

FORMULARIO INFORME TECNICO

GIRAS DE INNOVACIÓN 2017

Nombre de la gira de innovación
Innovación en técnicas de elaboración de vinos naturales y accionar del cooperativismo en Italia.
Código FIA
GIT-2017-0591
Fecha de realización de la gira
10 de Noviembre al 22 de Noviembre 2017
Ejecutor
Cooperativa Vitivinícola Valle Marga Marga
Coordinador
<u>Michele Ghirardello</u>
País (es) visitado (s)
<u>Italia</u>
Firma del coordinador



1. Identificación de los participantes de la gira de innovación

Nombre y apellido	Entidad donde trabaja	Profesión, especialización	Correo electrónico	Teléfono	Dirección	
1	Roberto Muñoz Balbontín	Asesor e Inversiones Arturo Ltda.	Ingeniero en Alimentos, Vitivinicultor			Bartolome Las casas, 2193 Vitacura Santiago
2	Arturo Esteban Herrera Román	Arturo Esteban Herrera Román E.I.R.L.	Técnico Agrícola, Vitivinicultor			Fundo San Jorge Porción E, El Sol Quilpué
3	Cristopher Alfonso Holzmann Kintner	Cristopher Alfonso Holzmann Kintner	Administrador Agrícola Vitivinicultor			Fundo La Viña 14 S/N Casablanca
4	Carlos Antonio Salgado Cuevas	Sociedad Agrícola Los Alcornosques	Ingeniero Agrónomo Administrador			Fundo La Merced S/N Casablanca
5	Michele Ghirardello	Asesor independiente	Sommelier Coordinador			Novena 863, Quilpué.
6	Adolfo Emilio Hubner Alvarado	Maria Carolina Alvarado Aspillaga E.I.R.L.	Ayudante de Bodega			Fundo San Jorge S/N, El Sol Quilpué.
7						

2. Itinerario realizado en la gira de innovación

Entidad (institución/empresa/ productor)	Ciudad y país	Describe las actividades realizadas	Nombre y cargo de la persona con quien se realizó la actividad en la entidad visitada	Temática tratada en la actividad	Fecha (día/mes/año)
Vini Disisa	Palermo/ Italia	Se visita el campo y las bodegas de la empresa la cual	1. Lorenzo Paola Dueño 2. Laura Mario Dueño con la presencia de toda la familia.	1 Manejos ecológicos, biocontroles y manejo de suelo. 2 Uso de levaduras nativas, técnicas de envejecimiento 3 certificación	13.11.2017
Vini Francesco Giuccione	Palermo/ Italia		1. Francesco Giuccione Dueño 2. Oscar Bissinger	1 Infraestructura en elaboración de vino 2 manejo de gases inertes 3 biocontroladores, manejos culturales para control de oidio. 4 Certificación	14.11.2017
Cantina Cusumano	Palermo/ Italia		1 Maira Vina. 2 Diego Cusumano	1 elaboración de vinos naturales, manejo de temperatura en bodega, maquinarias tipos de maceración. 2 gases inertes 3 experiencia del agricultor.	15.11.2017
Cooperativa			1. Massimiliano Solano. Director de producción	1 Procesos de elaboración con	16.11.2017

Valdibella			de la cooperativa. 2. Nino Vilardi, Enólogo	minimo uso de sulfitos. 2 Metodos actualizados para uso de maquinaria en vinos blancos naturales. 3 Gestion interna y comercial de la cooperativa.	
Cantina Ferriato			1 Paolo Costa Gerente de ventas	1 Proceso de elaboración de espumantes con vinos naturales. 2 Maceracion en vinos blancos 3 Tipos de prensado 4 Glicerol y su impacto en los vinos	17.11.2017
Centro tecnológico			1 Giacomo Ansaldi, Enólogo 2 Alberto Parrinello, Eno-Técnico	1	17.11.2017
Vineria Litro			1 Leorella Realle Enologa	1 Muestra de vinos y forma de compra de la tienda. 2 Presentación de vinos para su caracterización por parte del sommelier del local	20.11.2017
Centro Slow Food, Roma.Citta del Gusto			1 Francesca Lito, Coordinadora Convivium Slow Food, Paliano 2.Chíara Davico. Sloow food Roma.	1 Análisis de laboratorio para vino natural 2 Revisión de vinos naturales y orgánicos	21.11.2017

Vini Tenuta di Fiorano			1 Bodegero: Francesco di Paola 3. Rosana Ferraro	1 Análisis de proceso de guarda para vinos. Tipos de botellas, corchos manejo de temperatura en bodega.	21.11.2017

2.1 Indicar si hubo cambios respecto al itinerario original

Las visitas fueron realizadas en un 100% respecto lo programado, sola que se debió cambiar del día 14.11.2017 al 15.11.2017 a Cantina Cusumano porque solicitaron estando alla ese día de visita para que estuvieran los agrónomos y los técnicos que ese día se encontraban, de ahí que por ese motivo el día 14.11.2017, se logró visitar a otra Cooperativa además de la que se tenía programada.

Durante la semana de visitas se logra contactar a un Centro Tecnológico de vitivinicultura en la ciudad de Palermo, al cual ya se había conversado hace algún tiempo, pero no se había contado con la carta de compromiso, sin embargo estando en Palermo se posibilito la visita, por lo cual se propuso el día Sábado, para desarrollar esta visita.

Los cambios fueron mínimos, solo una visita cambio de día, el resto se logró según lo propuesto, inclusive se realizaron otras complementarias; la diversidad de productores y la gran hospitalidad de los productores en Italia es realmente positiva, facilito el aprendizaje y permitió una retroalimentación que fue mucho más del objetivo planteado, logrando la obtención de conocimientos y el desarrollo de modelos posibles de aplicar en nuestra organización y en la forma de producir vinos.

3. Indicar el problema y/o oportunidad planteado inicialmente en la propuesta

En la actualidad la producción de viñedos orgánicos y de vinos con mínima intervención y métodos ancestrales, está siendo altamente demandada por el mercado nacional e internacional.

En la V región, específicamente en el Valle Marga Marga (territorio con denominación de origen según Decreto de Agricultura 464 del 14 de Diciembre de 1994), existe una agrupación vitivinícola de hecho con estas características, los que en conjunto con pequeños viñateros de algunas localidades antiguas, de Casablanca, han venido trabajando desde hace algún tiempo en la elaboración de vinos artesanales (productos hecho a mano”).

La demanda actual de sus productos y el interés por diferenciarse de los procesos industrializados del vino y a su vez de perfeccionar técnicas, hace necesario actualizar sus conocimientos y desarrollar alguna innovación en relación a métodos de elaboración y de manejos orgánicos. No es fácil obtener información en Chile en relación a producción de este tipo de vinos al momento de buscar diversificar en algunas líneas de producción, si bien hay excelentes enólogos de tipo convencional, la mayoría de las asesorías en el ámbito de vinos orgánicos y naturales procede de otros países, no es de acceso fácil visitar bodegas o viñedos donde se realice producción semejante a este Valle, por lo cual temáticas que hoy es preciso conocer como: nulo o mínimo uso de sulfitos, uso de gases inertes, disminución de alcohol en los vinos, manejos de bodegaje, uso de 100% de levaduras nativas en la elaboración de vinos, tecnologías de vinificación para pequeñas empresas, alternativas de macerados y manejos de viñedos con biocontroladores, y gestión de cooperativismo, son temáticas que se buscará a través de esta gira conocer, lo que permitirá perfeccionar los métodos de producción y buscar así una mayor diversificación de líneas de productos amparadas de una gestión asociativa.

En segundo lugar los manejos orgánicos que estas empresas desarrollan en sus viñedos, han estado expuestos en los últimos años al cambio climático, esto lleva al agricultor a requerir de información actualizada y ojalá probada en problemáticas como control de oídio, botrytis para lo cual esperamos revisar sus manejos en relación al uso de bio-controladores y de aceites esenciales, dado que en Chile en la época estival se ha mostrado la presencia de neblinas, lluvias a destiempo situaciones que en la Isla de Sicilia se dan por la influencia costera, las empresas se están enfrentando a nuevas problemática y ya han comenzado a desarrollar sus propios ensayos tecnológicos, sin embargo, apreciar experiencias ya aplicadas en terreno permitiría fortalecer capacidades técnicas en cada uno de ellos.

Chile no cuenta con áreas orgánicas o de producción biodinámica que se trabajen a nivel de territorio, es así que los productores del Valle Marga Marga, desean adquirir conocimientos de un lugar del mundo donde existe una agricultura con estos manejos a nivel de localidades, donde muchos productores siempre han desarrollado esa manera de producir y donde exista alguna cooperativa de producción con interés en entregar conocimiento, de allí que tras conversaciones, se determinó que la Isla de Sicilia y Roma contaban con estas características. El conocimiento en la temática de denominación de origen certificada, es relevante para los futuros desafíos que deberá ir enfrentando nuestro país.

La Provincia de Palermo cuenta con una historia de desarrollo de vinos con manejos orgánicos, en casi toda su extensión, la elaboración de sus vinos cuenta con la base de métodos naturales, quienes cuentan con avances y aplicación de tecnologías sencillas pero muy dinámicas, manejan cooperativas locales organizadas para comercializar dentro de la Isla y hacia las ciudades del gusto como las llaman, en las diferentes ciudades turísticas de Italia; hay información de gran importancia que esta gira logrará capturar:

- 1.-Conocer producción de vinos con menos alcohol y más glicerol.
- 2.-Conocer producción de vinos con uso de 100% de cepas de levaduras indígenas evitando el uso de levaduras externas y vinos sin filtrar.
- 3.-Reconocimiento de la producción de vinos con reducido o mínimo contenido de sulfitos por medio de gases inertes, a través del manejo de tecnologías y equipamientos para pequeñas empresas.
- 4.- Plan de manejo en viñedos con énfasis en biocontroladores.
- 5.-Técnicas de producción de espumantes con procesos naturales, artesanales y biodinámicos.
- 6.- Conocer los procesos de certificaciones, etapas para obtenerla y sus compromisos para mantenerla
- 7.- Conocer la gestión interna de alguna cooperativa vitivinícola en la Provincia de Palermo, sobre todo en lo relacionado a comercialización y experiencias de modelo de circuitos cortos.

Finalmente el aprendizaje que se puede obtener en relación a los procesos de venta y difusión local del tipo de vinos que ellos tienen, potenciaría el enfoque de comercialización que esta agrupación de viñateros está comenzando a desarrollar con sus vinos y espumantes.

Todos estos temas son de absoluto interés para el grupo de empresas que siempre ha estado elaborando vinos con métodos de mínimo o nulo uso de sulfitos, lo que en ocasiones lleva a pérdidas en cuanto a la calidad, dificultad que se tiene sobre todo en los procesos de elaboración de vinos blancos. Bien sabemos por fuentes de agricultores de esa zona, que se trabajan muy bien los vinos blancos pero de tipo oxidados y que sería muy valioso obtener mayor conocimiento en esta línea no desarrollada en nuestro Valle. Para aquellas empresas que tercerizan la elaboración del vino, es una oportunidad de reconocer procesos y tender al desarrollo de vinos orgánicos y no convencionales.

Finalmente el Valle Marga Marga cuenta con historia en lo que significa elaboración de espumantes por métodos tradicionales, y eso conlleva a seguir perfeccionando métodos de elaboración más orgánicos, situación que también se podrá revisar a partir de esta gira, dado que en la Isla de Sicilia, existe al igual que en este Valle una gran presencia de variedades propias de la zona, de las cuales manejan una variada y rica experiencia en producción de vinos y espumantes. Cepajes, que no son los típicos europeos como Chardonnay, Sauvignon Blanc, Pinot Noir. Para parte de este grupo de empresas es preciso mantener nuestra identidad y utilizar lo que orgánicamente han tenido por varios años, cepajes que siempre han estado como: rosa de curtidilla (cepa española), san francisco (cepa con nombre local), lagrimilla (cepa española), Muscat de Frontignan (cepa francesa que llegó en el 1800) entre algunas, si bien en Italia existen muchos cepajes propios, locales muy antiguos, ellos han sabido innovar, desarrollar vinos muy diversos y con cepajes de identidad.

La posibilidad de haber constituido la Cooperativa producto del cambio a la Ley de Cooperativas en Chile, permitió a este grupo de viñateros constituirse en Octubre del 2017, la cantidad de productores orgánicos es reducido en el contexto de la V región, por lo cual el posibilitar con un menor número de socios esta asociatividad es clave para el desafío futuro, este año se realizó la primera vendimia conjunta con un resultado muy satisfactorio, ya se cuenta con 7000 litros de vino Chardonnay cooperado más vinos familiares en cada uno de los socios, todos trabajados con mínimas intervenciones químicas, algunos naturales como el caso de Arturo Herrera Román.

4. Indicar el objetivo de la gira de innovación

Captura de conocimiento en procesos de producción de vinos con mínimas intervenciones químicas, orgánicos y naturales, y accionar del Cooperativismo en la Provincia de Palermo y Roma en Italia, para lograr mejoramiento productivo y diversificación de productos

5. Describa clara y detalladamente la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

1.- En cuanto al cooperativismo la innovación supone en la forma de vinificación que corresponde a la mayor actividad de estas y en donde los vinos son distintos de acuerdo al sector y tipo de producción de la uvas, considerando que en todas partes las uvas son entregadas a la cooperativa por parte de los cooperados para hacer un tipo de vino, es ahí donde está la innovación que se realiza un vino distinto de acuerdo a cada familia que entrega la uva, es decir una cooperativa tiene tantos vinos como familias que aportan uva.

Deberemos seguir potenciando la identidad de las familias de la Cooperativa a partir de la materia prima de cada una de ellas, diferenciar las procedencias y fortalecer los procesos individuales.

2.-Por otro lado la forma de comercialización en las Cooperativas, venta a granel con dispensadores, esto permite que las personas compren producto a granel con envases que ellos mismos llevan, generando un beneficio a la Cooperativa en cuanto hay una cantidad importante de producto que no requiere de botellas, corchos ni etiquetas, por lo cual la gente tiene acceso a vino de buena calidad a un precio más bajo. Los dispensadores eran digitales, donde marcaban los litros vendidos y el valor (Estilo bencinera). Este tipo de tecnología es propia de Italia, se buscó los proveedores de este tipo de maquinarias.

3.- La diversidad de cepajes de la vid en la Isla de Sicilia fue una oportunidad de reconocer la posibilidad de enfrentar el desarrollo de nuevos vinos con cepas de tipo local. Sicilia contaba con numerosas cepas entre ellas Albanello, Alicante o Grènache, Carricante, Catarratto bianco comune, Corinto nero, Damaschino, Frappato, Grecanico dorato, Grillo, Insolia, Malvasia di Lipari, Minnella Bianca, Moscato bianco, Nerello Cappuccio, Nerello, Nero d'Avola, Nocera, Perricone, Zibibbo, nos hizo evaluar la forma diversa y simple de hacer los vinos de estas variedades desde la mirada del mundo orgánico, además de validar conocimientos pudimos establecer la posibilidad de generar la recuperación de algunas cepas que el valle tiene y que se podrían vinificar a partir de los próximos años, luego de algunas pruebas, el valle Marga Marga cuenta con cepajes españoles, Italianos y franceses no conocidos por el mundo tradicional del vino en Chile.

4.-Respecto innovaciones enológicas pasan por el estilo de producción que corresponde a estilos naturales de producción de vinos, estos van en contra del sistema de producción utilizado en Chile, sin embargo los resultados son increíbles:

4.1.-Dentro de estas técnicas está la de la maceración de uva blanca con su orujo por más de 100 días, lo que resulta para cualquier productor de vinos algo que no se debe hacer, esto da como resultado un vino blanco de características organolépticas totalmente distintas y que son muy apreciados en Europa, para lograr esto deben aplicar temperaturas en parte del proceso para asegurar una buena vinificación y un resultado final aceptable para el productor. Cabe destacar que esta vinificación se realiza sin sulfurosos añadidos por lo que el control de temperatura

es primordial en estos tipos de vinos.

4.2.- Luego existe un tipo de vino a realizar llamado el vino perpetuo, este consiste en llenar una barrica de madera de 3000 L con una variedad generalmente tinta y cada temporada se saca de esa cuba el 10% del vino y se rellena con vino de la nueva temporada. Nos encontramos con un vino perpetuo de 50 años en donde cada año las botellas vendidas de ese 10% tienen un valor superior.

4.3.- Las técnicas del oxidado de un vino que se dan debido a la creciente demanda de este tipo de vinos en Europa y que consiste en traspasar durante 1 año el vino de una cuba a otra para que tenga contacto con el oxígeno y así darle una oxidación natural, este proceso debe realizarse con cierto cuidado ya que es riesgoso para el vino.

4.4.- La innovación encontrada en bodega es la utilización de agua microfiltrada dentro de esta que se utiliza para todas las labores de limpieza y se debe a la única forma de asegurar una vinificación que al no utilizar químicos, todos los procesos y labores son riesgosas por lo tanto si se encuentra una bacteria en el agua, tarde o temprano estará en el vino.

4.5.- Como innovación al momento del embotellamiento se utiliza en una de las bodegas visitadas corchos de vidrio, esto debido al encarecimiento del corcho natural debido a su escases lo que se presentaría como una gran solución a futuro.

5. Indique la factibilidad de implementar en el país la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

Todas las innovaciones encontradas son perfectamente aplicables en nuestro país, técnicas aplicables en cualquier bodega con la debida higiene pero que va de la mano con los estilos de producción de cada bodega, en nuestro caso son innovaciones perfectamente aplicables y replicables también.

1.- Desarrollo de vinos con cepas locales del Valle Marga Marga, que hasta el momento no se han realizado.

2.- Desarrollo de un vino Perpetuo, no se tiene ese concepto en Chile.

3.-Implementación de técnicas de oxidado de vinos especialmente blancos, lo que se desarrollará a partir de esta vendimia 2018

4.-Utilización de agua microfiltrada para mejor manejo de vinos naturales.

5.- La realización de vinos naturales sólo con levaduras nativas se podrá realizar sin la necesidad de sintetizar levaduras, solamente se requerirá el desarrollo de mostos concentrados de uvas seleccionadas del campo.

7. Indique y describa los contactos generados en el marco de la realización de la gira de innovación

Nombre del contacto	Institución a la que pertenece	Descripción de su trabajo en la institución	Teléfono	Correo electrónico	Dirección
Oscar Bissinger	Guccione Azienda Agricola	Socio/Dueño			Corso Triesten 46 90040 San Cipirello
María Ernesta Berucci	Azienda Vitivinicola in agro homeopatia	Dueña			sede locale Via Maggiore 121 Piglio c/o Antica Casa Massimi
Alessio Ceccotti	Vineria Litro	Chef			Via fratelli Bonnet 5, Monteverde, Vecchio Roma
Aldo Viola	Azienda Agricola Aldo Viola	Dueño			Via per camporeale/18C trapani
Antonino Spezia	Terre di Giafar	Ingeniero agrónomo			Via Beniamino Joppolo, 10 91027 Paceco
Chiara Davico	Slow food Roma	Encargada Slow Food Roma			

8. Indique posibles ideas de proyectos de innovación que surgieron de la realización de la gira

Una de las principales ideas de proyecto de innovación es la realización de un vino con características de maceración mas larga, dando como resultado un tipo de vino distinto y muy apetecido para un sector de consumidores de vino, para lo cual se deberá iniciar este proceso en la próxima vendimia.

Otro de los proyectos innovadores es la realización de un vino perpetuo el cual según nuestro conocimiento no se realiza en Chile por lo que como idea de proyecto innovador pensamos dará buenos resultados.

El otro proyecto es el de utilización de agua microfiltrada para las labores dentro de la bodega.

