

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 2 - 41012 Parma (PR) - Tel. +39 0521 231111 - Fax. +39 0521 231112 - E-mail: info@turboediting.it
Meda (MB) - Tel. +39 0362 60063/4 - Fax. +39 0362 600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008 - Poste Italiane SpA
Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 art. 1 comma 1 - L. 46/2004 art. 1 comma 1 - LOMI - Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Riserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

VINO & CONSUMI

ANNO 7 - NUMERO 2 - FEBBRAIO 2020
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

COSA FESTEGGIAMO?



RIUNITE 70 ANNI DI LAMBRUSCO,
 PASSIONE E SUCCESSI.



Riunite
 Il Lambrusco ci unisce.



SOCIAL METER
 La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia. Rilevazione del 28/01/2020. Fonte: Tespi Mediagroup

| Facebook | | | Instagram | | | Twitter | | |
|----------|------------------|------------|-----------|----------------------|----------|---------|------------------|----------|
| CATENA | | | CATENA | | | CATENA | | |
| | | FOLLOWER | | | FOLLOWER | | | FOLLOWER |
| 1 | Carrefour Italia | 11.254.523 | 1 | Lidl | 531.000 | 1 | Carrefour Italia | 95.799 |
| 2 | Lidl | 2.176.999 | 2 | Eurospin Italia | 161.000 | 2 | Lidl | 31.799 |
| 3 | Conad | 995.711 | 3 | Esselunga | 132.000 | 3 | Coop Italia | 27.886 |
| 4 | Eurospin Italia | 977.697 | 4 | Md Spa | 49.100 | 4 | Conad | 27.697 |
| 5 | Esselunga | 747.965 | 5 | Auchan Retail Italia | 45.400 | 5 | Gruppo Végé | 25.764 |



VINO & CONSUMI

ANNO 7 - NUMERO 2 - FEBBRAIO 2020
 DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

Primo piano

a pagina 25

Boccia(to)

L'azienda grafica del presidente di Confindustria rischia il fallimento. Ha un fatturato di 43 milioni di ricavi. Con debiti per 38 milioni di euro. Di cui 20 verso le banche.

L'evento

alle pagine 10 e 11



Un assaggio di Vinitaly

Dal debutto degli Orange wines allo spazio riservato ai piccoli produttori. Dal potenziamento del biologico alla prestigiosa selezione 5 Star Wines. Le principali novità della 54esima edizione della rassegna veronese. In programma dal 19 al 22 aprile.

POLE POSITION

VALDO
 'FLORAL JUNGLE EDITION'
 SPUMANTE ROSÉ BRUT



a pagina 5

SCENARI

(DI)VINO BIOLOGICO

Cresce il consumo di bottiglie bio. Un mercato destinato a espandersi ulteriormente, con la Francia primo consumatore e il Bel Paese maggiore produttore ed esportatore. Lo studio di Millésime Bio.

alle pagine 14 e 15

Guida buyer



VINI ROSATI

da pagina 18 a pagina 24

Focus on

a pagina 12



Rivoluzione Prosecco

Perfezionata la legislazione sulle 'Rive' e sulla possibilità di specificare in etichetta la tipologia Extra Brut. Intanto, il più famoso vino veneto si tinge di rosa. E a Valdobbiadene i produttori puntano sull'identificazione territoriale.



ALL'INTERNO
 Il calendario della Formula 1

Dossier



PIEMONTE

da pagina 29 a pagina 31

Zoom

a pagina 28

Federalimentare sotto attacco

Filiera Italia si pone come alternativa all'associazione di Confindustria. Nuove nomine e nuovi soci. Grazie anche all'attivismo di Coldiretti.

L'intervista

a pagina 13

Bollicine nel Dna

Il nuovo volto del Lambrusco e la sfida internazionale del Prosecco. Intervista a Francesca Benini, direttrice commerciale e marketing di Cantine Riunite & C. Tra dazi, consumatori moderni e progetti per il futuro.



