

# ewh

## EMILIA WINE HOME



**Ca' Besina  
medaglia d'oro  
a Mundus Vini 2021**

**Vitaly  
Special  
Edition**

**Pra di Bosso  
Storico  
in tour**

**Ristorante  
Il Calcagnino,  
arte e cucina**

È stato un anno complesso, complice una situazione politico-sanitaria che, tra chiusure e restrizioni, ha inevitabilmente rallentato processi, limitato spostamenti, scoraggiato relazioni. Ciononostante per il nostro Gruppo è stato un 2021 positivo, di grandi cambiamenti e riconoscimenti su vari fronti. Il Ca' Besina ha conquistato la medaglia d'oro al concorso internazionale Mundus Vini, il Migliolungo è stato premiato come "Etichetta d'Oro" alla Vitaly Design International Packaging Competition, il Pra di Bosso Storico è diventato protagonista di un inedito tour... E Casali Viticoltori ha riacquisito il posto d'onore che gli spetta di diritto, per storia e valore dei prodotti e delle persone che vi lavorano. Abbiamo riorganizzato le linee, per diversificarle con un ordine e una logica appropriati al mercato e la creazione di nuove etichette per la maggior parte dei nostri vini intende trasmettere questo nuovo approccio coerentemente con la nostra filosofia aziendale. Non solo un risultato estetico, peraltro molto apprezzato da tutti i nostri clienti e collaboratori, ma uno strumento di contenuto che esprime valore. Sono alcune delle tante ragioni che ci riempiono di orgoglio e testimoniano che la strada intrapresa è quella giusta. Desidero ringraziare ognuno di Voi per aver creduto nel progetto e aver partecipato, a vario titolo, al suo sviluppo. Insieme continueremo questa bella avventura che, sono certo, ci regalerà altre soddisfazioni. Vi auguro un sereno Natale e un nuovo... spumeggiante 2022!

Marco Fasoli  
Direttore commerciale e marketing Emilia Wine



# LAMBRUSCO

## & Rock'n Roll

Emilia Wine incontra il mercato Italia

### Eventi

## Lambrusco & Rock'n Roll

Il 6 settembre scorso Emilia Wine ha organizzato presso l'Osteria in Scandiano l'evento Lambrusco & Rock'n Roll per incontrare il mercato dell'Horeca Italia che rappresenta la forza vendita sul mercato nazionale. Un evento all'insegna della condivisione e della buona musica che ha creato un'atmosfera del tutto speciale fra i partecipanti.

Erano presenti all'incontro non solo i protagonisti della rete vendita ma anche il comitato direttivo del Gruppo e altri referenti del settore per condividere valori e presupposti di sviluppo della rete vendita e, contestualmente, i passi futuri da intraprendere. C'era pure Lele Borghi che, con la sua inseparabile chitarra, ha intervallato gli interventi dei relatori con alcuni pezzi musicali. Ad aprire la giornata ci ha pensato il direttore commerciale e marketing Marco Fasoli, che ha introdotto il concetto di holding e di forza del gruppo quale garanzia per il cliente, rassicurato dalla prospettiva di un solido rapporto commer-

ciale, oltre che della storicità del marchio Casali, indice di qualità e di forte radicamento sul territorio. Quindi sono stati illustrati da Giulia Montanari, responsabile vendite Italia in Emilia Wine, i punti cardine del progetto commerciale: il codice etico, la creazione di un ufficio commerciale appropriato, la piramide qualitativa, lo sviluppo dell'accoglienza, il valore dell'appartenenza e del confronto e la valorizzazione del brand. I numeri del mercato - 24 province italiane e 9 regioni italiane con clienti attivi - testimoniano non solo la presenza capillare di Emilia Wine nel mercato Horeca Italia, con un forte radicamento sul territorio, in particolare nelle province di Reggio Emilia, Modena e Parma, ma anche la grande trasversalità delle linee prodotte e un importante apprezzamento delle nuove linee. Anche i numeri dell'export denotano la spinta espansiva del mercato sul mondo, attraverso 3 continenti, 25 stati e 38 importatori suddivisi fra Europa, America e Asia. Obiettivo del

piano commerciale è "essere forti in casa per essere forti fuori", ovvero contare sulla forza del team aziendale per essere credibili e convincenti nei confronti del cliente.

