

LA NUOVA PAGINA DEL CORRIERE VINICOLO SU LINKEDIN

Dall'inizio dell'anno il nostro giornale ha rinnovato completamente la sua presenza su LinkedIn: all'indirizzo [linkedin.com/company/corriere-vinicolo](https://www.linkedin.com/company/corriere-vinicolo) trovate tutte le notizie e gli aggiornamenti sul settore vitivinicolo italiano e mondiale, oltre alla preview scaricabile del numero in uscita. Vi aspettiamo numerosi, per condividere opinioni e idee e rendere questo luogo virtuale uno spazio di confronto reale.



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

# IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26  
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta).  
Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro. Area internet: [www.corrierevinicolo.com](http://www.corrierevinicolo.com)

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano  
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Usipi, Unione Stampa Periodica Italiana.

## INCHIESTA TRA LE IMPRESE FORNITRICI DI MACCHINARI E SOLUZIONI PER L'ENOLOGIA

# EFFICIENZA ENERGETICA

## - consumi + risparmio + sostenibilità

La prima risposta al boom della bolletta elettrica è il risparmio energetico. Cosa fare in cantina per abbassare i consumi e contenere i costi. Le proposte innovative della filiera dei macchinari e delle soluzioni per l'enologia. Riconversione al fotovoltaico, ricerca & sviluppo, innovazione e investimenti in nuove tecnologie: manca un adeguato supporto finanziario pubblico. C'è il Pnrr: sì, ma come e quando?



a pag. **4** **PARLANO LE AZIENDE COSTRUTTRICI:** proposte, soluzioni (e consigli)

a pag. **10** **COOPERAZIONE**  
**VITE COLTE: LA SFIDA DELL'ECCELLENZA**  
IL GRUPPO PIEMONTESE TERRE DA VINO CAMBIA NOME E LA STRATEGIA SI FA BRAND

a pag. **12** **Gocce di cultura**  
LA TERZA PAGINA DEL VINO  
Nel solco della modernizzazione: il vino italiano alla scoperta degli Stati Uniti



A pagina 6

### Cancer plan: superare il "safe level"

Interessante rilettura di Elena Dogliotti, supervisore scientifico per Fondazione Umberto Veronesi. "L'insorgenza di tumore è frutto di diverse componenti": quando si parla di consumo di vino, è più corretto parlare di "quantità a basso rischio" variabile in base ai singoli casi. Nella battaglia europea sul sì/no al "livello minimo" si configura una "terza via" scientifica che apre nuove prospettive anche politiche



**SYNEROCAP™ SERIES**  
Noi siamo già nel futuro... E tu?  
**norton**  
Passione, tecnologia, innovazione...  
[www.nortan.it](http://www.nortan.it)  
YouTube, Facebook, LinkedIn icons



**IL GRUPPO PIEMONTESE TERRE DA VINO CAMBIA NOME  
E LA STRATEGIA SI FA BRAND**

La svolta del naming riguarda un ventennio di crescita qualitativa, segnata da incrementi di valore a due cifre. I programmi di crescita della “cooperativa non cooperativa” di Barolo, secondo le parole del presidente, Piero Quadrumolo.

Lo spirito della cooperazione innestato in una logica di impresa: chiave di successo sui mercati e “manifesto” di un modo nuovo di essere cantina cooperativa. Dove qualità si coniuga con vigneto, viticoltore e territorio. Il coraggio di una scelta strategica sintetizzata nel termine “colte” che fonde nel dualismo semantico l’impegno “colturale” del viticoltore con il valore “culturale” del suo prodotto