Storie di bamboccioni e dintorni

Questa volta voglio raccontare la storia di Giovanni. Figlio unico, vive in una famiglia con un reddito familiare medio. Ha quasi 30 anni. Mamma e papà lavorano ancora e “portano a casa” circa 50mila euro l’anno. L’abitazione è di proprietà, hanno un appartamento in montagna (seconda casa), e fra Bot e Cct hanno da parte un gruzzoletto che permette di guardare con serenità il futuro. Ma c’è un problema.

Giovanni è inattivo, cioè fa parte di quei Neet (Neither in employment nor in education or training) che rappresentano il 18,8% della popolazione giovanile italiana. Il ministro Padoa Schioppa li aveva chiamati, a suo tempo, “Bamboccioni”. E aveva ragione.

Terminati gli studi, liceo più università, in un lasso di tempo abbastanza ampio, con pause più o meno lunghe e voti nella media, Giovanni ha cominciato a cercare lavoro. Ma non l’ha trovato. O meglio, ha trovato dei datori di lavoro che l’avrebbero sì assunto ma con uno stipendio al di sotto delle sue aspettative. Oppure con una qualifica bassa, non corrispondente, a suo parere, al livello di studio faticosamente, si fa per dire, conquistato.

Così Giovanni se ne sta a casa. La sua giornata comincia tardi la mattina. Qualche mail, whatsapp con gli amici, un po’ di palestra nel tardo pomeriggio, l’apericena, il drink dopo cena con la ragazza. Riassumendo: non fa un cazzo tutto il giorno.

E i genitori? A loro dispiace questa situazione. Vorrebbero che trovasse un lavoro ma sono convinti (soprattutto la mamma) che: “Lui certamente merita di più”. E si va avanti così.

A prima vista la situazione appare paradossale. Ma se la valutiamo attentamente non è proprio così. Quando Mourinho, allenatore dell’Inter venne in Italia disse: “Sono portoghese ma non sono pirla”. Giovanni potrebbe dire la stessa cosa: “Sono bamboccione ma non sono pirla”.

Ha ragione. Mangia, beve, dorme nella sua stanzetta, ha un’auto tutta per lui, papà gli paga la benzina, l’assicurazione e il bollo, la paghetta è assicurata: cosa volete di più?

Qualcuno potrebbe obiettare che il problema è il futuro. Cosa mai farà da grande questo ragazzo?

La risposta è semplice: vivrà della ricchezza accumulata dai suoi genitori. Una volta defunti, pace all’anima loro, Giovanni potrà amministrare il loro patrimonio e vivere, forse, per il resto dei suoi giorni.

Tutto questo per dire che quando mi raccontano di disoccupazione giovanile e dei suoi altissimi livelli in Italia, mi metto a ridere. Quel quasi 20% di Neet rappresentano non dei disoccupati, ma dei cazzari che vivono sulle spalle dei loro genitori. Potrebbero lavorare, dedicandosi a mansioni magari inferiori a quello per cui hanno studiato, ma non lo fanno.

Ne ho visti passare tanti dai miei uffici. Persone che, in un colloquio di lavoro, prima di dimostrare quanto valgono, chiedono: la paga mensile e l’orario. Cose giuste e sacrosante ma prima occorre discutere di altro, forse.

Singolare poi il caso di una ragazza appena diplomata. Stavo cercando un’assistente. Eravamo nel 2009, periodo di maggior crisi per il nostro paese. Disoccupazione e cassa integrazione alle stelle. Alla diciannovenne di Desio - pochi chilometri da Meda, dov’era ed è la nostra redazione - proponevo uno stage pagato 500 euro al mese, per sei mesi, e successivamente un impiego a tempo indeterminato. Presi un appuntamento, dovevamo vederci la mattina dopo. La sera stessa, verso le 22.00 ricevetti una mail: “Buonasera Dr Frigerio. Domani non verrò all’appuntamento. Abbiamo fatto una riunione di famiglia. Il posto di lavoro è troppo lontano da casa. Cordiali saluti”.

