



MIF MARKET INDEX FOOD

Dati relativi al comparto food nel Largo consumo confezionato Mese di Settembre 2019 Vs Settembre 2018

TREND VENDITE A VALORE

+1,90%

TREND VENDITE A VOLUME
*trend a prezzi costanti

+1,76%

PRESSIONE PROMOZIONALE

27,11%

TREND VENDITE IN VALORE DELLE PL
* PL = Private Label

+5,46%



VINO & CONSUMI

LA GUIDA PER GLI OPERATORI DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

ANNO 6 - NUMERO 11/12 - NOVEMBRE/DICEMBRE 2019
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

mercato

a pagina 12

Inversione di rotta per il vino in Gdo

I dati Iri, con anno terminante a settembre 2019, evidenziano una sostanziale ripresa. A valore, prosegue costante la crescita. Mentre a volume si arresta l'emorragia registrata nel consuntivo 2018.

zoom



Merano WineFestival: un'edizione da incorniciare

La manifestazione chiude con 11.500 presenze. E si conferma un luogo d'incontro (e business) privilegiato per gli operatori del settore. Grande affluenza anche agli eventi del Fuorisalone, immane 'passerella' per i wine lovers.

a pagina 23

eventi & manifestazioni

Milano capitale

Andata in scena dal 6 al 13 ottobre scorsi, la settimana del vino nel capoluogo lombardo si è chiusa registrando un vero e proprio boom di presenze. Il racconto di un successo annunciato.

alle pagine 8 e 9

il caso

Auchan: mi salvo e ti sistemo

La richiesta di sconto del 20%. I commenti degli operatori di settore. La risposta della catena, tramite l'Ad, Antonio Brianti. I dubbi dei fornitori.



alle pagine 10 e 11

SPECIALE AUTOCTONI

Una carrellata di specialità 100% made in Italy, che non possono mancare nell'offerta di un punto vendita.

da pagina 13 a pagina 22

Cose oltre le persone

di Angelo Frigerio

C'è uno spot televisivo che ultimamente mi ha fatto riflettere. Compare nelle pubblicità di Conad. E racconta di un commesso che si trova nella casa di un cliente: figlio, figlia, marito e signora elencano i prodotti della spesa. Tanta roba. Ma per fortuna i prezzi della catena sono 'bassi e fissi'. E così sono tutti felici e contenti. Non solo: alla fine la moglie invita pure il Conadiano a fermarsi a cena. Al termine, una voce suadente: "Persone oltre le cose".

Me la sono immaginato a casa mia. Con questo che toccaccia le mie cose, si sposta da un locale all'altro del mio appartamento, fa il figo con mia moglie. E magari, visto che è Juventino, guarda male la foto di Zanetti con la Coppa della Champions fra le mani... Altro che invito a cena. Fuori dalle balle. E subito.

Scherzi a parte, una serie di fatti, accaduti negli ultimi mesi, mi fa pensare: ma non è che le cose vanno oltre le persone?

Parliamo ad esempio della crisi dei suini. A causa della peste che è dilagata in Cina e che ha costretto all'abbattimento di milioni di capi, oggi la situazione è drammatica. Mancano all'appello, a livello mondiale, circa 240 milioni di bestie. E la corsa all'accaparramento è diventata una gara al massacro. Lo abbiamo visto ad Anuga, la fiera dell'alimentare che si è svolta a Colonia a inizio ottobre. Nel padiglione 6, quello delle carni, quasi non si poteva entrare, tale e tanta era la folla dei buyer, moltissimi con gli occhi a mandorla. La penuria di materia prima ha così portato i prezzi del maiale alle stelle. Con incrementi dal 30 al 50 per cento in funzione dei tagli. Lo abbiamo raccontato in una newsletter mostrando una tabella in cui si evidenziava la loro crescita spaventosa. Invitando la distribuzione moderna a darsi una mossa, riconoscendo ai trasformatori congrui aumenti di listino. Le risposte, purtroppo, sono state vaghe: mah, vedremo, forse a fine anno. I più coraggiosi hanno concesso un incremento del due per cento. Bazzecole, quisquiglie, pinzillacchere: avrebbe commentato il Principe de Curtis, in arte Totò. Incrementi ridicoli che non tengono in minimo conto la drammatica realtà che stanno vivendo le aziende. Soprattutto i piccoli e medi imprenditori stanno lavorando in perdita. Con costi che superano abbondantemente i ricavi. Una situazione che si trascina da tempo e che rischia di mettere in ginocchio l'intero comparto della salumeria italiana. E stiamo parlando di un settore che fattura 8 miliardi di euro con oltre 400mila addetti. Altro che Whirlpool di Napoli, detto con tutto rispetto.

Un comportamento, quello della distribuzione moderna, che lascia perplessi e sgomenti. C'eravamo lasciati con le aste a doppio ribasso di Eurospin. Abbandonate, per fortuna, anche in vista dell'approvazione della legge che le avrebbe vietate.

Subito dopo però è venuta fuori un'altra storia. E' quella del 20 per cento. Prontamente raccontata sui nostri media e ripresa dai miei colleghi giornalisti, primo fra tutti Luigi Rubinelli. Di cosa si tratta? In pratica, una letterina di Auchan, in vista della fusione con Conad, invitava i fornitori a un colloquio per discutere di pagamenti. Laddove si chiedeva uno sconto del 20 per cento sullo scaduto del mese di luglio. Una mazzata, soprattutto per i piccoli e medi fornitori. A una società che vantava un'esposizione di circa 120mila euro hanno chiesto di accontentarsi di 100mila. Un salasso di non poco conto.

Doveva essere una faccenda a tu per tu, micio micio bau bau, ma non hanno fatto i conti con la stampa libera e indipendente. Li abbiamo stanati. Vedremo come va a finire questa storia.

Più in generale, quello che fa specie è il deteriorarsi del rapporto con l'industria. Considerata dalla distribuzione non un partner con cui confrontarsi ad armi pari, ma come una vacca da mungere. Ma mungi oggi, mungi domani, alla fine il latte termina. E la vacca finisce al macello. Cose oltre le persone.



Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo Srl
Palazzo di Vetro
Corso della Resistenza, 23
20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4
Fax. +39 0362 600616
e-mail: info@tespi.net

Periodico mensile
Registrazione al Tribunale
di Milano n. 273 del 6 maggio 2003
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005

Poste Italiane SPA
Spedizione Abbonamento Postale D.L.
353/2003 - Conv. in L. 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile
Anno 6 - numero 11/12
novembre/dicembre 2019

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Una copia 1,00 euro - Poste Italiane SpA

L'editore garantisce
la massima riservatezza

dei dati personali in suo possesso.
Tali dati saranno utilizzati per la gestione
degli abbonamenti e per l'invio
di informazioni commerciali. In base
all'Art. 13 della Legge n° 196/2003,
i dati potranno essere rettificati
o cancellati in qualsiasi momento
scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati:
Angelo Frigerio

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 18 novembre

angelo.frigerio@tespi.net

esclusiva
Gdo



'RV' Rosso Veronese Igt

Il **'RV' Rosso Veronese Igt** firmato Sartori fa parte della linea Vigneti dedicata alla Distribuzione moderna. Per un vino che nasce da uve selezionate in vigneti collinari a Nord Est della provincia di Verona. Un blend dove i classici della tradizione veronese – Corvina, Rondinella e Corvinone –, incontrano e sposano due delle varietà internazionali più note: Merlot e Cabernet Sauvignon.

Per la realizzazione del **'RV' Rosso Veronese Igt**, dopo la raccolta, una parte delle uve sono poste in piccole cassette per l'essiccazione parziale fino all'inizio di novembre. La rimanenza, invece, è avviata a una normale vinificazione.

L'affinamento del **'RV' Rosso Veronese Igt** ha, poi, luogo in grandi botti di rovere, per un periodo tra i quattro e i sei mesi. A conclusione del processo, il **'RV' Rosso Veronese Igt** riposa per altri quattro mesi in bottiglia, prima di essere immesso in commercio con la sua etichetta dove capeggia la fiera presenza di Cangrande della Scala nel logo, a certificazione del profondo e indissolubile legame della famiglia e dell'azienda Sartori con i luoghi, la storia, la bellezza e l'eleganza di una delle città simbolo del vino italiano.

Vitigni

50% Corvina Veronese,
20% Merlot,
10% Rondinella,
10% Corvinone,
10% Cabernet
Sauvignon

Zona di produzione

Provincia
di Verona, Veneto

Gradazione alcolica

13% Vol.

Temperatura di servizio

15-18°C

Note organolettiche. Colore rosso granato, profumo intenso e persistente di frutti rossi e spezie. In bocca il vino è corposo, rotondo, gradevole, leggermente asciutto e vellutato, con un corpo morbido strutturato armonico.

Abbinamenti. Ideale per primi piatti, si abbina alla perfezione anche con carni alla griglia, arrostiti, gustosi formaggi e prosciutto affumicato.

Il pagellone

Cos'è "Il Pagellone"?

Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico.

Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.

Angelo Frigerio

Joe Bastianich



Rissa sfiorata tra Joe Bastianich e Platinette ad Amici celebrities, il talent show in onda su Canale 5. L'esibizione canora dello storico giudice di Masterchef non è piaciuta per niente all'estroso conduttore, all'anagrafe Mauro Coruzzi. Che fa anche notare a Bastianich le sue scarse doti artistiche: "Non faccia il modesto, la sua presunzione è oltre il suo talento. Lei vuole fare il bravo, non è bravissimo dal mio punto di vista, opinione molto personale che lei potrebbe anche non accettare". "Non le rispondo", ribatte scocciato lo chef, "diciamo che pensavo

VOTO

4

meglio di lei. Se sono eliminato dopo aver cantato questo brano che racconta la mia vita, son contentissimo e felice. Tu sarai giudicato per i tuoi commenti dal popolo italiano". A quel punto Platinette perde le staffe e sbotta: "E lei verrà giudicato come chef che scassa i maroni a quelli che vogliono cucinare trattandoli come schiavi, e poi va a fare la pubblicità degli hamburger. Si dia una calmata! Non c'è niente di artistico in lei!". E pensare che il noto ristoratore ha abbandonato Masterchef per dedicarsi anima e corpo alla musica, con tanto di disco appena uscito e tour italiano in vista. C'è da sperare che i fans siano più clementi di Mauro/Platinette. Altrimenti meglio tornare di corsa ai fornelli...

Luigi e la Skassa Kazz Limited

Il 37enne Luigi, di cui non sappiamo il cognome, lascia l'Italia a 23 anni e vola in Scozia. Per anni si rimbocca le maniche, sbarcando il lunario tra un lavoretto saltuario e un altro. Poi arriva l'intuizione giusta. E oggi è un imprenditore di successo nel settore Horeca. Una storia dove la vera notizia non è tanto la fortuna all'estero, per quanto encomiabile: il suo locale Boteco do Brasil a Glasgow è stato premiato come miglior bar di Scozia nel 2018. E neanche l'apertura di altri locali, uno sempre a Glasgow e altri due a Edimburgo, con tanto di finanziamenti ottenuti da Hsbc. La vera notizia è il nome della società:

Skassa Kazz Limited. Un gioco di parole che avrà lasciato indifferenti gli algidi scozzesi, ma che dice tutto di quanto dell'approccio irriverente e scanzonato di Luigi. Non solo. I contratti per i finanziamenti vengono firmati da altre società dai nomi curiosi, che fanno sempre capo all'imprenditore pugliese: Kaka Kazz Limited e Rumba Kazz Limited. Come se non bastasse, Luigi sta puntando ad acquisire un altro locale, chiamato Bar Mango. Per farlo deve creare un'altra società, così da attivare i contatti con le banche. Intanto assicura di aver già scelto il nome: Mango Pu Kazz. Avanti così!



Dino, lo Chef dei Poveri

Fra i tanti volenterosi che combattono lo spreco del cibo c'è il 90enne Dino, soprannominato lo Chef dei Poveri. Originario de La Maddalena, Dino Impagliazzo sfama, da più di 10 anni, 250 senzatetto al giorno, coinvolgendo nel suo progetto, senza fine di lucro, 350 vol-

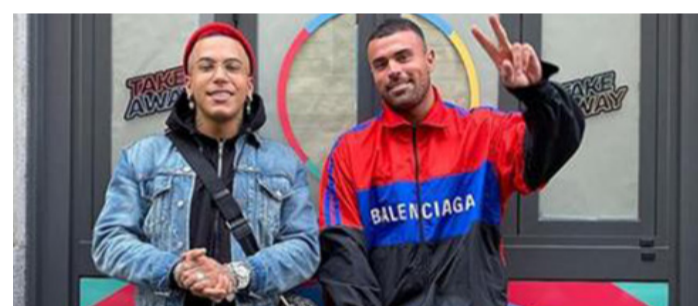


ontari e 27mila pasti serviti ogni anno. Tutto ha inizio quando Dino si rende conto delle numerose persone bisognose che vivono alla stazione di Roma. Così chiama amici, vicini di casa, e il passaparola si allarga a conoscenti comuni che intendono dare una mano. La moglie Fernanda è il primo aiuto di Dino: con lei inizia a distribuire panini, passando poi a offrire pasti caldi, rispettando le religioni e le preferenze di ognuno. Da pochi amici, si passa a centinaia. Racconta Dino: "Acquistavo allora molti panini per poterli farcire per questi nostri amici senzatetto e il commerciante, notando tale quantità di pane, mi chiese per chi fossero. Gli risposi che i panini erano per alcuni senzatetto che vivono nei pressi della Stazione Tuscolana. Il commerciante da quel momento ci offre gratuitamente il pane per i nostri poveri e da allora è un nostro stretto collaboratore".

VOTO

10

Sfera Ebbasta e Andrea Petagna



Ha aperto il 16 ottobre a Milano Healthy Color, il Food Corner del rapper Sfera Ebbasta e del calciatore della Spal Andrea Petagna. Un progetto che mette insieme musica e sport, con al centro salute, alimentazione e sostenibilità. "In una società sempre di corsa, nutrirsi in modo corretto non è mai facile. Healthy Color nasce proprio dalla volontà di proporre una valida alternativa nello scenario dei corner food attraverso una proposta che sia il più possibile equilibrata e salutare", hanno dichiarato Sfera Ebbasta ed Andrea Petagna. Il menù comprende, tra l'altro, poke hawaiani, açai bowl, smoothie bowl, carne agli avocado ripieni e pancake. Spulciando su internet scopriamo anche che il posto è 100% alcool free, quindi niente birra, vini o cocktail vari. Certo che un locale di Sfera Ebbasta che non vende alcolici fa sorridere. In un pezzo chiamato 'Rockstar', il giovane rapper canta: "Fanculo il Moët, prendiamo tutto il bar". Insomma, è un po' come se Jack lo Squartatore aprisse un asilo. Ma per favore...

VOTO

4

Carmelo Chiaramonte

Vino e caffè aromatizzati alla cannabis, ma anche olive e tonno sott'olio lasciati macerare con le foglie di marijuana. Carmelo Chiaramonte, chef siciliano con esperienze internazionali, stava sperimentando nuove ricette per sé e per i suoi aficionados. Ma l'idea non deve essere piaciuta alle forze dell'ordine. Già, perché Carmelo Chiaramonte, 50 anni, è stato arrestato con l'accusa di detenzione e spaccio di sostanze stupefacenti. Oltre ai prodotti alimentari aromatizzati alla cannabis, infatti, lo chef è stato trovato in possesso di due piante di marijuana alte due metri e mezzo e di mezzo chilo di infiorescenze di canapa indiana. Carmelo, tuttavia, si dichiara estraneo alle accuse. E, in un'intervista riportata dal Corriere della Sera, spiega: "Sapevo di operare al di fuori della legge coltivando cannabis ma avevo bisogno di curarmi.