L'altro punto di forza evidenziato durante l'incontro riguarda le caratteristiche di versatilità e freschezza del lambrusco: un vino immediato, contem-



poraneo, trasversale e gastronomico, che si sposa con le nuove tendenze della cucina italiana, improntata sulla continua ricerca della sostenibilità. A questo proposito è intervenuto Andrea Medici, patron e chef dell'Osteria in Scandiano, presente nella prestigiosa guida Michelin. La nuova cucina italiana, ha spiegato Medici, vincitore di "4 Ristoranti" e Ambasciatore del gusto affiliato all'associazione Unione ristoranti del Buon Ricordo", predilige ingredienti freschi, genuini, possibilmente di origine naturale, cotture brevi che ne esaltano le materie prime. Per questo si abbina perfettamente con i nostri lambruschi.

Con Alice Camellini di Fruitecom, agenzia di comunicazione specializzata nei settori food & wine, è stato presentato il piano comunicazione in tutti i suoi aspetti e le declinazioni, dal lavoro di ufficio stampa e sviluppo PR alla gestione dei social, dal digital tasting alla realizzazione del catalogo prodotti e del trimestrale EWH magazine, dai servizi fotografici alle iniziative speciali. L'enoturismo con il progetto Emilia Wine Home saranno l'emblema dello stile aziendale, un luogo capace di raccontare il mondo Emilia Wine attraverso il vino e altri servizi, come l'accoglienza e le sinergie con il territorio.

Il presidente Davide Frascari ha sottolineato che questo progetto si fonda sul legame solido con il territorio e i vigneti, oltre che sulla nostra base

sociale e ha sottolineato che avere un vigneto di proprietà di 1870 ettari è un valore aggiunto e ci fa essere protagonisti della qualità con la certificazione produzione integrata. Sono state poi elencate e spiegate minuziosamente le diverse linee di prodotto e Lorenzo Righi ha parlato di nuove strategie di posizionamento. L'evento si è concluso ribadendo che "la nostra forza è nel team", nella condivisione e nel confronto. Ad ogni partecipante è stato dato un piccolo strumento musicale che ha suonato per accompagnare Lele Borghi nel suo ultimo pezzo musicale, prima del pranzo con le eccellenze dell'osteria abbinate ai nostri vini.

Ca' Besina

## Spumante Emiliano

È una delle etichette storiche di Casali Viticoltori e della spumantistica emiliana questo piacevolissimo bianco ottenuto dalla vinificazione delle uve Spergola, vitigno autoctono tipico delle colline di Scandiano nel Reggiano, caratterizzate da suoli con un'importante componente di gesso.

Il Ca' Besina Colli di Scandiano e Canossa Dop Brut



### Ca' Besina medaglia d'oro a Mundus Vini

Un altro importante riconoscimento premia la qualità dei nostri vini. Lo storico storico spumante di Casali Viticoltori ha conquistato la medaglia d'oro alla 29a edizione del Gran Premio Internazionale Mundus Vini, organizzato dalla casa editrice Meininger in Germania. Ottenuto dalla vinificazione dell'autoctono Spergola, il Ca' Besina Colli di Scandiano e Canossa DOP Brut Spumante Metodo Classico dell'annata 2016 ha convinto oltre 100 giudici che hanno degustato alla cieca più di 4500 vini provenienti da 35 paesi del mondo. Siamo orgogliosi di questo prestigioso premio internazionale. Casali Viticoltori è stata una realtà pioniera nella coltivazione e salvaguardia della Spergola, una varietà che dona il meglio di sé proprio nella versione spumante attraverso il Metodo Classico. Il Ca' Besina, nato alla fine degli anni '70, è tuttora un punto di riferimento.



Spergola Spumante Metodo Classico riposa sui lieviti per almeno 48 mesi prima del definitivo imbottigliamento e della commercializzazione.