9. Resultados obtenidos

Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
Obtener la información de como producir vinos con levaduras nativas, especialmente en vinos blancos, dado que en tintos ya se estaba realizando.	Se obtuvo la información requerida, es posible que se realicen los vinos con levaduras nativas, se obtuvo la técnica de separar una zona del campo con la mejor potencialidad de levaduras nativas y desarrollar un mosto concentrado con lo cual se podrá apoyar la fermentación sin necesidad de levaduras exógenas.
Métodos de producción de vinos oxidados.	Se logró el método el cual consiste en traspasar durante 1 año el vino de una cuba a otra para que tenga contacto con el oxígeno y así darle una oxidación natural, este proceso debe realizarse con cierto cuidado ya que es riesgoso para el vino.
Producción de vinos con reducido o mínimo contenido de sulfitos, uso de gases inertes para evitar añadir elementos como los sulfitos y a la vez considerar una mayor prolongación en las características del vino en el tiempo	Es posible en un 100% reducir el uso de sulfitos, eliminarlos en su totalidad, pero nos dimos cuenta que no con uso de gases inertes, dado que la información que llegaba aquí de esos manejos no era la correcta, no es necesario utilizar gases, nadie lo hacía de todos los productores que visitamos. La forma está en disminuir contaminación con el uso de agua microfiltrada, dado que el uso en nuestros procesos es mínima, y por tanto la solución tecnológica es el agua microfiltrada y la otra forma cubas temperaturas, cubas siempre llenas y un alcohol sobre 14 en el mosto, lo que tendrá que ver con índice de cosecha.
Métodos de elaboración de espumantes con Métodos artesanales, procesos naturales, entendiendo como tal la mínima intervención de agentes externos analizando tipos de maquinaria usada en el proceso, tipos de recipientes fermentativos, prensa, uso de motobombas, etc.	En cuanto a métodos en la elaboración de espumantes, no existían grandes diferencias. Si se logró en otros productos la obtención de metodologías como para obtener vinos con mejores oxidaciones, más aromas a partir de manejos de temperaturas y el tipo de recipientes utilizados.
Producción de vinos utilizando componentes biodinámicos analizando tipos de productos y etapas de uso de los mismos tanto en los viñedos como en las salas de proceso y la comparación del impacto producido por este tipo de elaboración versus lo solamente	Se logró en un 100% esta captura de información, Francesco Giucone, fue un gran expositor, mostro cada técnica de manejo en campo biodinámico y luego lo pudimos corroborar con otros productores, la presencia de esos manejos da una connotación al momento de elaborar y luego catar el vino significativa. Los productores seguirán fortaleciendo los manejos biodinámicos

orgánico	homeopático además para esta enfermedad. Se reconoció la importancia de obtener Trichoderma (biocontrol) desde el propio campo, y no traerlo de otro lugar.
Reconocer y prospeccionar el tipo de tecnologías y equipamiento que utilizan y como se ven apoyados por organizaciones de investigación.	Contar con la visita al Centro tecnológico de la Vid en Palermo permitió darse cuenta sobre la investigación realizada y aplicada en el territorio de una forma instantánea, gran capacidad de entregar y tomar desde las necesidades de los agricultores la estrategia. Cepas, capacidad de adaptación de patrones por localidad, más de 200 cepajes localizados según sus capacidades productivas en respuesta al terroir.
Realizar encuentro con la institución Slow food en Roma, con la intención de reconocer formas de trabajo y modelos de comercialización de tipo circuitos cortos, y contar con la posibilidad de relacionarnos con productores de slow wine a través de ellos.	El encuentro con Slow food, fue significativo, dado que no sólo estuvimos con los gestores en Roma como Chiara Davico, sino además con los convivium de productores en Paliano y Roma, lo que nos llevó a reconocer los formatos de comercialización, lo que en Chile llevará tiempo implementar. Logramos mucha información y futuro apoyo de esta organización para avanzar en Chile con un movimiento local de este tipo de producción.

10. Actividades de difusión de la gira de innovación

Fecha (día/mes/año)	Tipo de actividad (charla, taller de discusión de resultados y/o publicación)	Tipo de participantes (indicar hacia quien está orientada la actividad)	N° de participantes
29/11/2017	Seminario	Productores de viñedos, Cooperativas, Ingenieros Agrónomos, Estudiantes de Agronomía.	Programado para 50/ participaron 30
30/ 11/2017	Charla / Taller	Productores de viñedos, Cooperativas, asesores, Ingenieros Agrónomos Estudiantes.	Programado para 20/ participaron 12
Difusión en Diario	Artículo en diario	Se editó el día 23 de Noviembre la minuta para el Diario El Mercurio de Valparaíso, el que saldrá en tercera semana después de	

		tiempo y situación política contingente no salió antes.	
Difusión Radio Enfoque de la Provincia del Marga Marga	Entrevista a Presidente Cooperativa Sábado 24 de Octubre 2017 Entrevista a socia de la Cooperativa Carolina Alvarado Miércoles 14 de Diciembre 2017.		No estaba comprometida

11. Indique cualquier inconveniente que se haya presentado en el marco de la realización de la gira de innovación

No existieron inconvenientes, las personas que fueron los guías en cada una de las visitas fueron realmente hospitalarios y de generosa entrega del conocimiento lo que permitió el desarrollo exitoso de la gira, el itinerario se cumplió y se complementó con otras visitas importantes como Centro Tecnológico de la Vid que se describe dentro de las presentaciones y en la difusión de esta Gira.

Anexo 1:
Documentos técnicos recopilados en la gira de innovación

Disciplinario de producción "vino VinNatur"

Los objetivos de la Asociación VinNatur son la promoción de las "actividades dirigidas al cultivo de la vid y la producción de vinos de calidad, usando métodos naturales vinculados al territorio, sin forzar la tecnología."

Coherente con este objetivo, el vino producido por los miembros se caracteriza por una fundamental característica: es libre de todo tipo de plaguicidas, esto es garantizado por el análisis residual que cada año la Asociación hace con los vinos de los productores asociados.

Todos los vinos producidos por los socios viticultores son vinos:

- obtenido exclusivamente con uvas de viñedos gestionadas directamente por el viticultor y tratadas como se muestra en la base a que se refiere el apartado 1
- vinificadas de acuerdo con los lineamientos básicos mencionados en el punto 2.

1. EN LA VIÑA

La agronomía en el viñedo persigue el objetivo de cultivar plantas sanas y predispuestas a una alta resistencia a las adversidades (enfermedades, sequía, escasezes), por lo que es crucial prestar una atención especial a la fertilidad biológica del suelo, a la protección de la biodiversidad y al equilibrio del ecosistema viñedo.

Prácticas permitidas:

- abonos orgánicos (estiércol maduro, compost vegetal o mixto)
- abonos "verdes" (cultivo de cobertura o cover crop)
- pasto nativo
- oxigenación y tratamiento otoñal del suelo con el fin de mejorar la permeabilidad y estructura del mismo
- gestión de el césped intercepa por medios mecánicos (corte o trabajo)
- uso de productos a base de azufre para combatir el oidio (limitando a un máximo de 60 kg/ha de azufre en polvo por año)
- uso de productos a base de cobre para combatir peronospora y escorioso (máximo 3 kg/ha de cobre metal por año) con el objetivo de reducir la misma. El límite máximo se calcula a precio promedio del cobre del metal usado en los últimos tres años.
- uso de productos de origen natural, vigorizantes con residuo nulo, tal como los extractos de plantas, algas, hongos, propóleo o microorganismos antagonistas que permiten reducir el uso de productos de cobre y azufre, hasta eliminarlos completamente bajo condiciones favorables
- riego por goteo exclusivamente sólo para rescate
- cosecha manual

Prácticas no permitidas:

- abonos minerales, químicos orgánicos-minerales y químicos-sintéticos
- desecación de escarda o químicos
- uso de plaguicidas sintéticos, sistémicos y citotrópicos, que no están permitidos en agricultura biológica
- uso de fosfitos

- uso de insecticidas químicos
- cosecha mecánica
- cultivo de plantas Cisgenicas y Organismos Modificados Genéticamente o productos derivados de OGM.

2. EN LA BODEGA

Prácticas permitidas:

- fermentación espontánea con exclusivo uso de levaduras indígenas, o sea ya presentes en la uva y en los ambientes de producción
- posibilidad de cambiar la temperatura del mosto o del vino con el fin de garantizar el adecuado desarrollo de la fermentación
- el sólo aditivo/ingrediente permitido es el dióxido de azufre (puro o metabisulfito de potasio). El vino en la botella debe tener una cantidad en contenido anhídrido sulfuroso total de no más de 50 mg/litro para los vinos blancos, espumosos y dulces y no más de 30 mg/litro para los vinos rojos y rosados. El compromiso del productor en reducir el uso de dióxido de azufre debe ser constante, hasta su total abandono.
- uso de aire y oxígeno para oxigenación de mosto o vinos
- uso de dióxido de carbono, nitrógeno o argón, únicamente para proteger el vino del aire y para saturar eventualmente recipientes o equipos
- filtración con insumos inertes con poros menores a 5 micrómetros (micras) por los vinos blanco y rosados y 10 micrómetros (micras) para los vinos tintos.

Prácticas no permitidas:

- aclaración con albúmina, caseína, bentonita y carbón vegetal o con enzimas pectolíticas
- uso de levaduras comerciales seleccionadas (aunque si están permitidas por el Reglamento de la UE sobre vino ecológico),
- lisozima, enzimas y bacterias lácteas
- el uso de cualquier aditivo desconocido a excepción de dióxido de azufre, con límites que se encuentran en el párrafo anterior
- prácticas invasivas destinadas a alterar las características intrínsecas del vino y de modificar los procesos de elaboración, por ejemplo: desalcoholización, tratamiento térmico superior a 30° C, concentración por medio de ósmosis, electrodiálisis, acidificazioni o disacidificazioni y uso de los intercambiadores de cationes, eliminación de dióxido de azufre por medio de procesos físicos, micro filtración.

Plan de controles

Con el fin de verificar el cumplimiento de las especificaciones del producto por parte de los miembros, VinNatur dibujó un plan específico de controles, que se aplicará por una institución de certificación autorizada por el MIPAAF – Ministerio de políticas agrícolas, alimentos y silvicultura que se activará una colaboración.

Identificación y etiquetado

El principal objetivo de esta especificación es para comunicar con claridad y transparencia nuestro trabajo en el viñedo y en la bodega a las personas que van a comprar una botella de nuestros vinos naturales.

Para lograr este objetivo es necesario representar con un símbolo simple y reconocible las normas que todos los miembros tienen que comprometerse en acatar.

Por este motivo consideramos muy útil que cada productor pueda, opcionalmente y después de la subscripción, fijar en todas las etiquetas de los vinos producidos las siguientes indicaciones:

- cantidad de contenido en anhídrido sulfuroso total en mg/litro en el momento del embotellado, determinado por el análisis oficial para la exportación (obtenido por método de destilación) o alternativa a los análisis oficial para la autorización de vino DOC o DOCG
- el símbolo aprobado por la Asociación.

La Asociación VinNatur declara que los asociados que no desean o no pueden suscribir los compromisos y cumplir con las normas contenidas en esta especificación, no pueden ser miembros.

Ser productores de vino naturales es una opción no una obligación.

Aperto il bando Com Promozione. Ma i primi progetti partiranno solo da metà ottobre

Bandi promozione al via, con un discreto ritardo rispetto al decreto del 18 aprile, dovuto a sua volta all'intesa in Conferenza Stato-Regioni raggiunta il 24 marzo scorso. Ora è corsa alla presentazione dei progetti nazionali, regionali e multiregionali destinati ai mercati dei Paesi terzi, con durata massima di 24 mesi. Il Mipaaf ha pubblicato l'invito a presentare le proposte per la campagna 2016/2017, che mette a disposizione una torta da oltre 100 milioni di euro (in cofinanziamento dal 50% fino a massimo di spesa dell'80%) come previsto dal Piano nazionale di sostegno al settore vino. La scadenza dei bandi nazionali è fissata al 30 giugno, mentre per i regionali e multiregionali le date saranno fissate da Regioni e Province autonome, le quali entro il 15 luglio comunicheranno al Mipaaf l'elenco degli approvati ed entro il 22 luglio gli ammessi. Di fatto, i primi progetti potranno partire soltanto dopo il 12 ottobre 2016, dopo la firma dei contratti con Agea. La quota di finanziamento Mipaaf del 30% mentre le Regioni gestiranno il restante 70%. Il contributo minimo richiesto è pari a 50 mila euro.

Per quanto riguarda i criteri, i punteggi massimi (20) sono assegnati ai nuovi beneficiari (chi non ha mai usufruito dei fondi nel 2014-2018; nel caso di raggruppamenti, il requisito deve essere posseduto da tutti i partecipanti) e ai progetti rivolti a un nuovo Paese terzo (un mercato in cui il beneficiario non ha fatto promozione nel 2014-2018). Priorità anche per i Consorzi di tutela (15), per chi punta (10) ai mercati emergenti (Cina inclusa ma anche, nella lunga

RIPARTIZIONE ANNUALE DELLE RISORSE

Misure	eur O	%
Promozione sui mercati dei paesi terzi	101.997.000	30,3%
Ristrutturazione e riconversione vigneti	140.000.000	41,5%
Vendemmia verde	10.000.000	3,0%
Fondi di mutualizzazione	0	0,0%
Assicurazione del raccolto	20.000.000	5,9%
Investimenti	45.000.000	13,4%
Distillazione dei sottoprodotti	20.000.000	5,9%
Totale	336.997.000	100,0%

lista, Algeria, Israele, Messico, Turchia, Singapore) per aggregazioni con prevalenza di micro e piccole imprese (da 5 a 10 punti), per chi vuole promuovere esclusivamente prodotti a denominazione d'origine (da 10 a 15), oppure solo vini di sua produzione (5) e per chi privilegia azioni a diretto contatto coi destinatari (da 5 a 10 punti), tra cui fiere, wine tasting, degustazioni in h.o.re.ca, incoming. Obiettivo della misura Com promozione è l'incremento dell'export, l'apertura nuovi sbocchi di mercato e lo stimolo all'innalzamento qualitativo. Dalla sua attivazione, nel quinquennio 2009/2013, il sostegno alla promozione è costantemente aumentato, con oltre 500 progetti approvati. E, soprattutto, è aumentato il valore dell'export italiano: nel 2015 a 5,4 miliardi di euro. Info su www.politicheagricole.it - G. A.

Ca' del Bosco, ricavi su del 10% a 31 mln di euro. Si punta a 100 ettari di proprietà entro il 2016

Punta dritto a quota 100 ettari di vigneti di proprietà la Cantina Ca' del Bosco, presieduta da Maurizio Zanella, attraverso acquisti molto mirati e legati a precise esigenze produttive sulla base dei vari terroir. La società, che ruota nell'orbita della Zignago Holding, ha chiuso il 2015 con ricavi in aumento del 10% a 31 milioni di euro, con un utile d'esercizio di 6,5 milioni di euro, in crescita del 12,4% sull'anno precedente. Un buon risultato. Ebbene, il piano per il 2016, si diceva, è passare dagli attuali 76 ettari a 100 ettari di proprietà (erano 55 nel 2014), che si vanno a sommare ai 106 ettari in conduzione previsti nel piano 2016 della cantina. "Tm gli obiettivi futuri" spiega Zanella "è senza dubbio l'aumento della quota esportata, oggi al 14,5%". L'Italia, per Ca' del Bosco, che nel 2015 ha prodotto oltre 1,5 milioni di bottiglie, è infatti un mercato ben presidiato.



Dieci anni di Aigc. Il Congresso nazionale in Sicilia con lo sguardo sul Ttip. Bagheria ospita domani il Congresso nazionale nel decimo anniversario di Aigc, l'associazione dei Consorzi Dop e Igp, costituita da 60 enti consorziali e 62 prodotti Dop/Igp che valgono circa il 90% delle Igp italiane e circa un terzo di quelle europee. "Partita quasi per scommessa, Aigc è oggi l'unica organizzazione orizzontale nel panorama europeo delle associazioni agroalimentari e, inoltre, interlocutore privilegiato del Mipaaf", racconta il presidente Giuseppe Liberatore, in carica dalla fondazione. Durante l'evento, Fondazione Qualivita presenterà la prima piattaforma open data dedicata alle Igp agroalimentari e vitivinicole, a supporto di imprese e consorzi di tutela. E ci sarà spazio anche per temi caldi come i negoziati Ttip: "Non si può pretendere di proteggere negli Usa tutte le Igp europee" dice Liberatore: "Meglio una short list e un impegno Usa per l'origine dei prodotti in etichetta nella lotta all'italian sounding". - G. A.

Vini & martelli. Delle Venezie Pinot Grigio. LA QUESTIONE NON È SEMPLICE

Si fa un gran parlare della possibilità di veder approvati i passaggi da Igp a Dop della denominazione "Delle Venezie Pinot Grigio" per poterla utilizzare per la vendemmia 2016. La questione non è più così complessa e merita qualche obiettivo di approfondimento. Il passo del fatto che i disciplinari di vini Dop emanati dal decreto di mutazione e di riconoscimento disciplinari di vini Dop Igp andati in essere durante la vendemmia e anche a raccolta ultimata, grandi discussioni e incertezze normative. Il Ministero fece salti mortali per soddisfare le richieste dei produttori e alla fine invece di veder riconosciuti gli sforzi fu costretto a fare la cosa in fretta e male. Per questo la dipendente direzione generale emanò il decreto 23 dicembre 2015 che in sintesi stabilisce che i disciplinari che hanno ottenuto l'iter previsto dall'articolo 11 del regolamento di attuazione della legge 103/2015, gli altri passano alla successiva. Questo per permettere agli uffici ministeriali di assistere a quanto presentato agli organismi di controllo di gestire al meglio i relativi adempimenti e ai produttori di essere adeguatamente informati, evitando anticipazioni critiche e silenzi. Prima di promulgare il decreto in questione, il Ministero ha chiesto parere al Comitato Nazionale vini Dop ed Igp che all'unanimità si è positivamente espresso. Il decreto di cui nessun parla, anche se costituisce il risultato di una lunga e complessa iter, è quello che stabilisce la possibilità di utilizzare la denominazione "Delle Venezie" per i vini Pinot Grigio, non più da riguardare solo il "Delle Venezie" che tra l'altro ha ricaduta implicata nella lista di ben altri dieci disciplinari, ma anche altre denominazioni che si trovano in disciplinari analoga. Inoltre, se i termini del decreto venissero varati, il rispetto per le procedure, tempi di istruttoria, approvazione, pubblicazione, ecc. potrebbero essere tempi molto lunghi, sicuramente a vendemmia avanzata. Se più le pratiche d'esser rispettate, carenti della d'attuazione (vedi quanto accaduto per la Dop Friuli) la vendemmia 2016 salterebbe comunque.



Giuseppe Martelli - presidente del Comitato Nazionale vini Dop e Igp

Soave, una Preview in salsa internazionale. Guardando ai nuovi mercati-obiettivo

a cura di Gianluca Atzeni

In questa Soave Preview (19-20 maggio) appena conclusa, "vulcanism" è una delle parole che è risuonata più di frequente nel chiostro medioevale di Monteforte d'Alpone. Ed è anche con tale termine che si spiega la crescita della reputazione di questo bianco veronese negli ultimi anni. Un refrain, quello dei vini vulcanici, che il marketing intelligente e multitarget del Consorzio di tutela recita come un mantra da qualche tempo, per stimolare un diverso interesse verso la denominazione. Del resto, con un'anteprima che ha messo assieme 150 buyer e giornalisti stranieri, sorretta da un'annata 2015 di grande equilibrio tra le diverse componenti che - lo dicono gli enologi del Consorzio - ha conferito al prodotto un profilo più classico rispetto alle annate 2014 e 2013, non si poteva che avere le spalle coperte. Due i messaggi giunti dai convegni e dalle degustazioni: il primo è che il Soave può essere un vino longevo; il secondo è che la provenienza da una zona vulcanica dà al vino tratti inconfondibili che vanno comunicati e spesi bene. Il Consorzio sta facendo tesoro dei suggerimenti e della collaborazione con l'Istituto Masters of Wine di Londra, ed è forte del riconoscimento delle "Colline vitate del Soave" come Passaggio storico rurale d'Italia. Se nel piatto mettiamo anche i livelli produttivi tornati a salire dopo un 2014 difficile (da 43,4 milioni a 44,17 milioni di bottiglie) e anche un primo trimestre 2016 che tutto sommato conferma il trend crescente (Soave Doc da 64 mila hl a 78 mila hl; Soave Classico in lieve flessione a 22 mila hl da 23 mila hl), allora la ricetta è completa. In salsa internazionale, si badi bene. Perché per questa Doc da oltre 6 mila ettari l'Italia vale appena il 15%. Il resto dei 55,1 milioni di bottiglie prodotti va all'estero, con Germania e Uk che si bevono oltre metà dei volumi. Il Consorzio lo sa bene e ha già pronte le prossime tappe in mercati-obiettivo: Usa (Seattle, New Orleans, Boston, Chicago), Giappone (Fukuoka, Osaka e Tokyo) ed Europa (Vienna).



Montalcino, il Consorzio del Brunello mappa il territorio. Al via il progetto di mappatura del territorio di Montalcino, finanziato interamente dal Consorzio del Brunello. L'obiettivo è creare una banca dati di base per la creazione ed implementazione di applicazioni web e mobile device dedicati al settore turistico ricettivo. Per farlo, il Consorzio ha siglato un accordo con la società montalcinese Copernico che si servirà dei più moderni sistemi di geolocalizzazione, per scansionare i 24 mila ettari del territorio e catalogare ogni tipologia di coltivazione. Il risultato finale sarà presentato durante Benvenuto Brunello 2017, all'interno delle celebrazioni dei 50 anni del Consorzio.

Abbinare vino e arte conviene. Lo dice il primo rapporto Wine, Food&Arts in Italia

a cura di Gianluca Atzeni
Arte e cultura sono valori aggiunti per promuovere vino e territorio. Il messaggio arriva dal primo rapporto nazionale "Wine, Food&Arts in Italia", realizzato dal Consorzio tutela del Gavi e dal CeSTIT, il Centro studi per il turismo dell'Università di Bergamo. Una mappa dettagliata, dalla Sicilia al Piemonte, che sarà presentata durante Gavi for Arts (27-29 maggio) e che ha messo sotto la lente 219 realtà: di cui 96 in capo ad aziende vinicole e 5 a consorzi vinicoli, ma anche imprese e consorzi alimentari, musei del cibo e del vino pubblici e istituzionali. Tra i risultati, il dato secondo cui le aziende vitivinicole che hanno investito in un nuovo packaging o in etichette d'autore percepiscono un aumento del prodotto venduto (fino al 40% in più) e maggiore visibilità aziendale (fino al 60%), che raggiunge il 92% nel



caso di investimenti in produzioni culturali/arti performative ed eventi multidisciplinari. Inoltre, stando alla ricerca, chi si è impegnato nel restauro e nella valorizzazione di beni culturali raggiunge fino al 100% in più di visibilità aziendale e di relazioni con la comunità locale. La short list con 20 storie selezionate, che vanno dalle cantine di design ai restauri, dalla valorizzazione dei beni culturali alle performance artistiche, sarà la base per assegnare il Premio "Gavi la Buona Italia". Il messaggio del

rapporto è chiaro: associare arte e cultura al prodotto agroalimentare e al vino può essere una strategia di successo da replicare. Il Consorzio del Gavi ci sta lavorando: "Dopo il successo sui mercati internazionali" dice il presidente Maurizio Montobbio "il nostro impegno è concentrato a promuovere il territorio e le storie di cultura ed enogastronomia che rendono unica la nostra terra". Negli ultimi dieci anni, la Docg Gavi è cresciuta passando da 1.076 a 1.507 ettari, da 8 a 12,6 milioni di bottiglie con l'85% della produzione esportata fuori confine.