VOTO

5

E lo volevo fare in modo naturale, senza antidepressivi. All'inizio fumavo, poi ho provato con il cibo: diluivo i principi attivi nell'olio, e in effetti ho placato insonnia e ansia". I suoi prodotti, poi, sono in linea con la sua filosofia di sperimentare sempre cose nuove. Come si può leggere a caratteri cubitali nel suo sito, "Carmelo cura da 30 anni una lunga ricerca della biodiversità marina e terrestre e realizza i sogni di chi vuol fare Festa [con la F maiuscola nel sito, ndr] con una gastronomia profumata e indimenticabile". E che festa!



'Top 100' di Wine Spectator: Italia medaglia di bronzo con un Chianti Classico



Il Chianti Classico 2016 della Fattoria San Giusto a Rentennano è stato decretato terzo miglior vino al mondo, nel 2019, dalla 'Top 100' della prestigiosa rivista Usa Wine Spectator. Seconda posizione per il Mayacamas 2015 (Cabernet Sauvignon della Napa Valley, Usa), mentre il podio va al Château Léoville Barton St.-Julien 2016. Un Bordeaux, quindi, si aggiudica il titolo di miglior vino al mondo. Titolo che, nel 2018, era stato assegnato al Sassicaia 2015. Come da tradizione, anche quest'anno i migliori 10 vini della classifica sono stati svelati uno al giorno. Grande spazio ai rossi (8 su 10) e agli Stati Uniti, che vantano ben quattro vini all'interno della top 10.

Presentata l'edizione 2020 di Vinitaly

Progetto digitale, progetto globale, progetto culturale: le tre direttrici dell'edizione di Vinitaly 2020 sono state presentate il 9 ottobre a Milano dal direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani, alla presenza d'importanti produttori di vino e attori del mercato. La prossima edizione della kermesse scaligera, che resta uno dei principali appuntamenti europei del mondo vinicolo, nelle intenzioni della Spa veronese dovrebbe diventare un vero e proprio incubatore di tendenze. Per andare incontro al cliente internazionale, Mantovani ha annunciato un potenziamento del comparto digitale: la community e le sue risposte sono considerate strategiche per creare relazioni commerciali prima, durante e dopo la manifestazione. L'attenzione ai nuovi mercati, inoltre, si concretizzerà con un'ideazione di nuovo evento fieristico in Cina, a Shenzen, nel polo espositivo più grande del mondo: 400 espositori internazionali lì radunati per la prima volta da un operatore europeo, per affrontare le sfide dei mercati di domani.

BANFI

Il Bilancio di Sostenibilità 2018 punto di partenza per valorizzare il territorio



Banfi ha svelato a pubblico e operatori, il 18 ottobre scorso, il proprio Bilancio di Sostenibilità per l'esercizio 2018. Nel corso di una tavola rotonda andata in scena a Castello Banfi, autorità ed esperti del settore hanno discusso di evoluzione sostenibile nell'ottica di una condivisione con l'intero territorio. Un confronto dove ci si è interrogati su come procedere per una crescita comune e finalizzato a comprendere come uno strumento quale il Bilancio di Sostenibilità possa contribuire alla generale valorizzazione di un contesto territoriale. "È importante che un'azienda come Banfi abbia iniziato questo percorso ormai da lungo tempo, ma sarebbe un passo fondamentale, direi quasi naturale, che si giungesse alla rendicontazione dell'intero territorio", ha sottolineato Gaia Giussani, senior manager Pwc, nel suo intervento. Un invito cui hanno fatto eco tanto l'appello del presidente del Consorzio del Brunello di Montalcino, Fabrizio Bindocci, che ha ricor-

dato a tutti l'importanza di lavorare insieme, quanto le parole di Gennaro Giliberti, dirigente Produzioni Agricole, Vegetali, Zootecniche e Promozione della Regione Toscana: "La Regione Toscana ha fatto della sostenibilità in agricoltura il proprio core business. L'unico modo per poter raggiungere i più elevati standard di sostenibilità è fare innovazione". Banfi ha iniziato a redigere il proprio Bilancio di Sostenibilità con l'esercizio 2015, giungendo così, con quello 2018, alla quarta pubblicazione. "La sostenibilità è al centro del nostro futuro", aveva spiegato in precedenza Cristina Mariani-May, proprietaria della cantina senese, per sottolineare l'importanza di questa iniziativa. "I nostri prodotti derivano dalla terra e tutte le nostre azioni devono compiersi nel rispetto dell'ambiente. È nostra la responsabilità per questo territorio e per tutto ciò che rappresenta, che ha rappresentato per secoli e continuerà a rappresentare per centinaia di anni ancora a venire".

Serena Wines 1881: intesa con Ca' Foscari per produrre energia dagli scarti della vinificazione

Un accordo per sviluppare in laboratorio nuove celle fotovoltaiche capaci di produrre energia dagli scarti della vinificazione: è l'intesa siglata il 15 ottobre scorso da l'Università Ca' Foscari di Venezia e Serena Wines 1881, quinta azienda per produzione di Prosecco. Alla base della partnership, un progetto biennale di ricerca che si fonda sul brevetto congiunto depositato lo scorso maggio. Ideatrice delle celle, che sfruttano i coloranti naturali derivanti dalla feccia, scarto di produzione altrimenti da smaltire, è Elisa Moretti, professoressa di Chimica dei nanomateriali di Ca' Foscari. Con lo studio che ha preso il via da un progetto finanziato dalla Commissione Europea attraverso il programma Fse, gestito dalla Regione Veneto, che sostiene l'iniziativa. "L'invenzione può adesso passare alla prototipazione, in vista di una possibile futura diffusione sul mercato", spiega Elisa Moretti. "Attualmente stiamo lavorando per ottimizzare l'efficienza delle celle".

Villa Sandi: il Prosecco La Gioiosa sbarca nella Gdo Usa

La Gioiosa, brand della cantina veneta Villa Sandi, sbarca ufficialmente negli Usa. È di questi giorni la notizia dell'accordo siglato dall'azienda veneta con Ethica Wines per esportare negli States il Prosecco e le altre produzioni di questo marchio del gruppo guidato da Giancarlo Moretti Polegato. L'intesa di distribuzione ha preso il via in ottobre e rafforzerà il presidio di Villa Sandi sul mercato americano, dove il brand principale della realtà trevigiana del vino è già presente da oltre 15 anni grazie a Folio Fine Wine Partners di Michael Mondavi. Per La Gioiosa, negli Usa, previsto invece un posizionamento sul canale on trade, ovvero l'ambito legato alla Distribuzione moderna, che il marchio Villa Sandi non presidia.

Club dei Ceo: la prima riunione a Barcellona



È nato ufficialmente il Club dei Ceo. Sviluppato a partire da un'idea di Domenico Zonin, vicepresidente del Comité Vins, consigliere Uiv e presidente del gruppo Zonin 1821, si è riunito per la prima volta a Barcellona l'8 ottobre scorso, ospitato dall'imprenditore Miguel Torres. Presenti per l'occasione 27 Ceo di alcune fra le maggiori aziende vitivinicole di Italia, Francia, Spagna e Germania. Il Club, istituito dal Comité Européen des Entreprises Vins (Cevv), rappresenta una nuova opportunità d'incontro per i protagonisti della viticoltura europea e di dialogo tra politica e business per discutere e trattare alcuni temi caldi del settore, quali sostenibilità, rapporto tra vino e salute, consumo responsabile, campagne anti alcol, dazi Usa e accordi di libero scambio. Il vertice avrà cadenza annuale e il prossimo sarà in Portogallo nel 2020. Tra gli italiani ad aver preso parte alla riunione: lo stesso Domenico Zonin, Lamberto Frescobaldi, presidente della Frescobaldi e vicepresidente vicario di Uiv, Sandro Sartor, presidente della Ruffino e vicepresidente Uiv, Daniele Simoni, amministratore delegato di Schenk Italian Wineries, Alessandro Botter, presidente di Botter, Federico Terenzi, presidente di Cantina Terenzi e numero uno Agivi, Luigi Bersano, direttore commerciale del gruppo Mondo del Vino, Sandro Boscaini, presidente Masi Agricola e numero uno Federvini, e Piero Mastroberardino, Ceo di Mastroberardino.

Bellanova: 68 milioni per l'Ocm vino e nuova cabina di regia permanente

"Posso dare qui una notizia: il Ministero ha completato l'istruttoria per l'assegnazione dei fondi per la misura Ocm vino promozione. Si tratta del sostegno per oltre 68 milioni di euro di 13 progetti delle imprese, a cui destiniamo quasi 28 milioni di euro di fondi per l'annualità 2019/2020. Ora è importante che anche le Regioni completino il lavoro". Queste le parole pronunciate da Teresa Bellanova, ministro dell'Agricoltura, in occasione del 74esimo Congresso Assoenologi. Annunciata anche l'istituzione, entro un anno, di una "Cabina di regia permanente per il vino al nostro Ministero", dove "raccolgere le proposte e tradurle in risultati per le aziende".

**PER FARE UN BUON VINO
CI VUOLE TANTA ACQUA**



Società Trattamento Acque

L'acqua per passione...

IMPIANTI DEPURAZIONE ACQUE REFLUE
TRATTAMENTO ACQUE PRIMARIE

S.T.A. SOCIETÀ TRATTAMENTO ACQUE S.R.L.
VIA GIORDANO DI CAPI, 28/30 Z.I. VALDARO - MANTOVA

STACQUE.COM



Marks&Spencer venderà solo vino vegano entro il 2022

La notizia è destinata a fare rumore: il colosso della Gd britannica Marks & Spencer annuncia che venderà solo vino vegano entro il 2022. Una presa di posizione forte a favore del mondo veg da parte di un gigante del comparto, confermando un trend ormai trasversale a diversi settori del food & beverage. Ed è la prima volta che un'azienda di questo calibro fa una scelta così precisa, promettendo di offrire a scaffale vini prodotti senza sostanze di derivazione animale, a cui spesso le aziende vitivinicole fanno ricorso nel processo produttivo.

Santa Margherita Gruppo Vinicolo: lascia il Ceo Ettore Nicoletto



Da sinistra: Luca Marzotto, vicepresidente, Ettore Nicoletto, amministratore delegato, e Gaetano Marzotto, presidente Santa Margherita Gruppo Vinicolo.

Dopo 16 anni, si conclude il rapporto tra Santa Margherita Gruppo Vinicolo e il suo Ceo, Ettore Nicoletto. A dare l'annuncio, l'azienda stessa in una nota ufficiale, in cui si afferma che il termine dell'incarico seguirà l'approvazione del bilancio d'esercizio 2019. "Sono stati anni travolgenti ed estremamente gratificanti", il commento di Nicoletto. "Per me non parlano solo i risultati, ma anche l'orgoglio di avere creato una community di 400 dipendenti ai quali devo il successo e la qualità del mio lavoro. Il mio ringraziamento va inoltre alla famiglia Marzotto che mi ha offerto questa opportunità di crescita professionale e sostenuta nelle scelte più complesse". Sotto la guida del Ceo uscente, il Gruppo Vinicolo con sede a Fossalta di Portogruaro (Ve) ha compiuto un deciso passo in avanti in tema d'internazionalizzazione, evidenziato anche dal successo nel lancio di Santa Margherita Usa, controllata che oggi vale più di 100 milioni di dollari di fatturato, oltre ad aver sviluppato ulteriormente la propria offerta distributiva attraverso l'acquisizione di nuove tenute a Conegliano Valdobbiadene, in Lugana e in Sardegna. "In questi anni assieme ad Ettore e il suo team abbiamo realizzato una gestione operativa organizzata, efficiente ed in perfetta salute", il ringraziamento espresso a Nicoletto da Gaetano Marzotto, presidente di Santa Margherita Gruppo Vinicolo.

Auchan diventa Margherita distribuzione



Auchan Spa cambia nome e diventa Margherita distribuzione. Il cambio della denominazione sociale è stato comunicato in data 1° ottobre e diventerà operativo a partire dal 29 ottobre. Rimangono invariate la direzione e il coordinamento di Bdc Italia, con sede legale a Rozzano (Mi).

BORTOLOMIOL

Festa grande con il nuovo Rive 70th Anniversary Valdobbiadene Prosecco Superiore Docc

Bortolomiol festeggia i primi 70 anni della cantina. E per celebrare l'importante anniversario, lancia un'edizione limitata, prodotta in sole 8mila bottiglie: il nuovo Rive 70th Anniversary Valdobbiadene Prosecco Superiore Docc. Uno spumante che è simbolo del traguardo raggiunto. Ma soprattutto del percorso tracciato da Giuliano Bortolomiol, nel lontano 1949, che le figlie Maria Elena, Elvira, Luisa e Giuliana, assieme alla mamma Ottavia, continuano a percorrere nel pieno rispetto dei valori di famiglia e sostenibilità ambientale e sociale. La bottiglia dei 70 anni è un Rive, nato dalle uve provenienti da un unico vigneto a Santo Ste-



fano di Valdobbiadene, proposto nella versione Brut Nature, che esalta le caratteristiche estreme di un territorio difficile da coltivare. "Festeggiamo così questo importante traguardo, stappando assieme agli amici più stretti la prima bottiglia di questa collezione, che racchiude due secoli di storia e una rivoluzione lunga 70 anni", dichiara Elvira Bortolomiol, vice presidente della storica cantina veneta. "Con questa bollicina vogliamo rendere omaggio a nostro padre Giuliano che ci ha insegnato la via da percorrere. In questi anni abbiamo consolidato i suoi insegnamenti, guardando assieme ad un futuro sempre più sostenibile".

Pinot grigio: promosso dalla Doc delle Venezie il primo summit internazionale sul vitigno

Si è svolto il 15 ottobre, a Venezia, il primo convegno internazionale sul Pinot grigio, vino bianco italiano per eccellenza sui mercati mondiali. Promosso dal Consorzio Doc delle Venezie – Denominazione che rappresenta oggi l'85% della produzione italiana e il 42% di quella mondiale –, la conferenza ha messo a fuoco le possibili tendenze del Pinot grigio del Bel Paese e il grande potenziale rappresentato da una Denominazione che ha posto al centro della propria filosofia lo "Stile Italiano". Nel corso del dibattito, evidenziata innanzitutto la necessità di allontanare il rischio che questa risorsa del made in Italy sia considerata una commodity, lavorando sul valore ma anche puntando alla conquista di nuove fasce di consumatori, in primis i giovani, con proposte accattivanti in termini di packaging e di linguaggio. "Siamo partiti col parlare di Stile Italiano e oggi rappresentiamo qualcosa di più: un sistema che comunica un territorio dalla forte identità", ha sottolineato il presidente del Consorzio Doc delle Venezie, Albino Armani. "La qualità di un vino si fonda sui valori che rappresenta: la personalità espressa dal suo profilo organolettico, la sua versatilità negli abbinamenti con il cibo, il territorio e la sua storia, il saper fare, la capacità di crescere sui mercati, i brand che lo rappresentano, la sua sostenibilità economica e ambientale".

Consiglio Ue: le Ig europee saranno tutelate come marchi e brevetti

Il Consiglio europeo ha aderito all'atto di Ginevra dell'accordo di Lisbona sulla Denominazione d'origine e le Indicazioni geografiche. L'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (Ompi / Wipo) estenderà, dunque, la propria tutela a tutte le Ig europee (Dop, Igp o Stg), che saranno salvaguardate in tutti i 192 paesi aderenti all'Organizzazione, salvo opposizioni presentate da singole imprese o associazioni. Le Indicazioni geografiche vengono ora protette come marchi a livello globale, anche negli Stati Uniti, che, da sempre, prediligono la tutela del singolo marchio o brevetto. L'adesione all'accordo pre-

vede pertanto che sarà la Commissione europea a dover presentare all'Ompi le domande per la registrazione internazionale delle Ig, o la loro cancellazione. Sarà inoltre compito della Commissione valutare se sono soddisfatte le condizioni per concedere la protezione in tutto il territorio Ue. Contestualmente, il Consiglio Ue ha anche adottato un regolamento relativo agli obblighi e ai diritti derivanti da questa scelta. In particolare modo, rispetto a eventuali conflitti tra una Ig registrata a livello internazionale e un marchio commerciale e alla transizione per gli stati europei già membri dell'accordo di Lisbona.

