packaging@dalcin.com

by SOFOS Italia