A Spoleto l'undicesima volta della kermesse Vini nel Mondo



Il suo primo decennio Vini nel mondo se lo è fatto e quest'anno, dal 2 al 5 giugno, si prepara all'undicesima edizione. La formula della kermesse di Spoleto non cambia: degustazioni, arte, spettacoli e cultura dal Chiostro di San Nicolò alla Rocca

Albornoziana. Spazio ai vini emergenti, così come ai grandi classici, biologici e biodinamici, bollicine e distillati. Prevista la terza edizione di "Vini nel Mondo Awards", con la presenza di personalità che della passione per il vino hanno fatto una professione. La Wine night show è prevista sabato 4 luglio con artisti nelle piazze Duomo, Libertà e Garibaldi.

Un vigneto del Sudafrica assume mille anatre in vigneto. E manda a casa gli antiparassitari



Cosa ci fa questo esercito di mille anatre in mezzo alle vigne (vedi foto)? Nessun tentativo di fuga. Sta, piuttosto, tentando di salvare la prossima vendemmia dall'incombente minaccia delle lumache. Succede in Sudafrica, nella tenuta Vergelegen di Stellenbosch, dove due volte al giorno, mille di questi simpatici bipedi (in particolare anatre indiane corritrici) vengono liberati in mezzo ai filari e presidiano 140 acri di vigneto. Ma non basta. Oltre a mangiare le lumache e perfino le loro uova, le anatre sono ottime fonti di fertilizzanti: un esempio di agricoltura sostenibile? In loro onore l'azienda ha creato la linea di vini Runner Duck. - L. S.

Vini estremi, nuova veste per il concorso del Cervim. Iscrizioni dal 1 luglio

Nuovo nome e nuova veste (vedi logo) per il concorso internazionale sui vini estremi, organizzato dal Cervim, il centro di ricerca e valorizzazione per la viticoltura montana. Si chiamerà Mondial des vins Extrêmes e aprirà le iscrizioni dal 1 luglio prossimo. "Il nome" spiega il presidente Cervim, Roberto Gaudio "è stato scelto per evocare meglio il concetto, relativo alla provenienza e alla particolarità dei vini che vengono selezionati al Concorso", l'unica manifestazione enologica mondiale dedicata, da ben 23 edizioni, ai vini prodotti in zone caratterizzate da viticole eroiche. Sono almeno 50 i vini prodotti da uve di vigneti che presentano almeno una di queste difficoltà strutturali permanenti: altitudine superiore ai 500 m (esclusi i sistemi viticoli in altipiano), pendenze del terreno superiori al 30%, sistemi viticoli su terrazze o gradoni e viticole delle piccole isole. Una media di 600 etichette vi partecipa ogni anno. Le selezioni si tengono in Valle d'Aosta dal 14 al 16 luglio. La premiazione a Palazzo Giureconsulti in piazza Duomo a Milano, sabato 12 novembre. Info su www.cervim.org

Il nuovo look di "Douja d'Or", il Salone dei vini di Asti



Si terrà nei due palazzi storici della città - palazzo Ottolenghi e palazzo Alfieri - la prossima edizione di "Douja d'Or" di Asti, il Salone nazionale di vini selezionati (9-18 settembre). Lo ha annunciato il presidente della Camera di Commercio Ermio Goria, spiegando che la manifestazione torna in centro per festeggiare i suoi 50 anni. E ci sarà spazio anche per un'inedita "Douja Unesco", dedicata alle produzioni dei territori vitivinicoli di Langhe, Roero e Monferrato, patrimonio dell'umanità.

La selezione del Sindaco in corso all'Aquila. La premiazione a Roma. Sono oltre 1100 i vini partecipanti alla XV edizione del Concorso enologico "La selezione del Sindaco", organizzato dall'Associazione Città del Vino, che è in corso di svolgimento all'Aquila (fino a sabato). Le commissioni di degustazione, composte da oltre 80 commissari provenienti da varie parti del mondo, sotto l'egida dell'Oiv e l'autorizzazione ufficiale del Mipaaf, determineranno le Medaglie d'Oro o d'Argento che saranno assegnate ai vini ritenuti migliori. La premiazione delle aziende avverrà come ogni anno a Roma, al Campidoglio, nei primi giorni di luglio.

La selezione del Sindaco

in corso all'Aquila.

La premiazione a Roma

Sono oltre 1100 i vini partecipanti alla

XV edizione del Concorso enologico

"La selezione del Sindaco", organizzato

dall'Associazione Città del Vino, che è in corso di svolgimento all'Aquila

(fino a sabato). Le commissioni di degustazione, composte da oltre 80

commissari provenienti da varie parti del mondo, sotto l'egida dell'Oiv e

l'autorizzazione ufficiale del Mipaaf, determineranno le Medaglie d'Oro o

d'Argento che saranno assegnate ai vini ritenuti migliori. La premiazione

delle aziende avverrà come ogni anno a Roma, al Campidoglio, nei primi

giorni di luglio.

NEVADA®
WWW.NEVADABURR.COM

YouWine Shop
WWW.YOUWINE.IT

VINUMdesign®
WWW.VINUMDESIGN.IT

Personalizza la tua cantina!

Scegli colore, rivestimento, maniglie e molto altro ancora.



Gamma Color
Tabella RAL
- Opaco Lucido
- Metallizzato



Gamma Wood
Essenze Legno
- Legno pregiato



Gamma Inox
Acciaio AISI
- Inox satinato
- Inox specchio
- Corten

IL PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI AMANTI DEL VINO



Parma, Gambero Rosso si prepara alla prima di Gola Gola Festival

Gambero Rosso si prepara a prendere parte al primo festival enogastronomico che farà di Parma il centro della buona tavola e dell'agro-alimentare italiano. Dal 10 al 12 giugno, la città emiliana (Capitale creativa della gastronomia Unesco) ospiterà degustazioni, laboratori, street food, spettacoli. Gambero Rosso, partner dell'iniziativa, parteciperà con un programma denso di attività, basato su un "calendario di Tavole quadrate" a cura della Food & Wine Academy (Galleria di San Ludovico). Previste degustazioni di Parmigiano Reggiano, focus sulle Doc Lambrusco e Sangiovese, sfide tra salumi e abbinamenti con la birra e la Mortadella Igp. *"Sarà un festival di respiro anche internazionale, con visitatori attesi da Austria, Germania, Svizzera, Francia. Inoltre, un punto di partenza e non di arrivo, a sostegno di dinamiche virtuose che dovranno coinvolgere tutti gli attori che operano sul territorio"*, dice il presidente del Comitato promotore, Arturo Balestrieri, ricordando l'imperdibile appuntamento di sabato 11 giugno: la "Notte Bianca dei Golosi". Info su www.golagolafestival.it

ENO MEMORANDUM

26 maggio
Concorso enologico
Vini internazionali della
selezione del Sindaco
L'Aquila
fino al 28 maggio

27 maggio
Congresso nazionale
dei Consorzi di tutela
Dop e Igp
Villa Ramacca
Bagheria (Palermo)
www.aicig.it

27 maggio
Gavi for Arts
Gavi (Alessandria)
fino al 29 maggio

27 maggio
Fiera del vino Valtènesi -
Garda Classico Doc
Polpenazze del Garda
(Brescia)
fino al 30 maggio

28 maggio
Cena "Il Rum è servito"
Cucina.eat
Cagliari
tel. 070991098

28 maggio
"Io, Barolo - la nuit"
Castello di Roddi (Cuneo)
dalle 18:30 alle 22:00
stradadelbarolo.it

Spirits, i maestri del cocktail. A scuola di bartending con Massimo D'Addezio su Gambero Rosso Channel



di Rita Barozzi

Non solo vino e buon cibo nel palinsesto di Gambero Rosso Channel. Mancano pochi giorni all'esordio di Massimo D'Addezio - celebre bartender romano con un passato all'hotel De Russie e oggi alla guida di Chorus (Auditorium della Conciliazione) e Co.Sa., format scanzonato del Pignone - sul canale 412 di Sky. Un debutto da protagonista,

che lo vedrà padrone di casa dietro al banco di Spirits, i maestri del cocktail, in onda a partire dal 9 giugno con cadenza settimanale, per 11 puntate. Al suo fianco amici e protagonisti del mondo enogastronomico sempre diversi, che lo affiancheranno nella preparazione di grandi classici del bartending e creazioni più audaci, come i signature cocktail ben noti agli amanti della miscelazione di qualità, dal Carbonara Sour all'irresistibile Bloody Max (un Bloody Mary rinforzato con consommé di manzo). Ogni puntata offrirà la possibilità di approfondire tecniche di preparazione e storia dei cocktail presentati, oltre a focalizzarsi su ingredienti e prodotti utilizzati dal bartender che sa scegliere il meglio.

Spirits
I maestri del cocktail

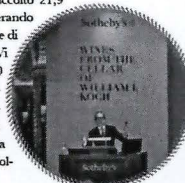
GAMBERO ROSSO
sky 412

Asta record di Sotheby's a New York:

27 ore e 21,9 milioni di dollari

È durata complessivamente 27 ore, divise su tre giorni (dal 19 al 21 maggio), e ha superato ogni record esistente fino a questo momento. L'asta di Sotheby's a New York che ha messo all'incanto 2.730 lotti del collezionista americano William I. Koch, ha raccolto 21,9 milioni di dollari, superando la già ricca stima iniziale di 15 milioni di dollari. Vi hanno partecipato 740 persone, da 23 Paesi diversi. Il top lot - 10 bottiglie Château Mouton Rothschild 1945 - ha raggiunto i \$43 mila dollari.

E se la collezione era per lo più composta dai grandi nomi francesi, non sono comunque mancati alcuni lotti italiani, tra cui 12 bottiglie di Ornellaia 1998, battute a 3.185 dollari (base d'asta 2.200 dollari) e 12 bottiglie Sassicaia 1990 battute a 5,5 mila dollari. *"Questa vendita fissa un nuovo punto di riferimento per il settore"* è stato il commento di Jamie Ritchie, ceo e presidente di Sotheby's Wine, Asia e America. *"Gli acquirenti provenienti da tutti gli angoli del globo, hanno utilizzato ogni metodo di offerta disponibile per acquistare ogni singola bottiglia delle 20 mila offerte"*.



Un Barolo 'in mano' ai négociant di Bordeaux: intesa tra Boroli e Mähler&Besse

A un anno di distanza dall'acquisto di Cascina Sorello (affare stimato in 4 milioni di euro), la Boroli vini, guidata da Achille Boroli, piazza un altro colpo siglando un'intesa con uno dei più importanti négociant di Bordeaux. La stretta di mano con la Mähler&Besse, controllata dal 2014 da BCAP (holding della famiglia Castéja, proprietari di cantine e négociant) vale all'azienda piemontese la possibilità di promuovere il proprio Barolo nei mercati internazionali a fianco di etichette tra le più note. È la prima volta che un Barolo viene proposto da una négoce bordelaise.



Anche il Lambrusco sale sugli aerei Alitalia

Alitalia sceglie il Lambrusco di Cantine Ceci (Parma) per la sua business class international. Una prima volta assoluta per le bollicine rosse italiane. In particolare ad entrare nella flotta aerea italiana, a partire dal primo giugno, sarà Otello Nero di Lambrusco 1813.

PARMA 10-11-12 giugno 2016

GOLA!
Food and People
Festival
PARMA

Sabato 11
NOTTE
BIANCA dei
GOLOSI!



SHOW COOKING • TALK SHOW • STREET FOOD
• MERCATO E DEGUSTAZIONI • ITINERARI
• CONCERTI • LABORATORI PER BAMBINI

www.golagolafestival.it

MAIN PARTNER

CREDIT SUISSE

PARTNER ISTITUZIONALI

PARTNER

MEDIA PARTNER



PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE VINI & ALCOLICI TECNOLOGIE PANETTERIA PASTICCERIA GELATERIA
CAFFÈ CIOCCOLATO MACCHINARI ATTREZZATURE ARREDI ARTE DELLA TAVOLA
INNOVAZIONE DESIGN SERVIZI FORMAZIONE LAVORO E-COMMERCE WEB MARKETING

13-15 Novembre 2016

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it

Segui Gourmet su [f](#) [Gourmetforumtorino](#) [t](#) [@gourmet_forum](#) [#gourmet16](#)



Giapponesi "sperimentatori" In due anni aumenta la curiosità dei consumatori

CAMBIA L'ATTEGGIAMENTO dei consumatori giapponesi nei confronti del vino, nel segno di una più ampia predisposizione a sperimentare nuove tipologie. In due anni, secondo l'ultimo report di Wine Intelligence, è passata dal 40% del 2014 al 51% del 2016 la percentuale dei consumatori abituali (coloro che bevono almeno una volta al mese) che dichiarano di avere un forte interesse nei confronti della bevanda vino. Soprattutto, è salita la percentuale di chi ha dichiarato di voler provare nuove e differenti tipologie, dal 21% al 27%. Secondo il direttore di Wine Intelligence, Ri-

chard Halstead, il mercato giapponese è spesso trascurato a favore di quello cinese: "Ma il consumo pro-capite è decisamente più alto, con 8,7 litri annui. Inoltre, il Giappone non solo continua a crescere, ma i consumatori stanno allargando i propri orizzonti rispetto al vino e stanno diversificandosi quando si tratta di acquisto". La gran parte dei consumatori regolari dimostra anche un certo attaccamento al vino locale, dichiarando di aver scelto prodotti nazionali (52%) negli ultimi sei mesi, seguiti da quelli cileni che sono cresciuti dal 39% al 44%, facendo perdere alla Francia il secondo posto. Francia che, tuttavia, mantiene la testa della classifica in

termini di reputazione, col 78% dei consumatori abituali che riconosce il Paese transalpino come produttore di vino, malgrado dal 2014 risulti una decrescita della reputazione di alcune aree produttive di prestigio, come Bordeaux e Borgogna.

IL GIAPPONE A LIVELLO MONDIALE occupa la 16ma posizione per quanto riguarda i consumi, con 40 milioni di casse da 9 litri vendute nel 2014, per un totale di 36,1 milioni di consumatori regolari. Il report 2016 di Wine Intelligence lo colloca al terzo posto al mondo tra i mercati con maggiore attrattività dal punto di vista economico.

IL MIO EXPORT. Davide Marino - Tenuta Mara

1. QUAL È LA PERCENTUALE DI EXPORT SUL TOTALE AZIENDALE?

Una premessa. Tenuta Mara produce un solo vino: il MaraMia, un vivace rosso, certificato 'Demeter', seguendo i dettami dell'agricoltura biodinamica. L'attività commerciale della nostra unica etichetta è iniziata in modo consistente da due anni e il nostro vino si posiziona su una fascia considerata alta per un importatore. Ciononostante facciamo circa l'80% di export. Ci sono molti margini di crescita: il mercato più importante è rappresentato sicuramente dall'Europa, seguita dall'Asia.

2. DOVE SI VENDE MEGLIO E DOVE PEGGIO E PERCHÉ?

Abbiamo ottimo riscontro in Svizzera e in Danimarca: sono due mercati con maggiore possibilità di spesa e alla ricerca di prodotti di origine biodinamica e biologica. La Germania è un Paese che registra elevati consumi, ma ha poca predisposizione alla spesa; cercano innanzitutto un nome forte e già conosciuto a cui affidarsi (Toscana, Piemonte, Friuli).

3. COME SONO CAMBIATI L'ATTEGGIAMENTO E L'INTERESSE DEI CONSUMATORI STRANIERI NEI CONFRONTI DEL VINO ITALIANO? C'è grande curiosità e ricerca nei confronti delle novità: nuove regioni, nuovi territori e nuovi vini. Il cliente europeo è molto attento e interessato ai vini biodinamici e biologici. Negli Usa non abbiamo, invece, registrato particolari cambiamenti: il trend è rimasto invariato. Non manifestano particolare interesse verso vitigni meno conosciuti e non abbiamo registrato una particolare attenzione nei confronti del metodo biodinamico. L'Asia è un mercato in evoluzione.

Tenuta Mara | San Clemente | Ravenna | www.tenutamara.com

NEL PROSSIMO NUMERO
ROVELLOTTI

Questo fine settimana sarà di scena Cantine Aperte. Ma cosa succede al di fuori dell'evento? L'enoturismo è ormai diventato una vera voce di bilancio? Il presidente Mtv annuncia le novità contenute nel Testo Unico e le nuove possibilità per fare vendita diretta tramite app

Turismo in cantina. Come se la cava l'Italia? Il sondaggio

▲ a cura di Loredana Sottile

MAGGIO, È TEMPO DI CANTINE APERTE. Come ormai tutti gli anni da 24 primavera, anche quest'anno - 28 e 29 maggio - ritorna l'appuntamento con le visite e le degustazioni in 750 aziende vitivinicole di tutta Italia, sotto l'egida del Movimento Turismo del Vino, e per la prima volta in partnership con l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro. Lo slogan di questa edizione è, infatti, "Un bicchiere per la ricerca".

Ma quello che ci siamo chiesti - e che, a nostra volta, abbiamo chiesto agli interessati - è cosa succede quando si spengono i riflettori: le Cantine rimangono aperte a chi volesse visitarle anche quando non è di scena l'evento? L'enoturismo è entrato nelle voci di business della cantina stesse? E, infine, a quanto ammontano gli investimenti e i ritorni del settore?

Ne abbiamo parlato con il presidente Carlo Pietrasanta: "Al contrario di quanto succedeva 20 anni fa, le nostre cantine sono oggi aperte ogni giorno dell'anno. Una vicinanza del comparto e della sua domanda, cui purtroppo non corrisponde un'adeguata risposta da parte delle istituzioni: il progetto dell'enoturismo italiano, che

deve ruotare intorno alle "Strade del Vino", è infatti da tempo fittile a causa della cronica mancanza di una regia unica in favore di un fenomeno che è sempre più valore aggiunto per il turismo e l'agricoltura del Paese". Ma quali sono le ultime novità in materia e dov'è che le istituzioni hanno fallito? Prima di tutto rimane l'annosa questione della vecchia legge sulle Strade del Vino del '99 che non ha mai contemplato la possibilità di fatturare visite, attività e mescolta di vini in cantina, nonostante siano ormai diventate pratiche comuni e voci importanti di bilancio. Dopo numerose pressioni, adesso Pietrasanta annuncia un primo timido risultato: "La novità" dice "è che l'onorevole Colomba Mongelli ha inserito nel Testo Unico del Vino un emendamento che dovrebbe aprire alla possibilità di organizzare degustazioni di vini, accompagnati da prodotti del territorio, per le cantine che svolgono regolarmente accoglienza certificata, senza dover necessariamente essere degli Agriturismi. Certo, rimarrebbero fuori i percorsi di visita e le altre attività, ma è comunque un primo passo importante per chi fa accoglienza. Prima di poter visitare, però, aspettiamo di vedere l'approvazione del Testo Unico".

Nessuna novità, invece, dal fronte Portale Italia (www.visitfrance.it), dopo la proposta di collaborazione, lanciata pubblicamente dal presidente Mtv; per permettere alla sua associazione di curare la parte vino sul sito, dove sino ad oggi

» ora è stata fin troppo trascurata. "Ma lì dove non arriva la parte pubblica" dice Pietrasanta "cerchiamo di fare noi privati. In autunno Intesa San Paolo lancerà un nuovo portale turistico, Destination Italia che, grazie all'accordo con Mtv, avrà una parte vino, curata come merita con la supervisione della nostra associazione". Insomma non si scoraggia il presidente Mtv; anzi, fiero dei progressi fatti dal Movimento in questi anni seppur senza fondi pubblici, rilancia: "A questo punto non resta che unire le forze: l'enoturismo lo abbiamo creato noi cantine e dobbiamo continuare a farlo da soli".

