

Protocollo Viticolo, del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG

un documento sottoscritto da una commissione di esperti presieduta dal Consorzio volta a promuovere e salvaguardare il territorio di produzione e la bellezza del suo paesaggio. Lo scopo è quello di **minimizzare l'impatto ed il rischio** dell'uso dei prodotti fitosanitari nei confronti dell'uomo e dell'ambiente.



/2021

Le linee guida per una gestione avanzata della difesa integrata della vite in caso di contenzione operativa saranno di salvaguardia della salute pubblica e rispettose delle LTO della Regione Veneto.



INTERVISTA CON LA PRESIDENTE E IL NEO DIRETTORE DEL CONSORZIO SUL FUTURO DELLA DOCG

Prosecco sì/no. Strategie di valore per il Conegliano Valdobbiadene tra sostenibilità e zonazione

Prosecco sì, ma con delle differenziazioni. Questo è lo schema nel quale si muove il Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco Dcog, alla ricerca della valorizzazione di un territorio che è diverso e complementare dalle altre due altrettanto importanti denominazioni del nord-est in cui l'uva Glera è sempre più protagonista. Proprio questa diversità, nel dialogo doppio con **Elvira Bortolomiol** e **Diego Tomasi** - presidente e direttore di recente nomina alla guida del Consorzio - emerge come uno dei punti di forza sui quali si incardinano le attività strategiche dell'ente. Elementi fondanti che possono essere riassunti in tre macro-temi: forte valorizzazione del territorio e della denominazione Conegliano Valdobbiadene, anche in virtù del riconoscimento Patrimonio dell'Umanità Unesco (mettendo in secondo piano il nome Prosecco se serve); la determinata e strutturata svolta verso la sostenibilità globale; un vigoroso impulso per la valorizzazione del prodotto anche attraverso identità territoriale più specifiche. Su questo percorso si innestano ovviamente le ricadute di una attualità fatta di incognite, ma anche una forte volontà dei nuovi vertici per sostenere un movimento fatto di orgoglio, come per le Uga qui dedicate alle "Rive", di tradizioni secolari e di valori paesaggistici obiettivamente molto importanti.

Dopo la sua lunga esperienza come vicepresidente è da pochi mesi alla guida del Consorzio. È la prima volta di una donna con questa carica sul territorio. Ha un significato nella battaglia sulla uguaglianza di genere anche nel nostro settore e come vive questo risultato?

ELVIRA BORTOLOMIOL: Credo che la mia elezione sia stata l'espressione della condivisione del pensiero di una comunità e della volontà dei membri del Cda e dei produttori. È il riconoscimento di un'evoluzione di un percorso partito anni fa con i miei vari mandati come vicepresidente. Penso che si sia trattato di una scelta non tanto di genere, quanto di presa in considerazione di un operato di passione, capacità, professionalità e forse anche della mia esperienza maturata come vicepresidente, che si radica nel lavoro svolto all'interno di un'azienda storica nata nel 1760 e rimasta sempre di proprietà familiare.

Il rinnovo della guida consortile ha investito anche la direzione, rimasta vacante per ben sei anni. Dopo un lungo lavoro di affiancamento del Consorzio dal punto di vista della ricerca e dell'apporto tecnico, Diego Tomasi approda alla carica di direttore con un salto professionale rilevante. Da ricercatore a manager del Consorzio, come si sente in questo nuovo ruolo?

DIEGO TOMASI: Ho una profonda conoscenza del territorio, dei produttori e delle realtà locali. Sicuramente questo background mi avvantaggia nel promuovere la denominazione, il prodotto e le professionalità che distinguono la nostra

di ALESSANDRA PIUBELLO

Elvira Bortolomiol e Diego Tomasi a tutto campo sulle strategie della versione "premium" delle bollicine del nord-est. Unità di intenti con gli altri Consorzi, come nella diatriba sul Prosek croato, ma soprattutto grande impegno per la valorizzazione del territorio, da esporre con più forza in etichetta e attraverso le Uga "Rive", e sulla sostenibilità in vigna. Sperando che i rincari aiutino un riposizionamento verso l'alto del prezzo medio...