Feci fatica a dormire quella notte. M’immaginavo la scena della famiglia riunita a discutere della proposta. La mamma, mano nella mano con la figlia. Il papà che magari avrebbe posto qualche obiezione alla sciagurata decisione ma se ne stava zitto zitto in fondo al tavolo. Alla fine la sentenza: “No, troppo lontano, con tutti i pericoli che ci sono in giro...”

Povera Italia... Sempre più povera...

VINO
CONSUMI

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 7 - numero 2
febbraio 2020
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 7 febbraio 2020

Valdo ‘Floral Jungle Edition’ Spumante rosé brut

Dopo anni di successi nel canale Horeca e il lancio negli Usa, arriva nei punti vendita della distribuzione italiana la Floral Jungle Edition di Valdo. Un vino unico nel suo genere: Valdo è stata la prima azienda a proporre una cuvée di Glera e Nerello Mascalese, vitigno autoctono siciliano coltivato a un’altitudine di 300 metri sulle pendici dell’Etna. Il risultato è uno spumante brut rosé particolarmente elegante, caratterizzato da un ampio bouquet floreale e note delicate di piccoli frutti rossi.

Punto di forza della Rosé Floral Jungle Edition è, senza dubbio, il suo packaging. Disegnata in esclusiva per Valdo da Fabrizio Sclavi, illustratore e giornalista che ha collaborato con le più importanti maison italiane, la bottiglia si ispira alle ultime tendenze di moda e design che richiamano colori, forme ed elementi della natura tropicale.

Rosé Floral Jungle Edition è stata protagonista, sia nel 2018 che nel 2019, di due sfarzosi tour estivi con eventi a tema jungle nei migliori beach club italiani. Arricchiti, per l’occasione, da materiale pos dedicato, photo booth, bancone bar personalizzato, corner con ambientazione jungle e gift per i consumatori.



**Packaging
di forte impatto
a scaffale**

**Il target
è prevalentemente
femminile, giovane e
sensibile alla moda
e alle tendenze**

**Grazie alla
riconoscibilità e alla
forza del suo brand,
Valdo è da sempre un
punto di riferimento nel
mondo dei vini spumanti
e un’assoluta garanzia
di qualità e competenza**

Vitigni.
Glera e Nerello Mascalese

Gradazione alcolica.
11,5% vol.

Note organolettiche.
Il bouquet è elegantemente fiorito, con presenza consistente di lampone. Il perlage è fine, il sapore morbido. Per gustarlo al meglio si consiglia di servirlo a una temperatura di 6-8°C

Abbinamenti.
Originale come aperitivo, ottimo con menù a base di pesce, crostacei o delicati piatti di carne.

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.



il pagellone

IL MAIALE CADUTO DAL CIELO

In Uruguay è giallo su un video, divenuto virale sui social, che mostra un maiale che cade dal cielo. Nel video si vede un elicottero civile mentre sorvola una villa e, subito dopo, la caduta di un animale, successivamente identificato come un maiale, che centra, con incredibile e sospetta precisione, la piscina dell'abitazione sottostante il velivolo. Secondo quanto ricostruito da alcuni giornali, l'animale è stato successivamente mangiato, dopo essere stato arrostito, dalla famiglia residente nella villa. Nonostante l'uomo negli qualsiasi responsabilità nella vicenda, il sospetto degli inquirenti è in realtà che il lancio dall'elicottero del povero animale sia frutto di una scommessa tra il proprietario della villa e un suo vecchio amico. Come dire, tra amici, mangiamo una costoletta al volo, e via!



