Cantina Pizzolato: ritorno all’essenza

scritto da Agnese Ceschi | 7 Dicembre 2022



Back to Basic: un ritorno alle origini, all’essenza, per rispettare l’ambiente e la sostenibilità nell’arco tracciato dalla responsabilità sociale. Prendiamo spunto dal nome della nuova collezione della **Cantina Pizzolato**, azienda vitivinicola trevigiana specializzata nella produzione di vini biologici e vegan dal 1991, per raccontare il percorso di sviluppo di questa realtà con alle spalle l’esperienza di **5 generazioni** che hanno scelto di vivere in armonia con l’ambiente e di produrre vino biologico.

“Ricordo mio nonno lavorare la sua terra e stare in salute. Ho sempre voluto vivere così. Mi sento un contadino ed è per questo che mantengo la tradizione” ci racconta Settimo Pizzolato, che conduce l’azienda di famiglia.

Sono passati quarant’anni da quando ha affiancato suo padre al timone dell’azienda agricola e, sin da allora, il suo desiderio era di convertire la produzione al biologico, ritrovando il **legame ancestrale tra uomo e terra**. “Grazie alla mia determinazione, sono riuscito a realizzare questo sogno nel 1991 e a diffondere in tutto il mondo un vino rispettoso dell’ambiente”.

Cosa significa biologico per Pizzolato?

Biologico è credere che siamo parte di un equilibrio più grande; è una scelta di vita, una responsabilità che vogliamo che ispiri ogni aspetto della filiera produttiva Pizzolato. L’obiettivo di un produttore d’uva, che sposa la causa della coltivazione biologica, è quello di **mantenere in equilibrio l’ecosistema** e di ottenere una **coltivazione 100% sostenibile** compiendo quotidianamente scelte che si dirigono verso una maggiore salvaguardia dell’ambiente e delle persone che lo abitano.

Quali sono i progetti che esprimono questa filosofia?



L'ultimo di essi è **BACK TO BASIC**, un progetto nato volutamente nel quarantesimo anno di attività della cantina che festeggia abbracciando il concetto di "basic" inteso come celebrazione dei valori essenziali e identitari dell'azienda. Sentivamo l'esigenza di realizzare una linea che **non parlasse solo di vino biologico**, ma che coinvolgesse tutti gli stakeholders che gravitano attorno alla realizzazione di una bottiglia. La linea di vini BACK TO BASIC, che ha ottenuto anche il marchio "Sodalitas Call for Future" 2021, va quindi oltre il vino biologico e coinvolge l'intera filiera del packaging composta da cinque elementi **eco e a basso impatto ambientale**: il vino, il vetro, il tappo, l'etichetta e l'imballo del cartone.

Ci può spiegare meglio?

Il vino in primis, le cui **uve, certificate biologiche e vegan**, provengono da 15 ettari in cui vengono coltivati i vitigni selezionati: Raboso Piave, Pinot nero, Pinot Grigio, Manzoni Bianco e Chardonnay. Il vetro utilizzato è il Wild Glass, brevetto di Estal, la cui miscela è composta per il **94% da vetro riciclato**. Il tappo utilizzato è il Twin Top Evo di Amorim Cork, interamente in **sughero, materiale ecologico e sostenibile al 100%, naturale, rinnovabile, riciclabile e riutilizzabile**. L'**etichetta, in carta Sabrage 100% riciclata** non contiene plastiche o altri materiali di derivazione non naturale ed è ottenuta dallo scarto della lavorazione dell'industria del cotone. Essa occupa, sulla bottiglia, il

minor spazio possibile, ed inoltre la tecnica del debossing riduce al minimo l'uso di inchiostri. Infine, l'imballo del cartone presenta il **79% di carte riciclate** mentre per la stampa sono stati utilizzati colori a basso impatto ambientale.

Sul fronte dei trattamenti in campagna come vi approcciate alla gestione del vigneto?

Un **contadino "moderno" non può fare a meno di stare al passo con i tempi** e alcune volte mettersi a servizio della sperimentazione per valutare da sé metodi alternativi. Ciò vale a dire impegnarsi anche per limitare il più possibile l'utilizzo di trattamenti a base di rame e zolfo, considerati meno dannosi dei trattamenti sistemici, ma comunque impattanti per l'ambiente. Una via, questa, percorribile grazie all'adozione dei cosiddetti **PIWI, una serie di vitigni** ottenuti tramite l'impollinazione tra vitis vinifera e vite americana, che si è scoperto essere capaci di **opporsi naturalmente a malattie fungine** e che consentono quindi di limitare ad un massimo di 2/4 trattamenti l'anno. Per questi progetti abbiamo deciso di osservare sia vitigni creati dall'Università di Udine, che quelli prodotti all'estero, in particolar modo a Friburgo: nomi come Bronner, Cabernet Carbon, Cabernet Cortis, Muscaris, Johanniter, Prior, Regent e Solaris. Questo per poter meglio comprendere quali fossero i vitigni che meglio si possono esprimere nel territorio veneto e, più precisamente, nel trevigiano.

Infine il vostro progetto M-Use segue la strada della sostenibilità, non perdendo di vista l'estetica…

Il progetto M-Use parte da un'attenta e profonda analisi del consumatore dei nostri spumanti, analisi che ci ha portati a scoprire, ad esempio, che nel caso della Svezia questi sono per la maggior parte donne di età compresa tra i 30 e i 45 anni, assidue frequentatrici del mondo social e ricercatrici della bellezza ma attente ai temi legati all'ambiente. Da qui

l’intuizione di **trasformare il classico contenitore in vetro liscio in un oggetto del desiderio dalle mille vite**, declinato oggi in una linea che comprende sei spumanti e quattro tipologie di formati diversi. Questa linea ha reso concreto e tangibile il concetto di “vuoto a perdere” e ha inaugurato quella di “**vuoto a guadagnare**”, in linea con la sensibilità dell’azienda verso un futuro sempre più sostenibile e green.

“M-Use” infatti è un nome che racchiude dentro di sé svariati significati: nata dalla straordinaria unione di idee tutte al femminile, identifica, nella bottiglia, sia la musa ispiratrice, donna per eccellenza, sia il MULTI-USO che ne può derivare dopo il suo primo utilizzo.