Elvira Bortolomiol e Diego Tomasi

Dcog. Dietro ogni Consorzio c'è però un immenso lavoro, con tantissime attività, che dall'esterno sono spesso poco percepite, e che sto approfondendo con entusiasmo. Nel complesso trovo che sia una sfida molto stimolante.

La denominazione sta vivendo una fase storica di concentrazione produttiva: una ventina d'impresе spumantistiche, che rappresentano il 10% del totale, sono cresciute costantemente in questi ultimi dieci anni arrivando a controllare più dei due terzi della produzione. Come viene visto questo trend dalla base associativa?

E.B.: Sono cresciuti i numeri che riguardano le aziende più grandi: questo posizionamento sul mercato dà forza a tutta la denominazione. Ma, d'altro canto, sono le piccole e medie aziende che portano in sé il Dna della tradizione e della cultura enoica, dalle quali si è sviluppato il valore della nostra Dcog. Quindi, da noi volumi e valori si sono compensati e integrati per dare maggior peso e sostegno alla denominazione. Nella nostra realtà agiscono varie tipologie di aziende, tutte ugualmente importanti, sia le grandi, sia le medio-piccole. Dobbiamo pensare per esempio che le cooperative hanno a che fare con un numero molto alto di viticoltori e quindi possono operare per trasmettere loro un cambiamento di prospettiva vitivinicola. Il coordinamento condiviso che stiamo svolgendo nel Cda, dove sono presenti le cooperative, permette il trasferimento anche alla base associativa dei nostri valori di sostenibilità, di cultura, della qualità delle uve e del vino.

Questi valori sono stati trasferiti e percepiti sul mercato?

E.B.: Nei fatti la nostra denominazione, soprattutto durante la pandemia, ha saputo posizionarsi al meglio sui mercati nazionali e internazionali, in particolare nella Gdo e nell'e-commerce. In questo momento storico, in cui speriamo tutti di chiudere il periodo pesante legato all'emergenza Covid-19, i produttori si trovano ad affrontare altre criticità, dovute all'aumento dei prezzi della materia prima, dei costi dell'energia e dei trasporti. I produttori devono pertanto affrontare il mercato nel 2022 con listini in netto aumento rispetto ai precedenti. Ancora non sappiamo come reagirà il consumatore finale a questi aumenti. Speriamo che il lavoro svolto in questi anni per trasmettere tutti i contenuti della nostra storia, della nostra tradizione e i nostri punti di forza sia stato acquisito dal consumatore che confermi quindi la propensione all'acquisto delle nostre etichette.

Sempre a proposito di mercato, il Consorzio come gestisce le diversità insite al suo interno a livello di prezzi su tutta la filiera?

E.B.: Il divario a livello dei prezzi fra grandi aziende e piccole imprese si è un po' assottigliato e stiamo andando verso una maggior omogeneità di prezzi. È un tema molto sentito che viene condiviso e discusso all'interno del Cda per raggiungere un equilibrio sempre maggiore nella presentazione del prodotto sul mercato anche in ottica futura.



CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

I numeri della Denominazione

SUPERFICI

Superficie produttiva totale vendemmia 2020
8.712 ha
di cui:
Superficie di Conegliano Valdobbiadene Prosecco 8.105 ha
Superficie del "Rive" 494 ha
Superficie del "Superiore di Cartizze" 108 ha

PRODUZIONE

Bottiglie totali prodotte 2020
92.105.416
di cui:
85.705.612 bottiglie di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore
2.396.939 bottiglie di "Rive"
1.352.103 bottiglie di Superiore di Cartizze
2.555.635 bottiglie di Frizzante
95.127 bottiglie di Tranquillo
Valore stimato della produzione 2020
€ 526.618.03

Bottiglie totali prodotte 2021
104,7 milioni
Valore stimato della produzione 2021
595 - 610 milioni di euro

IMPRESE (2020)