di GIULIO SOMMA e GIANCARLO MONTALDO

# VITE COLTE: LA SFIDA DELL'ECCELLENZA

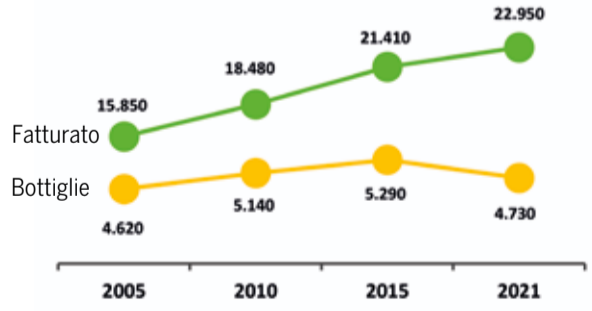
## VITE COLTE® CANTINE IN BAROLO

Un “business model” vocato all’eccellenza che dopo anni di successi diventa brand dell’azienda portando il naming di una linea di prodotto a bandiera del gruppo. È questo il senso profondo dell’operazione di rebranding del gruppo cooperativo piemontese, fino al 31 dicembre dello scorso anno conosciuto come Terre da Vino e diventato, oggi, Vite Colte Spa. Un cambio di nome che vuole chiaramente dimostrare e rivendicare “il coraggio di una scelta strategica puntata con decisione alla qualità avviata quasi trent’anni fa con le nostre 12 cantine cooperative socie - spiega il presidente **Piero Quadrumolo** - che ci ha portato nel 2016 a creare la nostra linea premium Vite Colte, originariamente pensata solo per il canale Horeca, e che oggi, dopo una crescita costante e continua, abbiamo voluto eleggere a nuovo nome e bandiera della nostra cantina”. Passato negli ultimi sedici anni da 15,8 a sfiorare i 23 mln di euro di fatturato con un quantitativo di bottiglie rimasto tutto sommato lo stesso (da 4,6 a 4,7 milioni di pezzi), il gruppo piemontese matura una consistente crescita a valore/bottiglia del +44%, grazie a una strategia di lungo periodo puntata sulla qualità ma che nel 2016 vive una svolta con la nascita della linea premium Vite Colte. Si gettano

le basi di uno sviluppo vorticoso: i vini di alta gamma moltiplicano per 6, volumi e valori, in soli 6 anni, portando Vite Colte oggi ad essere il business primario del gruppo (rappresenta oltre il 40% dell’intero fatturato) con una linea di etichette dove si battezza anche il primo millesimo di bollicine Alta Langa con una tiratura iniziale di 10.000 bottiglie che nel 2024 arriverà a 50.000. “Il progetto diventa lo strumento grazie al quale intendiamo portare l’eccellenza dei vini prodotti nelle nostre colline piemontesi in tutti i canali distributivi - continua il presidente -. Sarebbe miope oggi considerare le etichette premium prerogativa esclusiva del dettaglio specializzato o della ristorazione, che continuano comunque ad essere il canale privilegiato per valorizzare le nostre etichette - spiega - motivo per cui quando è nato il progetto Vite Colte, dopo un lavoro iniziale rivolto quasi esclusivamente al canale Horeca, lo abbiamo allargato ad altre realtà distributive”. Altro elemento da sottolineare è l’export: “Negli anni in cui nasce Vite Colte - racconta Quadrumolo - inizia ad invertirsi, non a caso, il rapporto tra vendite sul



FATTURATO/BOTTIGLIE PRODOTTE  
VALORI ESPRESSI IN MIGLIAIA



mercato interno ed export. Nel 2015, anno di pareggio tra i due mercati, parte la divaricazione che oggi ci ha portato al 55% di fatturato sui mercati internazionali con un trend che nel 2030 arriverà al 65”. Perché la linea premium parla con un linguaggio diverso al consumatore di oggi che, oltre l’e-commerce l’enoteca o il ristorante, è sempre meno attento al canale ma sempre più focalizzato sul prodotto con un occhio attento anche al prezzo: “elementi dove i nostri numeri dimostrano che siamo vincenti

rilevanti di prodotto, che ci mette in condizioni di affrontare anche diversi mercati internazionali sempre più ricettivi verso i vini italiani di qualità”.  
**Una cooperativa non cooperativa**  
Qualità e quantità che sono i punti forti di un sistema aziendale sui generis che Piero Quadrumolo ama definire “una cooperativa non cooperativa” con una compagine sociale ampia, che riunisce 12 cooperative che raggruppano oltre 2.000 soci, per circa 4.000 ettari di vigneto. Ma

una filosofia e una organizzazione che, fin dallo statuto, si è tenuta distante dalle logiche della cooperazione di vecchio stampo che non sempre si riusciva a far coincidere con sistemi produttivi puntati all’eccellenza. “È stata una scelta di campo ben precisa - ricorda il presidente - quando nel 1993 ci trovammo a rilevare l’azienda, fondata come Spa pubblica di proprietà della Regione Piemonte, nel consiglio delle cooperative che conclusero l’operazione era ben chiara l’idea di conciliare la filosofia cooperativistica con una logica aziendale mirata alla qualità. Il senso dell’operazione era proprio quello. E dopo un lungo confronto decidemmo tutti insieme di provare una strada nuova, originale, mai tentata prima e che ancora oggi rimane quasi un unicum nel panorama imprenditoriale del vino italia-



Nel tondo in alto, il complesso aziendale di Vite Colte

Sopra, la splendida Sala delle Barbere dove riposa La Luna e i Falò e, più a destra, vigneti di Pinot nero per la produzione dell’Alta Langa, a oltre 600 m di altitudine

