Blu Collection di Famiglia Cielo: l’acqua è la risorsa chiave per la vita e per la vite

scritto da Agnese Ceschi | 22 Maggio 2024



È stata la presenza di un pozzo d’acqua sorgiva a dare a Giovanni Cielo, fondatore dell’azienda omonima nel 1908, la possibilità di impiantare la propria azienda agricola in un piccolo paese nel cuore del Veneto, tra Vicenza e Verona. L’acqua è un tema ricorrente nella storia delle quattro generazioni della famiglia Cielo e di quella che oggi è diventata dopo più di un secolo un’azienda strutturata, che ha dato origine a Cielo e Terra.

“Siamo consapevoli che il vino ha una elevata impronta idrica. Un litro di vino può richiedere fino a 960 litri di acqua

(fonte: waterfootprint.org). Per questo motivo abbiamo deciso di donare acqua pulita laddove è più richiesta" spiega **Pierpaolo Cielo, rappresentante insieme al cugino Luca della quarta generazione di famiglia**.

Seguendo sempre il filo conduttore della sostenibilità, Pierpaolo Cielo ci ha raccontato come l'azienda sia arrivata a costruire un'intera linea di vini che ha come focus la valorizzazione dell'acqua, la **Blu Collection**.

Qual è la filosofia alla base della nuova Blu Collection?

Senza dubbio creare valore. Famiglia Cielo, il brand di cui fa parte la Blu Collection, è portatrice di progetti innovativi e di valore. Partiamo dal presupposto che Cielo e Terra ha una base produttiva molto ampia che si estende da Verona a Vicenza, grazie alla *joint venture* ventennale con i viticoltori delle Cantine dei Colli Berici sca (oggi Collis), per questo motivo il nostro obiettivo è aumentare i valori differenzianti per superare la concorrenza di prezzo. Cielo e Terra ha creato con questa logica il marchio **Famiglia Cielo, che costituisce il 40% del giro di affari del gruppo in quasi 70 mercati** e attraverso il quale abbiamo sviluppato una linea come la **Blu Collection** con un interessante storytelling e un plus valoriale legato alla sostenibilità.

In che modo la sostenibilità è un valore aggiunto della vostra realtà aziendale?

Il nostro è un percorso iniziato già da diversi anni e segnato da alcune tappe fondamentali. Nel 2020 la nostra azienda ha ottenuto la **certificazione B-Corp**, inserendosi in un movimento globale che mira a diffondere un modello di business nuovo e più evoluto, premiando le pratiche sostenibili. Nel 2022 siamo diventati ufficialmente **Società Benefit**, società che ricerca il profitto e ha come attività prevalente la creazione di un impatto positivo su persone e ambiente, e nello stesso anno

abbiamo aderito a **Viva Sustainable**, il protocollo italiano per la sostenibilità in enologia. Inoltre, Cielo sostiene progetti idrici in tutto il mondo con **Wine To Water** perché l'acqua è la nostra risorsa chiave, quindi vogliamo restituire lo stesso valore che utilizziamo.

Ci racconta il progetto con Wine To Water?

L'acqua è una risorsa fondamentale per il nostro vino e la nostra vita, per questo sosteniamo da tempo **Wine To Water (WTW)**, un'organizzazione globale senza scopo di lucro che regala vita e dignità attraverso il potere dell'acqua pulita, cercano di alleviare la schiavitù dell'acqua spesso a carico di donne e bambini. Nel 2022 la squadra WTW ha risposto ai disastri in Florida, Mississippi, Pakistan, Turchia/Siria e Ucraina. Attraverso la nostra Blu Collection abbiamo mirato a migliorare il nostro legame con Wine To Water creando una bottiglia unica, per dare ulteriore valore a questa collezione di vini e restituire acqua potabile.

In che modo avete valorizzato il legame con l'acqua?

Sulle bottiglie principali di **Pinot Grigio e Prosecco** abbiamo creato dei particolari effetti sul vetro, realizzati in collaborazione con Verallia, incidendo delle **onde per ricordare il movimento dell'acqua**. Questo tipo di innovazione sia in termini di packaging che a livello di comunicazione di valore ci consente anche di inserirci in nicchie a più alto valore aggiunto, in mercati come gli USA ad esempio dove la competizione è alta. I prodotti che proponiamo inoltre sono freschi e leggeri, con bassa gradazione alcolica, elemento che ci fa andare incontro al nuovo consumatore, più attento all'aspetto ambientale e salutistico.

In che modo gli elementi del packaging veicolano il messaggio che volete lanciare con questa

collection?

Siamo Benefit Corporation e in quanto tale dobbiamo portare benefit agli azionisti, ma anche al pianeta e alle persone. Per questo abbiamo percorso la via delle **bottiglie speciali a basso peso** – entro i 600 grammi. Inoltre, come già detto, siamo una società certificata sulla sostenibilità, dunque quando facciamo innovazione cerchiamo la soluzione più sostenibile possibile. Da tre anni l'azienda ha **abbandonato l'uso di tappi tecnico in bioplastica con il passaggio delle chiusure in sughero** (100% certificato FSC) che copre il 54% dell'imbottigliato.

Come state affrontando il problema del cambiamento climatico e della desertificazione nella vostra zona?

Il problema del cambiamento climatico ci costringe a chiederci se tra pochi decenni a certe latitudini della Terra ci si potrà permettere di fare ancora vino. La nostra è una filiera idrovora, che richiede grandi quantitativi di acqua. Fortunatamente al momento nella Valle del Chiampo, dove ci troviamo, c'è buona disponibilità di acqua, per questo e tenendo conto delle difficoltà riscontrate in altre aree, il nostro obiettivo è diventato cercare di ridurne l'uso, per non sprecarla. Siamo orgogliosi di dire che **abbiamo favorito il recupero di oltre 50.000 m3 di acqua di processo negli ultimi sei anni**, la **riduzione del 29% del consumo di acqua per bottiglia** rispetto al 2020, il **100% dei rifiuti destinati a recupero** e non smaltiti in discarica ed il mantenimento della fornitura di energia elettrica proveniente al 100% da fonti rinnovabili certificate.

Sostenibilità è anche valorizzazione delle risorse del territorio…

Questa è una tematica a noi molto cara fin dall'inizio, quando Cielo e Terra è nato creando un'alleanza con le Cantine dei

Colli Berici. La prima vera azione di sostenibilità di filiera che abbiamo proposto è stata una extra rendita ai viticultori. L'attenzione di Cielo e Terra al capitale umano si manifesta inoltre attraverso l'**impegno continuo a garantire la retribuzione equa ai propri lavoratori** anche con sistemi di incentivazione basati sulle performance aziendali e investimenti dedicati alla formazione continua.

Aggiungerei a questo anche l'impegno assunto 3 anni fa nell'acquistare la **Villa Favorita** a Monticello di Fara, un bene che è in fase di valorizzazione e altrimenti sarebbe andato perso ed in decandenza.

Export e sostenibilità in termini di solidarietà in che modo sono combinate per voi?

Promuoviamo costantemente progetti solidali a livello internazionale in aree che conosciamo, perché sono inserite nei nostri percorsi legati all'export. Ad esempio negli ultimi tempi abbiamo promosso **iniziative solidali** in **Israele** con Azione contro la Fame, in **Ucraina** ed in **Turchia**, ma anche in **Sierra Leone** o in **Kenya** collaborando con associazioni come Murialdo World onlus o Amref Wash Program. Sono mercati che conosciamo in cui vogliamo portare valore, al di là delle nostre azioni commerciali.