

Innovazione e identità territoriale: Terre Cevico a Wine Paris



Wine Paris consacra nel 2025 il suo ruolo chiave nel panorama fieristico internazionale, accreditandosi con un'importanza strategica nel mondo del *winebusiness*. Terre Cevico ha partecipato per il terzo anno di seguito e, per la seconda volta, insieme alle aziende del gruppo: Medici, Montresor ed Orion. Un'occasione per presentare nuovi progetti e valorizzare i propri marchi, attraverso un sistema di rete commerciale sempre più in sinergia. 1.800 km di vino, dal Trentino alla Sicilia, passando per il Veneto e l'Emilia, ma con un punto fermo nelle radici e nel cuore del gruppo: la Romagna.

► segue a pag. 3

STRATEGIE DI MERCATO

Presentato il restyling della linea Sprint Mix

► pag. 4

FOCUS

Certificazioni aziendali

► pag. 5

TECNICA

Perbacco: un progetto regionale contro la flavescenza dorata

► pag. 7

PRODOTTI

Tutto è possibile: il futuro passa (anche) attraverso l'innovazione

► pag. 8

LA VIGNETTA DI PRIMO

PREMI Dal Giappone

Austo d'oro al Sakura 2024

Medaglie d'oro al concorso Sakura per i nostri vini Austo Chardonnay e Merlot! Come è noto, Sakura significa "fiore di ciliegio" e la fioritura dei ciliegi in Giappone ha una grande importanza emotiva e simbolica non solo per la sua bellezza che ci introduce alla primavera e quindi alla rinascita, ma anche per perché evoca lo stato effimero delle cose e ci ricorda di apprezzare la bellezza in ogni momento, qui e ora. Dunque, festeggiamo i premi con un calice di vino!



Terre Cevico porge lo sguardo al futuro

Pur essendo un momento ad alta instabilità geopolitica e quindi anche commerciale il vino italiano sta dimostrando estrema dinamicità. Come abbiamo già ribadito molte volte, riteniamo sbagliato e controproducente parlare di crisi di mercato. Il termine giusto per definire il momento del settore è “rapida evoluzione”. Una evoluzione che notiamo negli stili di vita, nelle abitudini di consumo, nei gusti e quindi nello stesso concetto di “qualità” che per molti decenni ha accompagnato il nostro settore. Ne è prova il calo dei consumi dei vini rossi ad altro grado che, al di fuori di importanti denominazioni come Valpolicella, Barolo o Chianti, vede una erosione dei volumi sul mercato a favore di vini bianchi più leggeri e più adatti alle diete ipocaloriche dei nostri tempi. Il nostro mondo viticolo cooperativo, invece, è ancora troppo legato ad un concetto di qualità del vino direttamente proporzionale alla sua gradazione alcolica. Ovviamente un grado potenziale naturale minimo delle uve è certamente garanzia di “qualità e onestà merceologica”, ma di fronte a scenari dei consumi così complessi e articolati come quelli attuali è necessario introdurre una ulteriore definizione di qualità, ovvero “l'equilibrio”. Equilibrio tra grado alcolico, freschezza, acidità, profumi, colore. Poi questo “equi-

librio” dovrà anche essere “sostenibile” perché esso non rappresenta di per sé una garanzia di vendita del vino a prezzi remunerativi, ma solo un prerequisito. Serve pertanto anche “l'equilibrio del prezzo” che diventa un fattore determinante per intercettare il consumatore disposto ad acquistare la nostra bottiglia. Detta in soldoni il valore economico delle uve non potrà eternamente essere determinato solo sulla base delle abitudini e tradizioni di una determinata zona, ma sempre di più sulla base di elementi tangibili che correlino il mercato con il valore del vino e quindi delle uve che lo hanno originato. Se ritarderemo troppo ad intraprendere questa strada corriamo il rischio di stressare eccessivamente le nostre aziende penalizzando i produttori che, viceversa, per zona geografica, professionalità e investimenti sono in grado di affrontare proprio la sfida dell’“equilibrio” in modo sostenibile. Questo anche tenendo conto del fatto che seguire questa rapida evoluzione, per Terre Cevico, significa porgere lo sguardo al futuro, affrontare investimenti tecnologici, innovativi, produttivi molto impattanti che non si conciliano con una logica proveniente dal passato che ritiene necessario garantire l'impossibile, ovvero remunerazioni “soddisfacenti a prescindere” delle uve.