Viticoltori 3.384
Vinificatori 437
Case spumantistiche 198

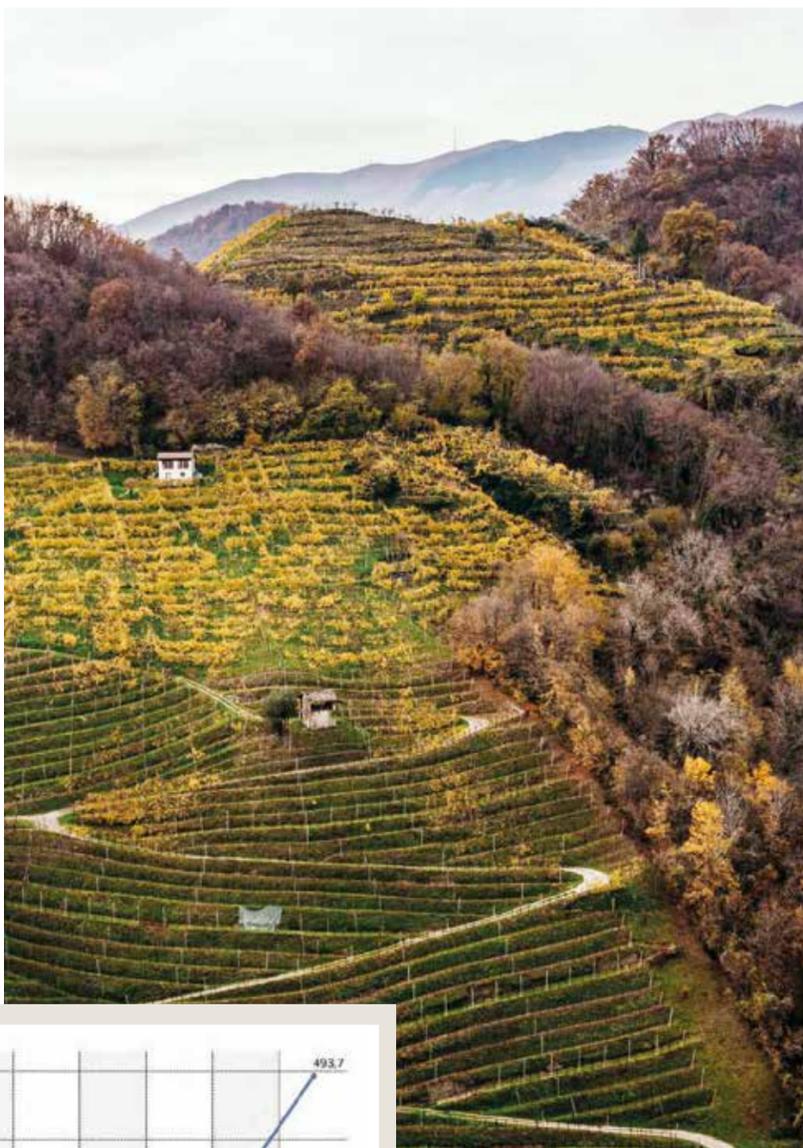


Passiamo al dibattito sul nome, che da diversi anni anima il territorio: il 92% dei produttori riporta ancora il nome Prosecco in etichetta, mentre un 8% ha deciso di presentarsi solo come Conegliano Valdobbiadene Docg, opzione peraltro permessa dal disciplinare del Consorzio. Questa piccola fascia di produttori è destinata ad aumentare?

E.B.: Il lavoro che stiamo facendo, grazie anche al fatto che siamo stati riconosciuti sito Patrimonio dell'Umanità Unesco, è di valorizzare ancora di più di quello che è stato fatto fino ad oggi per il territorio. Il nome Conegliano Valdobbiadene sarà determinante per portare avanti la nostra politica e la filosofia della nostra denominazione. Oggi per noi mantenere una alta considerazione nei mercati significa intensificare l'espressione del valore di cui è portatore il territorio. Prevediamo che nel futuro il "brand" Conegliano Valdobbiadene dovrà essere più forte di prima, la nostra idea è che fosse sempre riconosciuto come nome di riferimento basilare.

