Helix®: il valore emozionale del sughero incontra la praticità del tappo a vite

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Maggio 2025

Helix® è la chiusura che rivoluziona il mondo del vino, combinando la praticità del tappo a vite con il prestigio del sughero. Nata da una collaborazione tra Amorim e un grande produttore di bottiglie di vetro, questa innovazione risponde alle esigenze di praticità, sostenibilità e personalizzazione per le cantine moderne. Scopri come Helix® sta conquistando i mercati e trasformando l'esperienza del consumatore.

Nel mondo del vino, l'innovazione non riguarda solo il prodotto, ma anche il modo in cui viene presentato e conservato. È proprio in quest'ottica che nasce Helix®, **una chiusura che unisce la tradizione del sughero con la praticità del tappo a vite**, dando vita a un prodotto all'avanguardia che

non solo semplifica l’esperienza del consumatore, ma rispetta anche l’ambiente. **Daniele Stangherlin, Direttore Commerciale Italia di Amorim**, ci guida attraverso il lungo percorso che ha portato alla nascita di Helix® e alla sua **evoluzione**, rispondendo alle esigenze dei produttori di vino e delle nuove generazioni di consumatori, sempre più attenti alla sostenibilità e alla praticità.

Stangherlin descrive come Helix® sia riuscito a coniugare la facilità d’uso tipica del tappo a vite con il valore emozionale e premium del sughero, una combinazione che ha suscitato l’interesse di mercati emergenti e, sorprendentemente, di paesi produttori tradizionali come l’Italia e la Francia. Questo tappo non è solo una risposta pratica per la conservazione del vino, ma diventa anche un **potente strumento di marketing, con possibilità di personalizzazione estetica** che permettono alle cantine di rafforzare la loro identità.

L’intervista di Stangherlin non solo ci racconta di un prodotto di successo, ma ci offre uno **spunto di riflessione su come l’industria vitivinicola possa affrontare il futuro** con maggiore attenzione alla sostenibilità e alla praticità, senza rinunciare alla qualità e alla tradizione.

Partiamo dall’inizio: qual è stata la scintilla che ha portato alla creazione di Helix®? Una chiusura che sembra semplice, ma in realtà nasce da una lunga collaborazione industriale.

Helix® è stato lanciato nel mercato nel 2013, ma il progetto è nato quattro anni prima. L’obiettivo era creare una **chiusura che unisse la praticità del tappo a vite con il valore e l’eleganza del sughero**. La collaborazione tra il nostro gruppo e uno dei principali produttori di bottiglie in vetro a

livello mondiale, ha dato vita a questa chiusura innovativa. L'idea era di creare un prodotto che fosse facile da usare, ma che allo stesso tempo utilizzasse il sughero, un materiale naturale e tradizionale, per attrarre i consumatori, specialmente nelle nuove generazioni, come i Millennials. Inoltre, Helix doveva **rispondere alla necessità di differenziazione per le aziende vitivinicole**, che cercavano di posizionarsi su un livello premium nel mercato.

Helix® è stato definito "il meglio dei due mondi": secondo lei, quanto è stato difficile coniugare la ritualità emozionale del tappo in sughero con la praticità di una chiusura a vite?

La difficoltà principale è stata quella di **combinare la praticità del tappo a vite con la sensazione di prestigio e il valore del sughero**. Il tappo a vite è noto per la sua semplicità d'uso, ma mancava di quel "calore" e di quella sensazione di qualità che il sughero porta con sé. Helix® è nato proprio per risolvere questa contraddizione, mantenendo l'immagine del sughero, con tutti i suoi valori naturali e premium, e unendo la facilità di apertura del tappo a vite. Inoltre, il design di Helix®, con i suoi binari che ricordano la spirale del DNA, è pensato per rappresentare un'unione tra tradizione e modernità. Questo ci ha permesso di **offrire un prodotto che fosse pratico e al contempo carico di significato.**

Lo sviluppo di Helix® ha introdotto nuovi elementi di design e funzionalità. In cosa si differenzia davvero dalla versione iniziale? E quali feedback avete

ricevuto dalle cantine che l’hanno adottata?

