

“BRASA COÈRTA” IL PERCORSO VERSO IL NATURALE DI PASQUA VIGNETI E CANTINE Un progetto pilota con Diego Rossi e Lorenzo Corino

Milano, 4 marzo 2019 – Si chiama “**Brasa Coèrta**” ed è l’inizio di un percorso verso la produzione di un vino naturale di Pasqua Vigneti e Cantine, da oltre novant’anni tra le principali aziende di produzione di vini autoctoni veneti e italiani. **Dichiara Riccardo Pasqua, amministratore delegato di Pasqua Vigneti e Cantine:** *“Siamo convinti che si possa produrre, distribuire, consumare in modo sostenibile. Non vogliamo che l’impegno etico si fermi alle parole. Brasa Coèrta è un progetto pilota per un vigneto di 1,2 ettari, avviato oltre un anno fa, che evidenzia la volontà di dare risposte a un consumatore sempre più etico e attento a stili di vita e atteggiamenti sostenibili; un’idea virtuosa, che mira a tutelare il vigneto come parte del patrimonio territoriale, che si è concretizzata grazie all’incontro con **Diego Rossi**, chef e proprietario del ristorante Trippa di Milano, da sempre appassionato di vini naturali, e **Lorenzo Corino**, agronomo, tra i massimi esperti sul tema in Italia e in Europa”.*

Diego Rossi, protagonista insieme a Giorgia Fincato, artista, e Lidia Caricasole, ballerina, del progetto “Talent Never Tasted Better” che valorizza talenti veronesi che hanno avuto il coraggio inseguire i loro sogni, affermandosi autorevolmente nei rispettivi campi in Italia e nel mondo, sta realizzando, insieme a Pasqua, il suo sogno di un vino naturale che rispecchiasse le sue origini e la sua visione sostenibile.

Ne è nato un progetto vitivinicolo sostenibile che racconta appunto la voce di un territorio. Il nome stesso, “Brasa Coèrta” è mutuato da un detto popolare che sta a indicare una persona apparentemente tranquilla che nasconde molto di più di quel che fa vedere. La brasa è il tizzone che continua ad ardere sotto la cenere e può “riaccendere” il fuoco. Questo vino è esattamente così, per la sua finezza ed eleganza che però rivela una grande complessità e un potenziale interessante di longevità.

Per **Diego Rossi**, Brasa Coèrta rappresenta: *“il progetto di un vino che racchiuda il pensiero che anima i miei piatti: è necessario semplificare i processi e rispettare il prodotto; se lo lavori meno, rimane più intatto, più integro e più vero.”*

Brasa Coèrta nasce da un vigneto scelto per le sue caratteristiche particolarmente vocate. Nella gestione del vigneto, Pasqua si è avvalsa della collaborazione di Lorenzo Corino, che ha implementato processi produttivi attenti agli aspetti di salubrità ambientale, conservazione della biodiversità e longevità del vigneto. Impiantato nel 1985, il vigneto è caratterizzato da un terreno argilloso-calcareo di origine alluvionale. Le varietà di uve coltivate sono Corvina, Corvinone, Rondinella, Cabernet Sauvignon e Merlot.

Le uve vengono raccolte a mano con attenta selezione, per rimanere poi per circa dieci giorni nelle cassette prima di essere pigiate. Dopo la pigiatura vengono passate in tini di legno dove i lieviti naturali realizzano la fermentazione alcolica. Terminato questo passaggio, il vino viene riposto in tonneau di rovere francese di secondo e terzo passaggio per circa 6 mesi, dove svolge la fermentazione malolattica. Infine passa in acciaio per un ulteriore affinamento.

Dichiara **Lorenzo Corino:** *“Ho visto in Pasqua la lungimiranza di una grande azienda che fa da apripista, impegnandosi in maniera concreta in un progetto finalizzato alla sostenibilità in viticoltura e alla salubrità del vino.”*

La dicitura “vino naturale” non ha una definizione di legge, per questo motivo Pasqua lavora con impegno pluriennale sulle attività, dal vigneto alla cantina, compresi gli aspetti etici e ambientali.

Ne consegue che Brasa Coèrta sia un vino artigianale, nel senso più nobile del termine, perché l’uomo è artefice della sua creazione, grazie a una gestione più consapevole della vigna. La produzione non supera le 1800 bottiglie annue.