Etichetta storica nella sua categoria, è stata prodotta in modo pionieristico già alla fine degli anni '70 quando la produzione di spumanti Metodo Classico in Emilia non era affatto diffusa. Un Metodo Classico di grande finezza, dal sorso sapido e intenso che, grazie alla sua notevole persistenza, si abbina perfettamente a tavola ed è indicato non solo con aperitivi e antipasti, ma anche con preparazioni più elaborate.

Non ha caso ha conquistato il palato di molti sommelier e giudici di prestigiosi concorsi, come

il Gran Premio Internazionale Mundus Vini Summer Tasting 2021 che ha assegnato al Ca' Besina la Medaglia d'Oro.



Vinitaly

## Vinitaly Special Edition: riflettori puntati su Lambrusco e Spergola

È stata l'edizione della ripartenza e della riscoperta dei vini autoctoni italiani da parte del pubblico nazionale e internazionale. A Vinitaly Special Edition, che si è tenuta a Veronafiere dal 17 al 19 ottobre, era presente anche Emilia Wine con tutta la gamma dei prodotti, fra i quali il Lambrusco e la Spergola hanno letteralmente brillato sotto i riflettori, stando curiosità e interesse fra operatori e buyer provenienti da diversi Paesi. In particolare, Casali Viticoltori ha portato nel proprio stand le etichette più rappresentative per raccontare alla platea di professionisti del settore la grande qualità che i vini da Lambrusco e Spergola, varietà autoctone del territorio, sono in grado di raggiungere. Tra i protagonisti non



dei nostri vini, insieme alle nuove linee e alla impostazione della piramide produttiva, sono stati espressi giudizi molto positivi. Non sono mancate le proposte per i cultori dei vini bianchi, come l'Invernaia bianco, ottenuto per l'80% da Spergola proveniente dai suoli calcareo-argillosi delle colline scandinavesi, e il Ca' Besina, primo Metodo Classico dell'Emilia Romagna, da uve Spergola in purezza. La storica manifestazione di Verona è stata, inoltre, l'occasione per presentare la nuova linea 1900, appena introdotta dall'azienda: sei etichette orientate soprattutto ai consumatori dei mercati asiatici.

"è stato decisamente un bel Vinitaly - ha commentato il direttore commerciale e marketing Marco Fasoli. Nell'ultimo anno abbiamo puntato con decisione a rafforzare la nostra presenza nei mercati esteri e oggi possiamo dire con orgoglio di aver raggiunto un traguardo importante. Siamo presenti in 26 Paesi con 40 importatori internazionali. Non potevamo, dunque, mancare ad una fiera che da sempre rappresenta la vetrina d'elezione per i vini italiani nei confronti dei buyer esteri. Quest'anno la manifestazione si è presentata in una edizione speciale, con un numero limitato di espositori e un pubblico ancora più selezionato. È stata l'occasione ideale per raccontare il nostro impegno, dalla vigna allo scaffale, e garantire al consumatore finale prodotti di qualità che rispecchino appieno il nostro territorio. L'ottimo riscontro avuto da parte degli operatori dimostra che siamo sulla strada giusta e che dobbiamo continuare in questo percorso di qualità del prodotto e del servizio".

potevano mancare il Pra di Bosso storico, punta di diamante dell'omonima linea riservata al canale Horeca, e il Lambrusco Migliolungo, un vino unico e inimitabile, la cui iconica etichetta è stata recentemente premiata come "Etichetta d'Oro" nell'ambito del Vinitaly Design International Packaging Competition. E proprio sulle etichette e i packaging