Wine Paris 2025: la consacrazione di una fiera dal ruolo chiave per Terre Cevico

► segue dalla prima

Un evento in crescita.

La sesta edizione di Wine Paris, svoltasi dal 10 al 12 febbraio 2025 presso il Paris Expo Porte de Versailles, ha registrato numeri in crescita: 52.622 visitatori (+27% rispetto all'anno precedente), di cui il 45% proveniente da 154 Paesi. Un aumento significativo anche tra gli espositori, con oltre 4.600 aziende rappresentate, provenienti da 54 nazioni. L'Italia, seconda per numero di espositori dopo la Francia, ha visto la partecipazione di ben 650 aziende e un raddoppio della superficie espositiva, segnale chiaro dell'importanza strategica che questa fiera sta assumendo per il nostro Paese.

Buyer e nuovi contatti: il mercato si muove.

Le stime più attendibili parlano di circa 20.000 operatori del settore tra importatori e distributori ufficiali. La presenza di buyer è stata particolarmente significativa dall'Europa, con un buon afflusso anche dal Nord e Sud America. Più contenuta invece la partecipazione dell'Asia, riflesso delle difficoltà economiche in alcuni mercati chiave, come la Cina. Dal punto di vista degli incontri commerciali, Terre Cevico ha registrato circa 80 appuntamenti con buyer altamente specializzati e di caratura internazionale provenienti da circa 40 paesi del mondo. Un dato positivo che dimostra come, nonostante un contesto in costante evoluzione, ci sia ancora spazio per nuove opportunità e collaborazioni.

La strategia.

Terre Cevico conferma l'obiettivo di presentarsi agli appuntamenti fieristici nazionali ed internazionali attraverso una forte identità di Gruppo, sottolineando sempre più l'importanza della valorizzazione delle sinergie commerciali.

Le novità di Terre Cevico: innovazione e identità territoriale.

Durante la fiera, Terre Cevico ha messo in mostra un'offerta sempre più orientata all'innovazione e alla valorizzazione del territorio. Il focus è stato incentrato su:

- I nuovi brik biologici Sancrispino, con referenze a base di Sangiovese e Trebbiano, che uniscono praticità e sostenibilità.



- La linea "Tutto è Possibile". Una linea capace di unire identità e innovazione. Sia se parla delle referenze a base di vino dealcolato da uve di Trebbiano e Famoso (ZEFIRO), sia se ci spostiamo nel mondo delle lattine, con un nuovo progetto orientato ad un target giovane e che si arricchisce di vini e cocktail a bassa gradazione alcolica (SOUND SIP). Tutto questo per intercettare la crescente domanda di alternative no/low alcol, anche in packaging alternativi.
- Il progetto "Primo Fiore", nato per promuovere vitigni autoctoni romagnoli meno conosciuti sui mercati internazionali: Famoso e Uva Longanesi.
- La valorizzazione di "b.io": progetto storico per Terre Cevico che quest'anno ha presentato a Wine Paris il restyling sempre più rivolto alla sostenibilità. Una

bottiglia più leggera del 40%, un'etichetta 100% derivata da carta riciclata e la certificazione Vegan OK.

- I marchi di vino spumante a base Trebbiano, come Conte Fosco e Sette Rocche, che si inseriscono nella crescente tendenza del consumo di bollicine nel mondo. Queste linee di vino spumante a base Trebbiano confermano il loro appeal internazionale, confermando un crescente interesse.

Un evento da cui ripartire

Un messaggio chiaro: investire in fiere come Wine Paris non è solo una questione di visibilità, ma una scelta strategica per il futuro del settore. Terre Cevico ne è consapevole e continua a puntare con decisione su queste occasioni di crescita, dimostrando che, anche in un mercato in continua evoluzione, le opportunità non mancano.