E la ricerca condotta **Wine Monitor di Nomisma: “Vino naturale e stili di vita green”** presentata oggi **conferma l'intuizione di Pasqua** e fornisce ulteriori spunti di riflessione su un fenomeno, sì di nicchia, ma con un trend di crescita importante, sul quale il dibattito è aperto e vivace

La ricerca evidenzia una forte attenzione da parte degli italiani nei confronti del tema sostenibilità: il **20% degli italiani¹** percepisce **la salvaguardia dell'ecosistema** come uno dei temi di maggiore preoccupazione per la società. La conservazione dell'ambiente e del paesaggio sono considerati centrali per offrire un futuro alle generazioni che verranno, oltre che fondamentali per tutelare le denominazioni alimentari del nostro Paese e garantirne la sicurezza alimentare.

Questo aspetto viene confermato dalle **caratteristiche imprescindibili** per i cibi/bevande che finiscono nella nostra dispensa: oltre alla certezza sull'effettiva provenienza 100% italiana dei prodotti che si comprano (fondamentale per il 26% degli italiani), si afferma **l'attenzione verso le proprietà bio (ecosostenibilità, filiera corta, km 0), caratteristica fondamentale sulla scelta finale di acquisto per il 22% dei consumatori**. In questo contesto, dunque, il vino naturale risponde alle esigenze di tradizione, origine e sostenibilità ricercate dai consumatori italiani.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa - Pasqua Vigneti e Cantine

Tel.045 8432111

press@pasqua.it www.pasqua.it

¹ *Wine Monitor Nomisma ha somministrato con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) un questionario, prevalentemente a risposta chiusa, a un campione rappresentativo di 1.000 consumatori italiani di vino tra i 18 e i 73 anni.*

“VINO NATURALE E STILI DI VITA GREEN”

Abstract della Ricerca – Milano, 4 marzo 2019

GLI ITALIANI E IL VINO NATURALE

Intervistati sui temi che generano più preoccupazione, subito dopo il timore di perdere il lavoro (32%), si collocano al secondo e terzo posto la salvaguardia dell’ecosistema (20%) e la salute (12%).

Circa il vino naturale, solo il 12% del campione afferma di sapere perfettamente di cosa si tratti, mentre il 50% ha già sentito parlare di vino naturale ma non sa quali siano le sue caratteristiche e il 21% non ne ha mai sentito parlare ma si dichiara incuriosito nei confronti di questo tema. Complessivamente quindi il 71% dei consumatori vorrebbe avere maggiori informazioni, confermando l’interesse per il vino naturale.

Quali termini vengono associati all’idea di vino naturale? Innanzitutto **artigianalità**, ma anche **salute, qualità, autenticità, sostenibilità, semplicità, bontà**. Tutti attributi che attestano come il metodo produttivo, i benefici per la salute, le caratteristiche organolettiche e l’assenza di elementi artificiali contribuiscano a definire il percepito di un prodotto a vocazione fortemente bio.

Deriva da questo il **desiderio degli intervistati (89%) di ricevere garanzie sull’origine del vino (magari attraverso una certificazione di apposito ente)** e la consapevolezza che quando si parla di vino naturale lo si fa riferendosi a **un prodotto di maggiore valore (87%)**, il che **invoglia ulteriormente all’acquisto (85%)**.

Proprio queste caratteristiche spingono gli intervistati a pensare che, **rispetto a un vino “convenzionale”, quello naturale presenti maggiori difficoltà di produzione (79%); maggiori benefici per la salute (69%); che sia più rispettoso dell’ambiente (66%) ma anche più buono (il 61% immagina migliori qualità organolettiche rispetto al convenzionale)**.

Questi aspetti invoglierebbero quindi il consumatore all’**acquisto di un vino naturale**? La risposta è assolutamente positiva per il 57% dei consumatori, a cui si aggiunge un 31% di incerti che, prima di dichiararsi convinti, vorrebbero assaggiarlo o comunque avere maggiori informazioni a riguardo.

IL CONSUMATORE INTERESSATO AL VINO NATURALE

A livello sociodemografico, l’interesse potenziale cresce tra i Millennials (18-38 anni di età), tra chi vanta un **titolo di studio alto** (laurea o dottorato) e un **reddito mediamente elevato e tra le donne**. A livello caratteriale il consumatore potenziale è **avventuroso**, attratto dalle sperimentazioni e dalle esperienze creative, **aperto e curioso, pronto a sfidare i cliché** per promuovere il cambiamento.