E questa scelta forte come si concilia a livello di strategia comune con il "sistema Prosecco", ovvero con le altre due denominazioni?

E.B.: La strategia comune non è in discussione. Abbiamo un piano condiviso dalle tre denominazioni, impegnato nella tutela del nome Prosecco. D'altronde la nostra denominazione ufficiale è Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg: quindi siamo parte dell'universo Prosecco. Però vogliamo fare emergere ancora di più il nostro territorio, per le sue tradizioni, la bellezza e la storia di una comunità, pur continuando il lavoro con le altre denominazioni ovviamente. In questo senso siamo tutti coesi e impegnati per tutelare il nome Prosecco a livello mondiale. I tre consorzi, per esempio, hanno lavorato congiuntamente negli ultimi mesi per fare fronte comune e difendersi al meglio a livello europeo rispetto alle problematiche che si aprirebbero in seguito alla registrazione del nome Prosek croato. Su questi aspetti la collaborazione tra noi si è rafforzata e proseguirà anche nel futuro.



Paesaggi in questo servizio: photo credit Arcangelo Piai

denominazione - facendo in modo che questi sentimenti vengano recepiti anche dalle nuove generazioni.

Rimanendo in tema di caratterizzazione territoriale, avete svolto uno studio, dal 2006 con ultimo aggiornamento al 2020, per l'individuazione di diciannove sottozone. Come si affianca questo lavoro con le "Rive"?

D.T.: Per l'individuazione delle sottozone è stato necessario avviare e poi approfondire e aggiornare uno studio scientifico sul nostro territorio. Si sono analizzati i diversi suoli, anche a livello microbiologico, i climi, l'interazione tra varietà e ambiente, i livelli organolettici e qualitativi delle uve e dei vini. Una ricerca fondamentale per presentare in modo sistematico e specialistico le differenze tra microaree del nostro territorio, individuando delle sottozone non rivendicate a livello normativo ma come indicatori di peculiarità delle diverse aree. Un racconto e un quadro di riferimento tecnico all'interno nel quale si sono potute inquadrare le nostre Uga, le quarantatré menzioni "Rive" che, invece, godono di un loro specifico riconoscimento normativo che ne consente l'indicazione in etichetta.

Le "Rive" nel 2019 diventano Uga, includendo solo i vigneti più impervi, e nello stesso anno vengono introdotte in disciplinare le tipologie "sui lieviti" e l'Extra brut. Facciamo un bilancio su queste ultime due novità?

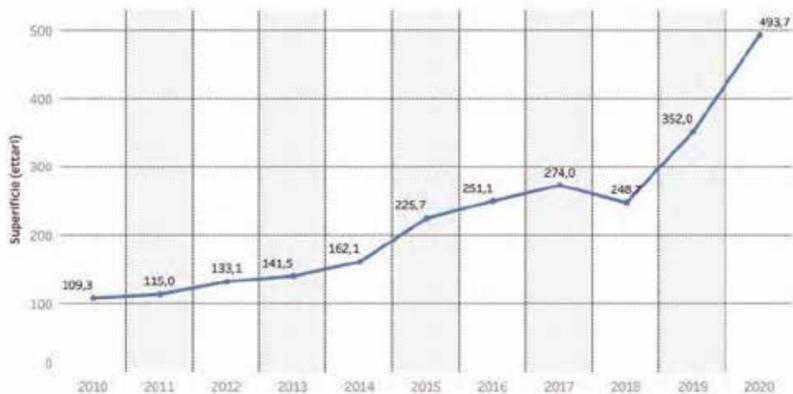
E.B.: La tipologia "sui lieviti" appartiene alle nostre tradizioni e alla nostra storia. Il Consorzio e alcune aziende ci credono ed è in lenta crescita. Ci stiamo comunque riferendo a una nicchia di mercato. Per quello che riguarda l'introduzione dell'Extra brut, è stata una scelta valida, e infatti sta andando molto bene, soprattutto nei mercati internazionali. Lo stile più secco favorisce il consumo del nostro Conegliano Valdobbiadene a tutto pasto, anche con le cucine internazionali, in particolare modo quelle asiatiche, ma anche come aperitivo. Inoltre, le tecniche spumantistiche che servono per le tipologie più secche sono più specifiche ed evolute, dando un percepito di maggior qualità al consumatore.

