

INNOVINANDO

Riferimenti

Tipo di progetto

Gruppo Operativo

Acronimo

INNOVINANDO

Focus Area

3a) Migliore integrazione dei produttori primari nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, mercati locali e filiere corte

Informazioni

Periodo

2023 - 2025

Durata

24 mesi

Partner (n.)

7

Regione

Sardegna

Localizzazione

ITG26 - Nuoro

Costo totale

€499.132,23

Fonte di finanziamento principale

Programma di sviluppo rurale

Programma di sviluppo rurale

2014IT06RDRP016: Italy - Rural Development

Programme (Regional) - Sardegna

Parole chiave

Competitività e diversificazione agricola e forestale

Pratiche agricole

Sistemi di produzione agricola

Sito web

<https://innovinando.it/>

Stato del progetto

in corso



Obiettivi

Il progetto intende introdurre innovazioni nella gestione viticola per la valorizzazione dei vitigni tradizionali, per ottenere vini salubri, giovani, dotati di freschezza e bevibilità e implementare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica nei processi produttivi aziendali, anche attraverso adeguata comunicazione e marketing.

Attività

In questo progetto saranno sviluppate azioni sperimentali volte alla:

- Valorizzazione dei vitigni tradizionali della Sardegna;
- Creazione di nuovi prodotti innovativi attraverso modelli di coltivazione e trasformazione ecocompatibili;
- Implementazione dei livelli aziendali di sostenibilità, ambientale, sociale, economica.

Al fine di garantire una omogeneità del lavoro e per poter estendere più facilmente i risultati attesi sia al Gruppo Operativo sia all'intera filiera vitivinicola, il progetto ha scelto di utilizzare un modello varietale rappresentativo ed ha individuato nel Cannonau il vitigno comune su cui avviare la sperimentazione.

Il vitigno Cannonau, è una varietà di forte interesse per questo Gruppo Operativo in quanto diffusamente coltivato su tutte e quattro le aziende e poiché ciascuna di esse produce diverse tipologie di vini di Cannonau DOC, IGT o monovarietali. Inoltre, con circa 7.770 ettari, rappresenta il principale vitigno dell'Isola, e le sue sinonimie (Grenache, Garnacha, Tocai rosso, Gamay, Alicante) è ampiamente coltivato nel pianeta. Il Cannonau è stato recentemente oggetto di uno studio di ricerca finanziato dalla Regione Sardegna (progetto cluster) condotto dai ricercatori del Dipartimento di Agraria dell'Università di Sassari, coinvolti come partner nel presente progetto, a cui hanno partecipato anche gli enopoli sociali di Dorgali ed Oliena.

Nei quattro territori delle aziende partecipanti al GO, sarà in primo luogo approfondita loro caratterizzazione pedoclimatica e ricostruiti i dati storici aziendali con particolare attenzione al ciclo fenologico e alle dinamiche di maturazione in modo da definire in dettaglio, per ciascuna unità ambientale, le tecniche colturali ecosostenibili da adottare.

Inoltre, le aziende di questo gruppo operativo intendono sviluppare un progetto di commercializzazione basato sulle più innovative tecniche dell'e-commerce, del digital marketing e della comunicazione digitale. L'obiettivo è quello di aumentare la redditività dell'impresa entrando con forza nei settori a più alto tasso di crescita del mercato globale. Grazie a queste tecniche innovative, che raccontano al consumatore digitale le peculiarità dei prodotti, si può aumentare in modo significativo la redditività dell'impresa e, di conseguenza, la qualità della vita di chi vive del lavoro di quell'impresa. L'innovazione a cui le aziende di questo progetto lavoreranno porterà: a) all'integrazione multichannel dei canali di vendita, coniugando in modo intelligente il canale fisico e quello digitale; b) allo sviluppo di strategie di web e Content marketing totalmente innovative rispetto ai canoni della comunicazione tradizionale; c) all'implementazione di progetti commerciali e di comunicazione realmente innovativi e unici nel mercato sardo del vino.

Contesto

I dati relativi al panorama vitivinicolo mondiale, evidenziato in molteplici rapporti degli Organismi ed Osservatori intergovernativi scientifici e tecnici, rileva nell'ultimo decennio una diminuzione sia della superficie vitata, ridottasi dai 7.732.000 ha del 2007 ai 6.281.000 ha del 2017, sia della produzione di vino. Il continente europeo contribuisce ancor oggi a questo processo di contrazione delle superfici vitate a causa delle persistenti ed imponenti riduzioni registrate in molti Paesi, tra cui il nostro (il vigneto Italia ridottosi a 788.000 ha nel 2007 oggi è ancora più piccolo e registra 675.000 ha. Viceversa in altre nazioni, soprattutto asiatiche, il peso della viticoltura cresce continuamente, con casi anche emblematici come quello rappresentato dalla Cina dove gli ettari coltivati in quest'ultimo decennio, sono passati da 480.000 ha a 655.000.

Nonostante questa tendenza, la coltivazione della vite in Europa continua a rappresentare una delle più importanti e storiche attività agricole ed ancora oggi il comparto vitivinicolo si contraddistingue come un punto di forza dell'economia del continente mostrando una notevole plasticità nell'adottare nuove strategie produttive e commerciali che prevedono anche la rimodulazione dei tradizionali obiettivi enologici.

Negli ultimi decenni in tutte le regioni europee sono stati registrati profondi mutamenti economici, sociali e culturali che hanno influenzato stili di vita e consumi alimentari. Tra le conseguenze di queste importanti trasformazioni è importante citare anche la costante riduzione interna del consumo di vino, sebbene non omogenea tra gli Stati del continente, contrapposta ad una elevata e crescente richiesta del prodotto che si registra in nuove aree del pianeta.