Pra di Bosso

## Pra di Bosso Storico in tour



Ci ripetiamo, lo sappiamo, e lo facciamo consapevolmente: questo è un vino unico, dal profumo e il gusto inimitabile, che rappresenta la nostra storia ed esprime il nostro territorio, con la sua centenaria cultura enologica. Insomma una specie di star che abbiamo voluto rendere protagonista di un progetto accattivante in collaborazione con la testata giornalistica Reporter Gourmet. Nasce così Pra di Bosso Storico in Tour, una serie di video interviste a chef o titolari di tre famosi ristoranti della provincia di Modena e tre della provincia di Reggio Emilia per promuovere il connubio tra la cucina tipica delle terre emiliane e il lambrusco, in particolare il gioiello della cantina Casali. Sono stati coinvolti Il Calcagnino di Formigine (Mo), Ca' Cerfogli ad Acquaria (Mo), Il Barolino di Carpi (Mo), Ca' Matilde di Quattro Castella (Re), L'Osteria in Scandiano a Scandiano (Re) e Arnaldo Clinica Gastronomica di Rubiera (Re). Un progetto sostenuto da Emilia Wine non solo per raccontare il lambrusco e la sua versatilità in cucina, ma anche per dare la giusta visibilità a questi ristoranti di eccellenza, nel periodo della ripartenza. Nelle video interviste e negli articoli pubblicati su Reporter Gourmet si lascia che siano gli chef o i titolari del ristorante a parlare, a raccontare la loro storia e, soprattutto, i loro piatti in abbinamento perfetto con il Lambrusco Pra di Bosso Storico di Casali Viticoltori. "Auspichiamo - confessa il direttore commerciale Marco Fasoli - che questa iniziativa si possa estendere anche ai fuori dell'Emilia-Romagna, in quelle regioni in cui questo vino è maggiormente venduto e presente nella carta dei vini utilizzato in abbinamento a ricette tipiche di altre zone".



## Collaboratori

# Gaetano Palombella



È Brand Ambassador di Casali Viticoltori, una figura professionale nuova poco conosciuta ma di fondamentale importanza che coniuga i vari aspetti della comunicazione aziendale con quelli dell'accoglienza, programmando come porsi strategicamente al pubblico e l'immagine aziendale che deve essere trasmessa. Una figura poliedrica ancora poco diffusa

nelle nostre realtà territoriali, ormai consolidata in altre zone a vocazione vitivinicola che hanno ampiamente investito in questi ruoli. "Mi occupo di rappresentare e comunicare l'azienda e il brand soprattutto ai canali Horeca e curo l'accoglienza per chi vuole approfondire l'orizzonte aziendale, raccontandone la storia e i vini, forte di una lunga esperienza iniziata come sommelier dell'Associazione Italiana

Sommelier, poi continuata come consulente commerciale nel mondo del beverage e della ristorazione. Ho ricoperto ruoli gestionali in diverse attività, compresa l'alta ristorazione italiana ed estera. Il mio impegno mi ha portato nel tempo ad acquisire competenze di ampio respiro sulla comunicazione dell'universo vino". Alla sua professione Palombella affianca l'impegno nell'Associazione italiana sommelier:



da sette anni è delegato Ais Reggio Emilia, coordinando le attività su tutto il territorio provinciale. "Questa lunga esperienza mi ha dotato di strumenti diversificati per capire il mercato e i clienti, adottando soluzioni quasi "sartoriali" per comunicare e farmi interprete del marchio, dentro e fuori l'azienda. Così la mia collaborazione si relaziona con diversi comparti aziendali, offrendo strumenti comunicativi idonei a 360° per aumentare l'attenzione e la cura del cliente che si rivolge al team commerciale o direttamente allo store aziendale, coadiuvando le varie necessità organizzative sulle vendite e sugli eventi".

Dopo diversi anni passati nel settore vendite in tutto il mondo, dal 2010 si occupa di Food & Beverage per concentrarsi dal 2012 sul vino con il ruolo di multi-brand export manager di alcune tra le più importanti cantine Italiane. "Quando nel 2020 Marco Fasoli mi ha chiamato a collaborare con Emilia Wine, ho accettato per la stima che ho in Marco e perché mi è piaciuto da subito il piano di sviluppo del gruppo. Un progetto molto ambizioso e con un team di valore, di cui stiamo iniziando adesso a raccogliere i primi frutti, anche in paesi difficili, come la Cina ed Hong Kong che seguo personalmente.