Nasce il Milano Wine Club: eventi esclusivi, member only, per professionisti appassionati

Un club esclusivo aperto a imprenditori, professionisti e opinion leader con una cosa in comune: la passione del vino. Federico Gordini, presidente della Milano Wine Week, ha presentato il 17 ottobre scorso, all'Emporio Armani Ristorante, quest'ultima iniziativa, che si chiama Milano Wine Club, nata da una sua idea. Spiega Gordini: "L'obiettivo del club è quello di coinvolgere una élite di consumatori appassionati di vino e caratterizzati da un approccio emozionale e conviviale". Fulcro dell'attività del club saranno gli eventi esclusivi, member only, col coinvolgimento dei massimi produttori italiani per serate all'insegna di quella convivialità che tanto caratterizza l'accostamento al vino di moltissime persone. Per la creazione del Club, Gordini si è avvalso dell'aiuto di Andrea Grignaffini (Guida Vini L'Espresso) e di Orazio Vagnozzi (Passione Gourmet), oltre che del supporto tecnico di WineTip. Le attività vere e proprie cominceranno nel 2020.



Zorzettig: per Natale, un brindisi alla rinascita dei boschi friulani

L'Azienda Agricola Zorzettig scende in campo per il suo Friuli. Rivolgendo il pensiero, con un'iniziativa studiata per il Natale 2019, ai boschi colpiti, nell'ottobre 2018, dalla tempesta Vaia, le cui ferite sono tutt'oggi ancora evidenti. La realtà vitivinicola di Cividale del Friuli (Ud) ha scelto di prendere parte alla campagna Tagliere solidale promossa da Pefc Italia (Programma per il riconoscimento di schemi nazionali di Certificazione Forestale) sotto la regia della Cooperativa Legno Servizi di Tolmezzo e della rete d'impres FriùlDane. In vista delle prossime festività natalizie, Zorzettig lancerà sul mercato un cofanetto con la sua etichetta Cufins



– un Doc Friuli Colli Orientali, uvaggio di Refosco dal Peduncolo Rosso e Pinolo, che fa parte della selezione Segno di Terra – e un tagliere solidale personalizzato, realizzato con il legno ricavato dagli alberi abbattuti da Vaia e proveniente dalle foreste del Parco Naturale delle Dolomiti Friulane (patrimonio mondiale Unesco). Per ogni confezione venduta, da Zorzettig sarà donato al comune di Forni Avoltri (Ud) un euro per finanziare un progetto che prevede la ricostituzione boschiva in funzione didattico-naturalistica. "Un segno concreto e utile che nasce dall'amore per il nostro territorio", così racconta Annalisa Zorzettig l'iniziativa. "Il Natale è per definizione un periodo in cui fermarsi, curare gli affetti e guardare all'essenziale. Per noi significa anche tornare alle origini, ristabilire un contatto con la terra. Da qui la scelta di inserire nel cofanetto il tagliere solidale e una bottiglia di Cufins, rosso di grande intensità nel quale l'impronta degli autoctoni è forte".

Alleanza Coop Agroalimentari: "Meno vino in cantina di quanto ci aspettassimo"

Il consuntivo della vendemmia 2019 elaborato dall'Alleanza Cooperative Agroalimentari evidenzia un dato inferiore rispetto alle previsioni prevendemmiali annunciate a inizio settembre. Ad annunciarlo, a metà ottobre, è stata la coordinatrice Settore viticolo, Ruenza Santandrea. "A conti fatti, avremo quest'anno meno vino in cantina di quanto ci aspettassimo", ha evidenziato in una nota la dirigente dall'Alleanza Cooperative Agroalimentari. "I dati a consuntivo provenienti dalle varie zone viticole italiane ci restituiscono un calo dei quantitativi di uve vendemmiate pari al 20-25% rispetto alla produzione nazionale media". Numeri elaborati facendo riferimento alle 480 imprese rappresentate dall'associazione, che producono il 58% del vino italiano, per un giro d'affari di 5,2 miliardi di euro, il 40% del totale del fatturato nazionale di comparto. "Rispetto alle previsioni vendemmiali, il quadro che emerge è di una raccolta, con qualità tra buona e ottima, meno abbondante di quanto inizialmente stimato", spiega la Santandrea. "Se le prime previsioni ufficiali avevano infatti ipotizzato una produzione pari a 46 milioni di ettolitri, con una riduzione del 16% rispetto al 2018, il nostro consuntivo emerso fisserebbe la produzione 2019 su un valore ancora inferiore, naturale conseguenza dopo un'annata particolarmente generosa come quella dello scorso anno".

IL CASO

La 'guerra' del Chianti



È scontro tra il Consorzio Chianti Classico e il Consorzio Chianti dopo che quest'ultimo ha annunciato la modifica del disciplinare di produzione e la nascita di una nuova tipologia premium di Chianti, denominata 'Gran Selezione'. Una notizia indigesta al Gallo Nero, che ha subito dichiarato la sua intenzione di fare "netta opposizione alla proposta di Chianti Gran Selezione in tutte le sedi istituzionali".

In dettaglio, lo scorso 11 novembre, con una nota stampa, il Consorzio Chianti fa sapere che l'assemblea dei soci ha approvato la proposta di modifica agli articoli 8 del disciplinare di produzione, che può quindi iniziare l'iter di approvazione (che durerà circa due anni) da parte di Regione Toscana, ministero dell'Agricoltura e Commissione europea. Con il nuovo disciplinare nasce il Chianti 'Gran Selezione', che avrà una gradazione alcolica minima più elevata (13 gradi) e un invecchiamento di almeno 30 mesi. Un prodotto premium, che "offrirà il massimo della qualità e sarà un prodotto di nicchia", rivolto in particolare al mercato cinese e americano. Con il nuovo disciplinare nasce anche la menzione geografica aggiuntiva ('sottozona') Chianti Terre di Vini e sale la gradazione alcolica minima delle uve destinate a produrre vino Chianti Docg, non-

ché del prodotto finito, innalzata a 12 gradi.

La replica del Chianti Classico non si fa attendere. E in un comunicato sottolinea che "la scelta del Consorzio Vini Chianti relativa all'annunciato progetto di modifiche al disciplinare di produzione ci trova nettamente contrari ma soprattutto increduli perché volto a una strategia di gestione a nostro parere non costruttiva e assolutamente priva di idee innovative e originali". L'obiezione riguarda proprio la nascita della Gran Selezione. Il Gallo Nero spiega infatti che "la Gran Selezione, presente sul mercato dal 2014, è unicamente una tipologia di Chianti Classico, ideata dal lavoro esclusivo del Consorzio Vini Chianti Classico". E aggiunge che la Gran Selezione del Consorzio Chianti presenta "caratteristiche identiche a quelle della Gran Selezione Chianti Classico", come grado alcolico, tempi di invecchiamento, divieto di uso del fiasco, certificazione obbligatoria per le transazioni di sfuso. "Faremo netta opposizione alla proposta di Chianti Gran Selezione in tutte le sedi istituzionali", afferma il presidente del Consorzio Chianti Classico, Giovanni Manetti. "Abbiamo subito un attacco frontale, che rischia di mettere a repentaglio il percorso di collaborazione da tempo avviato dal comparto viticolo toscano".

Bennet entra in Gruppo Végé

Dal 1° gennaio 2020 Bennet entra in Gruppo Végé. L'accordo porta in dote al network nazionale di Gruppo Végé una consolidata rete commerciale, cioè quella di Bennet, con 63 ipermercati distribuiti in tutto il Nord Italia, oltre 7mila dipendenti e un fatturato di circa 1,6 miliardi di euro. "Accogliere Bennet tra le nostre imprese socie ci onora e corona degnamente un anno importante in cui festeggiamo il 60° anniversario del nostro Gruppo", ha dichiarato Nicola Mastro-martino, presidente Végé. Per il Gruppo l'ingresso di Bennet consolida il presidio territoriale nell'area Nordovest. A 60 anni dalla fondazione, il Gruppo ha all'attivo 32 imprese, 3.416 punti di vendita, un

giro d'affari di 7,5 miliardi di euro (stima 2019) e la leadership in Campania, Basilicata e Sicilia. Bennet, azienda della Grande Distribuzione completamente italiana, è riuscita a conquistare e mantenere una leadership di mercato nelle regioni in cui opera attraverso due aree di business: gli ipermercati ed i proximity malls, presenti in Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Liguria. Nel 2018 Bennet ha fatturato circa 1,6 miliardi di euro, facendo segnare un incremento del 3% rispetto all'esercizio precedente. La nuova Végé conterà 3.479 punti vendita, per una superficie complessiva di oltre 2 milioni di metri quadri.

Amarone: il Consorzio Valpolicella vince la causa legale contro 'Le Famiglie Storiche'

Confermato il divieto all'utilizzo del nome 'Famiglie dell'Amarone d'Arte', con la conseguente nullità del marchio e del Manifesto dell'Amarone d'Arte. Termina con la vittoria del Consorzio tutela vini Valpolicella la battaglia legale che lo ha visto contrapporsi all'associazione che riunisce i grandi produttori di Amarone. Con un comunicato stampa, il Cda del Consorzio fa sapere che intende "dare corso integralmente a quanto disposto dalla sentenza nr. 4333/2019 della Corte d'Appello

di Venezia in merito alla causa civile promossa in appello dalla compagine 'Le Famiglie Storiche' e dalle sue aziende associate. Nel merito, la sentenza ha respinto l'appello de 'Le Famiglie Storiche' e conferma quanto stabilito

dal giudizio di primo grado". La Corte d'Appello ha bocciato anche la valutazione sulla validità del marchio della compagine privata espressa dall'ufficio Euipo (ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale).



Patatine al Prosecco, in Veneto centinaia di sequestri

Sequestrate, lunedì 14 ottobre, centinaia di confezioni di snack di "patatine al Prosecco" a marchio Pringles, in vendita in una catena di supermercati veneta. La referenza, acquistata tramite una società olandese, utilizzava senza autorizzazione il nome Prosecco e, peraltro, tra gli ingredienti principali indicava 'polvere di Prosecco', sostanza sconosciuta e priva di qualsiasi riconoscimento da parte del Consorzio di tutela trevigiano. "I furti di identità non possono essere consentiti". Così la Ministra Teresa Bellanova ha commentato l'accaduto. "Il sequestro - ha poi continuato - testimonia l'impegno forte del Ministero e dell'Icqr, la nostra Autorità per la lotta alle frodi e la tutela della qualità, nel combattere l'usurpazione di nomi protetti italiani. Azione che avviene sia in Italia, dove esiste una legislazione organica a tutela delle indicazioni geografiche, sia all'estero e sul web".

Bottega Gold e Bottega Rose Gold: confermata la validità dei marchi tridimensionali

L'azienda vitivinicola trevigiana Bottega comunica la conclusione dell'iter amministrativo e processuale che riconosce la piena validità dei marchi tridimensionali delle bottiglie Bottega Gold e Bottega Rose Gold. Trascorsi i termini di legge è infatti diventata definitiva la sentenza dello scorso 8 maggio del Tribunale dell'Unione europea, presso la Corte di Giustizia di Lussemburgo. Nello specifico, il Tribunale aveva confermato che "la forma della bottiglia e l'effetto specchiato dei colori (oro e rosa) sono elementi propri dei marchi di Bottega [...] e che in quanto tali non possono essere utilizzati da terzi", spiega Bottega in un comunicato. Per il secondo anno consecutivo - sottolinea l'azienda - il Prosecco Bottega è il secondo spumante più venduto, dopo Moët & Chandon, nel mercato duty free e travel retail.

VALTIDONE, il territorio e la sua cantina.

Dal 1966 cogliamo le migliori uve che questa splendida valle ci offre per produrre i migliori vini piacentini Doc, anche biologici. Dal Gutturmo all'Ortugo, dal Malvasia al Bonarda.

www.cantinavaltidone.it

Via Moretta, 58
tel. 0523 846429
enoteca@cantinavaltidone.it

È UN PROGETTO
Cantina Valtidone 2020

A 60 Km da Milano
Vi aspettiamo in enoteca a Borgonovo V.T. - PC
dal lunedì alla domenica
8.30 - 12.30 / 14.30 - 19.00

Milano capitale

di Matteo Borré

Andata in scena dal 6 al 13 ottobre scorsi, la settimana del vino nel capoluogo lombardo si è chiusa registrando un vero e proprio boom di presenze. Il racconto di un successo annunciato.



Da sinistra: Riccardo Pasqua e Federico Gordini al party "Beyond the Wine" di Pasqua Vini



Hans Terzer presenta Appius 2015 nel corso dell'evento pubblico di Cantina San Michele Appiano

Più di 300mila presenze attive, di cui oltre 100mila registrate solo nel weekend conclusivo. E un incremento del 30% nel pubblico straniero rispetto a 12 mesi fa. 300 eventi in agenda, con un migliaio di aziende coinvolte e più di 50 consorzi ad aver scelto di dare il loro contributo all'appuntamento internazionale del vino, tra seminari, masterclass, walk around tasting, degustazioni ed educational dedicati al mondo Horeca, cui si sono aggiunti la seconda edizione del Wine Business Forum e il debutto del Wine Generation Forum, dedicato a professionisti e consumatori di domani. Già da questa carrellata si potrebbe trarre un primo complessivo giudizio sulla seconda edizione della Milano Wine Week. Numeri da capogiro, che testimoniano il successo della settimana milanese dedicata al vino in tutte le sue espressioni, kermesse diffusa andata in scena nel capoluogo lombardo dal 6 al 13 ottobre scorsi.

Che il format ideato dall'Associazione Milano Wine Week e prodotto da Lievita, società di Sg Company, presentasse un potenziale notevole e non pienamente espresso nel corso dell'edizione "zero" del 2018 era noto a tanti. Ma non erano in molti a prevedere la vera e propria "esplosione" di questo evento capace di coinvolgere tutta la città, sia in termini di appuntamenti in calendario, sia in termini di partecipazione. "La manifestazione ha confermato dei risultati straordinari sia nei tanti momenti dedicati al pubblico business sia per le attività riservate al pubblico consumatore, con una crescita molto significativa in entrambe le direzioni", spiega Federico Gordini, presidente di Milano Wine Week, accogliendo con estrema soddisfazione le cifre record che hanno connotato la kermesse 2019. "Questa seconda edizione ha trasformato la manifestazione in una vera e propria piattaforma di contenuti, che

guarda a una dimensione internazionale, esattamente come tutte le altre settimane milanesi".

Il fil rouge della Mww

Fin dal primo giorno della manifestazione, è risultato ben evidente che l'appuntamento milanese del vino si sarebbe dimostrato uno studiato mix tra democratici bagni di folla e più selezionati eventi esclusivi. Da una parte, infatti, il taglio del nastro "pubblico", con il brindisi inaugurale di sabato 5 ottobre in piazza Tre Torri, a CityLife, che ha visto la distribuzione di oltre 4mila calici di spumante TrentoDoc ad altrettante persone. Dall'altra, la scelta della nota Maison di Champagne Perrier-Jouët di esordire all'appuntamento milanese, con un party tenuto proprio all'ombra della Madonnina, nel lussuoso contesto del Park Hyatt Milan. Un'incurisione nel patinato mondo dell'haute gamme, replicata il lunedì 7 con l'attesissima masterclass guidata da Hervé Deschamps, chef de cave della celebre casa vitivinicola con sede a Epernay, tra i più prestigiosi esponenti del settore a livello internazionale.