VOTO

5

DELIA BUONOMO

La signora Delia è la proprietaria del bar Hobbit di Ventimiglia, in provincia di Imperia. Un nome preso in prestito dal mondo fantasy, in onore del celebre J.R.R. Tolkien. La donna gestisce il bar da più di 15 anni, ma circa quattro anni fa, in un'estate torrida, il suo locale viene soprannominato "il bar dei migranti". "Per strada c'erano bambini che piangevano di caldo, di sete, senza che nessuno facesse nulla", ha raccontato Delia. "Li ho fatti entrare, ho dato loro da mangiare e li ho fatti riposare". Da quel giorno il bar è diventato un luogo di ristoro per i poveri migranti, perché nove chilometri più a ovest c'è il confine francese, diventato una frontiera invalicabile. Gli stranieri in attesa hanno sentito parlare di quella donna che offre pasti caldi, e Delia sa riconoscere gli sguardi di chi ha fame. Così, pian piano, il passaparola si diffonde. "Io non ho mai fatto politica", aggiunge, "sono una lavoratrice, non ho mai avuto un credo particolare. Faccio solo ciò che sento. Gli altri eserciti sono nel torto. Se conoscessero la professione, saprebbero che negli esercizi pubblici si devono far entrare tutti". Tuttavia, in questi anni i problemi del bar non sono stati creati dai migranti, ma soprattutto dalle istituzioni, con i loro presidi all'esterno e i controlli igienici sanitari a raffica. "In tutti questi anni non li avevo mai visti tutti questi controlli", ha affermato Delia. Purtroppo, e ci dispiace dirlo, le fiabe prima o poi finiscono. Ma se ne può sempre cominciare un'altra, per fortuna.



VOTO

10

BURGER KING

Sfruttando l'onda mediatica della vicenda che vede i duchi di Sussex lasciare la famiglia reale e le sue risorse finanziarie, Burger King ha offerto un lavoro al principe Harry. Sull'account ufficiale Twitter della catena di fast food, è infatti apparso il post: "Harry, questa famiglia reale ti può offrire un lavoro part time". Il tweet ha scatenato i follower che hanno iniziato a commentare divertiti la proposta di lavoro. E sono spuntati anche diversi fotomontaggi che ritraggono il principe Harry mentre prepara un Whopper, il panino di punta della catena. Una delle domande più ricorrenti dopo la diffusione della notizia è stata proprio su quale lavoro intraprenderanno Harry e Meghan dopo la rinuncia del titolo reale. Se le cose dovessero andare male, avrebbero comunque un'opportunità in più: un lavoro part time da Burger King.



VOTO

8

ANDERSON HERNANES

Hernanes, l'ex calciatore di Lazio, Inter e Juve, ora in forza al San Paolo in Brasile, porta avanti da qualche tempo l'azienda vitivinicola Ca' Del Profeta a Montaldo Scarampi, in provincia di Asti. Ribattezzato "Il Profeta" sul campo, ora lo è diventato, almeno ci prova, anche tra le sue vigne nell'Astigiano. "Quando mi sono trasferito alla Juventus e ho scoperto le Langhe e il Monferrato è sbocciato amore a prima vista", ha rivelato il calciatore a lanuovaprovincia.it. "Dopo tanti anni in Italia avevo voglia di individuare un punto di riferimento e ho scelto l'Astigiano". Nonostante la grande passione per il vino, per il momento, però, la carriera sportiva resta la priorità per il "Profeta": "Amo il buon vino e il cibo italiano, il 2020 sarà un anno importante per la mia carriera da calciatore del San Paolo, ma qui avrò chi seguirà la location nel migliore dei modi in attesa del mio rientro". Sembra quindi che Hernanes, ancor prima di ritirarsi dal calcio, avrebbe già trovato una nuova passione. Chissà se vedremo altri seguire questa strada: magari Callejón a produrre mozzarelle di bufala, oppure Džeko alle prese con la porchetta di Ariccia. Quanto agli allenatori, penseranno soprattutto a "mangiare il panettone"...



VOTO

6

I LADRI DELL'EUROSPIN DI MORCIANO (RN)

Nei giorni scorsi è stata sventata una rapina presso l'Eurospin di Morciano, in provincia di Rimini. I ladri hanno utilizzato una ruspa come ariete per entrare nel supermercato, sfondando la vetrata e la parete del negozio. Almeno quattro i furtanti in azione: tre hanno bloccato la strada con mezzi parcheggiati di traverso, mentre un altro è salito sulla ruspa - rubata pure quella - che ha infranto la vetrina. L'obiettivo era quello di arrivare fino alla stanza dove è situata la cassaforte. I ladri sono però stati fermati, non dalla polizia, ma bensì dalla salsa di pomodoro. La ruspa infatti si è impantanata sulle bottiglie rotte e non è riuscita a fare retromarcia con il bottino. I ladri sono stati così costretti alla fuga. Mai come in questo caso, citando la mitologica Rita Pavone, è il caso di dire: "Viva la pappa col pomodoro".