Presentato il restyling della linea Sprint Mix

Dal 16 al 18 febbraio 2025, Terre Cevico ha partecipato alla Fiera di Rimini, nota come Beer&Food Attraction, un evento annuale di grande rilievo per il mondo dell'Horeca. La manifestazione, che si tiene presso la Fiera di Rimini dal 2015, è diventata un punto di riferimento per operatori del settore e appassionati, riunendo una vasta gamma di birre, bevande alcoliche e non, e cibo. L'edizione 2025 ha visto una significativa internazionalizzazione, con espositori e visitatori provenienti da oltre 40 paesi. L'innovazione e le tendenze

sono state al centro dell'attenzione, con l'introduzione di nuove aree tematiche come il Mixology Village, dedicato alla mixologia. Questo spazio ha offerto numerose proposte di aperitivi pronti da bere, con un crescente interesse per le bevande dealcolate come Spritz, gin e amari.

Terre Cevico ha presentato il restyling della linea Sprint Mix, con basi di cocktail pronte per la preparazione di

aperitivi come Spritz, Hugo e Passion Fruit Spritz. Inoltre, ha introdotto il nuovo prodotto Riviera, una base per cocktail destinata alla preparazione di aperitivi tipo Riviera Spritz. Le grafiche dello stand di Terre Cevico hanno messo al centro proprio il momento dell'aperitivo, enfatizzando i prodotti Sprint Mix e Riviera Spritz.

Il Mixology Village ha attirato l'attenzione di professionisti e appassionati, grazie a dimostrazioni dal vivo, masterclass e workshop tenuti da alcuni dei migliori bartender del mondo. I partecipanti hanno potuto scoprire le ultime tendenze in fatto di cocktail, dalle tecniche di miscelazione innovative all'utilizzo di ingredienti freschi e locali. Uno degli eventi clou è stato il contest "Mixologist of the Year", dove i migliori bartender si sono sfidati a colpi di shaker.

Oltre alle dimostrazioni, l'area Mixology Village ha offerto un importante spazio di networking, permettendo a bartender, distributori e produttori di bevande di scambiare idee e stabilire nuove collaborazioni. Numerosi brand hanno presentato le loro novità, con un focus su prodotti sostenibili e a basso impatto ambientale, riflettendo una crescente attenzione verso la sostenibilità.

La fiera ha visto la partecipazione di oltre 600 espositori provenienti da tutto il mondo, offrendo una vasta gamma di birre artigianali, bevande e cibo. Conferenze e panel di discussione hanno affrontato temi cruciali per il settore, come le nuove tendenze di consumo, le sfide della distribuzione e le strategie di marketing. Terre Cevico ha avuto numerosi incontri con vari operatori di settore, in particolare con importanti grossisti beverage del settore Horeca e con operatori internazionali interessati. La Beer&Food Attraction ha confermato il suo ruolo di evento di riferimento per il settore, combinando tradizione e innovazione in un'atmosfera di condivisione e scoperta.





PRODOTTI

Tutto è Possibile Sound Sip: quando il gusto incontra la musica



Viviamo in un'epoca in cui l'innovazione e la sperimentazione sono elementi chiave per creare esperienze uniche e coinvolgenti. La nuova linea commerciale "Tutto è Possibile Sound sip" incarna perfettamente questo spirito, unendo musica, stile e gusto in un prodotto innovativo. Con un'attenzione particolare alla leggerezza, alla socialità e al benessere, questa linea di bevande a basso contenuto alcolico si presenta come il perfetto accompagnamento per ogni momento. Tra le nuove generazioni è sempre maggiore richiesta di bevande analcoliche e a basso contenuto alcolico. Questa nuova linea vuole trovare dunque una risposta attraverso un prodotto fresco ed innovativo, capace di adattarsi a ogni stile di vita.

UN VIAGGIO TRA MUSICA E GUSTO

La filosofia di "Tutto è Possibile" si basa su un concetto chiaro: ogni sorso deve essere un'esperienza, proprio come ogni nota di una canzone. Ogni lattina racconta una storia, ispirata ai ritmi e alle emozioni che la musica sa regalare. Il prodotto non è solo una bevanda, ma una vera e propria estensione della propria identità, come una colonna sonora che accompagna i momenti più significativi della vita.