Qui sotto, Piero Quadrumolo, presidente di Vite Colte

no: una Spa con soci cooperatori, dove la logica del profitto, dell’efficienza e del mercato si innestava sui valori della cooperazione ai quali non abbiamo mai voluto rinunciare”. E, a quei tempi, i riferimenti di una cooperazione in grado di produrre eccellenza erano ben pochi. “Se a far scuola in Italia in quegli anni c’erano le primissime esperienze in Alto Adige, in Piemonte avevamo la Produttori del Barbaresco, antesignana di un percorso dove oggi sono ormai indirizzate molte realtà cooperative del Paese - continua il presidente di Vite Colte -, una cantina cooperativa alla quale lego la nascita del mio amore per la cooperazione suggellato nel lontano 1972 quando per festeggiare il diploma da enologo, stappai con miei compagni di corso una bottiglia di Barbaresco Riserva Pajè 1967 della Produttori. Una etichetta straordinaria!”. Una passione per il mondo cooperativo che riemerge con forza quando Quadrumolo contestualizza l’operazione di rebranding di Vite Colte nel quadro più ampio di una battaglia di tipo culturale e politico che tocca l’immagine - o forse sarebbe meglio dire alcuni cliché di immagine - della cooperazione. “Nel nome Vite Colte c’è un gioco linguistico che associa alla pianta simbolo del nostro lavoro un aggettivo dal duplice significato che richiama l’impegno ‘colturale’, del viticoltore, e il valore ‘culturale’ del suo prodotto. In questa simbiosi concettuale c’è l’anima della cooperazione viticola dove l’eccellenza nasce dal coniugare il lavoro di migliaia di viticoltori con una cultura e una tradizione produttiva votata all’eccellenza che diventa la base del valore dei nostri vini. E questo messaggio - si scaldava Quadrumolo - lo vogliamo inviare a tutti coloro che ancora ripetono l’equazione cooperazione-quantità-bassa qualità reiterando un leitmotiv, ormai largamente sconfessato, che vuole l’eccellenza prerogativa del privato, meglio se piccolo, produttore. È ora di smetterla con questa stanca ripetizione di luoghi comuni, appartenenti a un passato che non esiste più e che non giovano tra l’altro a nessuno. E l’esempio di Vite Colte sarà tutti i giorni a testimoniare quanto questa equazione non appartenga più al nostro mondo”.



### PROTOCOLLO DI PRODUZIONE VITICOLO-ENOLOGICO

Relativo alla Barbera d'Asti Superiore  
"La Luna e i Falò"

#### CARATTERISTICHE DEI VINI

- Grado alcolico > 13 % vol
- Intensità colorante (420+520 nm) > 10
- Polifenoli totali > 2.000 mg/l
- Acidità fissa < 6,5 g/l
- Acido malico < 0,1 g/l
- Estratto secco netto > 28 g/l

#### CARATTERISTICHE DELLE UVE

- Provenienza da zone ritenute altamente vocate
- Concentrazione zuccherina minima 20°Babo
- Acidità totale < 10,5 g/l
- Potenziale in antociani 1.000-1.500 mg/l
- Stato sanitario ottimo

#### CARATTERISTICHE DEL VIGNETO

- Esposizione quadranti Est-Ovest, passando per Sud
- Sistema d'allevamento **Guyot o Cordone speronato**
- Densità d'impianto minima **4.000 pte/ha**
- Tipo di suolo argilloso calcareo
- Produzione massima di riferimento **tra 1,5 e 2 kg per pianta, massimo assoluto 80 q.li/ha**
- Sanità delle piante **fallanze < 10%**
- Giacitura > 10%



