

il Bollettino

Do you really know what grappa you buy?

By Edoardo Lisi



The lack of label transparency threatens consumers and Grappa Italian excellences. In fact, some companies use fancy names to deceive connoisseurs about aging. This is the alarm raised by Francesca Bardelli Nonino, Digital Communication Manager of Nonino Distillatori, during the "Innovation Made in Italy Conference," organized by the National Association of Young Innovators (ANGI) at the Tapestry Hall of the Ministry of Enterprises and Made in Italy. The Italian spirit is going fast in international markets, as evidenced by the boom in exports: +23% between January and October 2022 compared to the same period in 2021. However, on our shelves it is not always easy to distinguish an industrial distillate from an artisanal one and to identify the aging time.

Grappa, beware of the caramel trick

Banning certain products does not solve the root of the problem of unfair competition and counterfeiting. Labels are the first tool to defend the Made in Italy and the consumer's rights. Grappa is one of the food products that pay the most for the consequences of too lax rules that lay themselves open to misleading labeling.

"We have to face great problems regarding aging. The Italian law allows the addition of up to 2% of caramel in a distillate that has been aged 12 months without having to declare it on the label", explained Francesca Bardelli Nonino. "The addition causes the product to become sweeter, simulating aging for longer time. This in itself would not be a problem, but it becomes a problem when the Italian law says you can indicate the aging on the label, expressing it with a number followed by months or years", said the grappa influencer.

"It happens in many cases that producers use caramel to hide the true age and invent misleading fancy names. One example is *Grappa 5*. That number does not mean the aging, but the final consumer is not aware of this fact. The dark color and highlighted numbers might suggest that they are an indication of the year of production, but they are not", Nonino added.

Becoming a distiller? As easy as drinking a glass of water

The Italian grappa industry must also face another problem of no small importance: the confusion between bottler and distiller. A lack of clarity that impacts the unsuspecting consumer, who thinks he is buying a pure, first-hand distillate, but often is not so.

"What we think should become mandatory is to indicate on the label the name of the distiller in addition to the name of the bottler. Today you are considered a producer even if you add demineralized water to grappa distilled by someone else. This in our opinion is a complete lack of transparency for the final consumer", Nonino explained.

The numbers of Grappa

In 2022, grappa is the most requested spirit in Germany, a 33% increase compared with 2021, according to the latest analysis made by Nomisma for AssoDistil. The biggest increase in flows, however, is in the United States, where the spirits category is growing 33% compared with the year before. The distillate also confirms to be the king of spirits in the out-of-home market, with lunch and dinner contributing 75% of the good performance. Spirits lead the beverage ranking, with a +88% compared with 2021.

il Bollettino

Sai davvero che grappa acquisti?

Di [Edoardo Lisi](#)



La mancanza di trasparenza delle etichette minaccia i consumatori e le eccellenze italiane della grappa. Infatti, alcune aziende utilizzano nomi fantasiosi per ingannare gli estimatori sull'invecchiamento. È l'allarme lanciato da Francesca Bardelli **Nonino**, Digital Communication Manager di **Nonino** Distillatori, nel corso dell'“Innovation Made in Italy Conference”, organizzata dall'Associazione Nazionale Giovani Innovatori (ANGI) nella cornice del Salone degli Arazzi del Ministero delle [Imprese](#) e del Made in Italy. Lo spirit italiano va a ruba sui mercati internazionali, come dimostra il boom dell'export: + 23% tra gennaio e ottobre 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021. Tuttavia, sui nostri scaffali non è sempre semplice distinguere un distillato industriale da uno artigianale e individuare il tempo di invecchiamento.

Grappa, attenzione al trucco del caramello

Vietare alcuni prodotti non risolve alla radice il problema della concorrenza sleale e della contraffazione. Le etichette sono il primo strumento per difendere il Made in Italy e i diritti dei consumatori. La grappa è uno dei prodotti alimentari che paga maggiormente le conseguenze di regole troppo blande che prestano il fianco a un'etichettatura ingannevole.

«Dobbiamo affrontare grandissimi problemi riguardo l'invecchiamento. La legge italiana permette l'aggiunta di caramello fino al 2% in un distillato che è stato fatto invecchiare 12 mesi senza doverlo dichiarare in etichetta», [ha spiegato Francesca Bardelli Nonino](#). «L'aggiunta fa sì che il prodotto diventi più dolce, simulando un invecchiamento per più tempo. Questo di per sé non sarebbe un problema, ma lo diventa nel momento in cui la legge italiana dice che puoi

indicare l'invecchiamento in etichetta, espresso con un numero seguito da mesi o anni», ha affermato l'influencer della grappa.

«Succede in moltissimi casi che i produttori utilizzino il caramello per nascondere la vera età e inventino nomi di fantasia fuorvianti. Un esempio è *Grappa 5*. Quel numero non indica l'invecchiamento, ma il consumatore finale non è a conoscenza di questo fatto. Il colore scuro e i numeri evidenziati potrebbero far pensare che siano un'indicazione dell'anno di produzione, ma non è così», ha aggiunto **Nonino**.

Diventare distillatore? Facile come bere un bicchier d'acqua

L'industria italiana della grappa deve far fronte anche a un altro problema di non poco conto: la confusione tra imbottigliatore e distillatore. Una mancanza di chiarezza che si ripercuote sull'ignaro consumatore, che pensa di acquistare un distillato puro, di prima mano, ma spesso non è così.

«Quello che vorremmo che diventasse obbligatorio indicare nell'etichetta è il nome del distillatore oltre quello dell'imbottigliatore. Oggi si è considerati produttori anche se si aggiunge acqua demineralizzata a una grappa distillata da qualcun altro. Questo secondo noi è una completa mancanza di trasparenza per il consumatore finale», ha spiegato **Nonino**.

I numeri della grappa

Nel 2022, [la grappa è il superalcolico più richiesto in Germania](#), in aumento del 33% rispetto al 2021, stando all'ultima analisi realizzata da Nomisma per AssoDistil. L'aumento maggiore di flussi però si registra negli Stati Uniti, dove la categoria dei liquori cresce del 33% rispetto all'anno precedente. Il distillato si conferma il re dei superalcolici anche nel mercato fuori casa, con pranzo e cena che contribuiscono per il 75% alle buone performance. I distillati guidano la classifica delle bevande, con un +88% sul 2021.