Queste tipologie sono in linea con una destagionalizzazione del consumo del Conegliano Valdobbiadene? E sul rosé siete sempre contrari?

E.B.: La versione rosé non rientra nei nostri programmi futuri, mentre la crescita sulle tavole del nostro spumante a tutto pasto è evidente ed è distribuita nell'anno. Nelle presentazioni istituzionali con gli chef viene abbinato a cucine sofisticate, dimostrandosi un compagno ideale e rimane forte il consumo come aperitivo e anche nei cocktail. Il Conegliano Valdobbiadene si presta bene per essere consumato durante tutto l'anno: anche se dicembre con il Natale rimane il periodo di picco di richiesta, la domanda si distribuisce ormai in maniera consistente anche negli altri mesi.

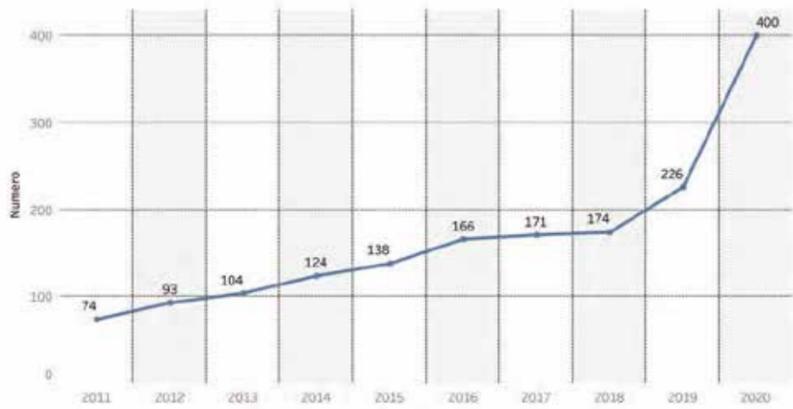
Invece lo spumante Docg biologico non decolla e segna decrementi rispetto all'anno precedente. Perché?

D.T.: Penso che la battuta d'arresto sia contingente, dovuta al cambiamento climatico. Purtroppo maggio e giugno sono mesi sempre più piovosi. Le piogge comportano maggior pressione fungina in vigneto, il che implica, in biologico, una tempestività nei trattamenti che non sempre in collina è possibile date le pendenze dei vigneti. Per dare delle risposte a questa situazione dobbiamo studiare l'utilizzo di biostimolanti, approfondire la connessione tra peronospora e clima, verificare la gestione della chioma



Rive DOCG: superficie vitata rivendicata, 2010-2020

Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Valoritalia, 2011- 2021



Rive DOCG: viticoltori, 2011-2020

Fonte: elaborazione C.I.R.V.E. (Conegliano) su dati Camera di Valoritalia, 2012- 2021

Torniamo sul territorio e sulle strategie di valorizzazione del prodotto attraverso la sua identità territoriale con le Uga (Unione Geografiche Aggiuntive) delle "Rive".

I dati indicano che, sebbene siano aumentati il numero di produttori impegnati nella coltivazione delle uve atte a divenire "Rive", con un +441% rispetto al 2011, la superficie rimane ancora molto limitata (494 ettari su 8.712 totali). Come intendete agire nel futuro, volete impegnarvi ulteriormente per far rivendicare le "Rive"?

D.T.: Le "Rive" hanno un andamento lento ma in costante crescita. Siamo attorno ai tre milioni di bottiglie, con un aumento della rivendicazione del 120% dal 2012, una crescita del 118% per quanto riguarda i prezzi e un incremento a valore del 200%. Si sta concentrando in questa menzione la sintesi dei nostri veri valori: il paesaggio e il lavoro umano, con 750 ore di manodopera l'anno per ogni ettaro, la tradizione, i caratteri del suolo e del clima che esaltano la vocazione viticola delle quarantatré "Rive" ad oggi riconosciute (così vengono chiamati i fianchi scoscesi delle colline, che possono essere molto ripidi, quasi verticali), portandole anche commercialmente a un maggior successo. Ultimamente le "Rive" vengono riconsiderate, abbellite, protette a livello viticolo, proprio perché saranno di vera rilevanza nel futuro e i produttori se ne stanno rendendo conto.