PACKAGING INNOVATIVO: UN DESIGN CHE RACCONTA

Uno degli elementi più distintivi della linea è il suo packaging: ogni lattina è una piccola opera d'arte che combina estetica retrò e elementi pop, con un linguaggio visivo accattivante e inconfondibile. Il design non è solo decorativo, ma esprime un vero e proprio messaggio, rivolgendosi a chi cerca autenticità e vuole distinguersi con uno stile unico.

La linea "Tutto è Possibile Sound sip" si compone di sei varianti, ognuna con una propria personalità, proprio come le tracce di un album musicale.

Vibe: uno spumante bianco vivace e frizzante, perfetto per chi vive ogni giornata come un festival a cielo aperto. Con un design ispirato ai colori vibranti dei palchi musicali, trasmette energia e freschezza.

Subwoofer: un rosso intenso con note morbide, pensato per chi ama il ritmo e il carattere deciso della musica urbana. Il suo design richiama gli amplificatori vintage, rendendolo perfetto per chi vuole un'esperienza di gusto forte e avvolgente.

Sync: un vino bianco equilibrato, raffinato e moderno, pensato per chi cerca armonia tra leggerezza e sapore. Il suo design minimalista richiama un equalizzatore analogico, simbolo di precisione e perfezione sonora.

Rewind: un Lemon Spritz fresco e vivace, che evoca la nostalgia degli anni '80 e '90 con un packaging ispirato alle iconiche cassette musicali. Ideale per chi ama rievocare i ricordi con un tocco di modernità.

Scratch: un mix esplosivo tra ribes e spritz, per chi ama sperimentare e reinventare il proprio stile. Il design richiama il mondo dei DJ e del remix, offrendo un'esperienza di gusto dinamica e sorprendente.

Bounce: uno spritz analcolico che cattura l'energia delle serate disco. Con un design ispirato alle disco ball, è perfetto per chi vuole divertirsi senza rinunciare alla freschezza e alla leggerezza.

UN NUOVO MODO DI BERE: LEGGEREZZA E CONSAPEVOLEZZA

Il packaging di Sound Sip è pensato per chi ama distinguersi. Ispirato al mondo della musica e del design retrò, ogni lattina è un piccolo capolavoro visivo, capace di catturare l'attenzione con colori vivaci, elementi pop e richiami vintage.

IL GUSTO INCONTRA IL RITMO

Con "Tutto è Possibile Sound sip", ogni momento diventa un'occasione per vivere un'esperienza unica, dove il gusto si intreccia con il ritmo della musica. Questa nuova linea rappresenta l'incontro perfetto tra tradizione e innovazione, tra il piacere del bere e la passione per la musica. Perché, davvero per noi... Tutto è possibile!

Cosa sono le certificazioni aziendali?

Una azienda certificata è gestita ed opera in modo conforme alle norme di legge, alle direttive ed alle regole che disciplinano il settore in cui opera.

Certificare. “v. tr. [dal lat. *tardo* *certificare*, comp. di *certus* «certo» e tema di *facere* «fare»] (io *certifico*, tu *certifichi*, ecc.). – 1. *non com.* Rendere certo, assicurare qualcuno: *disiderosa di volerlo più accendere e c. dell'amore che ella gli portava* (Boccaccio). *Nel rifl., acquistare certezza, assicurarsi, accertarsi: certificatevi da voi stessi; “si certificò per mezzi indubitissimi, che ai Viniziani fu molestissima la ritirata* (Guicciardini)”. 2. *Attestare, far fede, con parole o più spesso con apposito certificato: c. la validità di un prodotto; certifichiamo che il prodotto è naturale; io sottoscritto certifico che ...; si certifica che ...* (v. *certificato*). *Part. pass. certificato, anche come agg.: prodotto garantito e certificato*” (cit. *Vocabolario Treccani*).

Risulta evidente, già dall'etimologia, che “essere certificati” significa gestire i processi ed erogare i servizi con un determinato livello qualitativo, tendenzialmente alto, così da garantire ai clienti che si è conformi con le normative vigenti e che tutte le parti interessate mantengono comportamenti in linea con quanto indicato dalle norme di legge e dagli standard previsti dalle varie certificazioni.

