

**L'ANALISI DELLA COLDIRETTI SUI NUOVI ESEMPI DI BUSINESS**

# Il lavoro e la new economy del vino

**I profumi e le caramelle realizzati con i vini tipici veronesi come il Soave e l'Amarone**

I profumi e le caramelle realizzati con i vini tipici del veronese come Soave e Amarone protagonisti alla prima esposizione "Vino non solo nel bicchiere" realizzata dalla Coldiretti.

Dai cosmetici green fino ai prodotti alimentari innovativi la new economy del vino dà lavoro a 1,3 milioni di persone grazie anche allo sviluppo delle attività connesse e di servizio, con un impatto importante sull'economia del sistema Paese. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sui nuovi esempi di business che conciliano la necessità delle imprese agricole di diversificare le attività e di ottimizzare la gestione delle risorse verso la transizione ecologica con le nuove tendenze di consumo e la voglia di naturalezza post pandemia.

La linea di fragranze del produttore di Francesco Gini dell'omonima azienda agricola di Soave e' un tributo alle essenze naturali estratte dalle varietà vitivinicole tipiche del territorio. Soavemente e' ispirato ai grappoli a bacca bianca e prende il nome dai vigneti delle colline veronesi. Nella versione Rosso Oscuro i toni sono più carichi come i grappoli della zona della Valpolicella.

Le caramelle "Ti do" sono



*I profumi e le caramelle realizzati con il Soave e l'Amarone*



prodotte dall'imprenditrice agricola veronese Alessandra Martin e realizzate con il prezioso vino Amarone della Valpolicella.

Secondo uno studio della Coldiretti la raccolta di un grappolo d'uva alimenta opportunità di lavoro in ben 20 settori: 1) agricoltura, 2) industria trasformazione, 3) ristorazione, 4) vetro per bicchieri e bottiglie, 5) lavorazione del

sughero per tappi, 6) trasporti, 7) assicurazioni, 8) accessori come cavatappi, sciabole e etilometri, 9) vivaismo, 10) imballaggi come etichette e cartoni, 11) ricerca, 12) enoturismo, 13) cosmetica, 14) benessere/salute con l'enoterapia, 15) editoria, 16) pubblicità, 17) informatica, 18) bioenergie, 19) laboratori di analisi, 20) sostanze enologiche. L'esercito del vino – sotto-

linea – spazia, infatti, dai viticoltori agli addetti nelle cantine e nella distribuzione commerciale, ma anche in attività connesse, di servizio e nell'indotto che si sono estese negli ambiti più diversi: dall'industria vetraria a quella dei tappi, dai trasporti alle assicurazioni, da quella degli accessori, come cavatappi e sciabole, dai vivai agli imballaggi, dalla ricerca e formazione alla divulgazione, dall'enoturismo alla cosmetica e al mercato del benessere, dall'editoria alla pubblicità, dai programmi software fino alle bioenergie ottenute dai residui di potatura e dai sottoprodotti della vinificazione (fecce, vinacce e raspi). Ma si arricchisce sempre più anche la linea di prodotti del wine beauty, secondo l'analisi di Coldiretti Donne Impresa.

Si va dagli esclusivi profumi ricavati dai vigneti di Soave in Veneto al Piemonte dove si producono crema viso e docciaschiuma partendo dalla Freisa d'Asti. Vino, foglie di vite e parte dei semi dell'uva, i vinaccioli, ricchi di polifenoli, sono usati anche in Umbria per la creazione di una linea di bellezza, così come in Emilia Romagna si trasformano le uve in balsamo labbra anti-age, burro corpo e perfino dopobarba.