### Le tappe dello sviluppo

La collina della MeGA Cannubi comincia a salire verso il paese di Barolo proprio là dove nel 2000 Terre da Vino ha posto la sua sede. Sul primo tratto del versante ovest di questa collina, Terre da Vino è arrivata dopo aver percorso una prima fase della propria storia a Moriondo, vicino a Castelnuovo Don Bosco dove gli ultimi vigneti di Barbera lasciano il posto a quelli di Freisa e Malvasia. Da quel 1980 in cui è nata, Terre da Vino ha compiuto un lungo cammino. È stato un percorso progressivo e quotidiano dove, oggi, possiamo individuare alcune tappe privilegiate: il 1988 con la produzione del primo vino di alta gamma, il 2000 con la realizzazione di una nuova cantina moderna a Barolo, il 2010 con l'inizio della linea "Essenze" con le MeGA comunali di Barolo, Serralunga d'Alba e Monforte d'Alba, il 2016 con il lancio di Vite Colte per i vini di alta gamma e il 2020 con l'ingresso sul mercato del primo metodo classico, l'Alta Langa "Cinquecento". Fondamentale, poi, è l'ultima tappa che raccontiamo in queste righe, il 1° gennaio 2022, con la traduzione del brand Vite Colte che diventa la ragione sociale dell'azienda, per rimarcare il principio che l'azienda è una realtà - e lo sarà anche in futuro - vocata ai prodotti di alta qualità. Questo è stato possibile perché dal 1993 regna con la compagine sociale un rapporto solido, condiviso e svincolato dagli obblighi del mondo cooperativo, un rapporto basato sulla libera scelta che ogni anno si rinnova nei piani di conferimento tra le cantine associate e Vite Colte. Non sempre nel settore vitivinicolo la cooperazione ha usato, nell'affrontare il mercato, la stessa responsabilità e autorevolezza. Spesso ha agito con sufficienza, riversando il rischio d'impresa soprattutto sui viticoltori. Terre da Vino ieri e, oggi, Vite Colte no. Da tempo ha condiviso con le cantine associate la sfida del mercato con la massima trasparenza, fissando fin dall'inizio le reciproche responsabilità. I vini vengono pagati al prezzo di mercato con ulteriori premi rapportati al livello qualitativo delle partite. Tutti hanno capito che il mercato dei vini piemontesi andava affrontato con prodotti dalla qualità elevata, perché solo così si posso-

no remunerare correttamente le uve e puntare sui consumatori più esigenti e attenti alla qualità. La cartina di tornasole, capace di rivelare la bontà del progetto, sta nell'attuale fatturato totale di oltre 23 milioni ottenuto solo con vini Doc e Docg, solo vini del Piemonte, solo vini dalle uve dei soci.

### Vite Colte: l'obiettivo principale

Lo scopo che ha ispirato il cambio di denominazione, come raccontato dal presidente Quadrumolo, punta a valorizzare le uve dei soci attraverso una graduale rimodulazione della produzione che consenta di raggiungere questo obiettivo. In termini concreti, la strada intrapresa porterà, nel giro di qualche anno, Vite Colte a mantenere gli attuali livelli produttivi (circa 5 milioni di bottiglie), ma con la rivisitazione delle linee di prodotto. L'azienda continuerà a produrre vini Doc e Docg con un ottimo rapporto qualità/prezzo con il marchio "Terre da Vino", che ormai è apprezzato dai consumatori della Gdo, e, contemporaneamente, punterà sullo sviluppo dei vini di alta gamma, identificati da "Vite Colte" e destinati prevalentemente (seppur non esclusivamente) all'Horeca, con l'obiettivo di incrementarli da 1,3 a 2 milioni di bottiglie.

### Le linee guida del "Progetto qualità"

Il "Progetto qualità", iniziato nel 1988 con la prima Barbera d'Asti Superiore di alta gamma, rappresenta il primo passo di una nuova strategia globale dell'azienda che nasce dalla consapevolezza che i grandi vini si producono prima di tutto in vigneto, gettando le premesse - allora inimmaginabili - di un lungo percorso che è arrivato oggi a determinare il cambio di ragione sociale.

È vero, non è un concetto nuovo. Altri produttori, oggi come nel passato, l'hanno già applicato, ma rimane l'unica strada possibile. E c'è di più: rispetto agli altri attori del settore, Vite Colte ha il forte vantaggio strategico di avere a disposizione un ingente patrimonio viticolo, superiore alle sue necessità operative ma anche, ed è la cosa più importante, un ingente patrimonio umano di viticoltori portatori di un'esperienza viticola

e che possono dedicare la massima attenzione al loro piccolo vigneto (la superficie media di ogni socio di base è di circa 2 ettari). Questo permette a Vite Colte di operare una profonda selezione tra i vigneti e tra i viticoltori, privilegiando da un lato le aree più vocate e dall'altro i viticoltori che hanno i più appropriati strumenti umani, tecnici e professionali per garantire i massimi risultati. A fronte di questo impegno "dichiarato", l'azienda stipula con i viticoltori un accordo di prezzo (a ettaro o a peso a seconda delle situazioni) capace di garantire la migliore remunerazione, anche con il supporto di premi rapportati ai risultati conseguiti. L'applicazione generalizzata del "Progetto qualità" ha determinato delle conseguenze sulle dinamiche di prezzo dei vini. Questo ha portato a una contaminazione positiva tra le cooperative e i loro partner commerciali preesistenti. Se chiedete al direttore generale e responsabile della produzione, **Bruno Cordero**, quali siano i vini scaturiti da questo Progetto, vi sentirete rispondere che "dal 2016 con l'introduzione del marchio Vite Colte lo sono tutti". In effetti, questo lavoro progettuale ha determinato anche una rigorosa selezione tra i vini dell'azienda, concentrando l'attenzione su quelli più importanti e più adatti al mercato internazionale.