Non solo bollicine

La spumeggiante apertura non ha, però, concluso le sorprese riservate dal menù della Milano Wine Week 2019. In quella che è stata una pacifica invasione della città, a brillare sono state innanzitutto le aziende, brave a mettere in fila un evento più bello dell'altro in diverse location meneghine. Si è passati dalla serata organizzata da Montelvini a Villa Necchi Campiglio, bene Fai, al party "Beyond the Wine" di Pasqua Vini, esperienza immersiva accompagnata dalla degustazione dei vini più rappresentativi della cantina. Ma nel corso della settimana, sono stati davvero tanti i grossi calibri del comparto ad aver fatto brindare i milanesi: dal Gruppo Lunelli, con una lunga lista d'iniziativa legate ai marchi Ferrari

e Bisol1542, a Terre Moretti, con la memorabile serata alla Scala per festeggiare i 15 anni della partnership di Bellavista con la più importante istituzione culturale cittadina, passando per le masterclass di livello internazionale e i tanti appuntamenti serali firmati Guido Berlucchi, Feudi di San Gregorio, Santa Margherita Gruppo Vinicolo, Nino Negri, Cantine Leonardo da Vinci, Zonin1821, Piccini, Villa Sandi e Banfi. A conquistare la scena, però, anche le tante stelle che hanno calcato – brillando – il proscenio simbolo della manifestazione: Palazzo Bovara. E, a tal riguardo, non ci si può esimere dal citare la lectio magistralis di Angelo Gaja, l'8 ottobre.

Il discorso del re

L'incursione milanese di uno dei simboli del vino italiano, Angelo Gaja, è stato uno dei principali highlights della Milano Wine Week 2019. Un'ora e dieci d'intervento, che non ha lasciato indifferente nessuno dei tanti operatori seduti in platea ad ascoltare. Un vero e proprio "discorso del re" (i credits per la definizione vanno al post condiviso sui suoi social dalla regina della sommellerie italiana, Valentina Bertini), dove al centro è stato posto il valore culturale del vino, ricchezza che le aziende italiane devono imparare sempre più a raccontare al mondo. L'appassionato speech è risultato una vera e propria dichiarazione d'amore al settore, cui non sono stati risparmiati, però, anche frecciate e qualche rimprovero. Una condivisione a cuore aperto di momenti di vita vissuta legati alla diffusione del vino tricolore all'estero. E, al contempo, un omaggio ai tanti attori, molto spesso troppo in fretta dimenticati, che hanno dato il loro decisivo contributo affinché le etichette made in Italy potessero crescere in reputazione e prestigio: da Burton Anderson a Paolo Desana, da Luigi Veronelli a Bruno Giacosa, passando per Giacomo Tachis, solo per citare qualche nome.

Il simbolo: la presentazione di Appius 2015

Tra i tanti appuntamenti che si sono susseguiti in agenda, una particolare menzione va alla presentazione di Appius 2015, sesta edizione del vino da sogno di uno tra i massimi enologi al mondo, Hans Terzer. Cantina San Michele Appiano, infatti, ha scelto la Milano Wine Week per svelare la nuova annata della speciale etichetta, in occasione di un evento organizzato presso Palazzo Bovara, mercoledì 9 ottobre. Un doppio appuntamento, in realtà. In Sala Colonne, da una parte, un'esclusiva cena ha visto i principali operatori della stampa e un numero selezionato di ospiti impegnati in un ampio percorso degustativo, fondato sui monovitigni (Chardonnay, Pinot grigio, Pinot bianco e Sauvignon) che rendono speciale la cuvée di Cantina San Michele Appiano abbinati al menù creato per l'occasione dallo chef Wicky Priyan. In contemporanea, poi, all'interno della tensostruttura situata nella corte di Palazzo Bovara, un party aperto al pubblico ha consentito a quanti intervenuti di andare alla scoperta della nuova edizione di Appius. Con una formula assolutamente democratica, che ha replicato lo svelamento dell'etichetta, cui ha fatto seguito la bella immagine dello stesso Hans Terzer impegnato a spiegare e servire, direttamente dal palco, la propria creazione agli ospiti dell'evento.

Prospettive future

"La crescita di Milano Wine Week può essere toccata con mano in termini non solo quantitativi, ma anche e soprattutto qualitativi, grazie a una serie di appuntamenti che hanno visto l'intervento di personalità eminenti del mondo del vino", Federico Gordini, ideatore della kermesse, a più riprese è tornato su questo punto nel corso dei suoi interventi durante la settimana. "L'obiettivo, ora, è che sempre più personalità internazionali del mondo del vino

vengano a portare un loro contributo alla Wine Week e che la manifestazione coinvolga sempre più luoghi istituzionali e simbolici della città". E in merito al futuro della settimana milanese del vino, Gordini lancia la sua nuova sfida: "Siamo pronti a fare un ulteriore salto di qualità. Milano Wine Week ha dimostrato di avere le carte in regola per diventare davvero una grande manifestazione internazionale. Se questo accadrà, sarà per la nostra capacità di continuare a fare sistema con altre realtà, altri progetti, altre figure-chiave del mondo del vino. Milano Wine Week è un luogo in cui il mondo del vino deve imparare a superare gli individualismi e le lotte di quartiere. In un momento in cui anche i nostri cugini d'Oltralpe stanno dimostrando una forte frammentazione dal punto di vista degli eventi e delle fiere del vino, noi dobbiamo dimostrare che



Chi ha paura della Milano Wine Week?

L'evento ha creato un certo movimento nella città che in Italia fa da apripista a ogni tendenza. E qualcuno forse se n'è uscito con un incomprensibile mal di pancia.

Il successo della Milano Wine Week è stato cospicuo. Nei giorni di fine settimana, masterclass e degustazioni sono state letteralmente prese d'assalto da un pubblico di tutte le categorie. Nei giorni feriali, viceversa, molte le presenze di professionisti del settore: ristoratori, uomini di sala, sommelier, giornalisti ed enologi si sono costantemente alternati sui banchi delle numerose conferenze-degustazioni, e hanno ascoltato con interesse il racconto di Angelo Gaja sulla sua personalissima ricetta di successo per il vino italiano sui mercati esteri.

Sulla stampa generalista, comunque, si è letto qualche curioso mugugno. Sul Foglio, nell'inserto GranMilan del 10 ottobre scorso, è apparso in effetti un curioso articolo di Fabiana Giacometti, dai toni vagamente beffardi. La giornalista riporta una serie di voci dal sen fuggite, provenienti dall'evento concomitante della Vendemmia di via Montenapoleone. Alcuni degli organizzatori della Vendemmia, secondo la Giacometti, sembrerebbero aver sostenuto che la Milano Wine Week (definita "commercialissima manifestazione", nientemeno, anche se non si capisce perché questa lo sarebbe mentre la parata di Montenapo invece no) sarebbe addirittura un attacco a Vinitaly. Il motivo? La Week di Federico Gordini "succhierebbe energie e ricchi nomi di medio calibro, senza diffondere la cultura del vino e fare si-

stema". Accidenti, è scoppiata la bomba. Non è affatto chiaro cosa c'entri Vinitaly né perché la Milano Wine Week possa rappresentare un attacco alla medesima, svolgendosi le due rassegne in epoche e città diverse, e soprattutto essendo due eventi differentissimi e rivolti a pubblici diversi anche se in certi casi sovrapponibili. Non si capisce nemmeno quali sarebbero le "energie" e i "ricchi nomi di medio calibro" che la Week avrebbe "succhiato" al Vinitaly: forse chi partecipa alla Milano Wine Week poi sceglie di non andare a Verona? Non ci risulta proprio. La ragione è evidente: le due manifestazioni non sono in concorrenza, non sono nemmeno organizzate negli stessi giorni. Chi ha espresso un rilievo del genere ha preso un granchio colossale, al punto che c'è da dubitarne davvero.

L'articolo poi prosegue con toni da tregenda. La Giacometti, che da tanti anni fa la giornalista nel campo della moda, si preoccupa dei mugugni del Quadrilatero, che non avrebbero per niente gradito la contemporaneità della Milano Wine Week con l'evento della Vendemmia. Eppure, anche il Gambero Rosso, che è coinvolto, sul suo sito web ha menzionato il contemporaneo svolgersi della kermesse di Gordini, segno che, almeno in apparenza, non c'erano gelosie di nessuna sorta. Ma all'articolaista, pare, dava un po' fastidio una

rassegna "plebea" con gente normale che andava a bere nei numerosi locali aderenti. Un'immagine un po' troppo populista, a confronto con il mondo patinato e fighetto delle case di moda, che oltretutto, come fossero state Robin Hood o madre Teresa, avevano consentito ai vignaioli di partecipare gratuitamente, mentre quel rapace perfido di Gordini ha osato addirittura (anatema) richiedere una quota di partecipazione. E fortuna che era Milano Wine Week a non "fare sistema". A noi sembra che siano certe chiacchiere da portineria a nuocere al mondo del vino italiano, per banalissime ragioni di cassa. La Milano Wine Week, alla seconda edizione, ha avuto un grande successo non solo presso l'abborrita gente del popolo, ma anche tra i professionisti. Questo non mette assolutamente in ombra l'analogo riscontro di altri eventi: ma allora, perché infastidirsi se il successo è stato in qualche modo diviso con qualcun altro? A che serve un simile gossip? Il farsi la guerra stando dalla stessa parte, questo sì che è davvero italiota, e non la semplice coincidenza tra le date di due manifestazioni che sono risultate ambedue assai gradite. Se poi un incontro con Angelo Gaja, non proprio da mercatino del peperone, sia così squalificante, decida l'intelligenza del lettore.

Tommaso Farina

Milano è la città giusta dove riunirci una volta all'anno nel rispetto delle singole identità".

Considerazioni finali

Nel richiamo conclusivo all'unità da parte dell'ideatore della kermesse milanese del vino c'è tutto: dal futuro di un settore che ha sempre più voglia di raccontarsi all'insegna di nuovi paradigmi comunicativi, alla volontà di andare oltre le piccole querelle di quartiere per puntare a nuovi e più ampi orizzonti. Ma soprattutto, c'è un'aria vera di rinnovamento, come hanno concretamente dimostrato le tante partnership siglate dalla "creatura" di Federico Gordini con altri eventi clou di settore, a partire dalle più importanti guide, fino al Merano Winefestival. Con la Milano Wine Week 2019, infatti, abbiamo potuto assistere all'inizio di quello che si

annuncia un cammino diverso e che avrà sempre più rilievo per il settore in futuro. Un percorso che non si vuole sostituire, in tante funzioni, ad altri già collaudati ed esistenti (si legga: Vinitaly. Vedere le considerazioni in merito nel box a fianco), ma creare una modalità nuova di approcciarsi al mondo del vino. Un paradigma che si fonda su quel senso pratico e quella voglia di darsi da fare che da sempre rappresentano quel che rende grande Milano. Una location che, proprio per quel che simboleggia oggi agli occhi del mondo, ha davvero le carte in regola per trasformarsi nell'ideale trampolino di lancio internazionale che il vino made in Italy da anni disperatamente ricerca. Cin cin, dunque, alla Milano Wine Week. E appuntamento tra un anno, per la definitiva prova del fuoco.

M.B.



Un'istantanea della serata di Montelvini a Villa Necchi Campiglio

Da oltre 30 anni volto-icona di uno dei più distintivi
CHIANTI CLASSICO

GAMBERO ROSSO
GAMBERO ROSSO 2019
2 GLASSES

JAMES SUCKLING.COM
90
points

BERLINER WEIN TROPHY 2019
GOLD MEDAL

GOLD
The Wine Hunter
THE WINE HUNTER
AWARD 2019 - ORO

GEOGRAFICO

geografico_wines

il caso

Auchan: mi salvo e ti sistemo

La richiesta di sconto del 20%. I commenti degli operatori di settore. La risposta della catena, tramite l'Ad, Antonio Brianti. I dubbi dei fornitori.



La bomba scoppia l'11 ottobre. La nostra newsletter scoperchia il vaso di Pandora sulla contestata lettera inviata da Auchan ai fornitori. Dove, in estrema sintesi, si chiede uno sconto del 20% sullo scaduto. Da quel momento il caso si allarga a macchia d'olio ed è tutto un susseguirsi di articoli e tweet che rilanciano il tema, chiedendo insistentemente ai vertici Auchan-Conad di rispondere e prendere posizione. Intervengono, tra gli altri, i giornalisti Luigi Rubinelli ed Emanuele Scarci, e l'ex Ceo di Esselunga, Giuseppe Caprotti. Il motivo? E' troppo forte il sospetto che si voglia far pagare alle aziende il buco del colosso francese in Italia. Un rosso da 1,1 milioni di euro al giorno, secondo il Ceo di Conad, Francesco Pugliese. Ma vediamo tutte le tappe di questa intricata vicenda.

Operazione "di salvataggio e di sistema"

La lettera ai fornitori arriva per raccomandata mezzo pec. Inviata da Rozzano (sede di Auchan Italia), datata 6 settembre 2019, è firmata da Matteo Capelli, direttore finanziario della catena. I loghi in alto sono quelli di Auchan e di Simply Market. Fin qui nulla di strano. Si fa cenno ai cambiamenti in atto: "Bdc Italia Spa, detenuta al 51% da Conad e dal 49% da una società facente parte del gruppo Wrm [di proprietà del finanziere Raffaele Mincione, ndr], ha acquisito il 100% del capitale sociale di Auchan Spa". Cose note. La lettera poi specifica che si tratta di un'operazione "di salvataggio e di sistema" e richiede da subito "il supporto, l'aiuto e la responsabilizzazione, su scala nazionale e territoriale, di tutte le parti interessate, tra cui partner commerciali, Voi fornitori, clienti, locatori, parti sociali e istituzioni". Ci si scusa, a causa del processo di riorganizzazione, di eventuali ritardi e si invitano i fornitori a prendere contatto con la Direzione Finanziaria "per stabilire un percorso di sostenibilità che dovrà passare da una revisione delle condizioni di natura non commerciale e da una gestione all'insegna della semplificazione".

Lo sconto del 20%

In sé, così com'è scritta, la si potrebbe definire come una semplice dichiarazione d'intenti. Ma, una volta preso l'appuntamento, la cosa si fa maledettamente seria. Pare infatti che, alla fine dell'incontro, la proposta sia semplice: "Cari fornitori, vi chiediamo uno sconto del 20% sull'esposizione". In pratica, se un'azienda ha uno scaduto di 100mila euro, chiedono uno sconto di 20mila. E scusate se è poco. La vicenda lascia sconcertati. Al di là dell'aspetto meramente finanziario, in questa richiesta si potrebbe vedere un abuso di posizione dominante e una pratica vessatoria. Non solo: ma perché mai i fornitori dovrebbero pagare per la gestione fallimentare della catena francese? Da buon giornalista ho voluto vederci chiaro e per questo ho inviato di persona personalmente – come dice il buon Catarella, nella fiction di Montalbano – mercoledì [9 ottobre, ndr] pomeriggio, la seguente mail: "Abbiamo ricevuto copia di una lettera che Matteo Capelli, direttore finanziario di Auchan Italia, ha inviato ai fornitori in data 6 settembre 2019. Non ve la riporto in quanto ne siete al corrente. La notizia che voglio verificare è un'altra, ovvero che, nel corso di un appuntamento presso la sede di Rozzano, viene chiesto ai fornitori uno sconto del 20% sull'esposizione. Avrei bisogno di una risposta in tempi brevi, entro domani. Sotto trovate tutti i riferimenti, anche il cellulare. Se volete sapere chi siamo basta andare sul sito sotto indicato. Ma penso che non ce ne sia bisogno".

Angelo Frigerio

l'analisi di Luigi Rubinelli

Il 7 ottobre ho scritto un articolo sulla necessità di un nuovo umanesimo nel commercio e nella trattativa Auchan-Conad. Alcuni lettori hanno commentato che sono un romantico sognatore. E va ben...