Stiamo cercando di uscire dall'ottica del solo prezzo, che purtroppo ha penalizzato fino ad oggi i vini del nostro territorio, puntando alla creazione del valore del prodotto ad un prezzo equo e trasmettendo la qualità a partire dalle origini. Si tratta di valorizzare queste zone che hanno caratteristiche uniche e che danno vita a vini come il Lambrusco e la Spergola, famosi in tutto il mondo, ma non abbastanza apprezzati per il loro valore. Il prezzo è importante, ma non è tutto. Ci sono altri fattori significativi che vanno comunicati. E per trasmettere questi concetti abbiamo ripensato

## Collaboratori

# Paolo Clemente

alla comunicazione ed all'immagine aziendale, attraverso una razionalizzazione dei prodotti, nuovi packaging, la storia delle aziende del gruppo e l'accoglienza tramite la nuova Emilia Wine Home. Presto anche i clienti esteri torneranno a viaggiare e, quando verranno a trovarci, vogliamo che vivano un'esperienza unica, che va al di là del vino e che rappresenti tutto il nostro territorio ed il "brand" Emilia.



## Flan di Parmigiano Reggiano Dop 24 mesi con misticanza e Aceto balsamico tradizionale di Modena

### Ingredienti (per 4 persone)

150 gr Parmigiano Reggiano Dop 24 mesi  
250 ml panna fresca  
3 uova fresche  
c.b. burro spray  
100 gr misticanza  
Aceto balsamico tradizionale di Modena

### Preparazione

Frullare a velocità sostenuta le uova insieme al Parmigiano Reggiano. Aggiungere la panna a filo continuando a montare. Versare il composto in 4 stampini in alluminio monodose precedentemente passati con il burro spray. Infornare a bagnomaria per 40 minuti a 150° C quindi togliere i flan dagli stampini e impiattare, unendo la misticanza condita con un filo d'olio d'oliva e sale a piacere. Infine, aggiungere qualche goccia di Aceto balsamico tradizionale di Modena sul flan e sull'insalatina.

### Abbinamento

Pra di Bosso Storico Reggiano Doc



Nella piazza principale di Formigine (Mo), dominata dallo splendido Castello, basta varcare l'antico ponte levatoio per ritrovarsi in un'oasi di grande pace e bellezza: un parco secolare racchiuso da alte mura su cui si affaccia Il Calcagnino. Il ristorante, ambientato nella sala degli archi, al pianterreno del palazzo marchionale, è uno spazio elegante dove la storia dialoga con l'arte pittorica e l'arte culinaria. Mentre si gustano



le ricette della cucina emiliana e altre sfiziose rivisitazioni, si ammirano l'opera permanente dell'artista inglese David Tremlett, uno dei nomi più noti nel panorama contemporaneo, insieme ad alcuni lavori del pittore locale Adriano Venturelli, formiginese doc. In tavola sfilano piatti della tradizione modenese, come i tortellini in brodo di cappone (che non mancano mai nel loro menu di Natale) e il filetto di maiale in crosta di Parmigiano Reggiano Dop 24 mesi, servito con salsa di Lambrusco, ma anche nuove rivisitazioni, come i ravioli di cotechino, ripieni di ricotta e noci, su crema di zucca con ristretto all'aceto balsamico tradizionale di Modena e nocino. Fra gli antipasti, da non perdere il tipico gnocco fritto accompagnato da culatello di Canossa, strolghino e amarene fritte. Anche il mare entra nel menu e, a seconda dell'offerta del mercato, si possono gustare, fra le varie proposte, le frittelle di baccalà o il risotto cacio e pepe con tartare di gamberi rossi di Porto Santo Spirito. In ogni stagione gli chef Barbara Astolfi e Alessandro Giacomo Sciuto sanno stupire gli ospiti con nuovi abbinamenti che stuzzicano il palato, dove una parte da protagonista la occupano i prodotti del territorio, il Lambrusco, con cui si preparano molte salse da abbinare ai piatti di carne e di pesce, i formaggi, i salumi, le ciliege. E naturalmente i vini, da una carta importante che comprende oltre 800 etichette italiane e straniere, di cui più di 100 regionali. Non a caso dal 2017 sono diventati Ambasciatori dei vini dell'Emilia-Romagna nel mondo, come ci mostra con orgoglio Claudio Cavani, patron e sommelier del ristorante che, nelle antiche stalle, ospita anche una enoteca per aperitivi e degustazioni di vini, cene a base di tigelle e salumi o per un dopo cena. Fra le etichette del gruppo Emilia Wine, ci sono Migliolungo, Malvasia dolce, Lambrusco e non poteva mancare il Pra di Bosso Storico di Casali Viticoltori, di cui Cavani conserva la bottiglia regalatagli da Massimo Casali, patron della cantina di Pratissole, nonché primo cliente del ristorante, nel lontano 2009.