Anche il suo **stile di vita** si dimostra attento e fortemente **etico: adotta comportamenti eco-sostenibili** (dalla raccolta differenziata fino all’acquisto di alimenti bio), quando si parla di alimentazione promuove la **riscoperta dei sapori genuini e autentici** di un tempo, **acquista frutta e verdura di stagione**, preferisce **prodotti artigianali** a quelli industriali (anche a costo di pagarli di più), non sostiene aziende poco attente all’ambiente e non rispettose dei propri dipendenti.

Cittadino del mondo, sostenitore delle pratiche green e slow food, che ritrova nelle caratteristiche della viticoltura biologica i valori in cui crede: è questo in sintesi l’identikit del consumatore di vino naturale, un target pronto per uscire dalla nicchia di mercato ed affermarsi come player di grande rilevanza nel futuro non solo dell’enogastronomia, ma dell’intera economia globale.

VITICOLTURA BIOLOGICA

Data l'impossibilità di "censire" i vigneti naturali, sono stati presi in esame gli ultimi dati elaborati da FIBL relativi alla viticoltura biologica che evidenziano come a livello globale dal 2009 al 2017 le superfici complessive a vite bio siano cresciute del +112% (in Europa del +103%)², testimoniando quanto un "ritorno alle origini" in termini di trattamento delle terre e delle viti risponda in maniera coerente a una sempre maggiore sensibilità da parte del consumatore sui temi "green".

Anche in Italia il trend si conferma in crescita: dai 42.735 ettari del 2009 si è passati ai 103.207 del 2017, con un +142% di superfici destinate alla vite da vino biologica nel nostro Paese.

Sicilia e Puglia, che rappresentano rispettivamente il 35% e il 14% dell'intera superficie a vite da vino bio italiana, sono le regioni più vocate, grazie anche alle condizioni climatiche favorevoli allo sviluppo, per questo tipo di produzioni. Seguono Toscana (13%), Veneto (5%) e Marche (5%). La Lombardia segna la crescita più alta per numero di ettari biologici nel lustro 2012-2017 (+289,7% contro la media nazionale del +84,3%). Nello stesso periodo il Veneto registra un +100%.

E la spinta produttiva trova giustificazione nel crescente apprezzamento del consumatore nei confronti del vino Bio: i dati dell'Osservatorio Bio Nomisma ci dicono che la consumer base di vino biologico è passata dal 2% del 2013 al 41% del 2018.

LE ABITUDINI DI CONSUMO

Lo stretto legame tra la presenza dei vigneti e la bellezza del paesaggio è indiscutibile: il 70% dei consumatori italiani infatti pensa che questi contribuiscano a rendere migliori anche visivamente i territori in cui si produce vino. Nell'approccio al consumo, centrale è l'attenzione rivolta all'origine: per il 68% dei consumatori infatti è importante che il vino acquistato provenga da un territorio fortemente vocato alla produzione e il 63%, prima di degustarlo, si chiede sempre come e da chi è stato fatto. Per due consumatori su tre il vino inoltre è qualcosa di ancestrale, un prodotto antico, degno di rispetto e protezione). Questo "rispetto per la tradizione" si riflette nel 63% dei consumatori che si dichiara poco propenso a sperimentare formati particolari (lattina...) o vini eccessivamente "curiosi" (blu, glitterati...).

I criteri che guidano il consumatore nella scelta del vino sono riconducibili per il 75% a criteri razionali legati alle caratteristiche del prodotto e per il 25% a criteri emozionali collegati al percepito e ai valori trasmessi dal prodotto e dalla sua storia. Tra i primi spiccano denominazione di origine (indicata dal 27% dei consumatori come primo fattore di scelta), vitigno (20%) e origine/regione di provenienza (18%), seguiti da prezzo (7%) e presenza del marchio biologico (3%). Tra i criteri emozionali emergono invece i consigli e il passaparola (13%), i valori del brand (10%) e i giudizi delle guide/siti web (2%).

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa - Pasqua Vigneti e Cantine

Tel.045 8432111

press@pasqua.it www.pasqua.it

Pasqua Vigneti e Cantine è una storica azienda di produzione di vini veneti e italiani di qualità. In quasi 100 anni di storia, l'azienda si è consolidata sullo scenario internazionale con i suoi prodotti, soprattutto vini rossi, quale sinonimo di grande tradizione vitivinicola. Tradizione, innovazione, qualità, ricerca, passione sono i valori tramandati di generazione in generazione dalla famiglia Pasqua e oggi sono raccontati attraverso vini autoctoni del territorio veneto e grandi classici italiani distribuiti in tutti i continenti.

² Fonte: Wine Monitor Nomisma su dati FIBL 2019