VOTO

SV

IL PIZZAIOLO DI ROSSOPOMODORO

La vicenda risale a un anno fa, quando è stato diffuso su Facebook un video ambientato in un ristorante della catena Rossopomodoro. Più precisamente nella cucina del locale in Stazione Centrale, a Milano. Nella clip si vede il pizzaiolo che si aggira per la cucina spruzzando deodorante sui colleghi di colore. Non si limita ai vestiti, ma invita anche ad alzare le magliette per "colpire" direttamente ascelle e torace ed eliminare il cattivo odore. "Ma questo [il deodorante] non ce l'avete a casa voi? Perché non ve lo mettete?", si sente chiaramente nel video. La catena ha poi aperto un'inchiesta interna, prendendo le distanze dall'accaduto, mentre il pizzaiolo ha provato a buttarla sul ridere, minimizzando i fatti e parlando di uno scherzo. Il clima di lavoro è sempre stato "rispettoso e cordiale", dice lui. Non la pensa così, però, il giudice che si è occupato del caso, secondo cui si tratta di "molestie razziali". Il pizzaiolo e il datore di lavoro sono stati considerati entrambi responsabili, e condannati a risarcire i malcapitati lavoratori stranieri.



VOTO

0

le news

Febbraio 2020

La Versa: siglato accordo di distribuzione con il gruppo Francoli. E Terre d'Oltrepò acquisisce da Cavit tutte le quote della cantina

Il Gruppo Francoli si occuperà della distribuzione in esclusiva dei prodotti della cantina La Versa nel canale Horeca su tutto il territorio nazionale, mettendo in campo "un esercito commerciale di un centinaio di agenti che si muoveranno su tutta la penisola". È quanto stabilisce l'accordo siglato tra il presidente di Gruppo Francoli, Alessandro Francoli, e il presidente di La Versa, Andrea Giorgi. "E' ormai acclarato che la politica aziendale è radicalmente cambiata dal 2017, anno del nostro insediamento, ad oggi", commenta Andrea Giorgi. "L'accordo segna una svolta per il futuro di questa realtà che ritornerà, dopo l'assemblea di inizio febbraio, un patrimonio dell'Oltrepò Pavese con l'acquisizione da parte di Terre d'Oltrepò delle quote di Cavit". L'accordo arriva infatti alla vigilia dell'acquisizione totale di La Versa da parte di Terre d'Oltrepò, così come del lancio delle 10 etichette della Selezione Riccardo Cotarella. "Il cambio di mentalità auspicato da tutti si sta concretizzando con una serie di operazioni commerciali che ci vedranno protagonisti sia nell'ambito Gdo, sia in quello dell'Horeca con il gruppo Francoli", aggiunge Massimo Sala, direttore di La Versa. "Siamo intenzionati a mettere sul mercato nel 2020 circa un milione di bottiglie di Metodo Classico in più". Nel 2020 debutteranno anche il Testarossa in versione Cruasè e Blanc de Blanc e i nuovi Charmat (Pinot nero, Riesling, Moscato, Rosé).