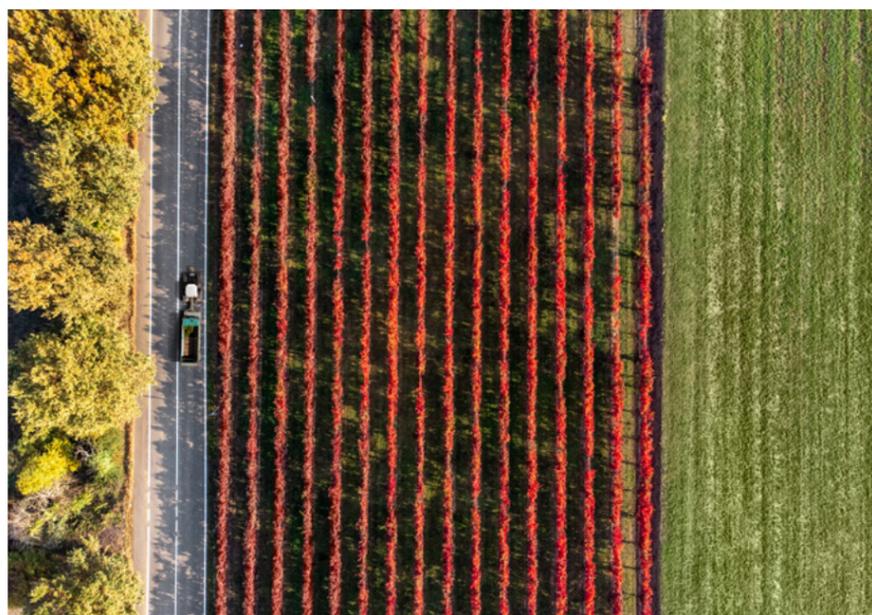
Piazza Calcagnini 1, Formigine (Mo)  
tel. 059.557277  
ilcalcagnino.it

Il 2021 è stato un anno particolare per le coltivazioni vitivinicole: una gelata all'inizio di aprile e un'estate siccitosa hanno determinato la vendemmia più scarsa degli ultimi dieci anni ma con una qualità eccelsa delle uve e della produzione. Per saperne di più, ne abbiamo parlato con il presidente **Davide Frascari** e con l'agronomo **Alberto Baroni**.

“Le produzioni, più ridotte soprattutto nell'area collinare, sono caratterizzate da una grandissima qualità perché il decorso climatico di quest'anno ha consentito di raccogliere un'uva molto sana – spiega **Frascari** – Per la prima volta dopo tanti anni non ho visto un attacco fungino su alcun chicco d'uva, grazie al clima più secco che ha impedito ai patogeni di attaccare la vite. La scarsità del raccolto è dovuta in parte alla gelata di aprile che ha colpito maggiormente i vigneti della collina, i quali, essendo a germogliamento precoce rispetto all'area di pianura, hanno sofferto di più questo ritorno di freddo”.

Perciò la riduzione quantitativa del raccolto ha interessato soprattutto le uve bianche, come la Spergola e la Malvasia, tipiche della collina, mentre fra i lambruschi ha sofferto maggiormente il Grasperossa rispetto al Lancellotta, che è un'uva tipica della pianura reggiana.