### Viticultura di precisione

L'aspetto più innovativo di Vite Colte Spa è il rapporto instauratosi con la sua base sociale. Alla fine di ogni anno (prima dell'inizio del ciclo vegetativo) Vite Colte prenota ai propri soci le quantità di prodotto di alta gamma per la vendemmia successiva. Naturalmente la prenotazione prevede anche dei precisi parametri qualitativi. Come esemplificazione riportiamo in queste pagine il protocollo di produzione della Barbera d'Asti Superiore "La Luna e i Falò", il vino bandiera, oggi considerato leader di mercato del segmento. "I parametri importanti - precisa ancora Cordero - non sono più l'alcol ma, ad esempio per la Barbera, la quantità di flavonoidi totali e gli antociani, due fattori che devono essere al di sopra di certi livelli al fine di ottenere dei vini adatti a maturare in piccole botti di rovere, per almeno un anno, e di affinare in

bottiglia per almeno ulteriori 12 mesi". Un protocollo impegnativo per il viticoltore che, però, negli anni si lascia conquistare da un rapporto più imprenditoriale con la cantina, dove diventa co-protagonista della sfida del mercato: e la riprova di questo successo sono la crescita esponenziale degli ettari entrati nel "Progetto qualità" passati da 40 a 300 nell'ultimo ventennio e con prospettive di raggiungere quota 500 nel 2030.

### Infine uno sguardo al mercato

La scelta di tradurre Terre da Vino in Vite Colte ha l'obiettivo evidente di dare un'impronta chiara della direzione che l'azienda sta perseguendo: vini sempre più di alta qualità e sempre più facilmente reperibili, dedicati ad un numero crescente di consumatori evoluti ed attenti. In questa ottica, il direttore

commerciale di Vite Colte, Angelo Corso, sta lavorando su due fronti: da un lato per ampliare la distribuzione nel canale Horeca, molto complesso e segmentato, dall'altro per migliorare l'acquisto da parte dei consumatori più esigenti dei vini di alta gamma attraverso l'utilizzo di altri canali distributivi.

Questo allargamento distributivo è già chiaramente evidente nel mondo delle vendite di Vite Colte nell'on-line specializzato e sarà oggetto di concrete valutazioni per il canale della Grande distribuzione che, oltre a continuare a proporre vini con un corretto rapporto qualità/prezzo, sta sensibilmente aumentando l'offerta dei prodotti di alta gamma. "La multicannalità ormai per le aziende vitivinicole non è più una scelta ma una strada obbligata - conclude Quadrumolo - e noi la stiamo affrontando senza pregiudizi

legati al passato, perché ormai è chiaro che l'esperienza pandemica e la rivoluzione nelle abitudini del consumatore che ha portato con sé, ha cambiato le dinamiche tra i canali rompendo tabù e steccati che oggi non hanno più senso. Questa nuova geografia distributiva rappresenta una grande opportunità che noi vogliamo cogliere al meglio per creare valore a favore della filiera che rappresentiamo, portando sul mercato una serie di prodotti che incarnano la nostra filosofia dove eccellenza si coniuga con prezzo 'giusto', che remunera il viticoltore ma mantiene ampia la platea dei consumatori finali, così come nella nostra storia qualità si coniuga con vigneto, viticoltore e territorio. In questo troviamo il nostro spirito di cooperatori e così è nato il progetto Vite Colte che oggi celebriamo nel nostro nuovo nome della cantina".

## CI SIAMO ISPIRATI ALLA MACCHINA PERFETTA

La potenza è nulla senza una distribuzione ottimale

**Per questo i nostri sistemi sono così efficienti**





**SORDATO**  
Soluzioni Innovative per l'Enologia

La grande efficienza del corpo umano è data dalla sua capacità di sfruttare al massimo l'energia quando è sotto sforzo e di rallentare quando è a riposo. Allo stesso modo i sistemi integrati Sordato distribuiscono la potenza disponibile ad ogni parte della cantina, adattandosi alle esigenze di consumo dei singoli impianti. Il massimo della flessibilità al massimo dell'efficienza.

Via XX Settembre, 33 - Monteforte d'Alpone (VR) - Per maggiori informazioni 045 6102637 - info@sordato.it

www.sordato.it

