

# IL GIORNO

VENERDÌ 11 giugno 2021  
1,50 Euro

Monza Brianza

FONDATO NEL 1956  
www.ilgiorno.it



L'AMORE  
PER L'ITALIA  
NON CONOSCE  
DISTANZA.

#forzaazzurri

Posteitaliane



# Il Gruppo Meregalli lancia il vino in lattina

MONZA

**Una ventata** di novità nel mondo del vino: ora grazie al Gruppo Meregalli arriva anche quello in lattina. Un'idea che a qualcuno fa forse storcere il naso, ma che molti altri trovano invece interessante. Non a caso il mercato di vino a livello mondiale è in forte espansione. E di una cosa si può stare certi: se la scelta è compiuta dal Gruppo Meregalli, numero uno per distribuzione di vini in Italia, Svizzera e Francia, la qualità è garantita. Ora, per «sdoganare» il vino in lattina, si affida alla Francis Ford Coppola Winery, realtà di primo piano nella produzione vinicola statunitense della rinomata Sonoma County in California. A disposizione del mercato italiano ecco un Pinot nero in purezza, uno Chardonnay, un Sauvignon blanc. E, accanto a questi, un rosé (Pinot nero 80%, Chardonnay 20%) frizzantino e beverino.

«È la nostra prima esperienza con il vino in lattina - racconta Corrado Mappelli, direttore generale del Gruppo Meregalli -. È nostro compito di distributori anche quello di essere sempre informati e attenti su tutto quello che accade nel settore. E negli ultimi anni la vendita di vino in lattina segna costantemente un indice di crescita a livello mondiale superiore al 60%». Ac-



Il Gruppo Meregalli numero uno per distribuzione di vini in Italia, Svizzera e Francia, si affiderà a un'azienda della California

canto a discorsi commerciali, che costituiscono comunque l'obbligatoria base di partenza, per noi italiani è inevitabile pensare anche alla tradizione. Il direttore generale del Gruppo Meregalli, però, vede anche indubbi vantaggi: «La lattina è un contenitore per il vino, differente dalla bottiglia e per il quale anche il consumatore probabilmente sarà differente, soprattutto in specifiche occasioni.

È infatti un formato più semplice da gestire, da riporre nello zaino o nel cestino da picnic, in spiaggia, in campeggio o per una gita. È un formato molto apprezzato dai nuovi consumatori, molto attenti alla questione "green",

che si preoccupano di limitare il consumo di alcol e di evitare sprechi (quasi tutte le lattine hanno un contenuto che corrisponde a circa due bicchieri di vino). È un prodotto salutare, ecologico ma anche informale, poco impegnativo, senza necessità di analisi sensoriali o di ritualità obbligate. Riteniamo che se il mercato cambia è perché il suo relativo consumatore cambia, con nuove necessità. Il vino in lattina non rivoluzionerà il mondo di Bacco, ma ha il potenziale per evolverlo o, meglio, per spingerlo a evolversi nei modi che sono importanti per i nuovi consumatori di oggi».

**Gualfrido Galimberti**