Helix® ha avuto un grande successo iniziale, ma era limitata da alcuni fattori tecnici, come la necessità di utilizzare bottiglie specifiche con binari interni. Inoltre, la scelta dei modelli di bottiglia era piuttosto ristretta. **Con l’evoluzione di Helix®**, avvenuta nel tempo per andare incontro alle esigenze di mercato e offrire maggiori possibilità di applicazione da parte delle aziende vitivinicole, **abbiamo risolto queste limitazioni: il tappo ora può essere utilizzato su un numero maggiore di bottiglie, sia quelle con raso bocca 18.5 mm che quelle con raso bocca 17.5mm, molto comuni in Italia.** Questo ha aumentato significativamente la sua adattabilità e ha consentito alle cantine di utilizzare Helix® su una gamma più ampia di bottiglie. Inoltre, la modifica delle dimensioni del tappo ha migliorato l’estetica e la funzionalità, permettendo un migliore inserimento e una chiusura più sicura. Le cantine che hanno adottato le ultime versioni hanno apprezzato queste novità, in particolare per l’aumento delle opzioni di bottiglie compatibili e la maggiore facilità di implementazione. Oggi stiamo riscontrando un crescente interesse, soprattutto nelle piccole e medie aziende.

Oggi si parla sempre più di “wine lifestyle”: in che modo il tappo Helix® intercetta le esigenze delle nuove generazioni di consumatori, attente alla sostenibilità ma anche alla praticità?

Questa è una bellissima domanda, Helix® risponde perfettamente alle esigenze delle nuove generazioni, che sono sempre più attente alla sostenibilità e alla praticità. **La possibilità di riaprire e richiudere la bottiglia più volte offre una**

comodità che si sposa perfettamente con uno stile di vita moderno e dinamico. La facilità di apertura e la praticità di utilizzo sono particolarmente apprezzate dai consumatori più giovani, che preferiscono soluzioni rapide e senza complicazioni. Il tappo Helix® offre anche vantaggi pratici, come la possibilità di riutilizzare la bottiglia di vino terminata, magari per olio o altri liquidi, o di conservarla in frigo senza il rischio di perdite, il che è molto utile per chi consuma piccole quantità di vino. Inoltre, **la sua carbon footprint negativa è un valore aggiunto** che le nuove generazioni sicuramente apprezzano.

Questo dipende anche dalla filiera che parte dalle foreste di sughero in Portogallo?

Esattamente. **La sostenibilità del tappo Helix® è strettamente legata alla filiera di produzione, che inizia dalle foreste di sughero in Portogallo.** L'intero ciclo di vita del prodotto, dalla raccolta del sughero alla produzione del tappo, è progettato per ridurre l'impatto ambientale. Il gruppo Amorim è uno dei pochi produttori che gestisce l'intera filiera, dalla raccolta del sughero alla produzione finale, il che ci consente di avere un controllo completo sul processo e garantire una sostenibilità elevata. L'adozione delle normative più avanzate, come quelle del Green Deal, ci ha permesso di ottenere una **carbon footprint negativa, contribuendo all'assorbimento di CO_2**, un valore molto importante soprattutto per i consumatori attenti all'ambiente.

Il tappo Helix® viene descritto come un'opportunità per rafforzare la brand identity delle cantine. La

personalizzazione estetica può diventare un vero asset di marketing per i produttori?

Assolutamente sì. **La personalizzazione estetica di Helix® rappresenta un'opportunità unica per le cantine di rafforzare la propria brand identity.** Grazie alla possibilità di personalizzare la parte superiore del tappo, le cantine possono comunicare il proprio messaggio in modo molto visibile e distintivo. La personalizzazione può essere fatta tramite timbratura a fuoco, e **alcune cantine, come la sudafricana Rupert Wines, hanno già utilizzato questa opzione con frasi come "Twist to Enjoy" sui tappi Helix® della linea Protea.** Questo tipo di personalizzazione non solo rende il tappo un elemento distintivo sullo scaffale, ma lo trasforma in un **potente strumento di comunicazione**. Poiché il tappo è visibile, diventa una parte integrale del packaging e contribuisce a raccontare la storia del vino, aggiungendo valore all'esperienza del consumatore.

Anche la cantina spagnola Neleman ha adottato il tappo Helix®, utilizzato per le linee All Day Long, Bike Collection, Signature e Pink Glasses. Questo tappo riutilizzabile **elimina la necessità di utilizzare la classiche capsule in PVC (materiale plastico)** ed è realizzato con materiali sostenibili. Grazie a queste peculiarità si integra perfettamente con la filosofia di questa azienda, che si distingue per l'impegno nella produzione di vini biologici, vegani e a zero emissioni di CO_2.

Dai dati delle ricerche internazionali, Helix® risulta particolarmente apprezzato anche nei mercati extra-europei. Quali sono i mercati in cui sta performando meglio? E quali quelli più “resistenti”?