Poi ho letto un articolo di Alimentando e del suo direttore, Angelo Frigerio, sullo sviluppo della trattativa Auchan-Conad. Un articolo allarmante che racconta Conad nelle vesti di beneficiario del 20% del monte merci di Auchan. Ovviamente ho verificato e approfondito l'accaduto.

Questa vicenda mi tocca sia professionalmente sia come cittadino. Penso che non sia giusto che certe cose, di questa entità possano accadere. E voglio prendere posizione.

La vicenda sollevata da Angelo Frigerio, che ho rilanciato con un tweet, contiene dei punti che andavano approfonditi. Ho chiesto ad alcuni fornitori grandi e piccoli, dell'Idm (Industria di marca) e delle Mdd (Marche del distributore) se fosse vero che Conad tramite Auchan chiedesse un contributo del 20%.

A RetailWatch risulta che:

- Dal 1° di agosto l'ex Auchan sia controllata al 100% da Bdc Italia (51% Conad e 49% Wrm)
- Sia stata mandata una lettera dal direttore finanziario di Auchan ai fornitori chiedendo di partecipare da subito a un "salvataggio di sistema" che richiede a tutte le parti interessate, in questo caso ai fornitori, un supporto. "Abbiamo iniziato nel mese di agosto il processo di riorganizzazione della gestione amministrativa e finanziaria..." La lettera del Cfo termina con una data e un orario per un incontro.
- All'incontro è stato poi chiesto, probabilmente a parole, lo sconto del 20%.
- Nel suo intervento a Centromarca, Francesco Pugliese, Ad di Conad, ha illustrato la situazione dell'acquisizione accennando al salvataggio di Auchan e alla necessità di un supporto di tutti al salvataggio.
- Dal 1° di agosto sono stati bloccati in diversi casi i pagamenti delle fatture di giugno e luglio proprio per la riorganizzazione societaria. Le fatture di giugno e luglio sono state emesse a Auchan, non a BDC, è bene sottolinearlo. La ricontrattazione delle fatture prevedeva uno sconto del 20% sull'ammontare dei 2 mesi. Lo sconto è dilazionabile in 1 anno. Lo sconto non si somma ai contributi promozionali. La gestione Bdc oggi come si sta comportando?
- Quindi lo sconto è chiesto e garantito da Auchan Italia, ma va a beneficio di Bdc e quindi

di Conad.

• La richiesta di sconto non tiene conto dei picchi stagionali: ad esempio chi vende a Natale e fattura in novembre-dicembre è poco o per nulla toccato da questa richiesta, perché le sue consegne avvengono in altri mesi. Diciamo che a essere coinvolti sono soprattutto i prodotti fortemente stagionali (acque e gelati in testa), i freschi e i freschissimi e parte dello scatolame.

• Raggiunto l'accordo dello sconto, i pagamenti bloccati venivano riammessi al pagamento.

• In un'intervista al 24Ore del 12 ottobre Francesco Pugliese dichiara che le perdite di Auchan sono superiori a quanto preventivato e ammontano a 1,1 mio di euro al dì.

Il giudizio di RetailWatch

• La trattativa Auchan-Conad e il suo sviluppo sono complessi. Non abbiamo preso posizione, a malincuore, proprio perché è difficile dipanare la complessità.

• Non ci aspettavamo però la richiesta del 20% ai fornitori. Quando Carrefour inglobò Promodes nel 1999, venne chiesto ai fornitori l'1% del transato, un importo ragionevole. Il 20% rischia di mettere in ginocchio diversi produttori. Probabilmente le grandi multinazionali riusciranno a far rientrare in qualche modo nella gestione del 2019 questo importo. Ma le piccole medie imprese? I co-packer della Mdd?

• Che benefici sono stati promessi in cambio? Da notare che la stragrande maggioranza dei fornitori serve sia Auchan che Conad. Come faranno a far quadrare i conti? Licenzieranno? Abbasseranno la qualità dei servizi prestati, la qualità dei prodotti?

• Conad nella comunicazione parla di Comunità civile e economica, di Persone oltre le cose. RetailWatch ha sempre sostenuto questo posizionamento, ci crediamo professionalmente e come cittadini, magari siamo un po' romantici, ma ci crediamo in questo benedetto nuovo umanesimo. Ma quella richiesta del 20% non ha nulla a che fare con questo mondo e questo posizionamento, anzi quel 20% rischia di rendere ancor più complessa la comunità del business e parte della comunità sociale delle imprese coinvolte. E di intaccare la costruzione del brand Conad.

• Come giudicheranno i concorrenti di Auchan e di Conad quel probabile contributo del 20%?

Difficile dirlo.



La risposta della catena

L'assedio mediatico è tale da costringere la catena francese a uscire allo scoperto. Antonio Brianti, Ad di Auchan, in un'intervista pubblicata su Alimentando il 16 ottobre, spiega le ragioni alla base della lettera e fornisce i dettagli sulle categorie di prodotto coinvolte.

Qual è il senso della lettera che avete inviato ai fornitori?

Una semplice trattativa commerciale. Ovvero una richiesta "una tantum", che quindi non verrà mai più applicata, relativa a trattative sullo scaduto al 30 luglio 2019. Quindi riferibili a contratti stipulati con la vecchia gestione. Allo scopo di chiudere quelle partite che erano incagliate da tempo. Vale la pena sottolineare inoltre che non si tratta della stessa richiesta a tutti i fornitori, indipendentemente dalla merceologia.

Cosa vuol dire?

Ad esempio alle aziende del settore beverage – acque minerali e bibite – non verrà chiesto lo stesso sacrificio rispetto ad altri che hanno tipologie diverse di prodotto. E si capisce anche il perché. Stiamo parlando di volumi, data la stagione, molto elevati.

Quindi la proposta è di chiudere definitivamente contratti insoluti?

Esattamente. Si tratta di pagamenti di merce relativi a tutto quello concordato prima del passaggio di Auchan a Conad. Questo è quanto. Auchan non sta chiedendo nient'altro ai fornitori.

Ma parliamo sempre di un range di sconti dal 20% in giù?

Per alcuni si parla del 20%. Per altri

meno. Il dottor Francesco Pugliese, amministratore delegato di Conad, durante l'assemblea annuale di Centromarca lo aveva preannunciato. E poi ha aggiunto che Conad non ha applicato ai contratti in essere con Auchan le sue condizioni che sono, in molti casi, migliorative. E questo proprio per non causare turbative sull'anno per molti fornitori. Vogliamo avere rapporti limpidi e trasparenti con i fornitori di qualsiasi dimensione e merceologia.

Bene: parliamoci chiaro però. Un grande marchio ha un potere contrattuale diverso dai piccoli e medi. Come verranno tutelati questi ultimi?

E' chiaro che terremo nella massima considerazione le problematiche relative alle piccole e medie aziende.

Immaginiamo per un attimo che un fornitore ex Auchan aderisca alle vostre condizioni: quali garanzie ha di venire riconfermato nella nuova società?

La richiesta di contributo una tantum sullo scaduto al 31 luglio 2019 non cambia i rapporti con i fornitori. Ribadisco: i contratti in essere con Auchan saranno rispettati.

Cosa succede invece a chi non aderisce alle vostre condizioni?

Nulla. L'inizio o la fine di un rapporto commerciale non possono essere legati all'adesione o meno a una richiesta "una tantum". La continuità dei rapporti commerciali, l'andamento delle trattative, l'accordo sulle condizioni variano ogni volta in relazione a una pluralità di fattori.

M.B.

I dubbi dei fornitori

Numerosi i commenti giunti in redazione in merito alla intervista all'Ad di Auchan. Le perplessità degli operatori di settore.

I fornitori non sembrano molto convinti. Infatti, dopo la pubblicazione dell'intervista a Brianti, in poco tempo giungono numerose mail alla nostra redazione, in cui vengono sollevate diverse obiezioni. Nel mirino, in particolare, ci sono i dubbi dei fornitori di Auchan e non di Conad, che sono evidentemente in posizione di debolezza contrattuale. E cosa aspettarsi dalle altre catene? A questo punto, perché mai non dovrebbero chiedere uno sconto anche loro? Vediamo nel dettaglio le posizioni di due produttori.

"Le trattative si fanno prima, mai dopo"

Il primo scrive: "Caro Direttore, ho letto la Tua intervista all'Ad di Auchan e vorrei sottoporTi alcune mie osservazioni. 1) 'Una semplice trattativa commerciale'... Così la definisce l'Ad Brianti. Ma, solitamente, le trattative commerciali si effettuano prima di iniziare la fornitura, e durante, si pianificano i piani promo... Ma mai dopo, all'atto del pagamento... Altrimenti si chiama in un altro modo!

2) Conad, ai fornitori già della catena, ha chiesto comunque un contributo inserimento supplementare fino al 31 dicembre e per tutto il 2020, mantenendo le stesse condizioni contrattuali, ma compensandole ampiamente con la richiesta di contributo. Invece per i fornitori 'nuovi di Conad' ha fatto peggio, o li ha ignorati totalmente o, se contattati, ha fatto loro delle richieste improponibili.

3) Cosa succede a chi non aderisce alle vostre condizioni? Nulla... Vero, infatti, il consiglio che darei a tutti, è quello di non accettare, ma di pretendere il 100% dello scaduto con gli interessi. Tanto poi Conad continuerà a fare la propria strada, incurante dell'elenco di chi 'ha o non ha' aderito allo sconto richiesto. E chi aderisce rimane cornuto e mazziato".

Come reagiranno le altre insegne?

Critiche severe anche in una seconda mail da parte di un imprenditore di altro settore: "Quelli con la Gd non sono contratti. Sono degli accordi commerciali che non vincolano a comprare chi li ha sottoscritti.

Nel senso che chi vende lo deve fare alle condizioni indicate, ma chi compra, non è obbligato a farlo o a rispettare certi volumi... Quindi chi mi dice che oggi concedo qualcosa e domani potrò recuperarlo invece di essere sostituito dal fornitore Conad di riferimento? C'è chi, ad esempio, ha un accordo nazionale con Sma-Auchan, ma non ha un accordo nazionale con Conad. Chi ce l'ha farà i salti mortali per accaparrarsi il lavoro di Sma-Auchan e lascerà il cerino in mano a chi aveva il contratto precedentemente...

Mi pongo inoltre una domanda: come giudicheranno i concorrenti di Auchan e di Conad quel probabile contributo del 20%? Gli altri non sono fessi... Ci diranno: voi avete concesso uno sconto importante su due mesi a chi vi sta garantendo meno volumi di prima e forse non comprerà più... E a noi, che magari abbiamo volumi in crescita e continuiamo a comprare, cosa pensate di dare? Fossi io chiederei almeno altrettanto se non di più. Concedo regali a chi mi molla e non coccolo chi sta con me?".

M.B.

Inversione di rotta per il vino in Gdo

I dati Iri, con anno terminante a settembre 2019, evidenziano una sostanziale ripresa. A valore, prosegue costante la crescita. Mentre a volume si arresta l'emorragia registrata nel consuntivo 2018.

Inversione di rotta per le vendite di vino in Gdo. Con i numeri facenti riferimento all'anno terminante a settembre 2019 che evidenziano una sostanziale ripresa. Grazie a un valore che prosegue costante nella sua crescita e volumi che arrestano l'emorragia registrata nel consuntivo 2018.

I dati Iri sul vino confezionato raccontano di acquisti per quasi 1,67 miliardi di euro, equivalenti a oltre 486 milioni di litri. Si tratta di un incremento a valore, sui 12 mesi precedenti al periodo preso a riferimento, del 2,3% e di un leggero calo, a volume, per un -0,4%. Le prime tre aziende per giro d'affari nel canale, che spiegano il 14% dei fatturati, si confermano Cavio, Gruppo Italiano Vini e Cantine Riunite & Civ. Mentre la Private label è arrivata a rappresentare il 9,7% della quota a valore.

Chi sale e chi scende tra i formati

Nell'evoluzione dei consumi e delle abitudini di acquisto, il formato fino a 0,75 lt rimane quello più diffuso all'interno di Iper e Super italiani, segnando un'ulteriore crescita del 3,6% a valore, per complessivi

1,28 miliardi di euro, e dell'1,8% a volume, per quasi 259 milioni di litri. Il Brik arretra di un -0,5% a volume, registrando al contempo un incremento minimo a valore (+0,1%). Crollo verticale per i grandi formati (da 0,76 lt a 2 lt), che proseguono nella caduta libera degli ultimi anni, segnando un -6,3% a valore e un -9% a volume. Discorso simile, ma ancor più netto nei numeri, per la plastica, che segnala un -8,7% a valore e un -13,4% a volume. Tendenza opposta, invece, per il Bag-in-Box, nicchia che avanza (vale circa 27 milioni di euro, per oltre 15 milioni di litri), con crescita nell'anno terminante a settembre 2019 che registrano un incremento in doppia cifra a valore (+11%) e un incoraggiante +8,8% a volume.

Dove si vende di più

Quando si parla di vendite di vino, la parte del leone, all'interno della Distribuzione moderna, la fanno ancora i supermercati. Nel canale, valgono più di 1,16 miliardi di euro sugli 1,66 totali, mentre a volume si parla di oltre 337 milioni di litri (su più di 486

milioni di litri). A seguire, il Libero servizio piccolo, con un giro d'affari di quasi 275 milioni di euro, talonato a non grande distanza dagli ipermercati, con più di 231 milioni di euro. In tema di proporzioni, i Super rappresentano il 70% del business del vino in Gdo, mentre Iper e Lsp, sempre in termini di valore, si attestano rispettivamente al 14% e al 16%.

La geografia dei consumi

Lo stivale vede distribuirsi le vendite in maniera abbastanza uniforme. Con il Nord a rappresentare il principale contesto di mercato, mentre il Centro e la Sardegna doppiano i valori del Sud Italia. Nord Ovest prima area per acquisti, con il 38% del business generato, pari a circa 630 milioni di euro. Il Nord Est, facendo sempre riferimento all'anno terminante a settembre 2019, rappresenta il 20%, per oltre 329 milioni di euro. Mentre il Centro e la Sardegna, con il 29%, valgono più del doppio del giro d'affari del Sud (14%).

Matteo Borré

VINO CONFEZIONATO

Fonte: IRI

Formati

TOTALE ITALIA IPER+SUPER+LSP
(DA 100 A 399 MQ) -
AT SETTEMBRE 2019

	VENDITE IN VALORE	VAR. % VAL.	VAR. % VAL.	VAR. % VOL.
Tot Vino Confezionato	1.669.949.712	2,3	486.380.532	-0,4
Vino fino a 0,75 lt	1.283.622.688	3,6	258.984.506	1,8
Brik	207.184.641	0,1	136.762.315	-0,5
Vino da 0,76 lt a 2 lt	100.406.614	-6,3	40.664.203	-9,0
Vino altri formati	30.573.830	-2,7	19.392.428	-3,9
Bag in Box	26.835.719	11,0	15.388.126	8,8
Plastica	21.326.203	-8,7	15.188.962	-13,4

LE PRIME
TRE
AZIENDE
SPIEGANO IL
14%
DEI FATTURATI:



PL
al
9,7%
DI QUOTA
VALORE

Aree geografiche e formati di punto vendita

	ANNO TERMINANTE SETTEMBRE 2019		ANNO TERMINANTE SETTEMBRE 2018		SALES LOCATION			
	VENDITE IN VALORE	VENDITE IN VOLUME	VENDITE IN VALORE	VENDITE IN VOLUME	VAL. AT	VOL. AT	VAL. AT ANNO PRECEDENTE	VOL. AT ANNO PRECEDENTE
Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	1.669.949.712	486.380.532	1.632.125.184	488.416.572	100	100	100	100
Nord Ovest	629.477.288	170.761.402	615.375.892	171.566.899	38	35	38	35
Nord Est	329.806.180	94.769.944	324.008.028	95.428.335	20	19	20	20
Centro + Sardegna	482.677.140	136.810.407	471.819.952	136.614.382	29	28	29	28
Sud	227.989.091	84.038.778	220.921.292	84.806.964	14	17	14	17
Ipermercati	231.467.359	62.111.110	234.020.465	64.313.409	14	13	14	13
Supermercati	1.163.496.520	337.253.334	1.122.532.848	334.059.322	70	69	69	68
LSP	274.985.822	87.016.084	275.571.858	90.043.843	16	18	17	18

SPECIALE AUTOCTONI



Nella Gdo italiana si conferma con sempre maggior forza il trend legato alle etichette di qualità che affondano le loro radici nel territorio. Vini di espressione locale, che prendono vita in zone vocate più o meno note al grande pubblico. Tra Doc, Docg e Igt, si sviluppa così un vero e proprio racconto della storia enologica del Bel Paese. Una narrazione che si dipana attraverso referenze storiche o attori da poco saliti alla ribalta della critica, ma sempre all'insegna degli uvaggi autoctoni. Quella che segue vuol essere una panoramica di prodotti tipici capaci d'intercettare i nuovi e i vecchi consumatori. Una carrellata di specialità 100% made in Italy, che non possono mancare nell'offerta di un punto vendita.

