

# LA SCOLCA: 104ESIMA VENDEMMIA ALL'INSEGNA DI IMPORTANTI INVESTIMENTI SULLA SOSTENIBILITÀ E CON LO SGUARDO PROIETTATO VERSO I NUOVI SCENARI INTERNAZIONALI DEL VINO

La cantina piemontese guidata da Chiara Soldati inaugura la nuova stagione vitivinicola proseguendo il percorso di rispetto per l'ambiente e di tutela del consumatore

Anche quest'anno La Scolca dà il via ad una promettente quanto impegnativa annata vitivinicola, complici le dinamiche politiche e climatiche sempre più complesse che caratterizzano il mercato del vino contemporaneo. Aumenta quindi la necessità di investire in vigna e in cantina, con una produzione meno impattante possibile che riesca ad offrire il massimo della qualità al consumatore. Una direzione intrapresa già da tempo da Chiara Soldati e dal suo team, che fa di La Scolca un modello imprenditoriale dal profilo green e con lo sguardo sempre rivolto al futuro.

*“L'attenzione al sostenibile per noi non è solo uno dei trend topic più importanti del nuovo millennio – afferma Chiara Soldati, CEO di La Scolca – ma un impegno concreto per la cura del nostro territorio e la valorizzazione dell'autoctonia, come carte vincenti che sanciscono l'eccellenza enologica che il Gavi rappresenta nel mondo. Fronteggiare le condizioni climatiche sempre più estreme è per noi una sfida continua, ma soprattutto un atto d'amore per i nostri vigneti e per i nostri consumatori. Per questo motivo stiamo investendo in nuove tecnologie sia in vigna che in cantina, al fine di coniugare il benessere*



*della pianta e il rispetto del territorio. Il tutto senza dimenticare la storicità e il solido bagaglio valoriale del nostro brand, l'attenzione per l'ambiente e per il sociale. A conferma del nostro impegno il recente conseguimento di certificazioni in tema sostenibilità e sicurezza alimentare, valori imprescindibili che costituiscono il background delle nostre etichette”.*

La 104esima vendemmia di La Scolca porta con sé diverse innovazioni volte alla salute dei filari e all'integrità del frutto. Tra queste una nuova linea d'imbottigliamento, nonché un piano di autosufficienza energetica garantito dalla nuova superficie fotovoltaica. Tutte le novità sono orientate all'ottimizzazione della produzione, sia dal punto di vista qualitativo, delle tempistiche che della gestione delle risorse energetiche.



*“Con l'introduzione del nuovo impianto – commenta **Roberto Lazzaro, Direttore La Scolca** - ci siamo posti l'obiettivo di migliorare il profilo della nostra azienda su tutti fronti. In breve, l'innovativo sistema d'imbottigliamento si muove su tre aspetti: la nuova tecnologia “no bottle, no spray” ci permette di ridurre al minimo i consumi d'acqua durante il lavaggio; il filler in ambiente inerte ci aiuta a evitare ossidazioni durante l'imbottigliamento e il sistema di tappatura ci consente di limitare i contatti con le polveri di sughero. Tra le altre novità in cantina, l'automatismo di tutta linea con un sistema di rallentamento intelligente, perfetto per ridurre gli start & stop e performare al meglio durante la produzione”.*

Il desiderio di innovarsi, per La Scolca, non si limita solo ai confini aziendali ma è un incentivo ad approfondire le dinamiche sempre più mutevoli e complesse dello scenario vitivinicolo attuale. I Paesi considerati trainanti dell'economia del vino

lasciano spazio a nuove opportunità sui mercati emergenti e perciò risulta sempre più necessario raccontare il territorio, l'autoctonia e i valori etici come asset principali di divulgazione del brand.

*“Data la storicità della nostra azienda – afferma il **Cavaliere del Lavoro Chiara Soldati** - ci sentiamo responsabili non solo nel comunicare il nostro brand, ma il valore del Gavi, soprattutto nello scenario attuale che vede la geografia dei consumi delinearci con nuovi confini e aprire le porte ai nuovi player del vino, soprattutto in macroaree come Africa e Asia. In quest'ottica ci poniamo come testimonial dell'eccellenza enologica Made in Italy per evitare che l'appeal che il vino italiano gode nel mondo, possa essere soffocato dalla continua competizione sui prezzi medi delle bottiglie. Lavoriamo costantemente in questo senso per rendere accessibile l'insieme di tutti i valori connaturati nelle nostre etichette, mediante la sensibilizzazione ad un consumo quanto più attento e consapevole, come motore per continuare a investire e migliorarci all'insegna di un futuro rivolto allo sviluppo del territorio e all'internazionalizzazione”.*