Helix® ha riscosso un **grande successo nei mercati extra-europei**, in particolare negli Stati Uniti, in Sudafrica, in Sud America (come Brasile e Argentina) e in Asia, dove la

facilità di apertura e il valore del sughero sono molto apprezzati. Questi mercati, spesso popolati da nuove generazioni, hanno una forte propensione verso soluzioni pratiche e sostenibili.

In questo senso, state avendo dei riscontri per quanto riguarda i classici mercati europei consolidati e tradizionalisti?

Sì, stiamo vedendo una crescita anche nei mercati consolidati come la Francia e l'Italia. **La resistenza iniziale sta cedendo, e le cantine cominciano ad apprezzare le caratteristiche di Helix®**, soprattutto per le sue qualità pratiche e sostenibili. Il mercato italiano, in particolare, sta vivendo una lenta ma costante evoluzione verso soluzioni alternative, e Helix® si sta facendo strada anche nelle cantine italiane, che sono sempre più aperte all'innovazione. La combinazione di tradizione e modernità che offre Helix® sta cominciando a risultare particolarmente interessante anche per questi mercati.

La vostra soluzione consente di riporre le bottiglie anche orizzontalmente, senza il rischio di perdite. È un dettaglio tecnico importante per il canale Ho.Re.Ca? Come viene recepito dagli operatori?

Cerchiamo sempre di trasferire un concetto fondamentale: anche nel mondo del tappo tradizionale cilindrico, le bottiglie dovrebbero essere posizionate verticalmente e non orizzontalmente. Ma per ragioni di spazio e per altri motivi, le aziende vitivinicole spesso ripongono le bottiglie in orizzontale. **Helix® può essere riposto orizzontalmente ed è un**

vantaggio molto importante, soprattutto per il canale Ho.Re.Ca., dove lo spazio è spesso limitato e la gestione delle bottiglie orizzontali è comune. Ovviamente, per evitare problemi, consigliamo di mantenere le bottiglie verticali per almeno 5 minuti – per dare modo al tappo di adattarsi dopo la tappatura – ma in generale non ci sono problemi con lo stoccaggio orizzontale. Gli operatori del settore Ho.Re.Ca. apprezzano molto questa caratteristica, poiché aumenta la praticità e la gestione delle bottiglie, soprattutto in contesti dove l'efficienza è fondamentale.

L'adattabilità di Helix® agli impianti esistenti è un punto forte. È anche un messaggio per le piccole e medie cantine? Che tipo di supporto offrite per facilitarne l'adozione?

Sì, l'adattabilità di Helix® agli impianti esistenti è uno degli aspetti che rende questa chiusura molto interessante per le piccole e medie cantine. **Se una cantina possiede già un impianto di tappatura, può adottare Helix® facilmente** con pochi accorgimenti, come l'acquisto di un orientatore per la corretta applicazione del tappo. Inoltre, **offriamo anche il supporto di macchinari semi-automatici per le piccole produzioni**, consentendo alle cantine di testare Helix® senza dover investire subito in nuove attrezzature costose. Questo rende Helix® accessibile anche alle realtà con numeri limitati, dando loro la possibilità di provare questa innovazione senza grandi investimenti iniziali.

Se dovesse descrivere in una sola frase l'identità di Helix® a un produttore che non lo conosce ancora, quale sarebbe il

vostro messaggio chiave oggi?

Helix® offre la comodità di apertura del tappo a vite, ma con tutto il fascino del sughero. È una chiusura moderna e vintage allo stesso tempo, estremamente pratica e sostenibile, perfetta per attrarre le nuove generazioni e differenziarsi nel mercato.

Punti chiave:

1. **Innovazione nella chiusura del vino**: Helix® unisce la praticità del tappo a vite con la tradizione del sughero, risolvendo il conflitto tra praticità e valore emozionale.
2. **Sostenibilità**: Il tappo Helix® ha una carbon footprint negativa, grazie alla filiera di produzione sostenibile del sughero proveniente dalle foreste portoghesi.
3. **Personalizzazione estetica**: Le cantine possono personalizzare la parte superiore del tappo per rafforzare la propria identità e comunicare un messaggio distintivo.
4. **Adozione globale**: Helix® ha riscontrato un grande successo in mercati emergenti come gli Stati Uniti, il Sudafrica e l’Asia, ma sta lentamente conquistando anche

paesi produttori tradizionali come Italia e Francia.

5. **Adattabilità per piccole cantine**: La facilità di adattamento agli impianti di tappatura esistenti rende Helix® accessibile anche alle piccole e medie aziende, senza necessità di investimenti massicci.