Da parte nostra, stiamo puntando sul progetto coinvolgendo i produttori in ulteriori rivendicazioni, sottolineando l'orgoglio di appartenenza ad un territorio - dove le "Rive" sono da sempre considerate il fiore all'occhiello della nostra

Mercato	ANNO 2020		Var. % 2020 su 2019		Var. % 2020 su 2010	
	Volume (bottiglie)	Valore (milioni €)	Valore	Volume	Valore	Volume
Regno Unito	8.143.093	46,7	-25,7%	-36,0%	894,9%	601,0%
Germania	6.903.757	42,9	8,5%	2,3%	21,3%	-11,6%
Svizzera	5.638.799	28,7	14,3%	8,6%	76,2%	61,8%
Benelux	2.248.538	11,6	27,6%	25,9%	141,3%	119,4%
Paesi mitteleuropei baltici	1.812.992	10,2	12,4%	9,6%		
Austria	2.129.926	10,1	24,5%	34,3%	29,4%	24,7%
Stati Uniti	1.733.411	9,2	-41,2%	-39,1%	-40,8%	-48,6%
Paesi Adriatico-Danubiani	1.207.335	6,8	30,8%	23,9%		
Russia	1.184.933	6,6	104,9%	92,9%	459,0%	225,2%
Canada	1.216.742	6,2	14,8%	11,7%	18,6%	27,2%

Spumante DOCG*: dinamiche dell'export a volume e valore verso le principali destinazioni
Fonte: CIRVE Conegliano, 2021 - Valoritalia, 2021
* Il dato comprende lo Spumante DOCG e il Rive DOCG



e adottare sempre più gli impianti semifissi di trattamento, in modo da essere più tempestivi nella reazione alle piogge e quindi intervenire con i trattamenti antiperonosporici al più presto, scongiurando il peggio. Ma sarà il biodistretto a dare una vera svolta alla viticoltura biologica nella nostra denominazione. Il Conegliano Valdobbiadene ha i numeri, come confermato qualche giorno fa da Avepa (Agenzia Veneta per i Pagamenti, ente pubblico che accanto alle funzioni di pagatore regionale, gestisce le attività tecniche, amministrative in materia di agricoltura e sviluppo rurale, ndr) per proseguire nel suo iter per essere riconosciuto come biodistretto, speriamo entro l'anno. Essere biologici è un obiettivo estremamente importante per noi, ed è costantemente presente nei nostri piani strategici, ma dobbiamo saper mettere in vigneto tutte le strategie necessarie per salvaguardare la produzione e il rispetto dei disciplinari.

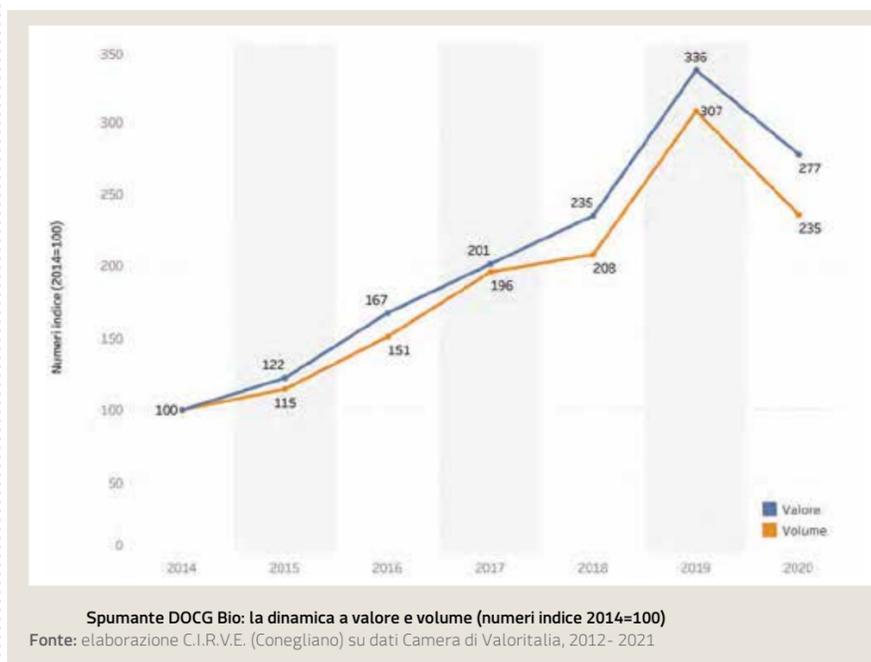
Restando nel tema del biologico, avete avviato il progetto per la certificazione globale della denominazione al Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata (Sqnpi). Quando intendete raggiungerlo, anche alla luce dello Standard unico di riferimento che dovrebbe essere varato dal Ministero, speriamo, entro aprile?