In alcune regioni del pianeta, tra cui la Sardegna, le condizioni climatiche (elevata radiazione solare, alte temperature primaverili estive, precipitazioni ridotte ed importante e continua ventosità) limitano la

diffusione dei patogeni, i cui attacchi potrebbero essere ulteriormente contenuti con l'utilizzo di più razionali protocolli di coltivazione del vigneto. Se al ricorso a queste innovazioni, ragionato e specifico per vitigno e territorio, affianchiamo anche una più attenta gestione in cantina mirata a ridurre l'uso di prodotti chimici impattanti, l'incidenza di residui chimici nei vini potrebbe via via ridursi.

Questi dati strutturali e di produzione, insieme alle analisi sulle problematiche del comparto sono stati discussi, a partire dal 2016 e lungo tutto il 2017, da quattro imprese vitivinicole sarde (Cantina delle Vigne di Piero Mancini - Olbia, Cantina Sociale di Dorgali, Cantina Sociale di Oliena, Cantina Bingiateris - Ortueri) che hanno elaborato una strategia comune sulle prospettive di crescita e di miglioramento della competitività delle proprie aziende e sono giunte a definire le innovazioni e le azioni di ricerca utili e prioritarie.

Le quattro cantine si differenziano tra loro per molti aspetti, tra cui per la data di inizio delle attività, avvenuta in alcuni casi negli anni '60 o al contrario negli ultimi decenni, per tipologia di organizzazione aziendale, variabile da SRL a società cooperativa, per dimensioni e fatturati, per tipologia di prodotti lavorati, per posizionamento nei mercati di vendita e per caratteristiche ambientali dei territori in cui operano. In piccolo, queste quattro aziende esprimono una articolata diversità che può ben descrivere la complessità della filiera vitivinicola regionale.

Partenariato

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Capofila	CANTINA DI OLIENA	Via Nuoro, 112 08025 OLIENA NU Italia		info@cantinaoliena.it
Partner	CANTINA DORGALI	Italia		
Partner	CANTINA DELLE VIGNE DI PIERO MANCINI SS	Italia		
Partner	CANTINA BINGIATERIS	Italia		
Partner	Università degli Studi di Sassari	Italia		
Partner	GIUGNINI ASSOCIATI	Italia		

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Partner	KEYNES srl	Italia		

Innovazioni

Descrizione

Innovazioni nella gestione viticola per la valorizzazione dei vitigni tradizionali.

Un modello di coltivazione di gestione del vigneto e della vinificazione in rosso che prevede diverse innovazioni ecosostenibili verrà comparato con quello tradizionale in 4 territori sardi. L'obiettivo specifico è ottenere vini salubri, giovani, dotati di freschezza e bevibilità, con grado inferiore ai 14. In specifiche situazioni aziendali, distinte per tipologie genetiche e pedoclimatiche, le sperimentazioni riguarderanno la sincronizzazione della maturità glucidica con quella fenolica, oggi spesso disaccoppiata, ed il miglioramento di alcune tecniche di cantina (dall'utilizzo di lieviti selezionati per favorire la riduzione di solfiti nei vini alle azioni di protezione di vini per evitarne il loro invecchiamento precoce). In particolare nei vigneti le innovazioni tecniche proposte riguarderanno:

la sfogliatura di parti centrali e/o apicali della chioma, l'utilizzo di prodotti fogliari atti a rallentare la fotosintesi delle chiome. Per quanto riguarda la nutrizione minerale si farà ricorso a preparati liquidi da applicare sempre per via fogliare a base di alghe naturali. La determinazione dell'epoca e entità dell'apporto irriguo sarà basato sull'utilizzo di una camera a pressione da campo pomp-up. Per quanto riguarda la gestione del suolo si metteranno a confronto, l'innovazione rappresentata dalla trinciatura ripetuta del cotico naturale e/o l'uso di miscugli di essenze commerciali di leguminose e graminacee annuali e auto-riseminanti con l'attuale praticata gestione del cotico erboso naturale dell'interfila e la sua successiva lavorazione estiva.

Settore/comparto

Settore vitivinicolo

Area problema

Nuovi e migliorati prodotti alimentari derivati dalle produzioni di pieno campo

Effetti attesi

Valorizzazione/tutela paesaggio

Miglioramento produttività

Miglioramento qualità prodotto

Descrizione

Implementazione della sostenibilità ambientale, sociale ed economica nei processi produttivi aziendali: questo percorso, concentrato sul lavoro in vigna ed in cantina, sarà affiancato da un adeguato lavoro sulla commercializzazione, sul marketing e sulla comunicazione, discipline che non solo contribuiscono a implementare notevolmente la redditività delle imprese, ma che possono anche valorizzarne la sostenibilità aziendale migliorando la qualità della vita di chi al suo interno vi opera.

Comunicazione e marketing possono diventare un formidabile strumento per definire il ruolo sociale e storico dell'azienda che, grazie ad uno story telling ben redatto, può raccontare la propria attenzione alla comunità e al territorio in termini di sostenibilità, può valorizzare l'identità del singolo territorio e della nostra Isola, può, in altre parole, far crescere il valore degli asset intangibili dell'azienda aumentando così la qualità culturale di tutti gli attori coinvolti.

Settore/comparto

Settore vitivinicolo

Area problema

Competitività a livello nazionale e internazionale

Performance dei mercati

Nuovi e migliorati prodotti alimentari derivati dalle produzioni di pieno campo

Link utili

Titolo/Descrizione	Url	Tipologia
Sito web del progetto	https://innovinando.it/	Sito web
Pagina Facebook del progetto	https://www.facebook.com/innovinando/	Link ad altri siti che ospitano informazioni del progetto
