

# Genevitis: il nuovo modello italiano di filiera che unisce territori, cooperazione e visione internazionale

scritto da Stefano Montibeller | 2 Dicembre 2025



*Genevitis, lanciato da Mack & Schühle Italia, è un progetto di filiera che valorizza le eccellenze vitivinicole italiane unendo cooperative storiche e partner tecnici d'eccellenza. Il progetto si fonda su sostenibilità sociale, ambientale, inclusione e valorizzazione del territorio per portare sui mercati internazionali vini territoriali, riconoscibili e pensati per il consumatore contemporaneo.*

Il lancio di Genevitis, presentato da Mack & Schühle Italia,

ha mostrato con grande chiarezza che oggi parlare di filiera del vino significa ripensare non solo alla produzione, ma al modo in cui il valore dei territori viene trasferito al mercato globale. Genevitis nasce esattamente con questo intento: proporre **un modello che unisce cooperative storiche, design locale e partner tecnici d'eccellenza** per dare vita a una linea di vini che rappresenta sei regioni italiane con un'identità moderna e riconoscibile.

Fedele Angelillo, Amministratore Unico di Mack & Schühle Italia, ha spiegato che il progetto nasce da una responsabilità precisa. L'azienda fa parte del più grande importatore e distributore di vino in Germania, una posizione che consente di portare il prodotto italiano direttamente nei principali mercati internazionali. “L'obiettivo è semplice nella sua complessità: **costruire una filiera che accompagni il vino dal vigneto allo scaffale**”, ha detto Angelillo. “Vogliamo farlo mettendo al centro cooperative che rappresentano centinaia di famiglie, perché sostenibilità sociale e tutela dei territori non sono concetti astratti: sono la condizione per garantire continuità agricola e qualità costante.”

Genevitis coinvolge sei regioni: Abruzzo, Campania, Lazio, Piemonte, Puglia e Sardegna, ognuna rappresentata da una cooperativa storica. A ciascuna è stato affiancato un designer locale chiamato a tradurre visivamente l'anima del territorio: dal racconto abruzzese, alle radici mediterranee della Puglia, fino al vento e alla luce della Sardegna. È un approccio che **unisce competenza agricola e creatività**, mostrando come il vino possa dialogare con linguaggi contemporanei senza perdere profondità culturale.

“Genevitis è un progetto che porta sulle tavole dei consumatori vini che rispecchiano i luoghi da cui nascono”, ha raccontato Cristina Mercuri, Brand Ambassador del progetto, durante il suo intervento. “Ogni bottiglia racconta un terreno, una luce, un clima. Ma ciò che per me è davvero importante è che **questi vini non sono solo territoriali: sono**

**contemporanei.** Rispondono alle esigenze del consumatore di oggi, che vuole sostenibilità, trasparenza e qualità costante.” Mercuri ha insistito su un punto chiave: la sostenibilità non è un valore aggiunto, ma un presupposto. “Oggi il mercato chiede prodotti responsabili, che dimostrino attenzione reale all’ambiente e alla comunità. Genevitis nasce con questo DNA.”

La struttura del progetto conferma questa impostazione. Mack & Schühle ha costruito intorno ai vini Genevitis una rete di partner tecnici di primo livello: UPM per le etichette certificate e orientate all’economia circolare, Smurfit WestRock per un packaging performante e riciclabile, Crealis per chiusure innovative e capsule paper-based completamente plastic-free, O-I per bottiglie leggere e riciclabili al 100%, Luxoro per le finiture di pregio e Amorim per tappi in sughero con impronta di carbonio negativa. È **un ecosistema in cui ogni elemento della filiera**, dal design alla logistica, contribuisce a rafforzare il valore del prodotto finale.

Guardando nel dettaglio le sei partnership regionali, emerge **un’Italia che non teme di presentarsi nella sua diversità**: l’Abruzzo con Pecorino e Montepulciano, la Campania con Falanghina e Aglianico, il Lazio con Frascati e Roma Rosso, il Piemonte con Barolo, Barbaresco e Gavi, la Puglia con i grandi rossi salentini e la Sardegna con Cannonau e Vermentino. Ogni linea esprime una storia a sé, ma tutte condividono la stessa filosofia: qualità, identità e un posizionamento coerente con le esigenze dei mercati internazionali.

Angelillo, osservando i grafici proiettati durante la sua presentazione, ha riassunto così la missione del progetto: “Vogliamo dare ai produttori stabilità e sicurezza, e ai consumatori vini che siano accessibili, buoni e riconoscibili. Genevitis permette di fare entrambe le cose: protegge il lavoro dei viticoltori e allo stesso tempo garantisce uno standard qualitativo costante”. Questa idea di **“filiera che fa sistema”** è forse l’aspetto più distintivo dell’intero

progetto.

Genevitis rappresenta un nuovo modo di costruire valore nel vino italiano: non più solo promuovere un territorio, ma **creare un modello replicabile** in cui produzione, design, sostenibilità e distribuzione non siano segmenti separati, ma parti di un'unica visione. Una visione che, come ha ricordato Cristina Mercuri, “ha la forza di portare nel mondo vini che raccontano chi siamo oggi, non solo da dove veniamo”.

---

## Punti chiave

1. **Nuovo modello di filiera:** Genevitis integra produzione, design, sostenibilità e distribuzione per valorizzare i territori vitivinicoli italiani nel mondo.
2. **Centralità delle cooperative:** Il progetto supporta centinaia di famiglie di viticoltori, garantendo stabilità economica e continuità agricola.
3. **Design e identità:** A ogni regione è abbinato un designer locale per creare un'identità visiva unica e contemporanea.
4. **Sostenibilità integrata:** L'intera filiera, dal packaging ai tappi, è costruita con partner certificati per un'impronta ecologica ridotta.
5. **Vini per il mercato globale:** Le etichette rispondono alle esigenze del consumatore moderno: qualità costante, trasparenza e forte legame territoriale.