Da sinistra: Massimo Sala, Alessandro Francoli e Andrea Giorgi

Lugana Doc: nel 2019 commercializzate 22 milioni di bottiglie nel mondo

Chiude con una crescita del 27% rispetto all'anno precedente, a 22 milioni di bottiglie vendute, la campagna di commercializzazione 2019 del Lugana Doc sui mercati mondiali. "La Doc conferma ancora una volta il proprio primato dell'export, con oltre il 70% di imbottigliato che oltrepassa il confine e quote maggioritarie da attribuire ancora una volta alla capolista Germania e agli Stati Uniti", si legge in una nota. Cresce infatti del 15% l'import statunitense di Lugana Doc, con il Consorzio che - nonostante le preoccupazioni per la situazione dei dazi - intende aumentare gli investimenti e intensificare le iniziative promozionali in tutti gli States. "La temporanea tregua raggiunta in questi giorni tra Usa e Francia ci fa sperare", afferma il direttore del Consorzio, Andrea Bottarel. "La tendenza sembra infatti quella di prendere il giusto tempo per raggiungere accordi che tutelino i reciproci interessi, come nel caso Brexit". La Doc Lugana

si conferma anche il vino bianco italiano con il prezzo medio allo scaffale più alto, sfiorando quota otto euro a bottiglia, con un aumento del 35,7% a valore e del 31% a volume sull'anno precedente.



Carrefour, avviato il cambio insegna per 27 negozi ex Auchan in Lombardia

In Lombardia, è iniziato il cambio di insegna per 27 punti vendita ex Auchan, acquisiti da Conad lo scorso dicembre. Si tratta principalmente di negozi di prossimità, concentrati soprattutto nella città di Milano, che adotteranno le insegne Carrefour Express e Carrefour Market. L'offerta dei nuovi punti vendita punterà su prodotti del territorio e della tradizione. E verrà dedicato ampio spazio ai freschi e freschissimi e alla Mdd, con linee premium, free from, Terre d'Italia e Selection. Tra i servizi dei nuovi punti vendita, la possibilità di ordinare la spesa online ritirandola in negozio o facendola consegnare a domicilio.

Amarone: la replica del Consorzio Valpolicella alla "proposta di riconciliazione" delle Famiglie Storiche

Investire in un progetto di valorizzazione della denominazione Valpolicella a 160mila euro che dovrebbero utilizzare per la pubblicazione della sentenza su due giornali nazionali, in cambio della rinuncia a far ricorso in Cassazione. È questo il succo della proposta avanzata dall'Associazione delle Famiglie Storiche (che riunisce Allegrini, Begali, Brigaldara, Guerrieri Rizzardi, Masi, Musella, Speri, Tedeschi, Tenuta Sant'Antonio, Tommasi, Torre d'Orti, Venturini e Zenato) al Consorzio della Valpolicella, che ha vinto in primo e secondo grado il ricorso sull'utilizzo del nome del vino. Una contesa che ha avuto origine cinque anni fa, per la diffamità di nome e marchio delle allora "Famiglie dell'Amarone d'Arte" dal disciplinare. "Nel ribadire il proprio rammarico per una querelle giudiziaria la cui coda non ha certo reso onore a una produzione tra le più apprezzate al mondo, il Consorzio tutela i vini Valpolicella

ricorda che la sentenza accerta, tra l'altro, atti di concorrenza sleale in entrambi i gradi di giudizio, con condanna a risarcimento del danno da definirsi in separato procedimento", commenta il Consorzio in una nota. "Inoltre si sottolinea la gravità di una condotta che a nostro avviso non può essere risolta con un semplice 'lascito' di una somma di denaro (la cui proposta è stata per altro già bocciata dal consiglio di amministrazione dell'ente consortile). Ci si augura infine che le proposte di riconciliazione possano in futuro essere gestite da professionisti e non attraverso una conferenza stampa. Quando le condizioni permetteranno saremo pronti a investire insieme in favore della promozione del territorio". L'Associazione aveva già depositato il ricorso in Cassazione entro la scadenza del 30 dicembre scorso, con l'idea di ritirarlo qualora le parti avessero trovato un accordo.