BANFI

castellobanfi.com

**Castello Banfi Brunello di Montalcino Docg VITIGNI**

100% Sangiovese.

ZONA DI PRODUZIONE Montalcino (Si), Toscana.**GRADAZIONE ALCOLICA** 14% Vol.**NOTE ORGANOLETTICHE**

Un Brunello elegante ed equilibrato, caratterizzato da un profumo dolce, ricco e complesso di confettura di frutta. Vino di grande struttura che viene ben bilanciata da una buona morbidezza e acidità finale. Estremamente persistente e con ottimo potenziale di invecchiamento.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si abbina particolarmente bene a piatti ricchi e saporiti come carne rossa alla brace, cacciagione in umido, formaggi stagionati. Servire a 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE 450mila**FORMATO**

0,375 - 0,75 - 1,5 - 3 - 5 lt

CAVIRO

www.caviro.it

**1502 Da Vinci in Romagna Rocca di Cesena Romagna Doc Sangiovese Superiore Riserva 2016 VITIGNI**

85% Sangiovese e 15% altri vitigni a bacca nera.

ZONA DI PRODUZIONE

Terreni collinari ben esposti in Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

14% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino di colore rosso rubino intenso tendente al granato. Al naso, i toni fruttati di ciliegia e mora arrivano all'apertura per poi lasciare il passo a note tostate e speziate sul finale. La sua bilanciata acidità, combinata alla morbidezza dei tannini evoluti dall'affinamento e dalla maturità della bacca, esaltano la persistenza e completezza al palato durante la degustazione.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Paste molto condite, carne, cacciagione e formaggi stagionati dal gusto forte. Servire a 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

30mila

FORMATO

0,75 lt

**Tavernello Collezione White Gold Pinot Bianco Famoso Rubicone Igt VITIGNI**

80% Pinot bianco e 20% Famoso.

ZONA DI PRODUZIONE

Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Bianco dal colore giallo paglierino con toni tendenti al verde, questo vino delicatamente aromatico sprigiona un profumo intenso con note floreali dolci di frutta esotica ed essiccata.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Fresco e raffinato risulta l'ideale come aperitivo e in abbinamento con affettati, formaggi e primi piatti leggeri. Temperatura di servizio: 10-12°C

BOTTIGLIE PRODOTTE

200mila

FORMATO

Brik da 0,5 lt

TORMARESCA

www.tormaresca.it

**Chardonnay Igt Salento VITIGNI**

100% Chardonnay.

ZONA DI PRODUZIONE

Puglia.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: giallo tenue con riflessi verdolini. Profumo: note di pesca gialla, fiori di arancio, camomilla. Sapore: vino morbido e fresco, con retrogusto sapido e fruttato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Servire a temperatura di 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

40mila

FORMATO

0,75 lt

**Primitivo Igt Salento VITIGNI**

100% Primitivo.

ZONA DI PRODUZIONE

Puglia.

GRADAZIONE ALCOLICA

14% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: rosso rubino. Profumo: note fruttate di amarena e piccoli frutti rossi, con lievi sentori di liquirizia. Sapore: ingresso morbido, equilibrato, buon corpo e buona persistenza.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Servire a temperatura di 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

300mila

FORMATO

0,75 lt

MONTELVINI

www.montelvini.it

**Raboso Igt Veneto Linea Edizione VITIGNI**

Raboso.

ZONA DI PRODUZIONE

Veneto Orientale.

GRADAZIONE ALCOLICA

10,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino rosso rubino brillante con sentori di marasca e frutti di bosco, in bocca si presenta brioso ed abboccato. Palato fresco ed equilibrato in giusta contrapposizione alla dolce nota gradevole.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Servire a 8-10° C. Aprire appena prima del consumo. Si accosta bene a carne di maiale, legumi ed affettati.

BOTTIGLIE PRODOTTE

55mila

FORMATO

0,75 lt

**Asolo Prosecco Superiore Docg Extra Dry Collezione Plumage VITIGNI**

100% Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Area della Docg Asolo, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Di un bel colore giallo paglierino, esprime una spuma gioiosa, fine e persistente che ne esalta la morbida e giovane fragranza. Il profumo, dalle caratteristiche ed aromatiche sensazioni, è molto ampio e complesso, bilanciato tra fruttato e floreale. Il gusto è morbido, vellutato e al tempo stesso asciutto grazie all'equilibrata nota acida. La sorprendente freschezza, che solletica a lungo, rende questo vino adatto a gradito a tutte le occasioni.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo come aperitivo e in abbinamento con crostacei, servire a 4-6°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

10mila

FORMATO

0,75 lt

UGGIANO

www.uggiano.it

**Chianti Riserva Docg Fagiano VITIGNI**

90% Sangiovese e 10% Canaiolo nero.

ZONA DI PRODUZIONE

Area del Chianti Fiorentino, Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Bel colore rosso bordeaux. Bouquet complesso con note di amarena, frutti di bosco e viola mammola, accompagnate da decisi richiami di vaniglia. Ottima consistenza e rotondità con retrogusto gradevolmente tannico.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale con picci al ragù, pappardelle ai funghi porcini, carne alla griglia, trippa e lampredotto alla fiorentina, cacciagione in umido. Temperatura di servizio: 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

60mila

FORMATO

0,75 - 1,5 (Magnum in cassetta di legno) - 3 (Jeroboam in cassetta di legno) - 5 lt (Jeroboam con versatore in legno)

**Montesperso Sangiovese di Toscana Igt VITIGNI**

100% Sangiovese.

ZONA DI PRODUZIONE

Area del Chianti Fiorentino, Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino con riflessi violacei. Profumo gradevole e persistente che ricorda la ciliegia e le note floreali in cui prevale la viola mammola. Al palato è asciutto, morbido ed equilibrato. Armonico il finale, che lascia un sapore molto fine e lungo.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si abbina ad affettati misti toscani, zuppe di legumi, bolliti e carni alla griglia. Da provare anche con la pizza rossa. Temperatura di servizio: 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

300mila

FORMATO

0,75 lt

CASA VINICOLA SARTORI

www.sartorinet.com

**Kay Corvina Veronese Igt VITIGNI**

100% Corvina.

ZONA DI PRODUZIONE

Vigneti delle colline a Nord di Verona, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino rosso brillante con profumo fruttato, sapore asciutto e persistente con aroma di marasca.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si accompagna ai primi piatti saporiti, agli arrostiti, alle grigliate miste, ai formaggi freschi. Servire a temperatura di 14-16°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

32mila

FORMATO

0,75 lt



SARTORI
DI VERONA

*Il fascino di una storia,
il legame con la terra,
la forza di una personalità
racchiuse in vini che
raccontano con eleganza
al mondo intero
la più intensa
delle storie d'amore:
quella di Verona*

Sartori,
grandi vini
nel nome
di Verona.

I CLASSICI VERONESI DI SARTORI



AMARONE
DELLA VALPOLICELLA

DOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA

SARTORI

CANTINA VALTIDONE

www.cantinavaltidone.it

**Unic'o Ortrugo dei Colli Piacentini Doc Vino Spumante Brut****VITIGNI**

Uve Ortrugo in purezza, raccolte in anticipo rispetto alla normale vendemmia, con un rilevante tenore di acidità fissa, un limitato contenuto zuccherino e un buon patrimonio di aromi varietali.

ZONA DI PRODUZIONE

Colline piacentine, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Spuma bianca. Perlage fine, continuo, persistente. Profumo delicato ma bene espresso, con sentori di frutta bianca, fiori di campo e pane biscottato. Sapore asciutto, pulito e garbato, con un bel fondo fruttato che si sofferma giustamente in bocca.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Va servito ben fresco, a 8-10°C, come aperitivo e per accompagnare tutti i cibi delicati, con l'esclusione della pasticceria.

FORMATO

0,75 lt

**Ortrugo dei Colli Piacentini Doc VITIGNI**

Uve Ortrugo in purezza.

ZONA DI PRODUZIONE

Colline piacentine, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Aspetto: spuma bianca. Colore giallo paglierino con riflessi verdognoli. Profumo: delicato di fiori e frutta. Sapore: secco, con tipico fondo amarognolo di mandorla.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Servire fresco, a 12°C, come aperitivo o con antipasti magri, primi piatti leggeri e pesci.

FORMATO

0,75 lt

DUE TIGLI

www.vinigalassi.com / www.bpuntoio.it

**Pignoletto Doc Spumante Brut Galassi VITIGNI**

Grechetto Gentile.

ZONA DI PRODUZIONE

Provincia di Bologna e Ravenna, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino con riflessi verdognoli. Profumo intenso ed armonico, con sentore di rosa.

Sapore morbido, corposo e leggermente fruttato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo come aperitivo, si abbina perfettamente con antipasti, primi piatti, carni bianche, pesce e formaggi freschi. Servire fresco a 8-10°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

33mila

FORMATO

0,75 lt

**Sangiovese Romagna Doc b.io bpuntoio VITIGNI**

Sangiovese.

ZONA DI PRODUZIONE

Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso intenso, con orli violacei. Profumo vinoso, con note delicate di viola e marasca.

Sapore asciutto e coinvolgente, armonico, leggermente tannico.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si consiglia con primi piatti saporiti, arrostiti di carne e formaggi stagionati. Servire a temperatura di 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

29mila

FORMATO

0,75 lt

CODICE CITRA

www.citra.it

**Niro Montepulciano d'Abruzzo Dop 2016 VITIGNI**

Montepulciano d'Abruzzo.

ZONA DI PRODUZIONE

Provincia di Chieti, Abruzzo.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: rosso intenso con leggeri riflessi scuri di porpora. Gusto: pieno, armonico, spiccano al palato i tannini tipici del Montepulciano, bilanciati da una complessa struttura, polposità e morbidezza. Re-trogusto di confettura e buona persistenza.

Olfatto: bouquet elegante in cui sentori di amarena e frutti di bosco si coniugano a note di pepe nero, cacao e aromi balsamici.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si abbina a primi piatti importanti a base di funghi, tartufo, sughi succulenti. Ideale con l'agnello alla brace, gli arrosticini, la cacciagione e le carni rosse al forno, con antipasti di salumi e formaggi stagionati. Temperatura di servizio: 18-20°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

30mila/anno

FORMATO

0,75 lt

TENUTE PICCINI

www.tenutepiccini.it

**Chianti Doc Piccini VITIGNI**

90% Sangiovese, 5% Ciliegiolo e 5% Canaiolo.

ZONA DI PRODUZIONE

Colline del Chianti, Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5 % Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Il Chianti Piccini Arancio, caratterizzato dal grande successo della sua inconfondibile etichetta, si presenta con un colore rosso rubino intenso e un profumo deciso e persistente di frutta rossa matura. È un vino ben strutturato, morbido, dai tannini soffici, con sentori distinti di frutta rossa.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Estremamente versatile, il Chianti Arancio Piccini è un vino che può essere abbinato a una grande varietà di alimenti, dagli antipasti alle zuppe più sostanziose, agli arrostiti e alla pizza. Temperatura di servizio: 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

3 milioni

FORMATO

0,75 lt

**Contessa di Radda Chianti Classico Doc VITIGNI**

90% Sangiovese, 5% Canaiolo e 5% Colorino.

ZONA DI PRODUZIONE

Radda in Chianti (Si), Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Al vitigno principale per la produzione del Chianti Classico, il Sangiovese, si aggiungono il Colorino e il Canaiolo. I profumi, fra cui in particolare spicca quello di marmola, sono intensi mentre il gusto si presenta asciutto e leggermente tannico.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Consigliato in abbinamento a carni rosse, formaggi stagionati e carni alla griglia.

BOTTIGLIE PRODOTTE

120mila

FORMATO

0,75 lt

VILLA SANDI

www.lagioiosa.it

**Asolo Spago Prosecco Frizzante Doc Biodiversity Friend VITIGNI**

Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Tenuta aziendale Nervesa della Battaglia (Tv) certificata Biodiversity Friend per il mantenimento della biodiversità animale e vegetale nel territorio, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

10,50% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino scarico con lucenti riflessi verdognoli, perlage sottile e delicato. Al bouquet è intensamente fruttato con evidenti note di mela Golden. Piacevole è la nota floreale che ricorda i fiori d'acacia. Al gusto è fresco, elegante e snello con carattere morbido e finale di bocca piacevolmente fruttato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

È l'aperitivo trevigiano per eccellenza. A tavola accompagna con armonia antipasti di piccoli crostacei di laguna e primi piatti a base di erbe spontanee. Temperatura di servizio: 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

150mila

FORMATO

0,75 lt

**Ribolla Gialla Spumante Brut La Gioiosa VITIGNI**

Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Tenuta aziendale nella zona di Spilimbergo (Pn), Friuli Venezia Giulia.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Ha un colore giallo paglierino con ottima consistenza. Dal profumo fine, elegante, con note aromatiche, dove spiccano sentori fruttati e minerali. Al sapore è deciso, vellutato, pieno, piacevolmente aromatico e di grande armonia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Per struttura e personalità si abbina perfettamente a primi piatti della cucina mediterranea, con pesci al cartoccio e arrostiti di carni bianche. Servire a temperatura di 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

100mila

FORMATO

0,75 lt

GIACOBBAZZI VINI

www.giacobazzivini.it

**Giacobazzi 1 Lambrusco di Sorbara Doc VITIGNI**

Lambrusco di Sorbara.

ZONA DI PRODUZIONE

Sorbara (Mo), Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino chiaro con riflessi rosa, la spuma è fine ed evanescente. Profumo caratteristico di violetta e fragoline di bosco. Al palato risulta raffinato, sapido ed elegante grazie alla spiccata acidità.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale per accompagnare i piatti tradizionali della cucina modenese, in particolare tortellini, passatelli in brodo, carni bollite e il tipico zampone o cotechino. La spiccata acidità lo rende adatto anche ai piatti di pesce oltre che un ottimo aperitivo. Servire a 10°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

170mila

FORMATO

0,75 - 1,5 lt

GALASSI

È NEL GUSTO IL PROMEMORIA



Il sangiovese Galassi ha il gusto unico di un vino ottenuto da **acini selezionati uno per uno**, grazie a una tecnologia innovativa che rinnova una tradizione indimenticabile.

Unica anche la nuova **raffinata etichetta** che richiama i preziosi mosaici di Sarsina dedicati a Dioniso, personalizzando una bottiglia ricca, ricchissima di contenuti.