Le certificazioni aziendali sono quindi credenziali riconosciute, che possono essere utilizzate per dimostrare competenza e garanzia di professionalità in un'ampia gamma di discipline; una certificazione pertinente aggiunge credibilità ad una organizzazione, oltre ad offrire una serie di vantaggi ulteriori. In particolare, il possesso di certificazioni per il settore alimentare in generale, nonché per l'ambito vitivinicolo in particolare, rappresenta un notevole vantaggio competitivo rispetto ad altre aziende non certificate, vediamo per quali motivazioni:

Le certificazioni aziendali aiutano a soddisfare le norme e le leggi vigenti

Le certificazioni aziendali sono utili per dimostrare che un'azienda ha adottato tutte le misure necessarie per rispettare le norme e le leggi vigenti nel proprio settore. Possono essere rilasciate da enti di

certificazione qualificati, come ad esempio organismi governativi o associazioni professionali, e sono spesso richieste dalle autorità di regolamentazione, per garantire che le aziende operino in modo corretto e sicuro.

Le certificazioni di qualità rendono più credibili

Le certificazioni aziendali possono anche essere un'ottima occasione per le aziende di mostrare le loro competenze e i loro sforzi di conformità a clienti, partner e potenziali investitori. In questo modo, fungono da prova della qualifica e aggiungono credenziali all'immagine dell'impresa.

Certificarsi è anche un modo per distinguersi all'interno del proprio settore di riferimento, perché significa sviluppare, possedere e mantenere abilità e competenze che i competitor potrebbero non avere. In questo modo quindi possono rappresentare un vantaggio prezioso nei confronti dei potenziali clienti.

Le certificazioni aziendali per partecipare a gare e bandi

Le certificazioni possono essere richieste per concorrere in determinati bandi e gare. Sono attestazioni di qualità, affidabilità e competenza, e tra i loro compiti vi è quello di assicurare che le aziende partecipanti siano qualificate e in grado di fornire prodotti e servizi che soddisfino i requisiti richiesti.

Infine, le certificazioni aziendali possono:

- aiutare a identificare e prevenire i rischi inerenti processi e procedure aziendali;
- favorire la riduzione degli errori di produzione e delle non conformità, portando un concreto contributo alla riduzione dei costi legati a reclami e mancata soddisfazione del cliente;
- contribuire a prevenire illeciti o infrazioni della normativa;
- essere richieste per ottenere alcuni tipi di finanziamenti;
- sviluppare la cultura tecnica ed organizzativa dell'azienda, migliorando l'approccio del personale aziendale e la sua crescita. Questo comporta lo sviluppo di maggiore conoscenza ed incrementa la competitività e la redditività dell'impresa.

Terre Cevico, nel corso dell'anno corrente ha provveduto al rinnovo, post-fusione societaria, delle seguenti certificazioni:

- ISO 9001:2015 – Sistemi di Gestione per la Qualità
- ISO 50001:2018 – Sistemi di Gestione per l'Energia
- EQUALITAS – Sostenibilità nel settore vitivinicolo
- BRCGS Global Food Safety Standard Ed.9 – Sicurezza alimentare
- IFS FOOD Standard Ed.8 – Sicurezza alimentare

Inoltre ha programmato ed in parte già effettuato audit etici per verificare la rispondenza ai requisiti del programma di gestione etica e di sicurezza sul lavoro di cui allo standard SMETA (SEDEX).

Del pari sono state rinnovate le certificazioni presso le seguenti società controllate, o partecipate:

- IFS FOOD Standard Ed.8 – Sicurezza alimentare – presso Sprint Distillery S.r.l.
- ISO 9001:2015 – Sistemi di Gestione per la Qualità – presso D.A.I. S.r.l.

Tutti gli audit effettuati hanno confermato la totale conformità dei sistemi di gestione esistenti ottenendo, laddove previste, le più alte classificazioni esistenti.