D.T.: Ad oggi siamo al 33,5% di certificazione dei nostri 8.712 ettari, tra biologico e Sqnpi. Il nostro obiettivo è raggiungere il 50% al termine di quest'anno e di terminare il processo arrivando al 100% entro il 2029. Stiamo lavorando a una maggior sensibilizzazione dei nostri produttori per ottenere questi risultati ma nel frattempo, pur restando in attesa della Certificazione unica nazionale, stiamo lavorando con il Sqnpi.

Rimanendo nel campo della sostenibilità, il divieto di glifosate introdotto dal 2019 che tipo di impatto ha avuto sulla competitività aziendale delle imprese, ben sapendo che gli interventi di sostenibilità hanno un costo per le imprese?

D.T.: Buona parte del nostro territorio già non faceva uso di glifosate, essendo abituato a gestire manualmente il sottofila. Non ci sono stati particolari problemi da parte del viticoltore nell'acquisire questa disposizione, anche perché la Plv che oggi si ottiene riesce a sopprimere ai 300-400 euro in più ad ettaro per i costi di gestione che l'assenza di glifosate impone, che quindi non pesano eccessivamente sulle spalle del viticoltore. Il grande vantaggio dell'eliminazione del glifosate - e vorrei sottolineare che siamo l'area più estesa d'Europa senza questo principio attivo - è stato quello di aumentare gli elementi distintivi di questo territorio, che sono basati sul valore ambientale. I numeri dimostrano che la biodiversità all'interno del vigneto, come specie vegetali e microrganismi, è aumentata dopo l'abbandono del glifosate. La bellezza del paesaggio inoltre non è più deturpata dalle strisce rossastre dovute all'utilizzo di questo principio in vigna. Questa scelta ha portato a un ricono-

scimento dell'impegno dell'uomo verso il territorio, che riteniamo essere un grande successo per la nostra denominazione. Ma dobbiamo andare oltre, come stiamo facendo, ad esempio, sul tema delle bioplastiche, ovvero delle plastiche biodegradabili o biocompostabili. Abbiamo infatti avviato un progetto che prevede la sostituzione della plastica in vigneto (quella usata per i decespugliatori, per la legatura dei tralci, per la pacciatura delle fallanze) con le bioplastiche. È un altro passo molto importante verso la sostenibilità: vogliamo arrivare a essere plastic-free nei nostri vigneti.



Spostandoci sul fronte della produzione di energie alternative, abbiamo visto che il fotovoltaico è fermo nel 2020 rispetto al 2019 e che scendono le aziende che utilizzano le biomasse a scopo energetico. Il Consorzio come ha intenzione di muoversi in questo scenario?