IL SONDAGGIO

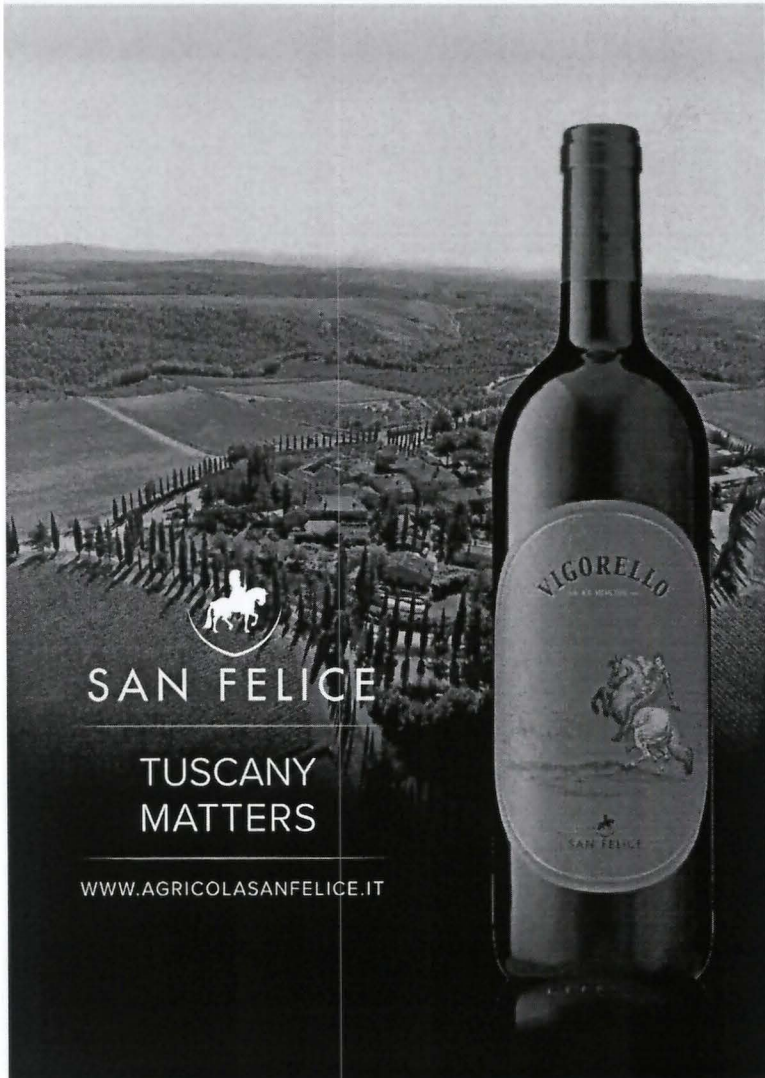
Abbiamo, quindi, chiamato in causa proprio le Cantine, provando a fare un piccolo sondaggio su 10 cantine aderenti all'evento, da diverse regioni d'Italia: Nord, Sud e Centro. Tutte hanno dimostrato di aver capito le potenzialità di un business che solo in Italia vale 2,5 miliardi di euro e che mette in moto oltre 10 milioni di wine lover. E hanno, quindi, cercato di protrarne gli effetti per tutto l'anno. O per lo meno per quel periodo considerato di punta per questo tipo di turismo. Le risposte sono praticamente unanimi: quasi tutte le cantine rimangono aperte per tutto l'anno e le visite si concentrano, soprattutto »



Castelbuono

FRANCIA, DALL'INAUGURAZIONE DELLA CITÉ DU VIN DI BORDEAUX AL LANCIO DEL SITO VISITFRENCHWINE.COM

In Francia, intanto, è tutto pronto per l'inaugurazione della Cité du Vin di Bordeaux, prevista per il prossimo primo giugno. L'obiettivo è chiudere il primo anno di attività con 450 mila visitatori, considerato che attualmente Bordeaux è la prima destinazione turistica del vino in Francia con 4,3 milioni di visite l'anno. A livello nazionale i numeri sono ancora più alti e l'obiettivo adesso è attirare 4 milioni di soli enoturisti stranieri entro il 2020, grazie anche al nuovo portale nazionale di turismo in cantina www.visitfrenchwine.com che coinvolge enti pubblici e privati assieme: il Ministero degli Affari Esteri, il Consiglio Superiore dell'Enoturismo e l'agenzia Atout France.



SAN FELICE

TUSCANY
MATTERS

WWW.AGRICOLASANFELICE.IT

» nei mesi più caldi, tra maggio e settembre, protrandosi, tuttavia, anche fino a novembre, contestualmente alla vendemmia e alla festa di San Martino. Per quanto riguarda gli ospiti, non sembrerebbe esserci una spiccata preminenza di uomini o donne, mentre la fascia di età è per lo più quella media, dai 30 ai 50 anni, sebbene in molti casi il target sia rappresentato da famiglie.

Interessante un altro elemento che viene fuori: la presenza, ormai fissa, di un team hospitality. Non può farne a meno chi vuole davvero sviluppare questo settore senza improvvisare. Di solito, le cantine più strutturate hanno da due a quattro figure assunte a tempo pieno, affiancate, nei momenti di maggior afflusso, da guide aggiuntive. Le competenze richieste? Prima di tutto la buona conoscenza di almeno tre lingue: italiano, inglese e francese, e c'è chi si spinge anche fino al cinese e al giapponese; una buona preparazione su territorio, storia e arte; infine, preferibilmente, l'attestato da sommelier.

Possiamo, quindi, affermare che è nato un nuovo lavoro in cantina, sotto la spinta dell'enoturismo? «Sarebbe proprio di sì» risponde il presidente Pietrasanta «per questo, visti gli sforzi economici delle aziende è necessario che questa attività adesso venga contemplata nel nostro sistema legislativo, dando la possibilità alle aziende di metterla a bilancio».

QUANTO VALE L'ENOTURISMO? I NUMERI

E vediamo i numeri dell'enoturismo, analizzati cantina per cantina. Partiamo dalle Isole maggiori. Per Argiolas di Sardinia (Cagliari) il numero di visite annuali in cantina è di circa 10 mila winelover. Per un fatturato di 170 mila euro.

Per le storiche Cantine Florio di Marsala il 2015 si è chiuso a 50 mila presenze, e in continuo aumento rispetto agli anni precedenti (+15% rispetto al 2014), con un picco nel mese di agosto, che da solo ha raggiunto le 10 mila presenze. I visitatori sono per lo più di nazionalità italiana (57%), in forte incremento rispetto all'anno precedente: +7 mila. E tra gli stranieri spiccano quelli di lingua inglese. Positivo anche il consuntivo dell'organizzazione eventi di ogni genere: 126 in totale nel 2015, per un fatturato di quasi 400 mila euro. Sono circa 7 mila gli enoturisti per la Cantina Rotari (Trento). Numero a cui va aggiunto quello dei frequentatori degli eventi (concerti e spettacoli al Palatrotari), arrivando così a circa 41 mila visitatori l'anno, per lo più italiani (70%).

In Friuli Venezia Giulia l'azienda Livio Felluga ha preferito introdurre il numero chiuso e la prenotazione, non solo durante l'anno, ma anche per eventi come Cantine Aperte, dove nelle scorse edizioni ha sfiorato i 3 mila pax. Viaggia sulle 60 mila presenze l'enoturismo di Castello



Castello Banfi



Livio Felluga

Banfi di Montalcino con un target di provenienza molto variegata, tra cui, negli ultimi tempi, anche un'importante presenza asiatica: cinesi e coreani in testa.

In Val d'Orcia, Donatella Cinelli Colombini, complessivamente tra Fattoria del Colle e Casato Prime Donne registra un incoming di circa 10 mila visite. E ipotizza che almeno il 30% del business turistico (ricordiamo che oltre alle cantine, l'azienda fa accoglienza e ristorazione) sia legato direttamente o indirettamente al vino.

In Umbria, precisamente a Bevagna, la Tenuta Castelbuono, firmata dallo scultore Arnaldo Pomodoro, conta più di 12 mila visitatori, soprattutto famiglie: il fatturato delle attività di visita guidata ammonta al 2% del fatturato complessivo dell'azienda.

Mentre sono 9 mila le visite annuali della Cantina Lungarotti a Montefalco e Torgiano, che registrano un forte interesse da parte dei turisti americani (circa il 40% degli arrivi).

Più a Sud, in Puglia Cantina Due Palme di Cellino San Marco ha registrato nel corso dello scorso anno un fatturato dalle visite guidate di circa 5 mila euro, con 200 calici venduti solo nell'ultima edizione di Cantine Aperte: interessante la presenza predominante delle scolaresche in visita.

»

Se la maggior parte delle cantine concentra l'attenzione su degustazioni e visite, c'è chi ha fatto notevoli investimenti per rendere ancora più interessante la proposta, com'è il caso di Cantina Florio di Marsala che, con 13 anni di esperienza di accoglienza alle spalle si è attrezzata con spazi moderni e innovativi come la Sala Degustazione Donna Franca, la terrazza Florio per gli aperitivi al termine del percorso e perfino la Sala Cinematografica in 4D: arrivata da pochi mesi. Qui vengono trasmessi, sotto forma di cartoon, gli albori della storia del vino e della nascita del Gruppo di Salaparuta, combinando al 4D gli effetti reali.

Altra realtà storica, pioniera dell'enoturismo in Italia è Castello Banfi di Montalcino (non a caso è figlia dei fratelli italoamericani John e Harry Mariani) che, già dalla costruzione della Cantina - nel 1984 - ha pensato ad uno spazio per l'accoglienza, creando percorsi di visita, poi ampliati con l'enoteca, il servizio ristorazione (con due ristoranti: la Taverna e Sala dei Grappoli) e un hotel: Castello Banfi-Borgo aperto nel 2007. A questo si aggiunge anche un Museo del Vetro e della Bottiglia G. Mariani.

Punta sull'accoglienza anche un'altra realtà toscana: Fattoria del Colle che ha sviluppato il concetto di accoglienza in fattoria a cui affiancano il **wellness** legato al vino (bagni e massaggi con il vino) e il team building (come il gioco dell'enologo in cui i visitatori producono il loro Super-tuscan).

In altri casi l'attrazione è la cantina stessa, come nel caso della Tenuta Castelbuono della famiglia Lunelli a Montefalco, meglio conosciuta col nome di **Carapace**. Progettata da Arnaldo Pomodoro, è la prima scultura al mondo nella quale si vive, si lavora e si degustano vini. Entrarvi è come avere accesso al cuore di un'opera d'arte. C'è, poi, chi ospita anche un vero e proprio museo, anzi due. Come nel caso delle Cantine Lungarotti che nel tempo (si definiscono "cantina aperta" fin dal 1962) hanno messo su il Museo del Vino e quello dell'Olio e dell'Olio, integrando visite, degustazioni e laboratori didattici all'attività delle due cantine di Torgiano e Montefalco. O ancora ci sono cantine che comprendono e insistono su complessi storici di grande interesse culturale, come accade in Friuli con l'azienda Livio Felluga e l'Abbazia di Rosazzo. Qua dentro, sorge la cantina storica, che è visitabile su prenotazione, insieme al giardino delle rose.

Infine, vale sempre il connubio enoturismo-eventi culturali. In questo ambito, il gruppo Mezzacorona, oltre a visite e degustazioni, propone periodicamente anche un notevole calendario di eventi. In particolare l'auditorium, il Palarotari, ha ospitato diversi concerti, tra cui Franco



Cantina Florio



Lungarotti



Rotari



Cantina Due Palme

Battiato, Goran Bregovic, Roberto Vecchioni; e la scenografica cantina storica è stata la cornice di alcuni spettacoli teatrali con Marco Paolini, Lella Costa, Ascanio Celestini, e così via.

VENDITA DIRETTA

Parliamo di un'altra importante voce legata all'enoturismo, la vendita diretta in cantina. In Italia, secondo una indagine di Coldiretti/Isé, sono 15 milioni coloro che fanno la spesa in cantine e aziende agricole: il triplo rispetto a cinque anni fa. Un sondaggio della Silicon Valley Bank, "Secrets of a Successful Tasting Room", effettuato tra le cantine di Stati Uniti, Canada, Australia e Francia, dimostra che le vendite "direct to consumer" salgono in modo inversamente proporzionale rispetto alla grandezza aziendale: pesano per oltre il 74% delle entrate per cantine che producono meno di 2.500 casse di vino all'anno, per il 68% per chi produce fino a 5.000 casse all'anno, e per il 24%, per le cantine con una produzione compresa tra 100.000 e le 250.000 casse all'anno. I visitatori sono oltre 3.100 ogni mese, per una spesa media di 102,13 dollari a persona. E in Italia? «È una voce che cresce di pari passo con il turismo in cantina» dice Pietrasanta «una cosa che mi ha sorpreso è vedere che non sono solo le piccole realtà a beneficiarne maggiormente, ma anche le grandi realtà, con percentuali di business che arrivano anche al 35% del fatturato».

»

» Come dimostra, infatti, il nostro sondaggio. Per Cantina Florio, le vendite nell'enoteca aziendale nel 2015 hanno superato le 48 mila bottiglie (complessivamente Florio, Duca di Salaparuta e Corvo) per un fatturato complessivo di oltre 500 mila euro, con un incremento del 5% sul 2014.

Per le due cantine Cinelli Colombini, complessivamente, nel 2015 la vendita diretta ha raggiunto i 200 mila euro, circa il 12% del fatturato totale. Per le Cantine Lungarotti e Castelbuono (entrambe in Umbria) questa voce rappresenta circa il 6-7% del fatturato totale.

E a tal proposito il presidente Mtv, Pietrasanta, annuncia una importante novità: la possibilità, grazie all'alleanza con Intesa San Paolo delle vendite dirette per le cantine socie Mtv tramite app, che dovrebbe in parte risolvere la questione delle spedizioni fuori dall'Italia, normalmente gravate da tasse e accise: «In questo caso» spiega Pietrasanta «si aggiornerà il problema, perché le spedizioni, avviate tramite app, risulterebbero auto-spedizioni, per le quali non sono previste tutte le limitazioni burocratiche della vendita fuori dai confini nazionali. Con il vantaggio di poter contare su prezzi calmierati. Speriamo così di recuperare il terreno delle vendite dirette, voce sempre più importante del turismo in cantina, che potrebbe crescere ulteriormente, intercettando la domanda straniera».

»

LE PROPOSTE PER CANTINE APERTE 2016

Rotari e Mezzacorona. Fiera Expo 2016, con espositori e attività per i più piccoli Livio Felluga. Visite alla cantina storica dell'Abbazia di Rosazzo e alla mostra "Rosa Mutabilis" Tenuta Zenato. Laboratori del Gusto su: caviale italiano; formaggi e panini gourmet Casato Prime Donne. Percorso enomusicale. Degustazione di sigari Toscano e vini Castello Banfi. Proposte differenziate di menu e visite guidate al Castello e al Museo Lungarotti. Tour sul Lungarotti Wine Express; caccia al tesoro al Museo del Vino; trekking Castelbuono. Abbinamento tra musica jazz e vino Cantina due Palme. Visita della cantina e musica del gruppo popolare "Santo Pietro cu tutti li chiai" Cantina Florio. Cinema 4D; pic nic nel giardino mediterraneo del Baglio, con i packet lunch Argiolas. Pedalata tra le vigne; laboratorio di teatro circo; show cooking; concerto dei Soul Kitchen Il programma completo, regione per regione, su www.movimentoturismovino.it



» PUNTI CRITICI. COSA MIGLIORARE?

Se, quindi, ormai, le "cantine chiuse" sono solo un ricordo, rimangono, tuttavia, ancora parecchi i margini di miglioramento del settore enoturistico. Tra i punti deboli, quello che accomuna e preoccupa più cantine è il sistema di trasporti e collegamenti. "Per quanto ci riguarda" ci dice **Benedetta Foretti**, responsabile della Comunicazione di Cantina Florio "visto che le nostre Cantine sono a Marsala - nella parte più occidentale della Sicilia - la questione logistica è prioritaria. Sarebbe molto importante per noi che venisse implementato il flusso di aerei su Trapani e su Palermo, sia dall'Italia sia dall'estero".

Stessa problematica per l'altra Isola maggiore, la Sardegna. "Rimane da migliorare" risponde **Valentina Argiolas** "la rete tra aziende. Dobbiamo essere in grado di attrarre più stranieri e creare itinerari tra cantine".

A preoccupare **Donatella Cinelli Colombini** (ideatrice, tra le altre cose, del Movimento Turismo del Vino e di Cantine Aperte ben 25 anni fa) è la mancanza di un ministero e di una regia complessiva. "Dopo il flop delle Strade del vino" dice "è necessario creare dei network di offerta territoriale che funzionino davvero e non siano solo degli 'stipendisti' con uffici informazioni chiusi la domenica. Ci vuole una strategia di marketing e di comunicazione che trasformi in sviluppo diffuso le potenzialità esistenti".

Sulla stessa lunghezza d'onda **Chiara Lungarotti** (presidente Mtv dal 2006 al 2012): "Il Movimento Turismo del Vino ha fatto tanto in questi anni, ora certamente il settore va rinnovato. Ma per fare ciò è necessario che tutti gli attori della filiera, Mipaaf in primis, concorrano al cambiamento, che non significa certo cancellare quanto fatto sino ad ora, ma assecondare una crescita che fa bene al nostro vino e soprattutto al turismo. Fare enoturismo infatti non significa solo vendere bottiglie di vino, ma affezionare il turista a un territorio, ai suoi prodotti, alla sua natura, alla sua cultura ed è uno dei più efficaci strumenti di marketing che abbiamo a disposizione".

Elda Felluga (presidente del Mtv del Friuli Venezia Giulia) si sofferma sulla burocrazia e sull'impossibilità di inserire a bilancio il fatturato dell'enoturismo, come denunciato anche dal presidente nazionale Pietrasanta: "Sarebbero sicuramente utili procedure più snelle per incrementare l'economia del turismo del vino, che è sempre più in espansione, grazie anche ad eventi come Cantine Aperte".

E sugli eventi pone l'accento anche **Nadia Zenato** di Zenato Winery: "Ormai le rassegne vinicole e gli eventi



Tenuta Zenato



Casato Prime Donne



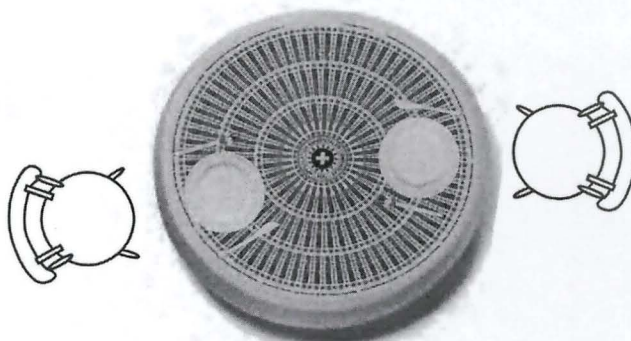
Argiolas

enoturistici si succedono a ritmo serrato e non sempre sono di qualità, nati a volte con l'intento di attrarre curiosi, senza una visione più ampia e a lungo termine. Bisogna stare attenti che in questo modo non si sminuisca anche il valore dei prodotti che stiamo promuovendo. Per questo per noi Cantine Aperte è l'unico evento fin dalle primissime edizioni e a cui crediamo molto, a condizione di mantenere sempre un alto livello di qualità".

Alessandro Lunelli, ad della Tenuta di Castelbuono si lancia in una proposta: "Sarebbe auspicabile" dice "un forte coinvolgimento centrale tra aziende e politica per creare un evento l'anno di vero carattere nazionale, con una partecipazione il più possibile globale: dei produttori, degli esercenti, delle città intere".

GAMBERO ROSSO

A tavola con EMMENTALER DOP



EMMENTALER DOP INCONTRA LA CUCINA ITALIANA.
IL FORMAGGIO SVIZZERO PROTAGONISTA DI TRE GUSTOSI APPUNTAMENTI:

NAPOLI

dal 6 al 12 giugno | LA STANZA DEL GUSTO
via S. Maria di Costantinopoli, 100
tel. 081401578

CHEF: MARIO AVALLONE

MILANO

Dal 13 al 19 giugno | RATANA
via G. De Castilla, 28
tel. 0287126855

CHEF: CESARE BATTISTI

ROMA

Dal 20 al 26 giugno | LE TRE ZUCCHE
Via G. Mengarini, 43
tel. 065560758

CHEF: FABRIZIO SEPE

PER INFO E PRENOTAZIONI: WWW.GAMBEROROSSO.IT



EMMENTALER
SWITZERLAND

La soluzione
logistica avanzata
per il mercato
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.



GIORGIO GORI
GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

In Russia è entrato in vigore il sistema Egais, la nuova normativa per contrastare la vendita illegale di alcolici. C'è tempo fino al primo luglio per adeguarsi. Ecco come sono andati i primi mesi di sperimentazione e quali prospettive potrebbero aprirsi. Anche per il vino italiano

Mercato russo. Cosa cambierà coi nuovi controlli sui vini?

▲ a cura di **Giangiulio Pirelli**

Egais (abbreviazione di "Sistema Statale Unificato Informativo Automatizzato") è l'ultimo passo del Governo russo per tentare di controllare il mercato interno degli alcolici. Un mercato enorme, le cui accise pesano massicciamente sul capitolo delle entrate statali. Ma non solo: anche, se non soprattutto, per cercare di limitare la produzione e lo smercio illegale, che ha nei confronti della salute pubblica costi devastanti. Le intenzioni sono lodevoli, se si considera che gli alcolici contraffatti viaggiano con percentuali a due cifre, che in alcuni casi sfiorano il 40% del totale venduto. Per la cronaca Egais era stato pensato ed introdotto in Russia già dieci anni fa, ma non supportato da una rete computerizzata adeguata cominciò a manifestare gravi difficoltà di gestione, con un ricorso sempre più massiccio a modalità "manuali", tali che ne portarono al crollo nel luglio 2006. Negli anni successivi, con un nuovo software, furono collegati al sistema le categorie degli importatori, fabbricanti e trasformatori, cui più recentemente sono stati collegati grossisti e distributori. Ma senza aver collegato la distribuzione al dettaglio, il si-

stema era zoppo e incompleto. Da quest'anno, con il sistema Analmente a regime, aggiornato ed affidabile, lo Stato dispone di uno strumento che monitora completamente il volume della produzione, importazione e vendita dell'alcool etilico e dei prodotti contenenti alcool, in qualunque percentuale, birra compresa.

Il primo risultato è stato quello di ridurre sensibilmente il rischio di prodotti contraffatti nel locale di vendita, in quanto il sistema consente di verificare l'autenticità dei prodotti alcolici acquistati. Infatti, registrandosi sul sito di Rosalkogolregulirovaniya (ente preposto al controllo del mercato dell'alcool), il proprietario della rivendita al dettaglio può in qualsiasi momento controllare la piena legalità della merce che gli viene offerta, e non rischiare la sanzione di chiusura del locale o punto vendita. Ovviamente la connessione degli esercizi commerciali al dettaglio non è stata né facile, né semplice: tant'è che è stata concessa una proroga fino al primo luglio p.v. (anziché 20 aprile) ai negozi di minori dimensioni, considerato anche che il collegarsi al sistema di controllo costa all'incirca il corrispettivo di 2.000 euro. Il non essere in regola a quella data equivale a vendere senza licenza, con multa di 3.000 euro e »



IL GAMBERO ROSSO
A MOSCA
Intanti Gamberi
Ruschi per
presidiare un mercato
potenzialmente
di prim'ordine.
Nelle battute
d'arrivo del 2 al 5
giugno sarà la volta
dei Italiani
Food & Beverage
Experience
all'interno di
Taste Moscow
dalla migliore
della produzione
enogastronomica
italiana.
Nei prossimi numeri
di Tre Bicchieri,
il racconto

» chiusura dell'attività. Questo fatto ha determinato un sensibile riduzione dei punti minori di vendita (vedi gli innumerevoli chioschi che vendevano principalmente birra). Saranno, invece, esentati, fino al 1 luglio 2017, i dettaglianti dei villaggi con meno di 3.000 abitanti, che non dispongano di costanti ed affidabili connessioni internet.

Ma vediamo cosa succederà alla cassa del negozio che vende un prodotto contenente alcool: la cassiera leggerà con lo speciale scanner di codici a barre 2D l'accisa (che contiene tutte le informazioni necessarie, obbligatoria dal 1998) sulla bottiglia. Il controllo dei dati avviene in tempo reale e qualora il prodotto non risultasse in regola il terminale del negozio viene bloccato ed in contemporanea parte l'avviso per un controllo da parte delle autorità preposte. Da notare che il sistema è complesso ma completo, ed interfaccia una serie enorme di dati: sull'accisa il codice a barre bidimensionale con informazioni dettagliate sul produttore, licenza, data di imbottigliamento e altre

caratteristiche; le bolle di consegna riferite a quella partita, fra importatore o produttore, grossista e distributore; la fattura di acquisto del punto vendita; il conteggio delle quantità vendute precedentemente dal punto vendita, e registrate già dal sistema.

Appurato il funzionamento del sistema, una domanda è d'obbligo: per i vini italiani in Russia come in Africa Egais? Sicuramente in maniera non negativa, perché un maggiore controllo, soprattutto nei confronti delle falsificazioni era da tempo auspicato. Va anche sottolineato che questi controlli non interferiranno minimamente sulle pratiche burocratiche doganali, poiché gli importatori già da due anni sono soggetti a rispettarne le procedure. Almeno questa è una nota positiva visto che già ci pensa la crisi (sanzioni + prezzi petrolio) a falsificare importazioni e vendite. I numeri? Nel 2013 (prima delle sanzioni) il valore dell'import di vini italiani superava i 260 Mil/€, nel 2015 siamo già a 181 Mil/€, con un tendenziale 2016 a meno di 100 Mil/€... Fate un po' voi le percentuali!

Valore 2015
milioni di euro
181

Var %
2015/2014
-28,9%

GAMBERO ROSSO

Ron
Zacapa
Cuba



Ron Zacapa e la creatività di 10 chef
per un incontro all'insegna del gusto

I PROSSIMI APPUNTAMENTI:

Venerdì 27 maggio ore 20.30
Baccanti
Chef Gaetano Gorgone
Matera - via Sant'angelo, 58

Mercoledì 8 giugno ore 20.00
Palazzo Petrucci
Chef Lino Scarallo
Napoli - via Posillipo, 16/C

www.gamberorosso.it



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

**ENOTURISMO.
CANTINE
PIÙ APERTE
AL BUSINESS**



PROMOZIONE

Il Mipaaf apre il bando: nuovi criteri nei punteggi. Primi progetti da ottobre

pag. 2

DENOMINAZIONI

Soave scommette sui vini vulcanici. Montalcino avvia la mappatura

pag. 2

ESTERI

Giapponesi più spregiudicati nell'approccio al vino. L'analisi sui consumi

pag. 9

ENOTURISMO

Quanto incide sul bilancio aziendale? Il sondaggio in vista di Cantine Aperte

pag. 10

CONTROLLI

La Russia sperimenta Egaïs, il nuovo sistema anti-truffa. Ecco come funziona

pag. 18

Solo su
sky Canale
412

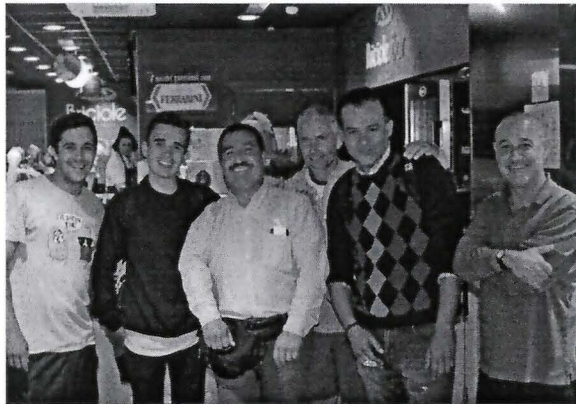
Anexo 2

Material audiovisual recopilado en la gira de innovación

Partida Aeropuerto Santiago de Chile.



Llegada a Roma

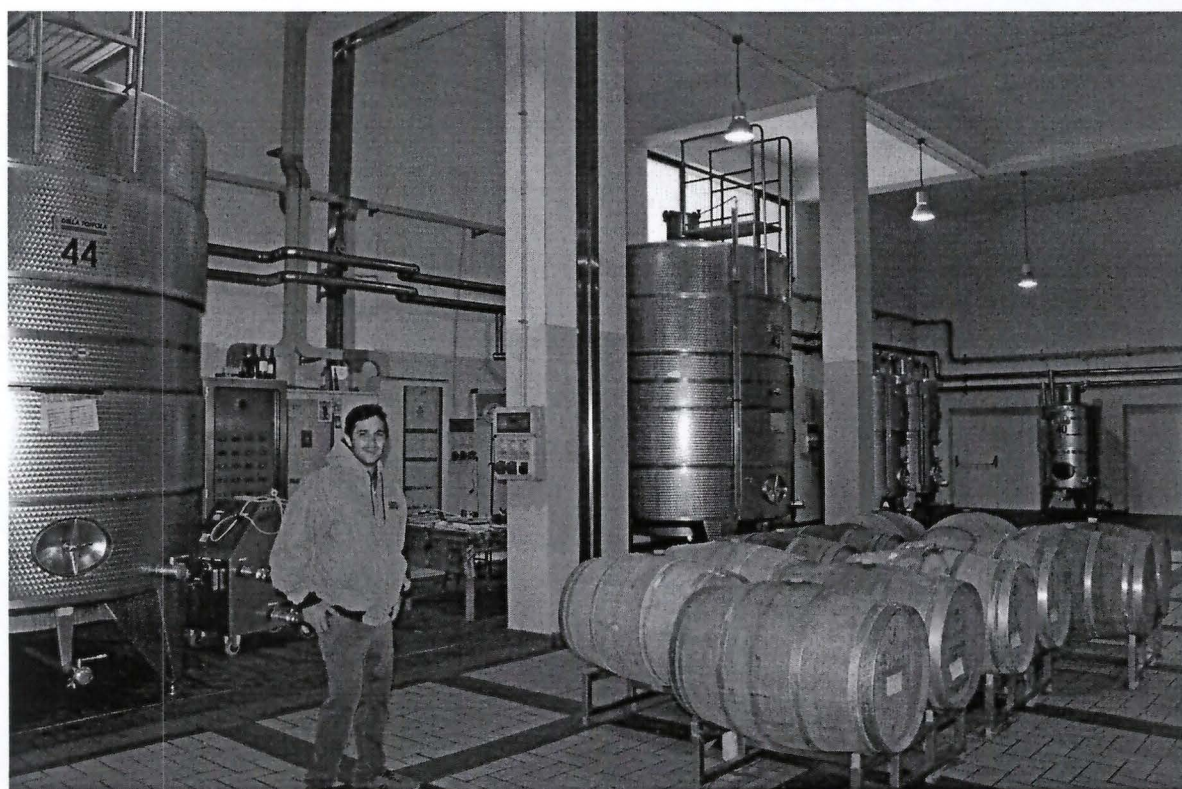


Llegada Sicilia



Vini Dissisa, Isla de Sicilia, Palermo.

Visita a las bodegas de la empresa





Visita en los campos de Vini Disisa con el Agrónomo a cargo



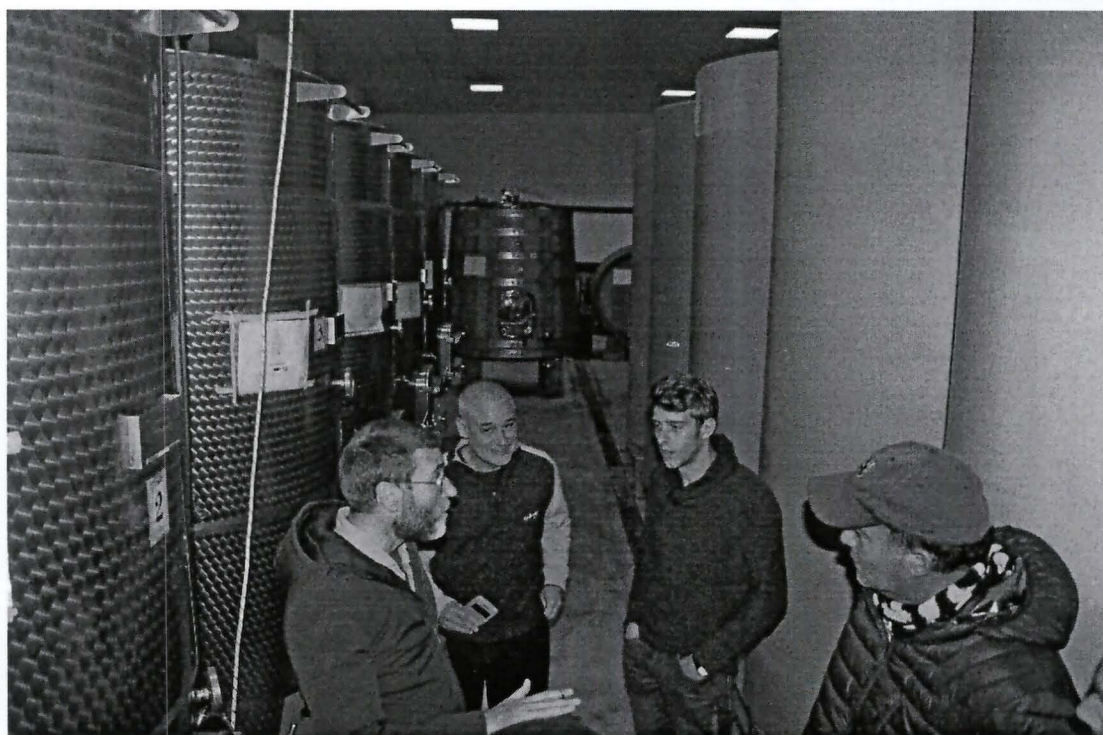
Fotografía, con todo el grupo que fue parte de la visita.

Recepcion de toda la familia de Vini Disisa.

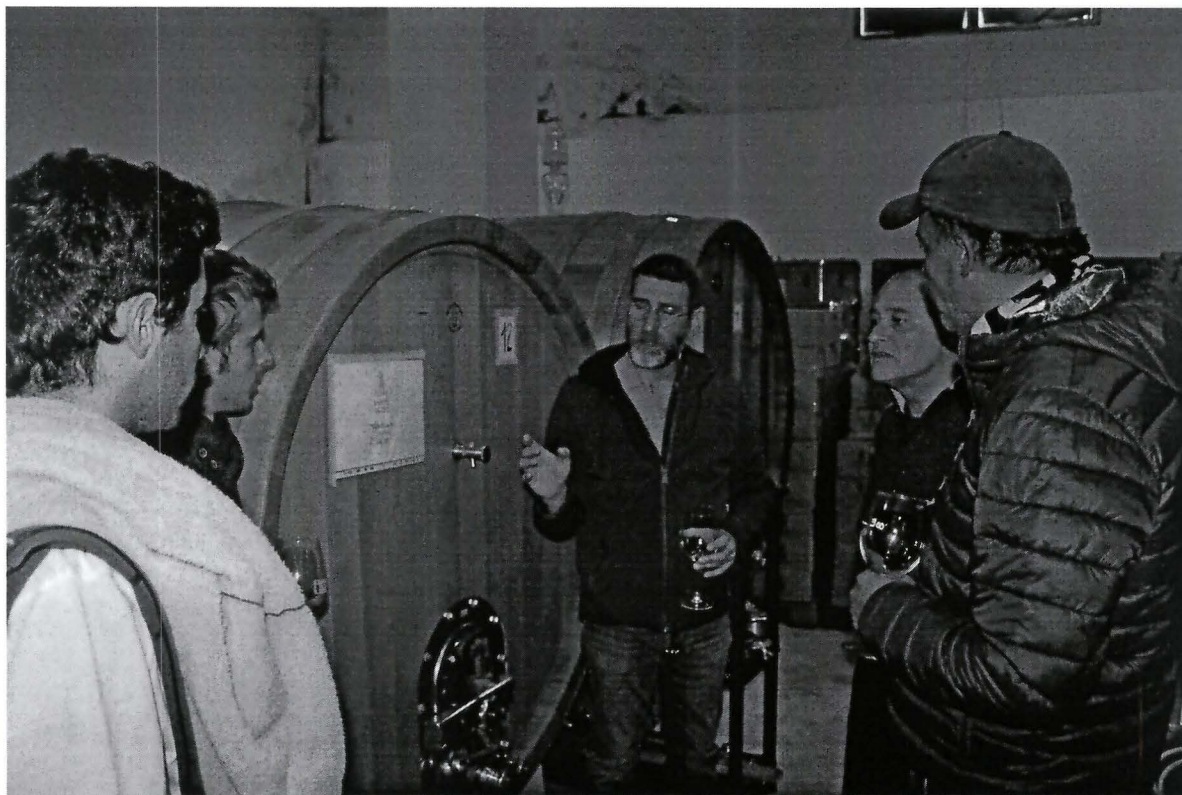
FRANCESCO GUCCIONE

Visita a los campos del productor, Sicilia Italia





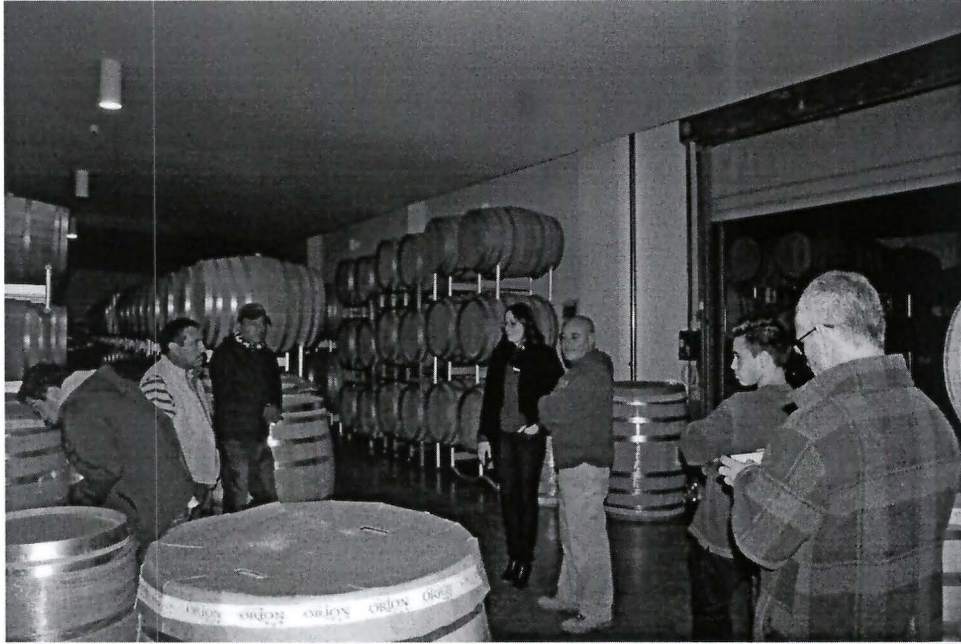
Bodega de elaboración de vinos de Franchesco.

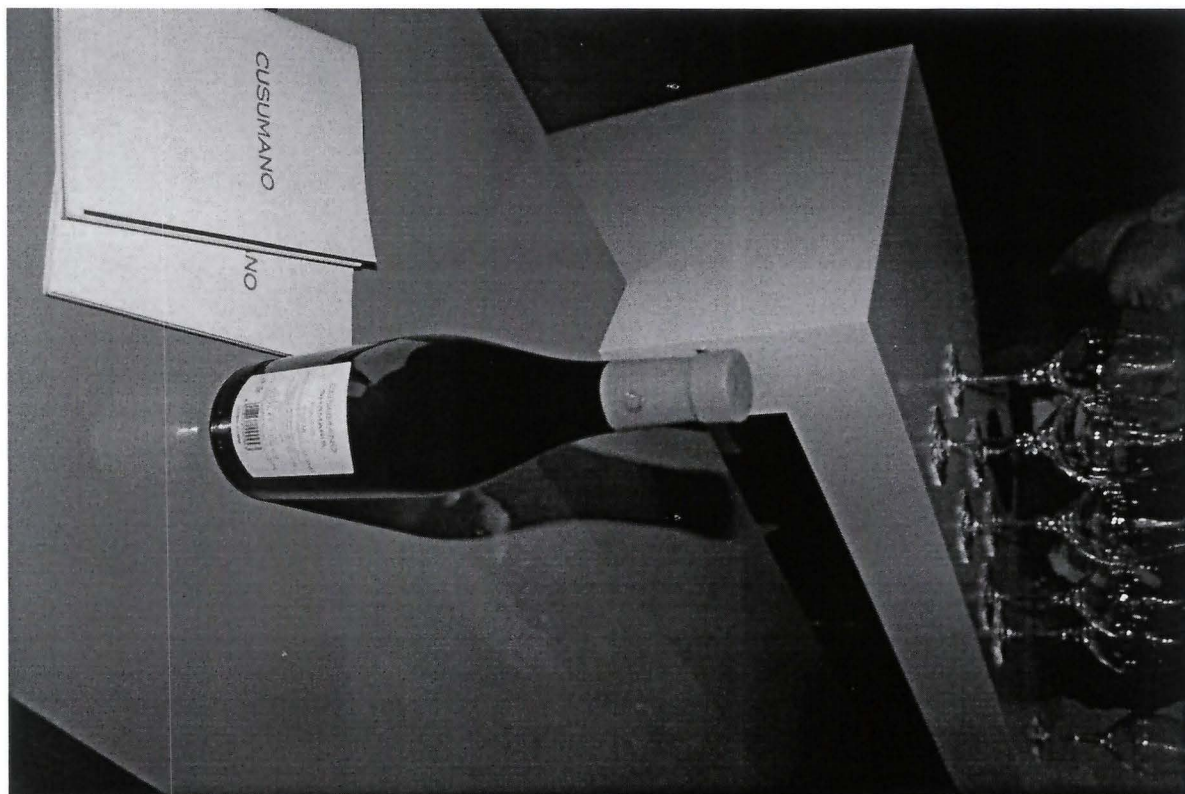


Sala de vinos familiar.