Vino Nobile di Montepulciano: l'indicazione 'Toscana' entra in etichetta

È stato approvato lo scorso 30 gennaio dal ministero delle Politiche agricole il cambio di disciplinare che determina la dicitura obbligatoria per il Vino Nobile di Montepulciano, che in etichetta dovrà inserire anche il termine geografico "Toscana". "Una svolta importante per la nostra denominazione, frutto di un percorso nato con il mio predecessore, Piero Di Betto, portato avanti con tenacia dal Consorzio e condiviso con la Regione Toscana, che fin da subito ha saputo interpretare le esigenze dei produttori", spiega il presidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, Andrea Rossi. "Quello che auspichiamo con queste azioni è da un lato l'aumento della tutela nei confronti del consumatore finale, dall'altro la crescita delle vendite all'estero e nel mercato domestico. Infine per il Consorzio una rinnovata possibilità di intensificare l'attività di promozione del territorio per una migliore e più puntuale comunicazione". Il termine "Toscana" in aggiunta alla denominazione comparirà anche nelle bottiglie di Rosso di Montepulciano e del Vin Santo di Montepulciano Doc.

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.



Facebook

| CATENA | FOLLOWER |
|-------------------------------------|------------|
| 1 Carrefour Italia | 11.254.523 |
| 2 Lidl | 2.176.999 |
| 3 Conad | 995.711 |
| 4 Eurospin Italia Spa | 977.697 |
| 5 Esselunga Spa | 747.965 |
| 6 Auchan Retail Italia | 529.803 |
| 7 Unes | 293.491 |
| 8 Mld Spa | 290.061 |
| 9 Despar Italia | 246.597 |
| 10 Coop Italia | 190.954 |
| 11 Tuodi | 185.146 |
| 12 Crai | 164.655 |
| 13 Pam Panorama | 150.022 |
| 14 Bennet | 138.884 |
| 15 Ecomaturasi Spa | 133.178 |
| 16 Il Gigante | 106.564 |
| 17 Coop Italia - Coop Lombardia | 96.542 |
| 18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0 | 84.189 |
| 19 In's Mercato Spa | 68.024 |
| 20 Ali | 63.604 |
| 21 Rossetto Trade Spa | 53.795 |
| 22 Agorà Network - Tigros | 41.853 |
| 23 Coop Italia - Nova Coop | 41.650 |
| 24 Coop Italia - Coop Centro Italia | 37.817 |
| 25 Agorà Network - Iperal | 26.985 |



Instagram

| CATENA | FOLLOWER |
|-------------------------------------|----------|
| 1 Lidl | 531.000 |
| 2 Eurospin Italia Spa | 161.000 |
| 3 Esselunga Spa | 132.000 |
| 4 Mld Spa | 49.100 |
| 5 Auchan Retail Italia | 45.400 |
| 6 Carrefour Italia | 44.900 |
| 7 Conad | 33.500 |
| 8 Coop Italia | 32.400 |
| 9 Gruppo Végé | 26.000 |
| 10 Sun Ce. di Gros Scari | 24.400 |
| 11 Agorà Network - Tigros | 16.100 |
| 12 Pam Panorama | 11.700 |
| 13 Bennet | 8.639 |
| 14 Despar Italia | 8.053 |
| 15 Crai | 7.165 |
| 16 Ali | 5.896 |
| 17 In's Mercato Spa | 4.805 |
| 18 Il Gigante | 3.995 |
| 19 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0 | 3.808 |
| 20 Coop Italia - Unicoop Tirreno | 2.974 |
| 21 Metro Italia Cash And Carry Spa | 2.919 |
| 22 Agorà Network - Iperal | 2.508 |
| 23 Coop Italia - Nova Coop | 2.468 |
| 24 Coop Italia - Coop Centro Italia | 2.152 |
| 25 Coop Italia - Coop Liguria | 2.077 |