Programma Immagine



GALASSI



seguici su facebook

BORTOLOMIOL

www.bortolomiol.com



B – Bortolomiol Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut Millesimato

VITIGNI

Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Colline di Valdobbiadene, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

11,5 % Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: giallo paglierino. Perlage: fine e persistente. Bouquet: delicato, fruttato e aromatico. Sapore: vellutato, fruttato e aromatico.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si accompagna a frutti di mare e risotti. Servire a 6-8°C

BOTTIGLIE PRODOTTE

50mila

FORMATO

0,75 lt



B – Bortolomiol Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Extra Dry Millesimato

VITIGNI

Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Colline di Valdobbiadene, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

11,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: giallo paglierino con riflessi verdi. Perlage: fine e persistente. Bouquet: delicato, fruttato e aromatico. Sapore: fresco, caratteristico, armonico e vellutato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Delizioso come aperitivo, è un eccellente vino da conversazione. Servire a 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

40mila

FORMATO

0,75 lt

CANTINE RIUNITE & CIV

www.riunite.it



Lambrusco Emilia Igt Vino Frizzante Metodo Ancestrale

VITIGNI

Lambrusco Salamino.

ZONA DI PRODUZIONE

Selezionati vigneti della provincia di Reggio Emilia, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Si presenta con una spuma di buona consistenza e, al naso, si caratterizza per sentori evoluti, derivati dal lievito, che lasciano rapidamente il passo alla fruttuosità della ciliegia e del mirtillo, seguiti da note floreali. La presenza del 'fondo' sul bicchiere può condizionare la variabilità delle sensazioni che divengono più complesse via via che si termina la bottiglia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo per accompagnare piatti tipici della tradizione emiliana, cappelletti in brodo, Parmigiano Reggiano e pasta ripiena. Servire a 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt



Pignoletto Doc Senzatempe Vino Frizzante Metodo Ancestrale

VITIGNI

Grechetto Gentile.

ZONA DI PRODUZIONE

Accurata scelte delle uve provenienti dalle zone più vocate della Doc Pignoletto, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

La struttura è complessa ed elegante, con la naturale freschezza, attenuata da un retrogusto leggermente amarognolo, tipico del vitigno, ma meno accentuato grazie alla morbidezza conferita dai lieviti. Il vino si presenta di colore giallo paglierino più o meno intenso, ha un profumo spiccatamente fruttato di mela, pera e albicocca, con sentore caratteristico della crosta di pane dovuto al lievito naturale presente in bottiglia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Perfetto per accompagnare zuppe di legumi, primi piatti con sughi leggeri e arrostiti di carni bianche. Servire a 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CECCHI

www.famgliacecchi.it



Cecchi Valore di Famiglia Chianti Classico Gran Selezione Docg 2015

VITIGNI

100% Sangiovese.

ZONA DI PRODUZIONE

Castellina in Chianti (Si), Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino tenue, molto delicato. Ingresso in bocca vellutato, che si sviluppa in un'ampia avvolgenza. La progressione è lineare, con una leggera sapidità che è il preludio di un finale lungo e persistente.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Sposa arrostiti, cacciagione e formaggi stagionati. Temperatura di servizio: 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

13mila

FORMATO

0,75 lt

ZORZETTIG

www.zorzettigvini.it



FCO Cunfins 2015

VITIGNI

Refosco e Pignolo.

ZONA DI PRODUZIONE

Friuli Colli Orientali.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,50% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Naso e gusto pieno, ricco ed ampio. Sentori di frutta rossa. Confetture di more.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Sposa carni rosse, selvaggina, formaggi saporiti. Ottimo anche con la salsiccia friulana alla brace. Servire a temperatura di 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

3mila

FORMATO

0,75 lt



FCO Donzel 2018

VITIGNI

Friulano, Chardonnay e Sauvignon.

ZONA DI PRODUZIONE

Friuli Colli Orientali.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,00% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Intenso ed elegantemente armonico in bocca, frutta gialla matura. Mango e salvia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Sposa antipasti di pesce, minestre e risotti alle erbe. Ottimo anche con orzotto al figomoro e Montasio. Servire a temperatura di 10°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

3mila

FORMATO

0,75 lt

MEZZACORONA

www.mezzacorona.it



Teroldego Rotaliano Doc

VITIGNI

Teroldego Rotaliano.

ZONA DI PRODUZIONE

Piana Rotaliana, Trentino Alto Adige.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Principe dei vini trentini, dal colore rosso rubino e il gusto vellutato, con note di frutti di bosco.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo accompagnamento ad arrostiti, grigliate e formaggi stagionati. Servire a temperatura di 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CASA VINICOLA NATALE VERGA

www.verga.it



Nero d'Avola Terre Siciliane Igt vino biologico

VITIGNI

100% Nero d'Avola.

ZONA DI PRODUZIONE

Sicilia.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino, dal profumo speziato. Sapore tipico, sapido e di grande struttura.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo con piatti di carne rossa. Temperatura di servizio consigliata 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

VALDO SPUMANTI

www.valdo.com



Marca Oro Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Extra Dry

VITIGNI

100% Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Valdobbiadene, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: giallo paglierino chiaro con riflessi dorati. Bouquet: inconfondibile profumo fruttato con sentori di mela selvatica, Golden, di fiori d'acacia e di miele. Sapore: snello e gentile, di moderato corpo, con una leggera amabilità residua e il perlage a grana finissima e persistente.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Eccellente aperitivo, si adatta perfettamente a tutte le occasioni conviviali. Può essere consumato a tutto pasto accompagnando cibi delicati, soprattutto a base di pesce. Per apprezzarne appieno il prodotto, la flûte è il bicchiere più adatto e la temperatura di miscita ideale è 6-7°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,375 - 0,75 - 1,5 (Magnum) - 3 lt (Jeroboam)



ABBINALO CON CIÒ CHE AMI.

SANTA
CRISTINA

PASSIONI CHE UNISCONO

Guida buyer

BOTTEGA

www.bottegaspa.com



Casa Bottega Prosecco Doc Spumante Brut
VITIGNI

Glera.

ZONA DI PRODUZIONE
Provincia di Treviso, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA
11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Fresco, delicato, equilibrato con note fruttate che richiamano la mela, la pesca bianca e gli agrumi; chiude con lievi sentori floreali di acacia e glicine.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo come aperitivo e per la preparazione di cocktail, è un vino da tutto pasto che si abbina perfettamente con pasta, risotti, pizza, verdure e secondi piatti a base pesce e a base carne. Va preferibilmente servito a una temperatura di 4-5°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

76mila

FORMATO

0,75 – 1,5 lt

CÀ MAIOL

www.camaiol.it



Lugana Dop
VITIGNI

100% Turbiana.

ZONA DI PRODUZIONE

Le viti si estendono nell'entroterra compreso tra Desenzano (Bs), Sirmione (Bs), parte del comune di Pozzolengo (Bs) e Peschiera (Vr).

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, all'olfatto si dispiega con sentori di mandorla bianca e mela, rivelandosi delicato, secco e fresco. Al palato il gusto sapido, fresco e delicato rimanda alla mandorla bianca e alla mela.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale in accompagnamento a crostacei e frutti di mare, anche se utilizzati come condimenti per pasta e risotti. Interessante anche in affiancamento a pesci bolliti a tendenza grassa, tipici del Lago di Garda. Temperatura di servizio: 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

400mila

FORMATO

0,75 lt

CANTINA DI SOAVE

www.cantinasoave.it



Cadis Amarone della Valpolicella Doc
VITIGNI

Corvina, Rondinella e Molinara.

ZONA DI PRODUZIONE
Vallate dell'Est veronese, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA
14,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino intenso che presenta un ricco aroma di ciliegia matura e di piccoli frutti rossi, con una nota finale di cioccolato. Si presenta ampio ed equilibrato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Perfetto per accompagnare carni alla griglia, arrostiti, selvaggina e formaggi stagionati. Servire a 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CANTINA MESA

www.cantinamesa.com



Primo Bianco Vermentino di Sardegna Doc
VITIGNI

100% Vermentino.

ZONA DI PRODUZIONE

Le viti si estendono nel Sulcis Iglesiente, nell'estremità sud-ovest della Sardegna.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino brillante con leggeri riflessi verdi, all'olfatto si dispiega con intensità con note decise di frutta a polpa bianca e accenni floreali. Al palato è armonioso e vibrante, con la freschezza e la sapidità a donare ritmo gustativo e a sostenere il finale di agrumi e di erbe aromatiche.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale come accompagnamento a pesci al sale, antipasti di mare e formaggi cremosi. Temperatura di servizio: in estate, 8-10°C, l'inverno, 12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CANTINA ORSOGNA 1964

www.zeropuro.bio



Zeropuro Mineraliae Montepulciano d'Abruzzo
VITIGNI

Montepulciano d'Abruzzo.

ZONA DI PRODUZIONE
Orsogna (Ch), Abruzzo.

GRADAZIONE ALCOLICA
13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

L'impenetrabile colore rosso rubino con sfumatura porpora vorrebbe nascondere ciò che al naso arriva intensamente: amarena sotto spirito e in confettura, cuoio e mandorla. Al gusto è caldo, pieno, giustamente tannico e sapido.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale dai primi piatti fino alle carni rosse e selvaggina cucinate alla griglia o al forno. Servire a temperatura di 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

13mila/anno

FORMATO

0,75 lt

FANTINI GROUP

www.farnesevini.it



Leggenda Gold Series Primitivo di Manduria Doc
VITIGNI

100% Primitivo.

ZONA DI PRODUZIONE

Salento, Puglia.

GRADAZIONE ALCOLICA

15% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino intenso con vene di porpora; profumo intenso con presenza di confettura di ciliegia e more, intrise di tabacco mentoso, leggermente speziato. Al gusto in evidenza la dolcezza della componente speziata, con un finale che regala note di cacao e caffè. Ben persistente, evolverà ulteriormente per i prossimi 10 anni. Servire a 18°C.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale in accompagnamento alla grande cucina pugliese con i suoi piatti di carne.

Ottimo anche con selvaggina e formaggi di pecora stagionati.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

F&P WINE GROUP

www.fpwinegroup.it
ilpoggiarello.fpwinegroup.it/



Il Poggiarello Ortrugo dei Colli Piacentini Doc Frizzante Gli Spaghi
VITIGNI

Ortrugo.

ZONA DI PRODUZIONE

Colli Piacentini, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Color giallo paglierino con riflessi verdognoli. Al naso sensazioni di melissa, gardenia e sambuco con note di pesca e frutto della passione. Sentori di mentuccia fresca.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale con antipasti a base di salumi e primi piatti a base di pesce. Ottimo anche con tartare di pesce e pizza. Da servire rigorosamente fresco.

BOTTIGLIE PRODOTTE

35mila

FORMATO

0,75 lt

LAMOLE DI LAMOLE

www.lamole.com



Chianti Classico Doc
VITIGNI

90% Sangiovese e 10% Canaiolo nero.

ZONA DI PRODUZIONE

Chianti Classico.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rubino intenso e vivace, all'olfatto si dispiega un bouquet delizioso di fiori viola e azzurri, lampone e melagrana, con qualche preziosissimo speziato a far da sfondo. Al palato è fresco, delicato nella frizione tannica e convintamente sapido in fondo. L'insieme comunica una spontaneitàagliarda, eppure a suo modo ricercata.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale con i piatti della cucina toscana più verace: la pappa al pomodoro e gli gnudi di ricotta e verdure. Se servito fresco, accompagna perfettamente taglieri di salumi rustici e agliati, carpacci e tartare di carne cruda, testaroli al pesto di basilico e il cacciucco. Temperatura di servizio: 14-16°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

133mila

FORMATO

0,375 – 0,75 lt

MIONETTO

it.mionetto.com



Prestige Collection Prosecco Doc Bio Extra Dry
VITIGNI

100% Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Area della Doc Prosecco.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Spumante dal perlage persistente e cremoso, che mescola profumi di fiori di acacia con generose note di mela Golden, ananas e arancia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Delizioso come aperitivo ed eccellente in abbinamento con le carni bianche, pesce fresco e risotto. Temperatura di servizio ottimale: 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

MO Collection Prosecco Doc Treviso Extra Dry
VITIGNI

100% Glera.

ZONA DI PRODUZIONE

Area del Prosecco Doc Treviso.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Ottenuto da uve provenienti da una zona storicamente vocata alla produzione di Prosecco, accuratamente spumantizzato affinché possa esprimere al meglio le proprie doti, si esprime attraverso cremose e persistenti bollicine e generose note fruttate di mela, acacia, agrumi e mandorla, tipiche del vitigno di provenienza.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo come aperitivo, con antipasti di pesce, molluschi e crostacei, ben si abbina alla cucina primaverile a base di erbe spontanee come risotti e torte salate. Può accompagnare anche la pasticceria moderatamente dolce. Temperatura di servizio ottimale: 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

AUTOCTONI

CANTINA VALPOLICELLA NEGRAR

www.cantinanegrar.it



Cantina di Negrar Corvina Rosso Veronese Igt

VITIGNI

100% Corvina.

ZONA DI PRODUZIONE

Valpolicella, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,50% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: rosso rubino con riflessi granati. Profumo: speziato con note di vaniglia e sentori di ciliegia ed amarena. Sapore: morbido e rotondo con tannini dolci che si fondono bene con la tessitura del vino. In finale è lungo disposto su toni speziati.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si abbina a carne rossa alla brace e brasati. Servire a temperatura di 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

30mila

FORMATO

0,75 - 3 lt

CANTINA DI CARPI E SORBARA

www.cantinadicarpiesorbara.it



Pignoletto Doc

Bianco Secco Frizzante

VITIGNI

100% Grechetto bianco

ZONA DI PRODUZIONE

Comuni di Nonantola e Castelfranco (Mo), provincia di Bologna, Emilia Romagna.

GRADAZIONE ALCOLICA

11% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino frizzante con profumo fruttato. Presenta un sapore vivace, sapido e pulito. Colore bianco paglierino. Spuma persistente.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Vino ideale per accompagnare antipasti e aperitivi, ma anche i primi piatti della tradizione italiana come tortellini in brodo e il risotto allo zafferano. Inoltre, con il suo sapore vivace è in grado di esaltare il gusto di piatti a base di pesce e carni bianche. Può essere servito a una temperatura di 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

90mila

FORMATO

0,75 lt

CAVIT

www.cavit.it



Teroldego Rotaliano Doc Matri Vernacoli

VITIGNI

Esclusivamente uva Teroldego.

ZONA DI PRODUZIONE

L'area del Campo Rotaliano, alla confluenza del torrente Noce con il fiume Adige, nei comuni di Mezzolombardo, Mezzocorona e la frazione di Grumo di San Michele all'Adige (Tn), Trentino Alto Adige.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,50% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore rosso rubino vivo e brillante. L'invecchiamento fa comparire delle caratteristiche sfumature aranciate. Profumo netto, con nota tipicamente fruttata (sentore di lampone e di banana) da giovane, poi, con l'invecchiamento, si fa più composto ed etereo. Sapore secco, piacevolmente strutturato, di garbato ed elegante equilibrio.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si accompagna bene con bolliti, arrostiti di carni rosse, grigliate e formaggi stagionati. Servire a 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CONTE GUICCIARDINI

www.conteguicciardini.it



Le Viste Chianti Colli Fiorentini Doc

VITIGNI

85% Sangiovese, 15% Canaiolo e Colorino.

ZONA DI PRODUZIONE

Colli fiorentini, Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13 - 13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Color rubino con riflessi porpora, aromi tipici che si aprono a sentori fruttati, equilibrio fra componenti tanniche ed alcoliche. Finale lungo ed elegante.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Temperatura di servizio consigliata: 16°C. Si presta ad accompagnare diversi tipi di piatti, tra cui salumi, primi saporiti o secondi a base di carni rosse.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

ENOITALIA

www.enoitalia.it



Dal Vulcano Aglianico del Vulture Doc

VITIGNI

Aglianico.

ZONA DI PRODUZIONE

Provincia di Potenza, Basilicata.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Intenso con aromi di confettura di mirtillo e sentori di spezie. Gusto: buona struttura con tannini maturi e un finale lungo.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si abbina molto bene a piatti importanti a base di carne e a pietanze con condimenti saporiti, come salsa barbecue e spezie. Temperatura di servizio: 18-20°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

LEONE DE CASTRIS

www.leonedecastris.com



Five Roses Rosato Igt Salento 2018

VITIGNI

90% Negroamaro e 10% Malvasia Nera di Lecce.

ZONA DI PRODUZIONE

Salice Salentino (Le), Puglia.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Conquista al primo sguardo con il caratteristico rosa cerasuolo cristallino e ti rapisce con i sentori fruttati di ciliegia e fragolina di bosco. In bocca è fresco, morbido e piacevolmente persistente.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Si consiglia di abbinarlo a risotti, bolliti e piatti a base di pesce e carni bianche. Ottimo con la frisa salentina. Servire a temperatura di 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

160mila

FORMATO

0,75 lt

TENUTE DEL CERRO

www.tenutedelcerro.it



Fattoria del Cerro Vino Nobile di Montepulciano Doc

VITIGNI

Prevalentemente Prugnolo Gentile.

ZONA DI PRODUZIONE

Montepulciano (Si), Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

La percezione dei frutti neri e della ciliegia al naso accompagna il palato con fini note speziate, gusto equilibrato con evidente ma discreta componente tannica.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo abbinato ad antipasti, primi piatti conditi con sughi di carne, paste ripiene, secondi di carni rosse alla griglia o in cassetta. Servire in bicchieri di vino di dimensioni medie a 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

300mila

FORMATO

0,75 lt

CANTINA TOLLO

www.cantinatollo.it



Colle Secco Cococciola Terre di Chieti Igp

VITIGNI

100% Cococciola.

ZONA DI PRODUZIONE

Provincia di Chieti, Abruzzo.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino con tenui riflessi verdolini. Odore fruttato, con sentori di pesca e pera, fini note minerali ed eleganti nuances floreali di ginestra. Sapore fresco e sapido, di buon equilibrio e finale mandorlato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo con tutta la cucina marinara dell'Adriatico e con pietanze delicate a base di carni bianche. Servire a temperatura di 8-10°C.

FORMATO

0,75 lt

TOSO

www.toso.it



Piemonte Doc Barbera Frizzante Fiocco di Vite

VITIGNI

Barbera.

ZONA DI PRODUZIONE

Province di Cuneo, Asti, Alessandria, Piemonte.

GRADAZIONE ALCOLICA

12% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Di colore rosso rubino, è un vino fruttato, vinoso, con note di ciliegia e frutti rossi. In bocca è asciutto, di buon corpo ed equilibrato.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Eccellente in abbinamento a carni rosse, selvaggina e formaggi stagionati.

BOTTIGLIE PRODOTTE

130mila / anno

FORMATO

0,75 lt

CANTINA TRAMIN

www.cantinatramin.it



Freisinger Schiava Südtirol Alto Adige Doc

VITIGNI

Schiava.

ZONA DI PRODUZIONE

Südtirol - Alto Adige.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,0 % Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Profumi: bouquet fresco e fruttato dalle piacevoli note di frutta a bacca rossa. Saperi: di frutta fresca e da delicate note di mandorla amara. Struttura tannica leggera. Vino leggero, estremamente piacevole.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale con pasta, pizza, verdure e piatti a base di pesce. Ottimo anche con la luganega, non può mancare con la tipica merenda altoatesina di speck, Kaminwurzen (salamini affumicati tipici dell'Alto Adige) e formaggi.

BOTTIGLIE PRODOTTE

13mila circa (0,75 lt) e 400 Magnum (1,5 lt)

FORMATO

0,75 - 1,5 (Magnum) lt

BULICHELLA

www.bulichella.it

**Tuscanio Bianco Igt
Costa Toscana****VITIGNI**

Vermentino.

ZONA DI PRODUZIONE

Suvereto (Li), Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore giallo paglierino. Note spiccate di frutta a polpa gialla ed esotica. Piacevole sapidità e freschezza con un buon equilibrio e persistenza.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Antipasti, primi piatti delicati e piatti a base di pesce.

BOTTIGLIE PRODOTTE

12mila

FORMATO

0,75 lt

**CANTINA VALPANTENA
VERONA**

www.cantinavalpantena.it

**Amarone della Valpolicella Doc
Brolo dei Giusti 2011****VITIGNI**

80% Corvina Veronese, 10% Corvinone e 10% Rondinella.

ZONA DI PRODUZIONE

Verona, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

15,90% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Il vino veste un rosso fitto e brillante, che lascia intuire le grandi potenzialità d'invecchiamento.

Raffinati sentori di cacao e spezie dolci avvolgono l'olfatto, lasciando poi spazio a ricordi di piccoli frutti rossi e scuri macerati. Ampio, potente e caldo, al palato il vino si dimostra tanto esplosivo quanto delicato, con tannini levigati ma ben presenti che ne confermano corpo, persistenza e rotondità.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Servire a 18-20°C in calice Bourgogne. Si consiglia l'apertura almeno un'ora prima del consumo. A tavola si abbina con piatti dai sapori decisi della tradizione veneta, quali pasta e fagioli o secondi di carne arrosto.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CARRANCO

www.carranco.it

**Etna Bianco Doc
Villa dei Baroni 2018****VITIGNI**

100% Carricante.

ZONA DI PRODUZIONE

Contrada Carranco, Castiglione di Sicilia (Ct), Sicilia.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Un colore giallo paglierino, con sentori fruttati di mela verde e pompelmo, ma anche di pesca bianca matura. A questi aromi si accompagnano note di erbe aromatiche. L'acidità, sapidità e le spiccate note minerali donano freschezza e potenza ad un vino sicuramente vocato per un lungo invecchiamento in bottiglia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Un classico abbinamento è il pesce, ma il suo profilo intenso di erbe aromatiche e il palato avvolgente lo rendono l'aperitivo più piacevole e ideale anche con antipasti, primi e formaggi. Servire a temperatura di 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

CIELO E TERRA

it.casadefra.com

**Casa Defrà Barbarano
Colli Berici Doc****VITIGNI**

100% Tai Rosso.

ZONA DI PRODUZIONE

Colli Berici, Veneto.

GRADAZIONE ALCOLICA

13,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Profumo di frutti rossi maturi, lampone, mirtillo, bacche rosse, ciliegia.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ottimo con carni rosse e formaggi stagionali. Servire a 17°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

N/A

FORMATO

0,75 lt

FANTINEL

www.fantinel.com

**Santa Caterina Ribolla Gialla Igt
Venezia Giulia****VITIGNI**

Ribolla gialla.

ZONA DI PRODUZIONE

Area del Collio, a Vencò, Dolegna del Collio (Go), Friuli Venezia Giulia.

GRADAZIONE ALCOLICA

12,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Dai selezionati vigneti della Tenuta Fantinel nel Collio, nasce un bianco dall'essenza fine e ricercata. Un antico vitigno autoctono dal carattere autentico, sempre moderno e adatto ad ogni occasione. Colore: giallo paglierino carico. Profumo: sottile ed elegante. Sapore: fresco, vivace, di corpo.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Ideale come aperitivo, perfetto con antipasti freddi, con pesci bolliti, magari d'acqua dolce, ma anche con ostriche e tartufi di mare. Temperatura ideale di servizio: 10-12°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

30mila

FORMATO

0,75 lt

PODERI LUIGI EINAUDI

www.poderieinaudi.com

**Barolo Doc Cannubi****VITIGNI**

Nebbiolo.

ZONA DI PRODUZIONE

Sottozona Cannubi del comune di Barolo (Cn), Piemonte.

GRADAZIONE ALCOLICA

14,5% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Vino di gran classe che esprime l'eleganza propria del territorio, di un brillante colore rosso granato cui il tempo dona lievi tonalità ambrate, esuberante nei profumi di frutto e spezie, di grande struttura, sapore pieno e vellutato, con lungo finale di goudron e spezie.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Sposa carne rossa, arrostiti e brasati, selvaggina o formaggi di media stagionatura. Temperatura di servizio: 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

12mila

FORMATO

0,75 lt

POGGIO CAGNANO

www.poggiocagnano.it

**Altaripa Sangiovese Doc
Maremma Toscana Rosso 2016****VITIGNI**

Sangiovese.

ZONA DI PRODUZIONE

Manciano (Gr), Maremma, Toscana.

GRADAZIONE ALCOLICA

14% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Un Sangiovese in purezza che a un'altitudine di 450 m trova un habitat ideale per esprimere le sue caratteristiche più eleganti. Naso elegante, con sensazioni di piccoli frutti rossi, erbe officinali, piccole spezie e pietra focaia. Una trama tannica setosa porta al finale profondo e persistente.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Dai primi piatti fino alle carni rosse e selvaggina cucinate alla griglia o al forno, servire a temperatura di 18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

2mila

FORMATO

0,75 lt

TENIMENTI CIVA

www.tenimenticiva.com

**Refosco dal Peduncolo Rosso
Biele Zôe Cuvée 85 I 15 Doc
Friuli Colli Orientali****VITIGNI**

Refosco dal Peduncolo Rosso.

ZONA DI PRODUZIONE

Friuli Colli Orientali.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol. c.a.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: rosso violaceo. Profumo di mora selvatica, sottobosco, marasca, viola e la tipica nota speziata di chiodo di garofano. Gusto: è tra i grandi vini rossi del Friuli Venezia Giulia. Vivace in gioventù, con l'invecchiamento incrementa la sua complessità. Strutturato senza essere eccessivo, ha una beva che invita al sorso successivo.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Il Refosco dal Peduncolo Rosso si sposa bene con la selvaggina e le carni grasse per dar piacere e pulire il palato. Si può accostare a un formaggio, Montasio o Asiago, purché a pasta matura e ancor morbida. Possiamo abbinarlo anche a una frittata di uova, pancetta e peperoni. Temperatura di servizio: 15°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

50mila

FORMATO

0,75 lt

TENUTA MAZZOLINO

tenuta-mazzolino.com

**Bonarda Oltrepò Pavese Doc****VITIGNI**

100% Croatina.

ZONA DI PRODUZIONE

Oltrepò Pavese, Lombardia.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Olfatto: vinoso, caratteristico del vitigno, con in evidenza la marasca, il mirtillo e leggeri cenni floreali e pepati. Palato: attacco fruttato e saporito, ritornano i toni vinosi di marasca e mirtillo, acidità moderata, tannino schietto e vivo caratteristico del vitigno.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Dà il meglio di sé con i piatti della grande tradizione lombarda, piemontese ed emiliana - carrello dei bolliti misti, brasati, cotechino, lumache - e con i grandi salumi dell'Oltrepò Pavese, salame di Varzi in testa. Da servire a 16-18°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

8mila

FORMATO

0,75 lt

CANTINE VOLPI

www.cantinevolpi.it

**Colli Tortonesi Doc Timorasso
Cascina La Zerba di Volpedo 2017****VITIGNI**

100% Timorasso.

ZONA DI PRODUZIONE

Colli Tortonesi, Piemonte.

GRADAZIONE ALCOLICA

13% Vol.

NOTE ORGANOLETTICHE

Colore: giallo paglierino intenso. Profumo: caratteristico e armonico. Sapore: di buona struttura, fresco e armonico.

ABBINAMENTI E TEMPERATURA DI SERVIZIO

Sposa antipasti, primi piatti come riso e pasta, piatti a base di pesce sia di mare sia di acqua dolce. Si consiglia una temperatura di servizio di 6-8°C.

BOTTIGLIE PRODOTTE

7.800

FORMATO

0,75 lt



Merano WineFestival: un'edizione da incorniciare

La manifestazione chiude con 11.500 presenze. E si conferma un luogo d'incontro (e business) privilegiato per gli operatori del settore. Grande affluenza anche agli eventi del Fuorisalone, immancabile 'passerella' per i wine lovers.

Cala il sipario sul Merano WineFestival, la kermesse più glamour del settore enologico. Dal 9 al 12 novembre, la città altoatesina si è trasformata in un palcoscenico di grande prestigio, dove hanno sfilato molte delle etichette più blasonate del mondo.

Nel corso di cinque giornate, 950 case vinicole d'eccellenza e 11.5000 visitatori hanno affollato i luoghi della manifestazione meranese, con un significativo incremento di operatori e specialisti del settore e con un indotto calcolato in 10 milioni di euro.

Cuore della manifestazione, la 'The Official Selection', dove viene presentata la selezione dei migliori prodotti premiati con The WineHunter Award Rosso, Gold e Platinum. Vini selezionati direttamente da Helmut Köcher, patron della manifestazione, in collaborazione con commissioni di assaggio presenti

in tutta Italia. Il risultato di questa ricerca, lunga 12 mesi, sono le 'chicche' protagoniste al Kurhaus, lo storico palazzo liberty di Merano.

Molte le novità presentate nel corso di questa 28esima edizione, a cominciare da 'Vino in Anfora WineHunter Area', con protagonisti 23 vini affinati nel modo più antico. Altra novità la 'Vino in Vulcano WineHunter Area', dedicata in questo caso alle produzioni di territori vulcanici: 28 in tutto. Da segnalare anche la 'WineHunter Area', un'enoeca dove è stato possibile degustare una selezione di oltre 300 vini premiati con The WineHunter Award sul palco del Kurhaus. E ancora, 'Wine International', un'area dedicata a 83 produttori provenienti dalle migliori aree vitivinicole del mondo, e l'Union des Grands Crus de Bordeaux, dove 13 storici Chateaux hanno proposto in degustazione i loro prodotti più prestigiosi.

Anche quest'anno, presso i singoli banchi d'assaggio è stato possibile degustare alcune vecchie annate (almeno 10 anni di invecchiamento), la cosiddetta 'Old vintage collection'. 47 invece le 'new entries': le cantine vinicole che, per la primissima volta, hanno partecipato alla kermesse dentro alla Sala Czerny. Una menzione va anche alla 'GourmetArena', dove la novità 2019 era rappresentata dall'area Spirits&Mixing con il suo Cocktail Bar.

Com'è tradizione, un Merano WineFestival che si rispetti non può terminare senza la famosa 'Catwalk Champagne'. Gran finale che ha visto sfilare più di 50 tra le migliori aziende produttrici di Champagne, abbinata per l'occasione a specialità gastronomiche d'eccellenza.

L'appuntamento con la 29esima edizione del Merano WineFestival torna dal 6 al 10 novembre 2020.

M.B.

Il Fuorisalone

La commistione tra business e divertimento è ciò che fa del Merano WineFestival uno degli eventi più amati dai wine lover e dagli addetti al settore. Un binomio reso possibile dal ricco calendario di 'side events' che ogni anno animano il fuorisalone Merano WineCitylife, naturale proseguimento della kermesse 'ufficiale'. Appuntamenti culinari, convegni, premiazioni, tavole rotonde e naturalmente degustazioni esclusive hanno anima-



to ogni angolo della città. Iconico lo spazio dedicato a Tannico, un originale Double Decker - il bus inglese a due piani - trasformato in wine&cocktail bar, dove ogni giorno due Master Experience hanno proposto degustazioni di bottiglie ricercate, italiane e francesi. Imperdibile anche l'appuntamento wine & music organizzato da Signorvino, o ancora il corner del Consorzio Garda Doc e l'Area Bollicine d'Oltrepò.



Big Data Collaboration per la crescita del business

**I Distributori dispongono di innumerevoli dati
I Produttori possono offrire competenze specifiche**

**Collaborando possono relazionarsi al meglio con
i propri clienti**

Le soluzioni di IRI per la gestione dei Big Data consentono a produttori e distributori di collaborare e sviluppare strategie condivise per i consumatori utilizzando dettagli informativi sempre più accurati e granulari.

Collaborazione. Obiettivi comuni. Crescita.

Per scoprire come possiamo fare crescere il tuo business visita il sito
www.iriworldwide.com/it-IT



IRi
Growth delivered.