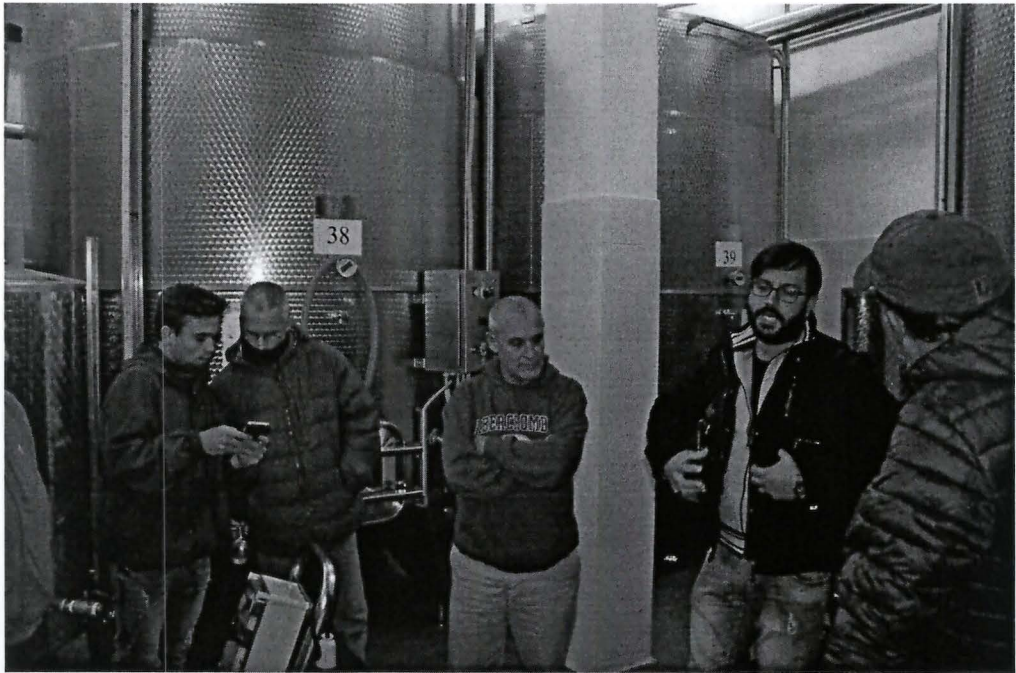
CANTINA CUSSUMANO

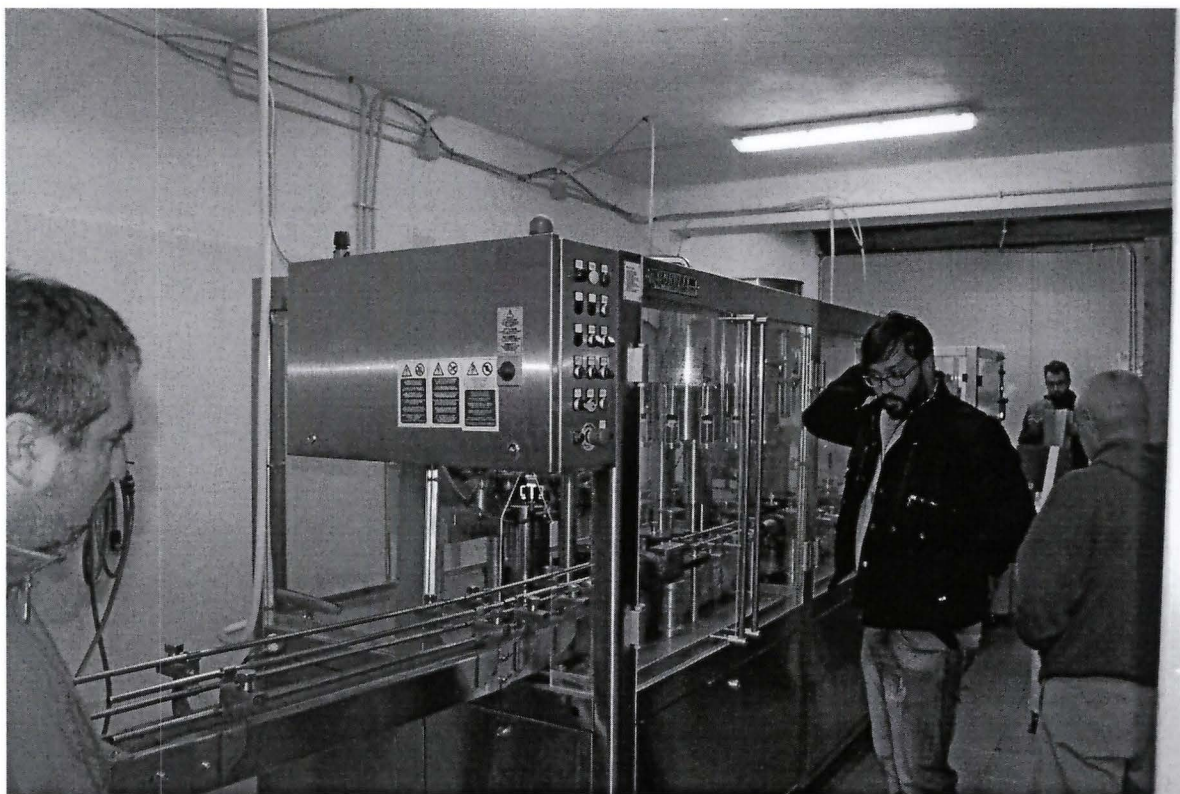
Visita a bodegas





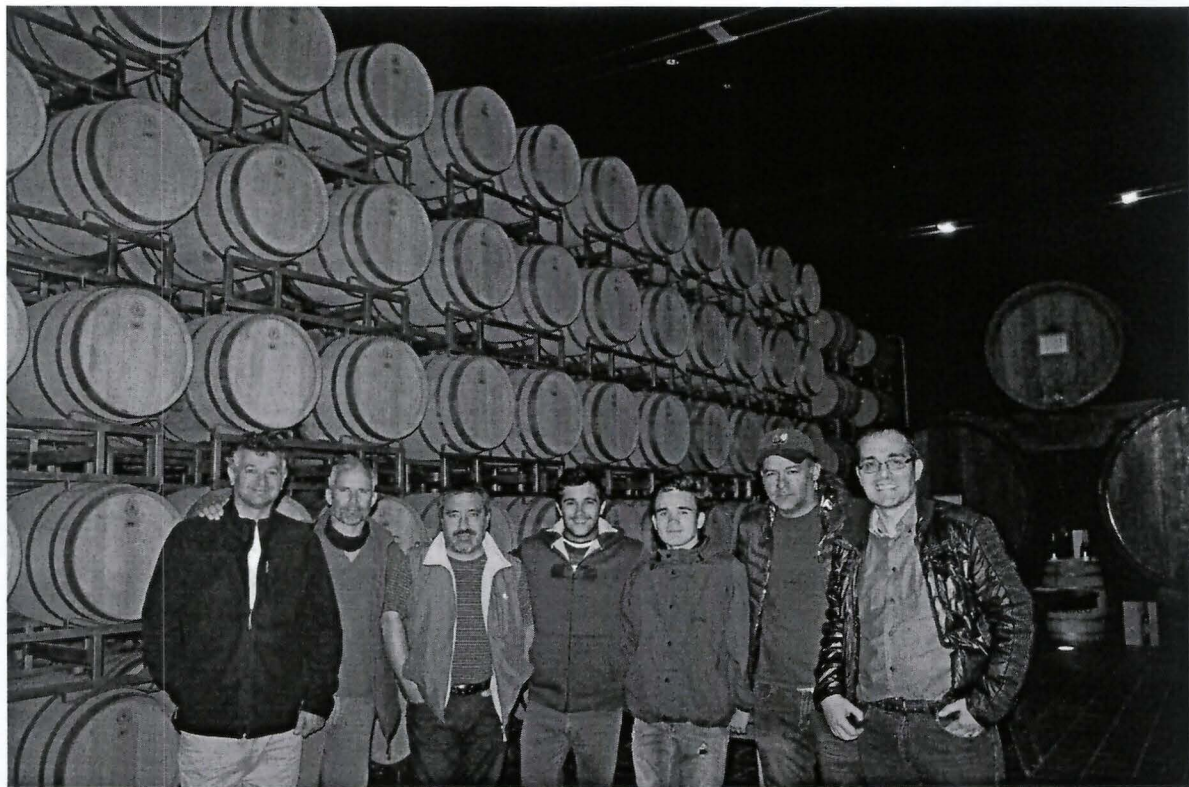
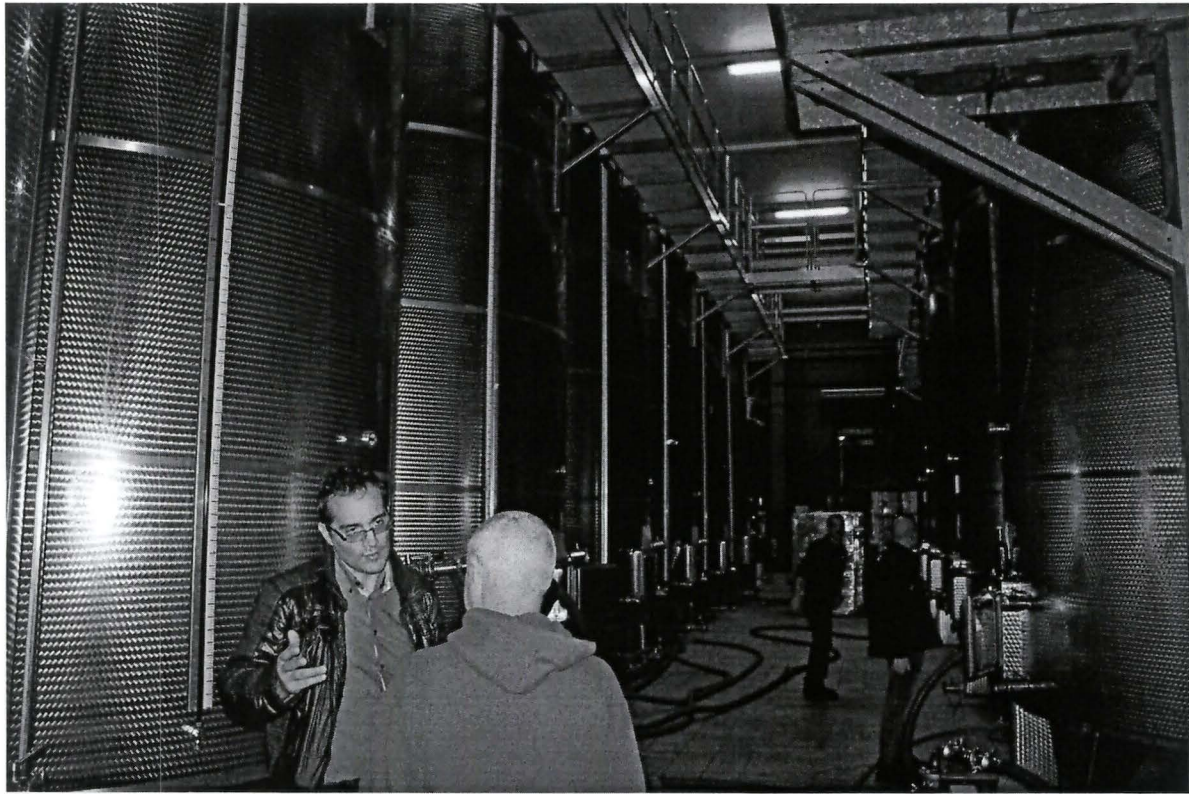
COOPERATIVA VALDIBELLA



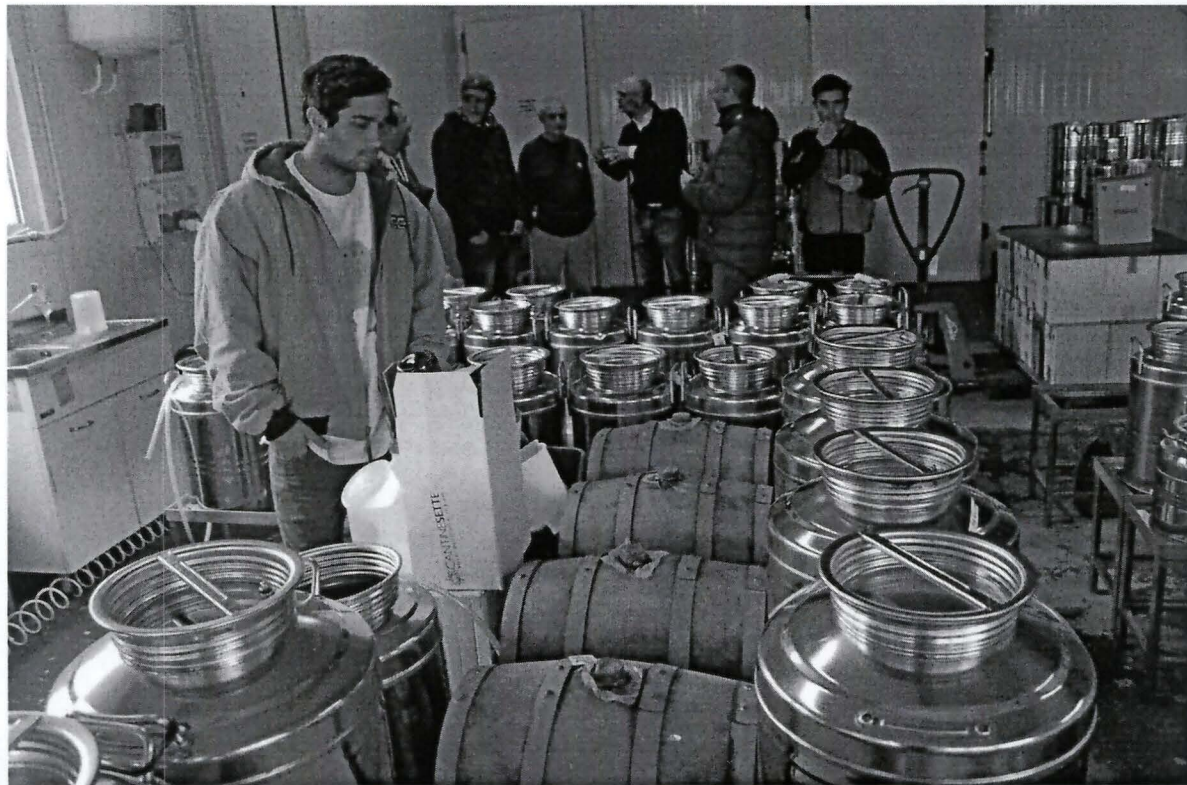


CANTINA FIRRIATO





CENTRO TECNOLOGICO

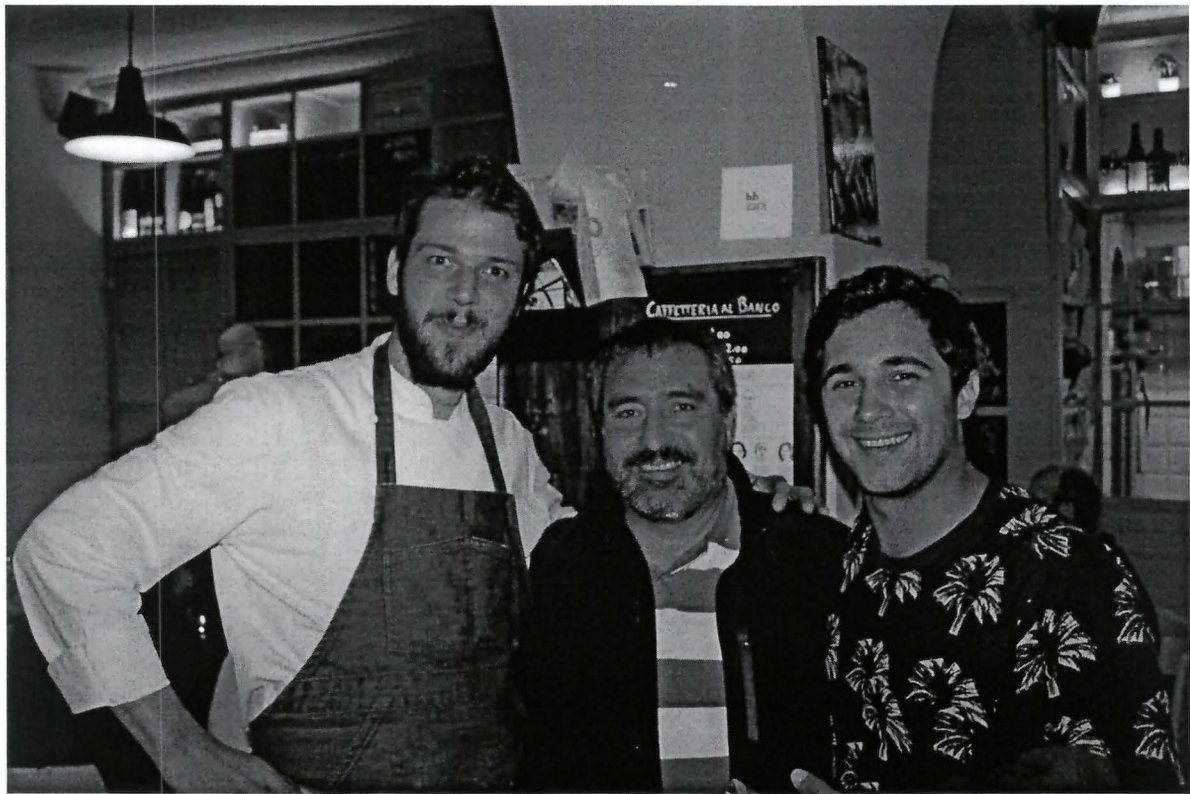




LITRO





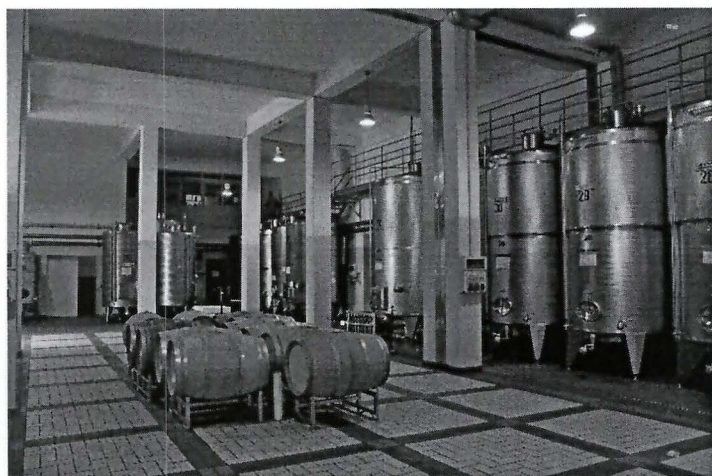


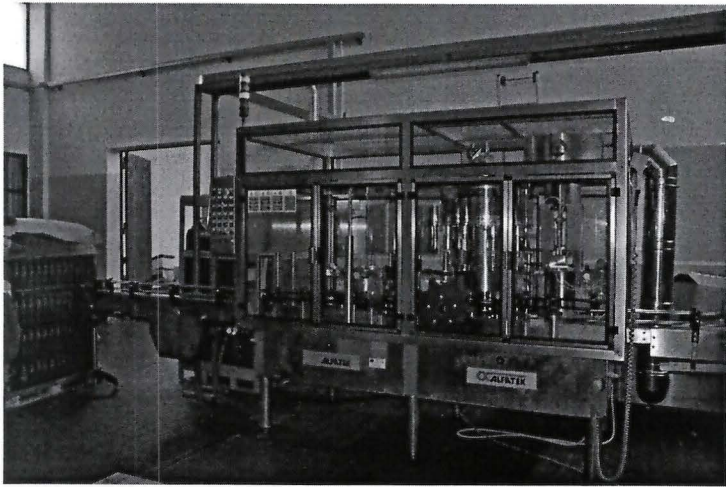
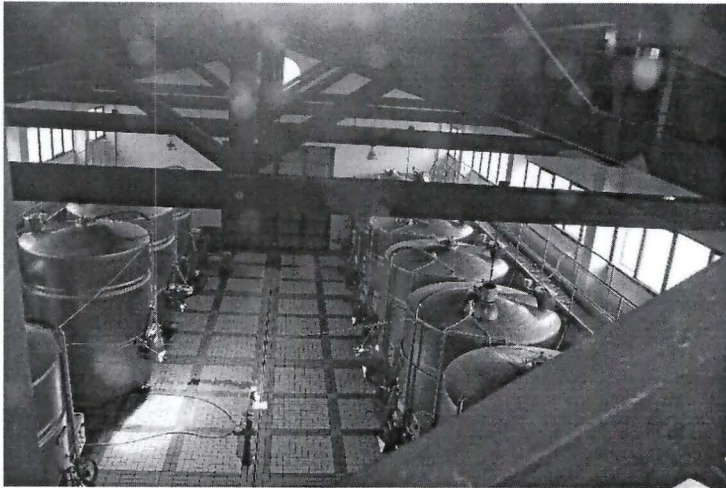


SLOW FOOD



TENUTA DI FIORANO





Anexo 3

Lista de participantes de la actividad de difusión, indicando nombre, apellido, entidad donde trabaja, teléfono, correo electrónico y dirección

PROYECTO GIRA	
PROGRAMA COFINANCIADO POR FIA	
COOPERATIVA VALLE MARGA MARGA	
SEMINARIO DIFUSION	
DIA DE ENCUENTRO	30 de Noviembre
HORA DE DESARROLLO DE ACTIVIDAD	9:30-12:30
UBICACIÓN	Fundo San Jorge EL sol Quilpue

PARTICIPANTES

	NOMBRE	EMPRESA	Correo	Telefono	Firma
1	Paufine Mel	—			
2	Fuente Vidal	RX Chile			
3	Ricardo Colapinto	ASISCOOP			
4	Mariano Marin	ASISCOOP			
5	Gustavo Aguero	Freecobor			
6	Carolina Miranda	Coop Y Rangel			
7	Roberto Muñoz Velaz	Cooperativa Valle			
8	Arturo Herrera Romo	Coop. Valle			
9	Francisco Uribe MANSILLA	Cooperativa Agropecuaria Santos del Norte			Francisco Uribe
10	Héctor Fabian Benítez	Cooperativa Agropecuaria Santos del Norte			
11	Daniel Raab C.	Daniel Raab			
12	ANTON GIANELLI	INDEPENDIENTE			

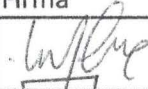
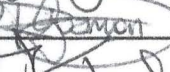
PROYECTO GIRA	
PROGRAMA COFINANCIADO POR FIA	
COOPERATIVA VALLE MARGA MARGA	
SEMINARIO DIFUSION	
DIA DE ENCUENTRO	30 de Noviembre
HORA DE DESARROLLO DE ACTIVIDAD	9:30-12:30
UBICACIÓN	Fundo San Jorge EL sol Quilpue