D.T.: Il fotovoltaico è attenzionato, ma deve essere condiviso e monitorato per evitare un impatto ambientale negativo dal punto di vista paesaggistico dato che siamo un sito Unesco, anche se questo non significa non voler progredire sul fotovoltaico. Per quello che riguarda l'utilizzo delle biomasse a scopo energetico, abbiamo un altro obiettivo come Consorzio: rendere la denominazione "azoto chimico free". Sappiamo che biomassa significa sequestro di carbonio, che deve restare nel suolo. Dobbiamo sostituire l'azoto chimico con il compostaggio delle biomasse e con tutto ciò che è organico. Quindi il Consorzio sta andando verso il riutilizzo delle biomasse non a scopo energetico, ma come arricchimento

del substrato e del suolo con sostanza organica. Ma il nostro compito verso la sostenibilità non finisce qui, determineremo la Carbon footprint dell'intera denominazione per stimare le emissioni di gas serra, occupandoci del censimento delle zone boschive per valutarne l'impatto positivo.

Nel 2021 avete tagliato il traguardo dei 100 milioni di bottiglie. Cosa prevedete nel 2022, ci saranno ulteriori aumenti quantitativi?

D.T.: Anche se le richieste per le fascette Docg a gennaio e febbraio stanno ancora crescendo rispetto ai mesi scorsi del 2021, il nostro obiettivo non è il numero di bottiglie prodotte ma il loro valore. Il nostro orgoglio è portare nella bottiglia tutti i plus che ci distinguono. Quindi, incorporare l'importanza del riconoscimento come sito Unesco, che viene conferito solo ai territori di pregio con requisiti unici, unitamente alla bellezza del paesaggio, alla salubrità del territorio, alla tradizione e alla storia (ci sono testimonian-

ze relative alla coltivazione della vite in questi colli che risalgono a trecento anni fa).

Forse il 2021 è stato un anno un po' "dopato", con dei record d'incassi inaspettati. Per esempio per la spumantistica italiana abbiamo raggiunto traguardi di vendite il cui conseguimento era stato preventivato in tre anni. È plausibile che si mantenga questo trend nel futuro o pensate che il 2021 resterà un anno irripetibile e che il 2022 presenterà il conto?

E.B.: Quello che succederà è difficile da intuire, anche in virtù dei drammatici eventi bellici di queste settimane. Possiamo cercare di vedere quelli che sono i lati positivi di un 2022 che innanzitutto porterà sicuramente ad alcuni rincari sui listini. I prezzi più alti, che si registreranno sul mercato tra marzo e aprile, potrebbero essere l'occasione giusta per aumentare un po' e stabilizzare il prezzo medio dei nostri prodotti. A fronte della situazione generale, la crescita del nostro posizionamento potrebbe essere vista come un giusto riconoscimento di quello che la nostra denominazione può offrire, ovvero una produzione limitata ma depositaria di grandi valori. Sono convinta che in generale la crescita delle vendite nel 2022 sarà calmierata, a fronte di incrementi di listino che i consumatori, già impoveriti dalla pandemia, saranno costretti a subire.

Nelle strategie consortili è prevista la ricerca di nuovi sbocchi di mercato?

D.T.: Sì, perché riteniamo che la diversificazione sia una strategia primaria per affrontare i mercati internazionali. In tal senso, opereremo per mantenere e approfondire la nostra presenza in Francia e negli Usa. Ma ci concentreremo anche per attivare nuove proficue collaborazioni con Paesi dove non siamo presenti, come l'Australia o altri Paesi dell'Est europeo. Certamente continueremo a lavorare con sempre maggior determinazione, se ci saranno le condizioni per farlo, nei nostri mercati principali, ovvero Gran Bretagna, Germania e Svizzera. Sono infatti in programmazione degli incoming destinati a giornalisti, ristoratori, master of wine, opinion leader provenienti da questi Paesi per far loro vivere e conoscere il nostro territorio.

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
ERNESTO ABBONA

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Fabio Gibellino, Rossella Contato, Maurizio Tagliani, Antonella Genna, Alessandra Piubello, Francesca Margheri, Rita Perria

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281, corrierevinicolo@uiv.it

PROMOZIONE & SVILUPPO
LAURA LONGONI (desk), tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it

GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it
GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
NOEMI RICCO, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



aderisce al progetto europeo
WINE IN MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE