Pizzolato: la sostenibilità, un obiettivo costante e continuo

scritto da Agnese Ceschi | 16 Gennaio 2025



Cantina Pizzolato continua a innovare nel segno della sostenibilità con il Piano di Decarbonizzazione, nuovi prodotti no-low alcol e un'agricoltura biologica radicata da 40 anni. Sabrina Rodelli racconta l'espansione enoturistica con Casale Terzo e i progetti futuri, tra mercati emergenti, comunicazione moderna e l'importanza di esperienze coinvolgenti per i consumatori.

Cantina Pizzolato è da sempre sinonimo di viticoltura biologica. Una cantina che ha festeggiato i 40 anni di legame con questa "filosofia" e che continua sul solco della sostenibilità ad innovare e credere nel rispetto della naturalità e della massima qualità.

Sono queste le salde radici della famiglia, su cui è stata costruita l'intera filosofia produttiva dell'azienda veneta che oggi esporta i propri vini biologici in oltre 40 Paesi.

Abbiamo intervistato Sabrina Rodelli, responsabile commerciale e marketing di Pizzolato per parlare delle novità dell'azienda.

Quali sono le novità che riguardano la vostra azienda?

Abbiamo diverse novità che seguono a diversi livelli un principio in cui crediamo molto e su cui abbiamo investito considerevolmente: la sostenibilità. Le linee guida che stiamo seguendo su vari piani seguono il solco della sostenibilità.

Crediamo talmente tanto in questo valore che abbiamo da poco inserito in azienda una figura deputata: il Tecnico della Sostenibilità. Dal 2023 siamo Società Benefit e abbiamo ritenuto che fosse necessaria una risorsa interna che ci aiutasse a perseguire questi obiettivi.

Il nostro Tecnico della Sostenibilità contribuisce a realizzare in primis il Piano di Decarbonizzazione che abbiamo recentemente presentato, un piano che parte dalla base di calcolo LCA (Life Cycle Assessment), un metodo di valutazione che analizza l'impatto ambientale di un prodotto, un servizio o un processo. I nostri 90 ettari di vigneto ci aiutano senza dubbio a compensare la Co2 che produciamo, ma questo non ci basta, così ci siamo concentrati sul processo ed è nato il Piano di Decarbonizzazione.

Cosa prevede questo strumento?

Nell'analisi del processo produttivo abbiamo riscontrato come la bottiglia sia l'elemento più impattante. Per questo motivo dallo scorso giugno stiamo lavorando per diminuire il peso del vetro a 570g per le bottiglie di spumante e 400g per quelle

per i vini fermi.



Quali altre novità avete messo in cantiere?

Un altro filone in questo senso riguarda la scelta di produrre una nuova linea di prodotti no-low alcol. Le opportunità in questo settore sono molte, bisogna solo trovare il modo di produrre vini che riscontrino i gusti dei consumatori e che siano piacevoli alla beva.

Noi abbiamo sempre tenuto un occhio sul mercato e continuiamo a farlo per comprendere in che direzione stanno andando i consumi, specialmente tra le nuove generazioni nei più di 40 Paesi in cui esportiamo. Da questo osservatorio abbiamo compreso che la categoria è in aumento e senza dubbio l'offerta nelle varie carte vini include sempre di più questi prodotti. Con il nuovo decreto appena firmato sicuramente il nostro portfolio si amplierà di due vini spumanti dealcolati disponibili da marzo.

Leggi anche: [“Cantina Pizzolato, vendemmia 2024: sfide climatiche e sostenibilità al centro della produzione biologica”]

Cosa pensa del calo dei consumi delle nuove generazioni?

Personalmente non ricordo di aver bevuto molto vino a 20 anni. Credo che nell’approcciarsi ai prodotti alcolici si passi prima da degli step, come i cocktail o la birra, che non includono da subito il vino. Dunque non mi concentrerei su questo fattore in modo così allarmante come fanno in molti.

Detto ciò, c’è tutto un ragionamento da fare sul fronte comunicazione, che deve necessariamente svecchiarsi ed adattarsi ad un consumatore che usa canali diversi da quelli usati prevalentemente fino ad oggi.

Quale mercato o area territoriale vede più attiva in questo momento per i vostri prodotti?

L’area del Sud-Est Asiatico sta dimostrando un grande potenziale e fermento specialmente quando si parla di prodotti e brand sostenibili. Al contrario vedo un’Europa vecchia, preoccupata e stagnante. I consumatori del Sud-Est Asiatico si interessano della questione salutistica nella scelta dei vini, specialmente se dietro c’è un’azienda virtuosa su questo piano.

Un’altra area che sta generando una spinta propulsiva a favore della sostenibilità è senza dubbio la Scandinavia. Qui presto verrà inserito un tag sulla bottiglia dove dichiareremo quanta CO2 è stata utilizzata per produrre quella bottiglia di vino.

Cosa pensa del futuro del mercato statunitense dopo le elezioni del nuovo presidente?

Siamo tutti in attesa di comprendere le misure che arriveranno dalla presidenza Trump, ma confrontandoci con i partner abbiamo capito che non ci sarà una tassazione più alta del 10%. Alla luce di ciò, sono fiduciosa perché i prodotti italiani godranno sempre di un'ottima reputazione su questo mercato. Sono sicura che si troverà una soluzione.

Enoturismo: quanto è importante questo asset per la vostra azienda?

Quando nel 2016 abbiamo restaurato l'azienda abbiamo capito da subito che avremmo dovuto iniziare ad aprirne le porte. Siamo promotori dell'idea di trasparenza, tanto che abbiamo realizzato una passerella, senza muri né divisori, che permette ai nostri ospiti di vedere le varie fasi della produzione.

Dopo il Covid l'enoturismo è cambiato: oggi c'è la sfida dell' "effetto wow", perché i consumatori sono alla ricerca di esperienze che li coinvolgano e lascino il segno. Io credo che la differenza la facciano le persone che devono essere in grado di trasferire in modo autentico i valori dell'azienda.

Una novità che vi riguarda in fatto di ospitalità è la nuova azienda toscana Casale Terzo…

Casale Terzo è una tenuta toscana nella zona di Colle di Val d'Elsa. Un angolo di paradiso, incorniciato da luoghi come le torri di San Gimignano, la rocca di Casole d'Elsa, il campanile di Radicondoli e la Montagnola, in un territorio che incarna la forma più tipica del paesaggio toscano. Qui abbiamo

acquistato nel 2021 uno storico edificio rurale testimone di un passato importante e che ci ha consentito di unire il nostro destino con quello di una famiglia che come noi ha da sempre creduto nel biologico. Il nostro sogno di unire un’azienda toscana alla nostra esperienza aziendale si è finalmente avverato. Stiamo lavorando per modernizzare questa azienda di 13 ettari a produzione Chianti DOCG, Rosso Toscana e Sauvignon, inoltre dal 2023 abbiamo aperto l’agriturismo dove offriamo visite e degustazioni con pic-nic in vigna e perfino un agricampeggio, dove i nostri ospiti possono sostare intorno a una grande quercia secolare godendo del magnifico paesaggio circostante.



Punti chiave:

1 **Sostenibilità al centro**
Cantina Pizzolato ha introdotto un Tecnico della Sostenibilità per supportare il Piano di Decarbonizzazione, riducendo

l’impatto ambientale dei processi produttivi, inclusa una significativa riduzione del peso delle bottiglie di vetro.

2 **Espansione del portfolio prodotti**
L’azienda sta sviluppando una linea di vini no-low alcol per rispondere alla crescente domanda internazionale, con due spumanti dealcolati disponibili da marzo.

3 **Focus sui mercati emergenti**
Il Sud-Est Asiatico e la Scandinavia sono identificati come aree chiave per i vini sostenibili, mentre il mercato statunitense resta promettente nonostante le incertezze politiche.

4 **Enoturismo come asset strategico**
Dopo il restauro del 2016, la cantina ha puntato sull’enoturismo con esperienze immersive e autentiche, ora arricchite dalla tenuta toscana Casale Terzo con degustazioni, pic-nic e un agricampeggio.

5 **Comunicazione moderna e nuove generazioni**
L’azienda riconosce l’importanza di adattare la comunicazione ai giovani consumatori, utilizzando canali e linguaggi più moderni per promuovere i propri valori e prodotti.