Rating di legalità

Il Rating di legalità è stato istituito dall'art. 5-ter del Decreto-Legge n. 1/2012 convertito, con modificazioni, dalla Legge 62/2021, al fine di promuovere l'introduzione di principi etici nei comportamenti aziendali. L'attribuzione del rating richiede il rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese e misura, premiandola, una gestione aziendale trasparente, etica e virtuosa. Il Rating di legalità viene riconosciuto attraverso l'attribuzione di un punteggio, compreso tra un minimo di una e un massimo di tre “stelle”, che costituisce un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità ed etici da parte delle imprese. Terre Cevico, a dimostrazione degli elevati standard di gestione implementati, ha attualmente ottenuto il punteggio “★ ★ ++”, prossimo al massimo rating ottenibile

Marco Bazzotti

Responsabile Ufficio Qualità, Sicurezza e Responsabilità Sociale Terre Cevico

ISO 9001 Gestione
Sistema Qualità



ISO 50001
Gestione Energia



BRC GS FOR
FOOD SAFETY
Sicurezza Alimentare



IFS - International
Food Standard



BRC GS FOR
ETHICAL TRADE AND
RESPONSIBLE
SOURCING
Etica e Responsabilità Sociale

EQUALITAS
Standard SOPD - OS - PS
Sostenibilità Economica
Sociale - Ambientale



Sedex Members Ethical Trade Audit



Japanese Agricultural Standard



BIO - CCPB



Perbacco: un progetto regionale per contrastare la flavescenza dorata

Continua l'impegno di Terre Cevico nella divulgazione ai soci e nell'aggiornamento relativo alla problematica Flavescenza Dorata. Scopo di tale attività è mantenere alta l'attenzione degli agricoltori e fornire strumenti conoscitivi per affrontare in campo nel modo più opportuno la Flavescenza e le altre fitoplasmi.

Il 23 gennaio si è tenuto un incontro tecnico in cui i relatori, Settore Fitosanitario Regione Emilia-Romagna e Università di Ferrara, hanno parlato di Sintomi, Etiologia, Legislazione di interesse e monitoraggio con un riferimento particolare a nuove tecnologie disponibili. Ricordiamo che la Flavescenza Dorata è proba-

bilmente il Giallume più aggressivo e più importante della vite, diffusa in tutte le zone viticole mondiali, viene provocata da fitoplasmi, che vivono nei vasi floematici della vite e nel tempo li vanno ad ostruire. La trasmissione di questi Fitoplasmi avviene da pianta a pianta tramite l'apparato boccale e l'emolinfa di un Cicadellide, lo *Scaphoideus Titanus* che compie il suo intero ciclo biologico sulla vite.

Rimane di fondamentale importanza eseguire una difesa fitosanitaria tempestiva ed efficace per limitare l'azione degli insetti vettori ed eliminare tempestivamente le piante infette affinché non ci sia floema attivo in tali piante che possano determinare inoculi di infezione.

Il programma regionale di contrasto alla Flavescenza Dorata, oltre a prevedere i controlli ufficiali in campo, ha previsto anche una serie di azioni di formazione e sensibilizzazione rivolte agli agricoltori per mantenere alta la consapevolezza sull'importanza delle azioni di controllo previste da legislazione vigente.

In supporto a tale attività e in ottica di creare un tool fruibile agli agricoltori, è stato promosso da Regione Emilia-Romagna il

progetto PERBACCO che è stato e sarà ulteriormente sviluppato dall'Università di Ferrara. Tale progetto sfrutta tecnologie di ultima generazione per mettere in sicurezza una delle filiere agricole più importanti nel comparto produttivo regionale. Dal volo di un minicottero, attraverso lo strumento delle fotografie aeree sui



nostri vigneti è possibile raccogliere un quantitativo importante di dati che vengono elaborati per riconoscere i giallumi rilevati a terra ed eventualmente passare a una validazione in campo dove si andrà a verificare che sia effettivamente un problema di fitoplasmi piuttosto che una sintomatologia dovuta ad altri problemi di natura fisiologica o sanitaria.