PARTICIPANTES

	NOMBRE	EMPRESA	Correo	Telefono	Firma
13	Roberto Muñoz Polanco	Agrícola Los Alamos			
14	Christopher Holmen K.	Christopher Holmen K.			
15	ADOFO WÜBNER ALVARADO	MARIA CAPO LUNA ALVA			
16	Eduardo Garrido Ortiz	Estudiante Univ			
17	Andrés Salazar	José Cepeda Vidal			
18	JOSEFIN. SARA CONNEZO	VITIVINICULTORA INT			
19	Alexa Peñaranda C.	Alexa Peñaranda C.			
20	Juan Cepeda Vidal	Gerente Cooperativa Valle Marga			
21	Luzmario Herrera S	Alcaldía Excmo			
22	CRISTOBAL SOTO POBLETE	ING. AGRÓNOMO VITIVINICULTOR			
23	Marcelo Gutiérrez P.	SOCIO COOPERATIVA			
24	FRANZ WÜBNER ALVARADO	VINA HERBEEA FAMILIA COOPERATIVA			

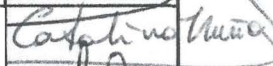
PROYECTO GIRA	
PROGRAMA COFINANCIADO POR FIA	
COOPERATIVA VALLE MARGA MARGA	
SEMINARIO DIFUSION	
DIA DE ENCUENTRO	30 de Noviembre
HORA DE DESARROLLO DE ACTIVIDAD	9:30-12:30
UBICACIÓN	Fundo San Jorge EL sol Quilpue

PARTICIPANTES

	NOMBRE	EMPRESA	Correo	Telefono	Firma
25	Michele Chirar Jello	Ameser Continuada			
26	Livorio Ponce Morales	Agua Los Coligues - Los Perales			
27	Carlos Cerro	Agua Agneta don Cerro Negro			
28	Luisa Guzman C.	Predio Holzmann			
29	RICARDO GUZMAN	AGRICOLA LOS COLIGUES - L. PERALES			
30	Sandra Vidal Zencel	Concedora Cooperativa			
31					
32					
33					
34					
35					
36					

PROYECTO GIRA	
PROGRAMA COFINANCIADO POR FIA	
COOPERATIVA VALLE MARGA MARGA	
SEMINARIO DIFUSION	
DIA DE ENCUENTRO	29 de Noviembre 2017
HORA DE DESARROLLO DE ACTIVIDAD	9:30-12:30
UBICACIÓN	Agrícola Los Alcornocos LaMerced S/N Casablanca

PARTICIPANTES

	NOMBRE	EMPRESA	Correo	Teléfono	Firma
1	Arturo Herrero Román	Arturo Herrero Román			
2	Catalina Muñoz Balboa	Agrícola Los Alcornocos			
3	Caroline Alvarado A.	Coop. Valle Marga Marga			
4	Michelle Girardello	Isener			
5	Roberto Campos O.	Vineta Cristóbal			
6	Daniel Raab C.	Holzman			
7	Carla Cuera	Los Alcornocos			
8	Christopher Holzman K.	Los Alcornocos			
9	Julio Donoso	Montsera			
10	Roberto Muñoz Vales	COOPERATIVA			

PROYECTO GIRA	
PROGRAMA COFINANCIADO POR FIA	
COOPERATIVA VALLE MARGA MARGA	
SEMINARIO DIFUSION	
DIA DE ENCUENTRO	29 de Noviembre 2017
HORA DE DESARROLLO DE ACTIVIDAD	9:30-12:30
UBICACIÓN	Agrícola Los Alcornosques LaMerced S/N Casablanca

PARTICIPANTES

	NOMBRE	EMPRESA	Correo	Teléfono	Firma
11	Guillermo Cornejo P.	Tratamiento de residuos agrícolas			
12	ADOLFO RUBEN ALVAREZ	MARIA CAROLINA ALVAREZ E.I.R.L.			
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Anexo 4
Material entregado en las actividades de difusión



CLIMA Y SUELOS

- PRECIPITACIÓN Y MESES

- SUELOS

- CLIMA

VARIEDADES Y/O CEPAS

GRILLO

CATARRATTO

CARRICANTE

DAMASCHINO

GRECANICO

MAZOLLA O ANZONICA

ZIBIBBO

ALICANTE O GRÉNACHE

FRAPPATO

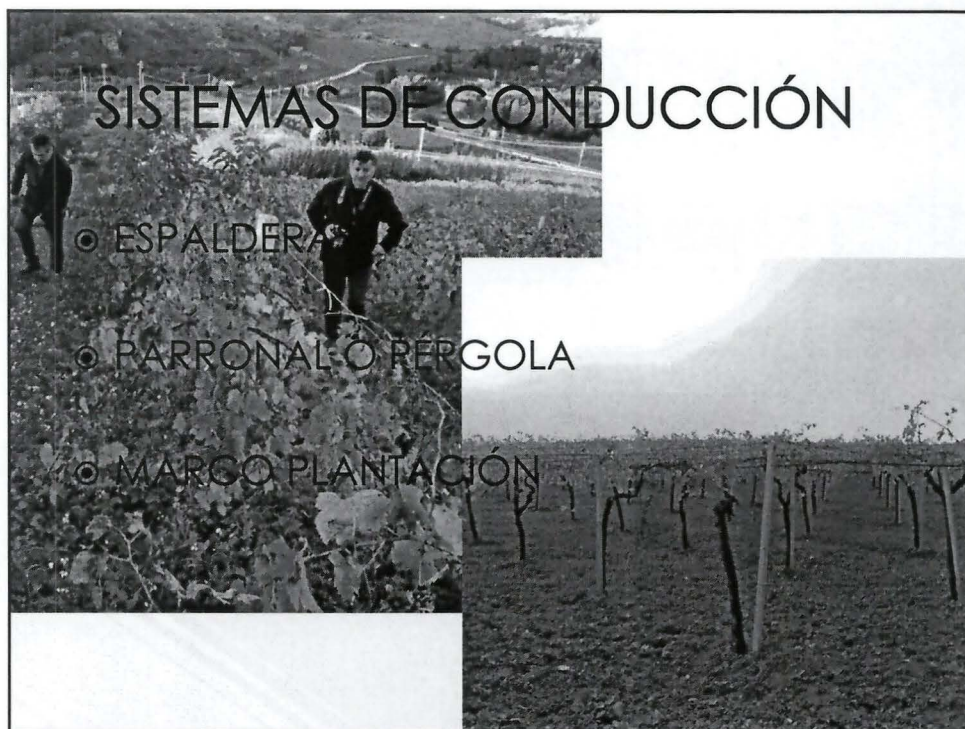
NERELLO CAPPUCCIO

NERELLO MASCALESE

NERO D'AVOLA

NOCER

PERRICONE

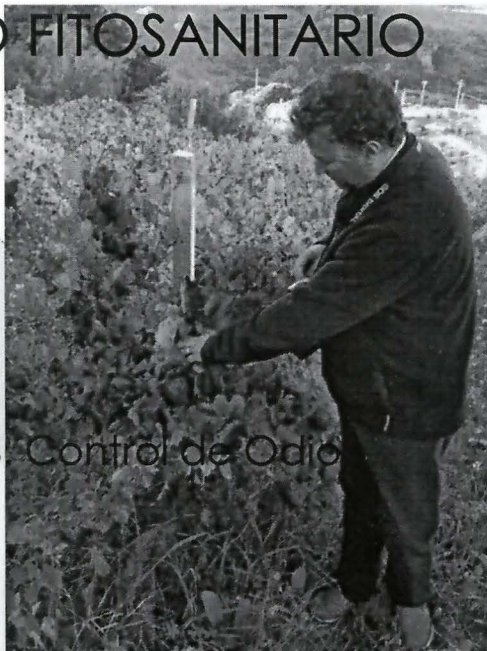




MANEJO FITOSANITARIO

◎ PLAGAS

◎ ENFERMEDADES Control de Odio



CENTRO TECNOLÓGICO

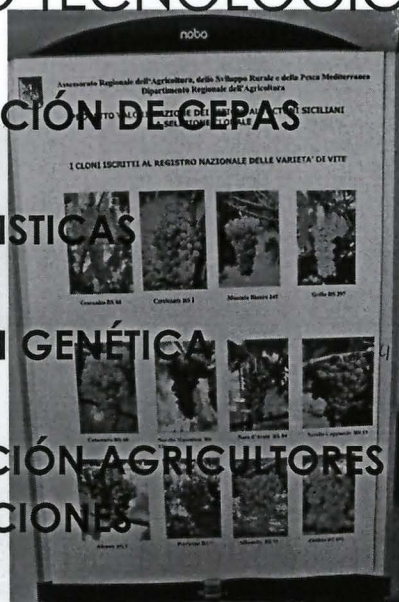
◎ IDENTIFICACIÓN DE CEPAS

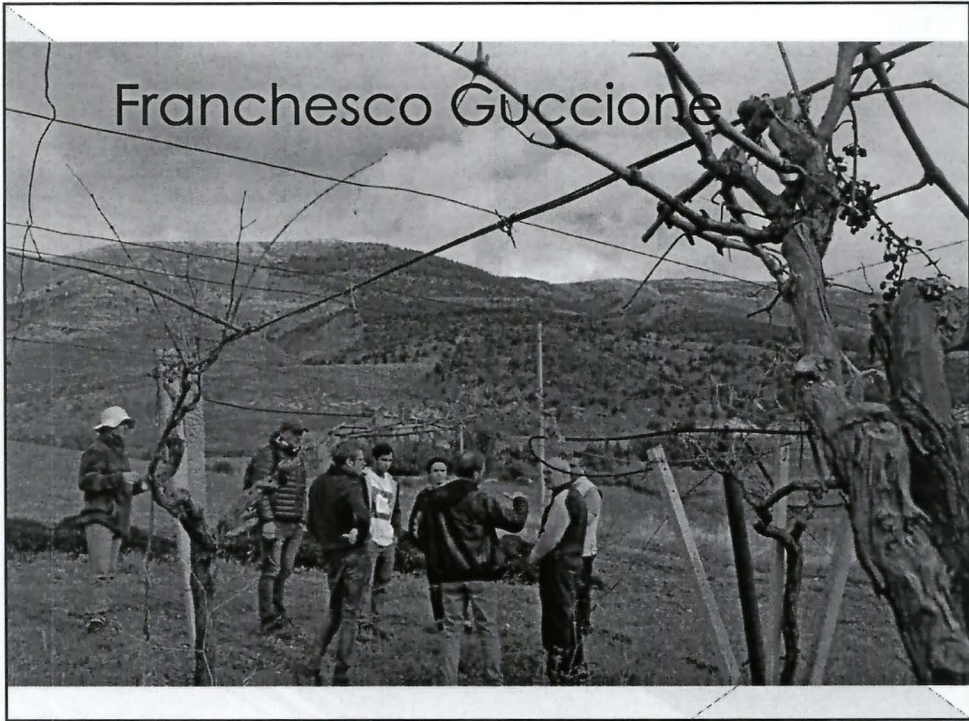
◎ CARACTERÍSTICAS

◎ SELECCIÓN GENÉTICA

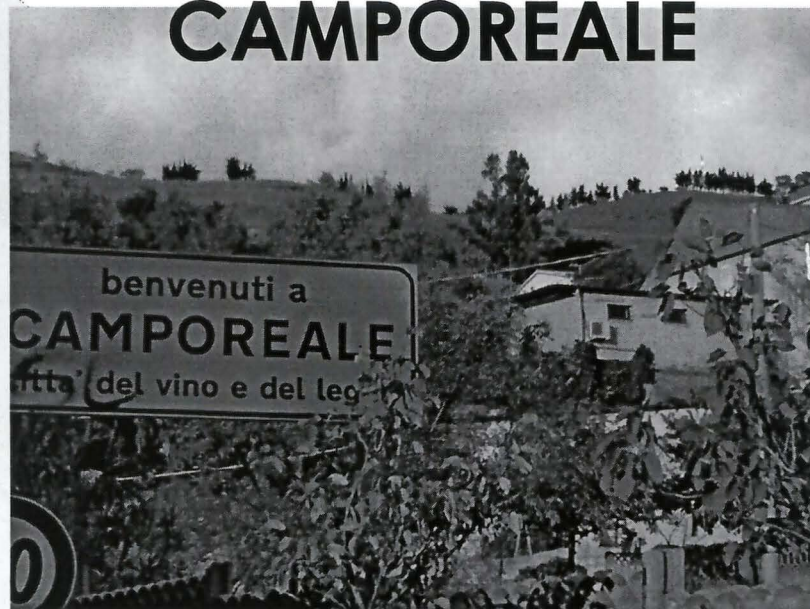
◎ MASIFICACIÓN AGRICULTORES

◎ CERTIFICACIONES





CAMPOREALE



Cooperativa Valdibella/Camporeale



CENTRO TECNOLÓGICO



Enoteca Vineria LITRO

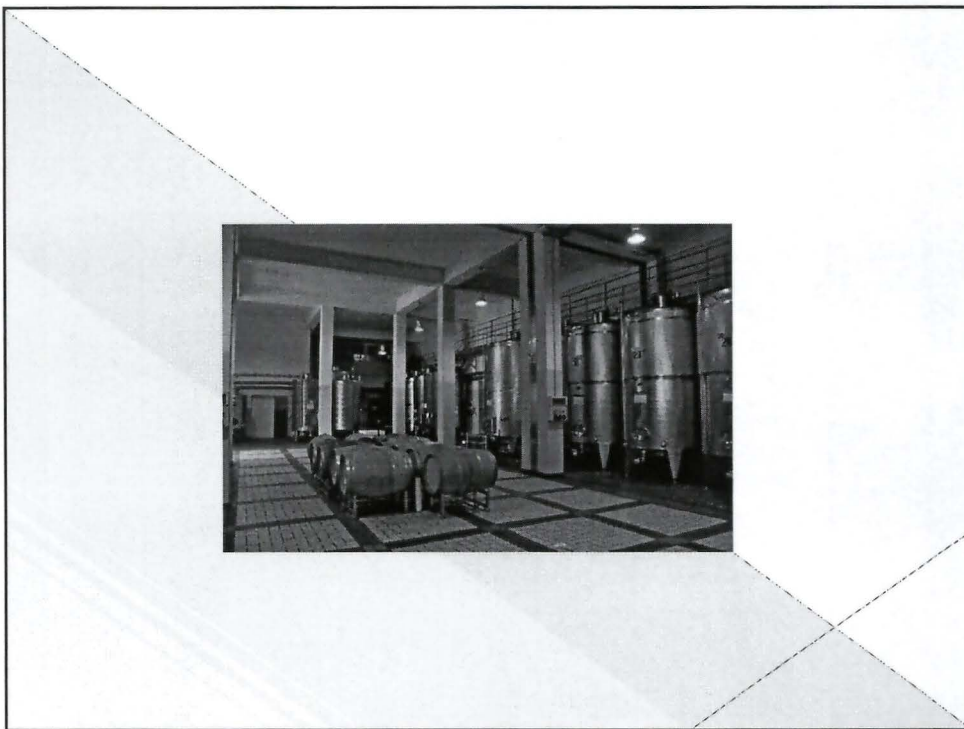


Visita Tenuta de Fiorano



Tenuta de Fiorano







DIFUSION

GIRA PROSPECCION

Manejos de Bodega-Procesos de innovación
**Innovación en técnicas de elaboración de vinos naturales y
accionar del cooperativismo en Italia.**

Proyecto cofinanciado por FIA



Arturo Esteban Herrera Román

Presidente Cooperativa

Casablanca: 29 de Noviembre 2017

Fundo San Jorge, Quilpué: 30 De Noviembre 2017



Contexto General de las Visitas

- **Ubicación Territorial:**
 - Isla de Sicilia
 - Roma Localidad Paliano





Itinerario Sicilia

- Localidad Monreale Palermo

Primera Visita Vini Disisa



Vini Disisa



Vino Disisa



Vini Disisa



Vini Disisa

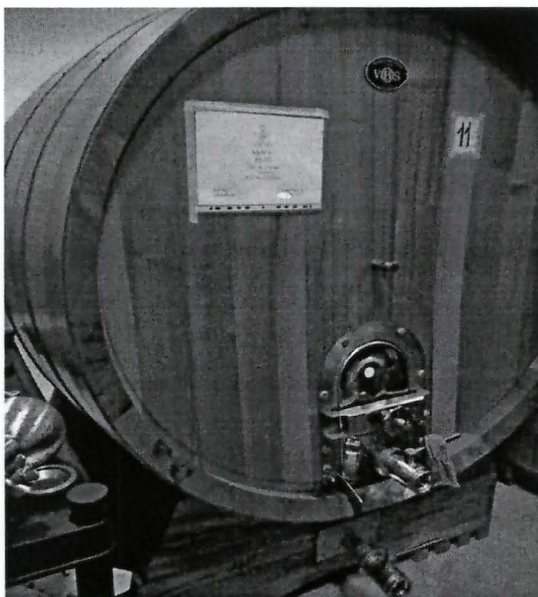




Itinerario Sicilia

• Localidad Monreale Palermo

Segunda visita **Francesco Guccione**



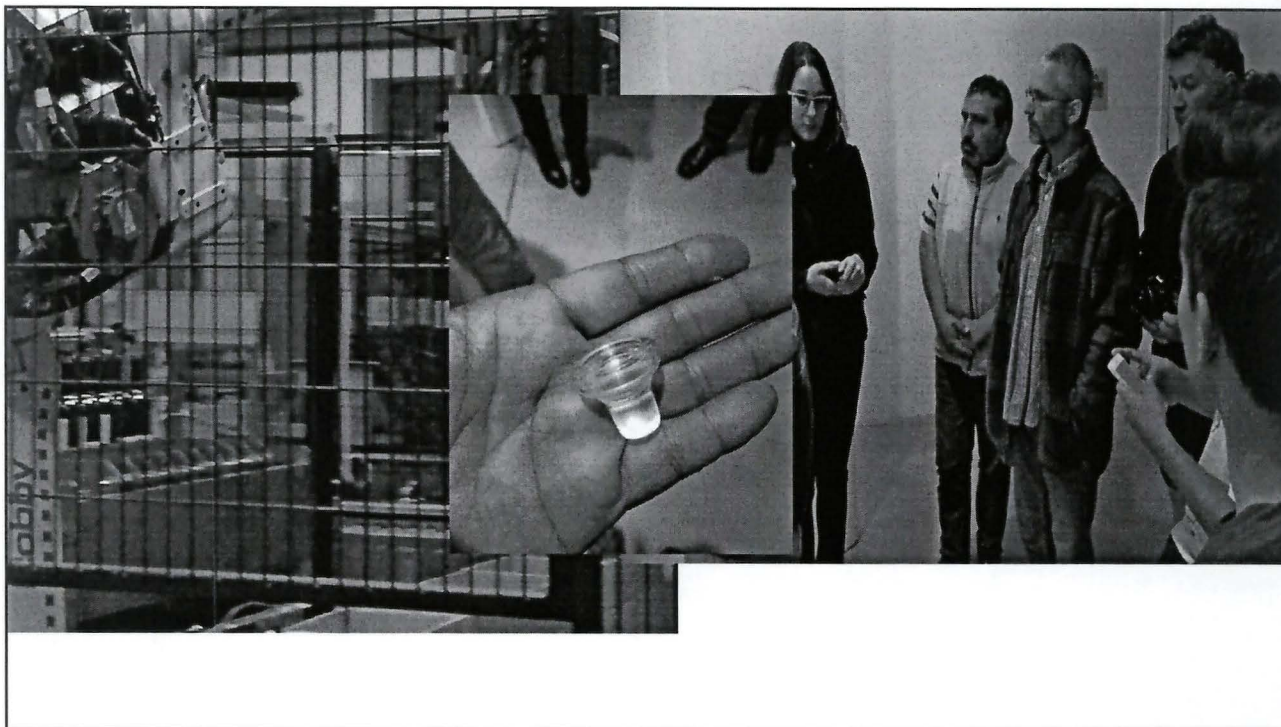


Itinerario Sicilia

- Localidad Partinico Palermo

Tercera Visita Cantina Cussumano





Itinerario Sicilia

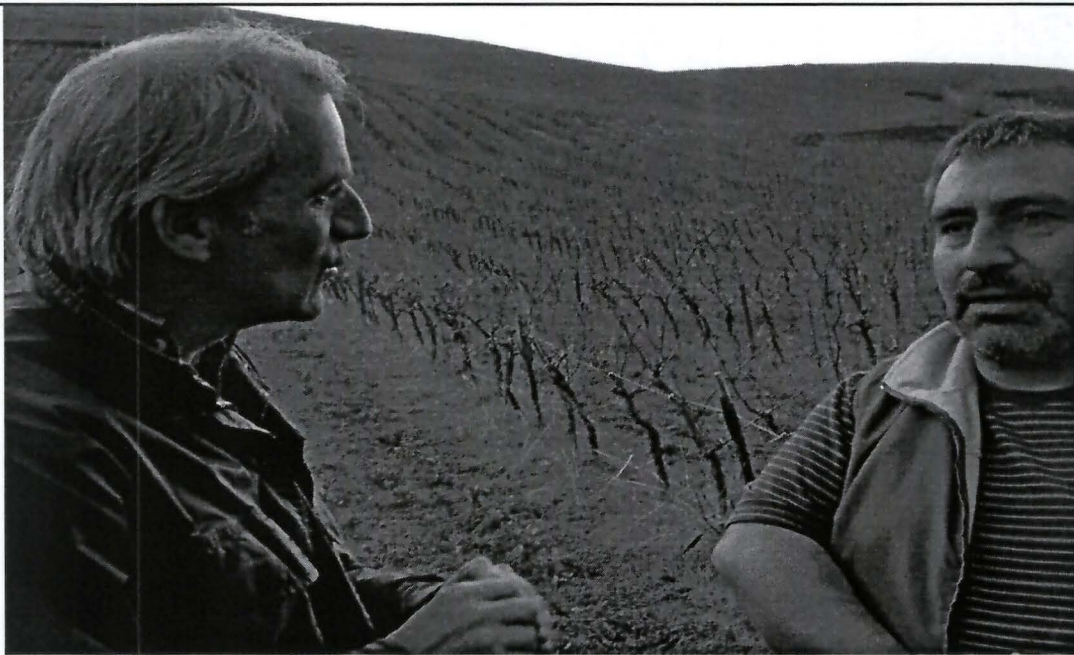
- Localidad Camporeale Palermo

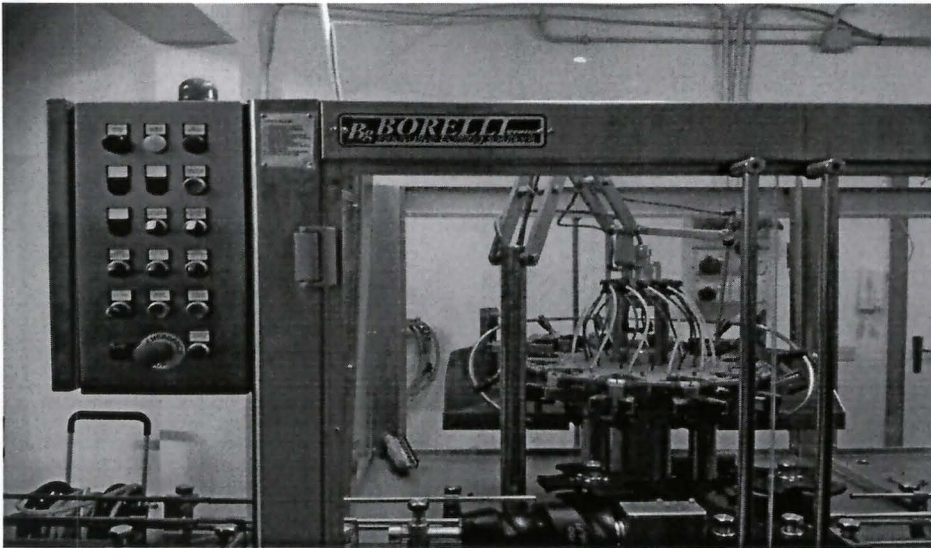
Cuarta Visita: Cooperativa Valdibella

Gestión del Cooperativismos
Forma de comercialización
Manejo de campo y bodega.