“In generale però – aggiunge il presidente – rispetto alle previsioni nazionali ed europee, la vendemmia reggiana ha retto bene e mi aspetto, appunto, vini di altissima qualità”.  
Dati certi a livello nazionale



# Vendemmia 2021

## Parola al Presidente e all'agronomo

ancora non ci sono ma si stima che in Italia la riduzione della produzione si attesti intorno al 9%, un dato certamente migliore rispetto alle stime europee che registrerebbero perdite ben superiori, come la Francia dove si

dato principalmente i vitigni a bacca bianca della fascia collinare, che però incidono relativamente sulla massa complessiva. Se i vigneti di Scandiano, Borzano e Albinea hanno avuto una riduzione molto più accentuata, intorno al 50%, a mano a mano che si scende nella pedecollina e verso la pianura il calo diminuisce sempre di più”.

L'agronomo, che si occupa di tutto il ciclo produttivo della pianta – dai sopralluoghi in campo ai trattamenti sanitari, dalla concimazione alla potatura fino alle fasi di raccolta e vendemmia – afferma che l'annata secca e poco piovosa ha consentito di effettuare pochissimi trattamenti fitosanitari in quanto i patogeni non hanno attecchito, a beneficio della sempre maggiore sicurezza per la salute del consumatore finale. Inoltre, anche per lui il calo produttivo si associa ad una qualità molto alta della produzione su tutte le linee. E a proposito di lambrusco? Secondo **Baroni** “dobbiamo incentivare il comparto bottiglie. Il lambrusco rimane un vino molto sottovalutato in relazione alla cucina emiliana, che è considerata la miglior cucina al mondo ma non è mai riuscita a trainare l'abbinamento con il vino di queste terre. Il lambrusco è sempre stato trattato a torto come un vino di poca importanza ma non è così. Negli ultimi anni sono stati fatti grandi investimenti soprattutto su tecnologie e produzioni in campo per abbassare, per esempio, i vari principi attivi nei trattamenti. Emilia Wine dal 2014 ha un disciplinare interno che vieta diversi fitofarmaci consentiti dal Ministero della Salute. Si tratta di 12 molecole autorizzate che noi spontaneamente abbiamo vietato per ridurre al massimo la fase tossicologica. La conseguenza è un prodotto di alta qualità e sempre più sano”.

prevede un calo produttivo del 25%, seguito dalla Spagna con un meno 15%.

“La qualità dei vini Emilia Wine – precisa **Frascari** – è dovuta anche ai grossi investimenti in campo tecnologico, messi in atto dall'azienda per alzare il livello del prodotto. Questi investimenti, che hanno sfruttato in parte i contributi della Legge 4.0 sull'innovazione tecnologica, hanno riguardato principalmente la catena del freddo, la fermentazione dei mosti e la filtrazione”.

Anche per **Alberto Baroni**, agronomo presso le cantine di Arceto, Prato e Correggio, la vendemmia 2021 è andata meglio delle aspettative di metà stagione: “Inizialmente ci aspettavamo un calo del 20-25% causato dalla gelata dei primi giorni di aprile e dalla siccità dei mesi estivi, in realtà la perdita si è attestata intorno al 9-10%. La nostra cooperativa produce annualmente intorno ai 320-340.000 quintali e oggi siamo arrivati a circa 290.000 quintali. In generale c'è stato un calo più contenuto del previsto perché ha riguar-

**ewh**  
EMILIA WINE HOME

n. 4 – dicembre 2021

Proprietà  
Emilia Wine S.c.a.  
Via 11 Settembre 2001, 3  
Arceto di Scandiano (Re)

Progetto e coordinamento editoriale  
Fruitecom - Stefano Malagoli,  
Alice Camellini, Giulia Michellini,  
Luca Speroni

Testi  
Rita Bertazzoni

Foto  
Marco Parisi

Progetto Grafico  
RED Creative Company -  
Claudio Piccinini

Stampa  
Grafical

Con il contributo di:



Le cantine di Emilia Wine