Nel 2024 la base per la Romagna è stato il campo volo di Sant'Andrea, Faenza, da dove in 10 giorni il minicottero ha volato per 50 ore sui vigneti romagnoli. Dai rilievi fotografici effettuati si è poi sviluppato un algoritmo di analisi funzionale alla raccolta e all'interpretazione dei dati monitorati. Dal 2025 sarà poi disponibile un portale da cui i singoli produttori possono richiedere un sorvolo e successivamente averne riscontro.

Vediamo quindi un impegno importante nel contrasto a Flavescenza Dorata, sperando che sia utile per stimolare le aziende agricole ad un controllo in campo improntato a mantenere una situazione contenuta della problematica rafforzando i miglioramenti raggiunti in questi ultimi anni di lavoro.

Tutto è possibile:

il futuro passa (anche) attraverso l'innovazione



I mondo del consumo delle bevande alcoliche sta cambiando, e lo fa con un vento di innovazione che soffia forte sulle nuove generazioni di consumatori. Sempre più persone, spinte da uno stile di vita salutare e sostenibile, cercano alternative alle bevande alcoliche tradizionali, senza dover rinunciare al piacere di un momento di convivialità. Ecco dove entra in gioco **ZEfIRO**, un prodotto innovativo a base di vino dealcolato che ridefinisce le occasioni di consumo e incontra le esigenze di un pubblico sempre più attento.

Il significato di ZEfIRO:

leggerezza, freschezza e libertà

Il nome ZEfIRO non è casuale: affonda le sue radici nella mitologia e nella natura stessa. Lo Zefiro, fin dalla cultura greca, simboleggiava il vento leggero e piacevole che soffia da ovest in primavera, portando con sé aria fresca e rinnovamento. Un simbolo perfetto per rappresentare un prodotto che rivoluziona, offrendo un'esperienza di gusto raffinata, leggera e adatta a ogni occasione.

Come il vento che dà il nome al brand, ZEfIRO porta con sé la libertà di scegliere un'alternativa senza compromessi: un prodotto elegante, fresco e senza alcol, pensato per chi desidera vivere ogni momento con spensieratezza e consapevolezza.

ZEfIRO: il piacere che cambia le regole

ZEfIRO non è solo un'alternativa al vino tradizionale, è una vera e propria esperienza. Nato dalla ricerca e dall'innovazione, mantiene intatte le caratteristiche organolettiche del vino, eliminando esclusivamente l'alcol attraverso un sofisticato processo di dealcolizzazione. Il risultato? Un prodotto dal profilo aromatico raffinato, offrendo un'esperienza autentica e appagante.

Perché scegliere ZEfIRO?

Zero alcol, zero pensieri: per gustarti un buon calice in qualsiasi momento della giornata.

Meno calorie: con circa sole 17 kcal per calice, è perfetto per chi segue una dieta equilibrata.

Le nuove generazioni e il bere consapevole

I Millennials e la Gen Z stanno riscrivendo le regole del consumo. Per loro, bere non è solo una questione di piacere, ma anche di consapevolezza. Scegliere un prodotto a base di vino dealcolato non significa rinunciare, ma evolvere verso un modo di vivere più responsabile, senza perdere di vista la convivialità. Non si tratta solo di una moda, ma di un vero cambiamento culturale che vede protagonisti i giovani e il loro desiderio di coniugare piacere e benessere.

Il futuro del gusto è già qui

Con ZEfIRO, tutto è possibile. Un brindisi senza alcol, un momento di piacere senza pensieri, un calice che si adatta a ogni situazione della vita moderna, attraverso un futuro che profuma di innovazione e leggerezza.



Il trend delle alternative alcol-free

Le ultime tendenze nazionali e internazionali mostrano come la categoria dei prodotti a base di vino dealcolato sia in forte crescita, spinta dalla domanda di bevande e vini attrattivi a livello degustativo, ma privi di alcol. I motivi di questa tendenza sono principalmente:

Maggiore consapevolezza: la cultura del bere responsabile sta prendendo piede, soprattutto tra i giovani.

Occasioni di consumo ampliate: un prodotto a base di vino dealcolato si adatta a momenti in cui il consumo di alcol non è consigliato, come durante la gravidanza, prima di mettersi alla guida o in un contesto sportivo.

Dieta e benessere: i vini dealcolati hanno un minor apporto calorico.