Itinerario Sicilia

- Localidad Monreale Palermo

Quinta Visita: Cantina Firriato







Itinerario Sicilia

- Localidad Monreale/ Palermo
- Sexta : Centro tecnológico





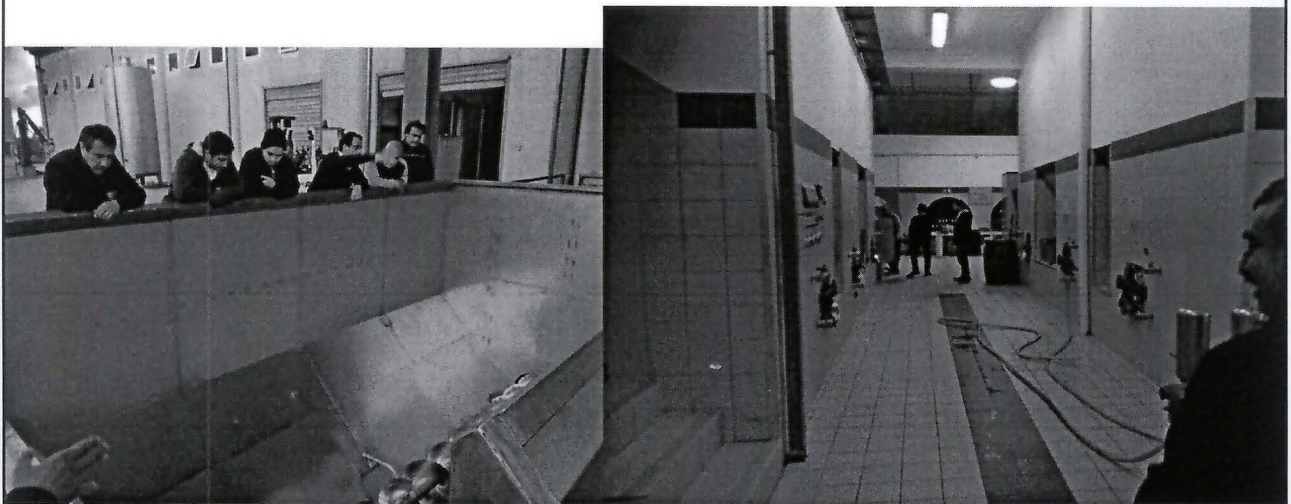


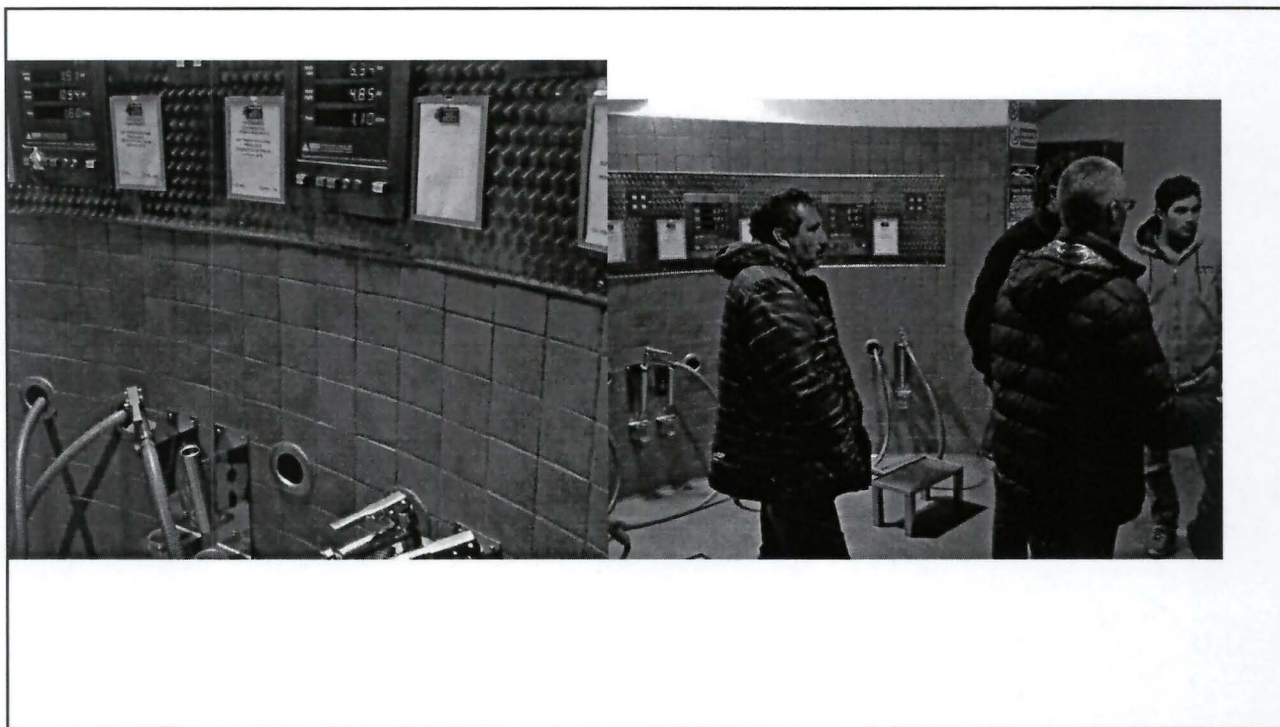


Itinerario Sicilia

- Localidad Roma
- Tenuta Fiorano







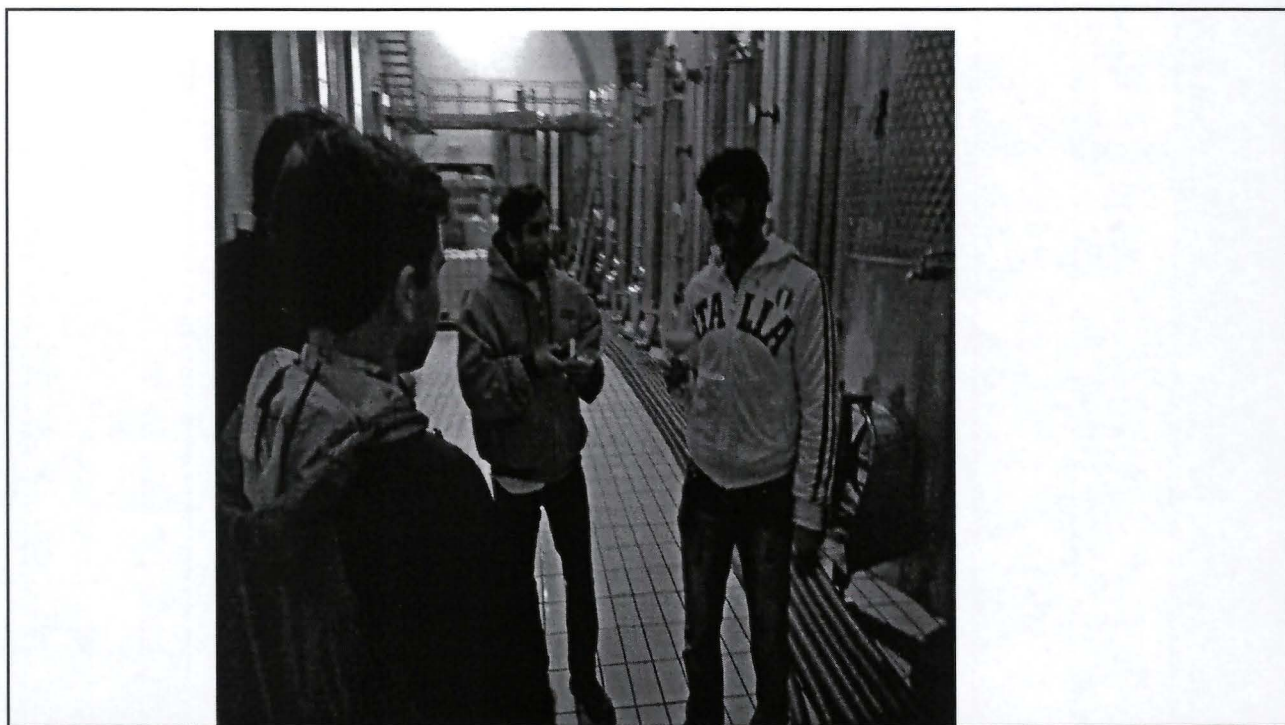
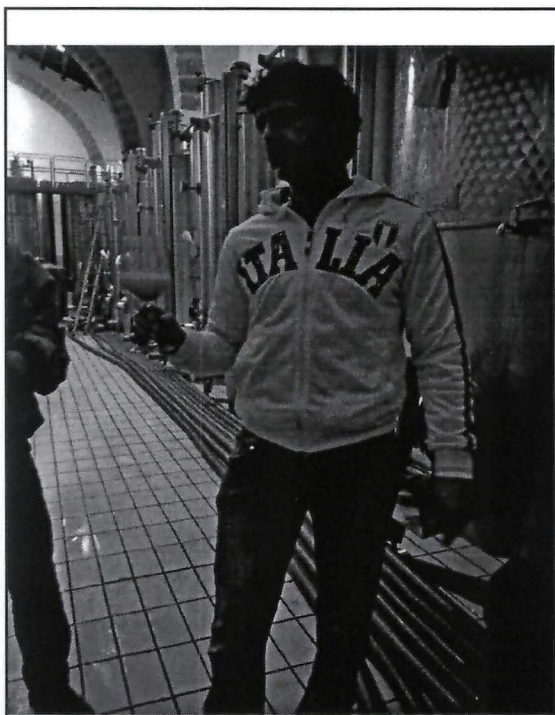
Itinerario Sicilia

- Localidad Monreale/ Palermo

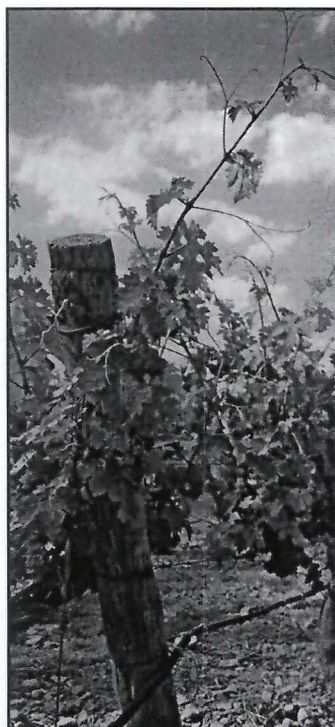
Septima Visita: Aldo Viola

Productor que nos llevaron a visitarlo desde la Cooperativa Valdibella





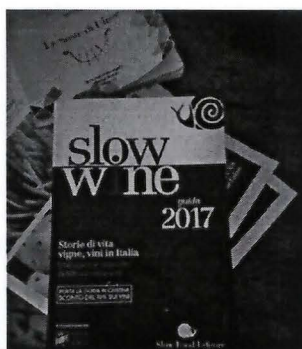


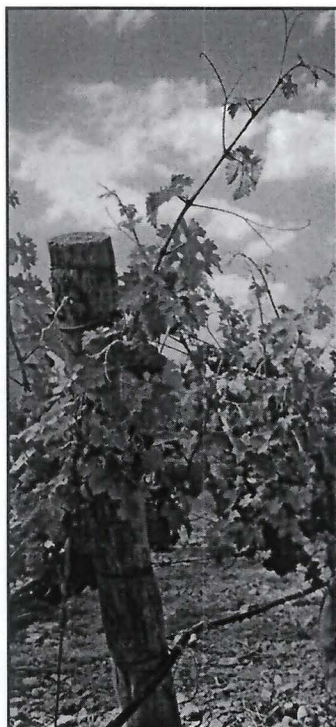


Itinerario Roma

- Localidad Paliano-Roma

Octava Visita: Slow food y Organización Slow Food,





Itinerario Sicilia

- Localidad Paliano: Roma

Novena Visita : Productor Homeopatico y Biodinamico



Slow Food-Roma Lorella Reale, biodinamico

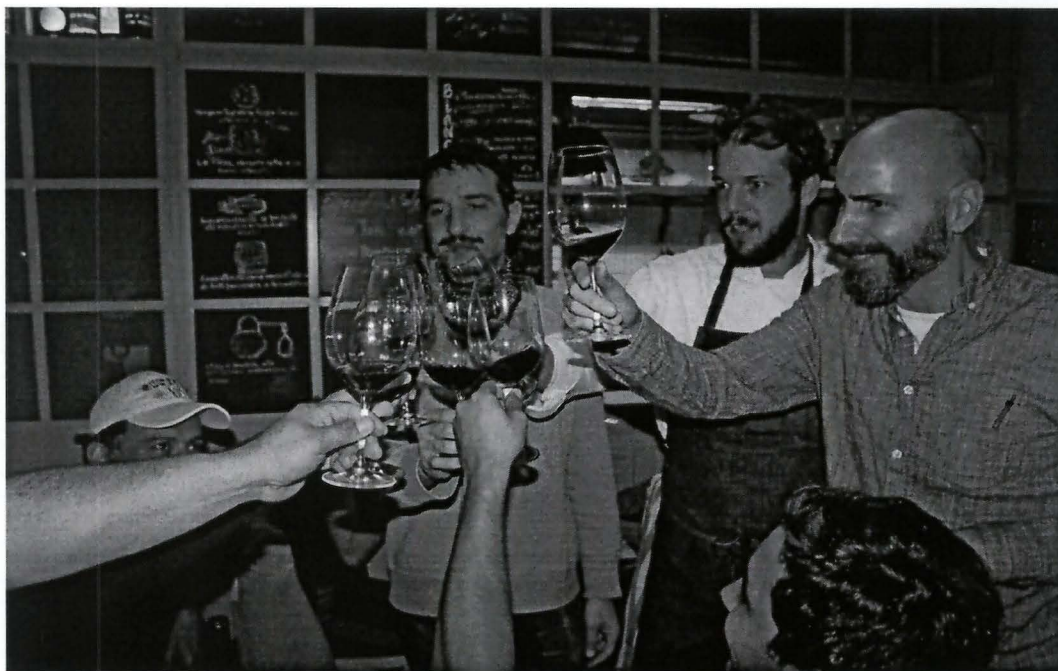


Agos 12. Gustando l'angiolato. La Lina de que
 reducido y dinamizado, Hongos, Esencias
 homeopáticas, Tuna. Instituto Comenius. Muy
 importante que suelo siempre cubierto.
 refractómetro

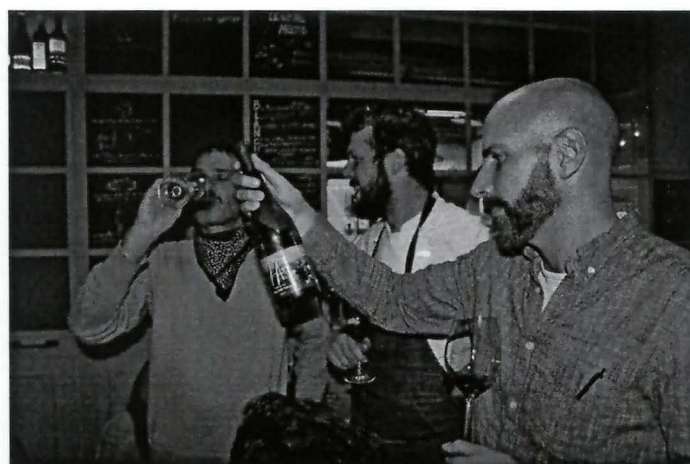


Vineria LITRO





Vineria LITRO



Anexo 5

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Nombre de la Entidad	Antonio Herrera Román EIRL		
Dirección:	P.O. San Jorge S/N Quilpué		
Teléfono:		Mail:	
Coordinador (a):	Michelle Gimblell		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo del gira					X
Nivel de conocimientos adquiridos					X
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer					X
Estoy satisfecho (a) con la realización de la gira					X
Los lugares de realización de la gira, fueron los adecuados.					X
Los contactos visitados, a través de la gira, fueron un aporte al objetivo de la gira.					X
Organización global de la gira.					X

Comentarios adicionales: Gira muy provechosa en el ámbito de mi rubro lo que me permitió diferenciar en mi proceso de elaboración de vinos. ¡Gracias por la oportunidad!!

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Nombre de la Entidad	Asoc Agrícola Los Altos noques.		
Dirección:	Calle las Cuevas Finca La Mercedes SIN Casa Blanca		
Teléfono:	944 56546	Mail:	carlos17036@gmail.com
Coordinador (a):	Michele Guiraudello		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo del gira					X
Nivel de conocimientos adquiridos					X
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer					X
Estoy satisfecho (a) con la realización de la gira					X
Los lugares de realización de la gira, fueron los adecuados.					X
Los contactos visitados, a través de la gira, fueron un aporte al objetivo de la gira.					X
Organización global de la gira.					X

Comentarios adicionales: Absolutamente satisfecho, siento que hay que motivar para que otros productores realicen estas giras.

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Nombre de la Entidad	Nichele ghirardello / Coordinador		
Dirección:	Mavena. 836 ; Depto 11 Quilvé.		
Teléfono:		Mail:	
Coordinador (a):	Nichele ghirardello		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo del gira					X
Nivel de conocimientos adquiridos					X
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer					X
Estoy satisfecho (a) con la realización de la gira					X
Los lugares de realización de la gira, fueron los adecuados.					X
Los contactos visitados, a través de la gira, fueron un aporte al objetivo de la gira.					X
Organización global de la gira.					X

Comentarios adicionales:

Se cumplió a cabalidad el objetivo de la visita, logrando un amplio conocimiento, nuevas experiencias, innovación posible de desarrollar en Chile.

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Nombre de la Entidad	MARIA CAROLINA ALVARADO E.I.R.L. (SOLO COOPE)		
Dirección:	CALLE LADOLLO HUBNER PARTICIPANTE VALLE MARCA MARCA		
Teléfono:		Mail:	
Coordinador (a):	MICHELE GHIRARDELLO		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo del gira					X
Nivel de conocimientos adquiridos					X
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer				X	
Estoy satisfecho (a) con la realización de la gira					X
Los lugares de realización de la gira, fueron los adecuados.					X
Los contactos visitados, a través de la gira, fueron un aporte al objetivo de la gira.					X
Organización global de la gira.					X

Comentarios adicionales: LOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS PARA LAS LABORES QUE REALIZO FUERON MUY INTERESANTES, PODRE COLOCAR EN PRACTICA ACCIONES EN LA VENDA 2018. EFICIENTE GENEROSIDAD EN EL SABER

Encuesta de satisfacción de participantes de giras para la innovación

Nombre de la Entidad	Christopher Alfonso Holzman Kuntner		
Dirección:	Finca la Vinya 14 S/W Casablanca		
Teléfono:		Mail:	
Coordinador (a):	Miguel Bivardebo		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo del gira					X
Nivel de conocimientos adquiridos					X
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer					X
Estoy satisfecho (a) con la realización de la gira					X
Los lugares de realización de la gira, fueron los adecuados.					X
Los contactos visitados, a través de la gira, fueron un aporte al objetivo de la gira.					X
Organización global de la gira.					X

Comentarios adicionales:

Me siento 100% satisfecho con la gira realizada por el conocimiento adquirido la posibilidad, de aplicarlo a la innovación.