Twitter

| CATENA | FOLLOWER |
|------------------------------------|----------|
| 1 Carrefour Italia | 95.799 |
| 2 Lidl | 31.799 |
| 3 Coop Italia | 27.886 |
| 4 Conad | 27.697 |
| 5 Gruppo Végé | 25.764 |
| 6 Tuodi | 14.784 |
| 7 Unes | 11.586 |
| 8 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0 | 8.303 |
| 9 Eurospin Italia Spa | 5.357 |
| 10 Coop Italia - Unicoop Tirreno | 4.456 |
| 11 Coop Italia - Nova Coop | 3.687 |
| 12 Gruppo Selex | 2.714 |
| 13 Ali | 2.289 |
| 14 Despar Italia | 2.281 |
| 15 Consorzio Coralis | 2.256 |
| 16 Coop Italia - Coop Lombardia | 1.825 |
| 17 Bennet | 1.651 |
| 18 Coop Italia - Coop Casarsa | 1.241 |
| 19 Coop Italia - Coop Liguria | 490 |
| 20 Agorà Network - Sogegross | 485 |
| 21 Metro Italia Cash And Carry Spa | 348 |
| 22 Coop Italia - Coop Reno | 311 |
| 23 Crai | 256 |
| 24 Agorà Network - Iperal | 114 |
| 25 Rossetto Trade Spa | 98 |

Rilevazione del 28/01/2020. Fonte: Tespi Mediagroup



Caviro si classifica tra i migliori datori di lavoro in Italia



Caviro, primaria cooperativa agricola italiana, è stata premiata come uno dei migliori datori di lavoro secondo la classifica "Top Job 2020", che ha visto coinvolte 2mila aziende italiane. Il riconoscimento, che vede Caviro classificarsi al quinto posto nel settore bevande, è assegnato dall'Istituto tedesco qualità e finanza (Itqf) in media partner con il quotidiano *La Repubblica*. Per stilare la classifica, che premia le realtà che si sono distinte dal punto di vista economico e qualitativo del lavoro, l'Itqf ha utilizzato il metodo del social listening, ossia la pratica di "ascolto" sul web di tutte le "conversazioni" che fanno riferimento al datore di lavoro negli ultimi 12 mesi. "Il senso di responsabilità verso le persone, la comunità e l'ambiente è parte stessa del nostro operare sin dalla nascita, avvenuta ormai 53 anni fa", commenta Carlo Dalmonte, presidente di Caviro. "Una responsabilità precisa verso il personale, che è una parte fondamentale di Caviro, il vero 'cuore pulsante' della cooperativa".

Cassa depositi e prestiti: 10 milioni di euro per la crescita di Gruppo italiano vini

Cassa depositi e prestiti (Cdp) interviene a sostegno del Gruppo italiano vini (Giv), prima azienda vitivinicola italiana, con un finanziamento di 10 milioni di euro. Obiettivo dell'operazione è supportare nuovi investimenti "per la crescita da realizzare nelle cantine di produzione", si legge sul comunicato diffuso da Cdp e Giv. Controllato dalla società cooperativa Cantine Riunite&Civ, il Gruppo italiano vini raggruppa 15 cantine in 11 regioni italiane per più di 1.600 ettari di vigneto complessivi, ha realizzato nel 2018 un fatturato di 388 milioni di euro, di cui il 75% all'estero. Nunzio Tartaglia, responsabile Cdp imprese, ha commentato: "Cdp rafforza il proprio supporto ai campioni del made in Italy nel mondo, in un settore di primaria importanza per il Paese come quello vitivinicolo, in linea con quanto previsto nel piano industriale 2019-2021. L'operazione ha particolare rilievo strategico poiché rafforza anche il percorso di collaborazione avviato da Cdp con Alleanza cooperative italiane, che rappresenta un tessuto imprenditoriale di quasi 40mila imprese cooperative".

Conad-Auchan: nel 2020 nessun licenziamento

Nessun dipendente di Margherita distribuzione (ex Auchan) verrà licenziato nel 2020. E' quanto si apprende da un comunicato della catena che riguarda tutto il personale delle sedi ex Auchan di Rozzano (Mi) e sul territorio nazionale, ovvero Roncadelle, Vicenza, Roma e Ancona. Previste solo uscite su base volontaria e incentivata, con l'attivazione di tutti i trattamenti di sostegno al reddito dei lavoratori previsti dalla legge e interventi di ricollocazione e riqualificazione professionale. L'azienda ha incontrato il personale delle strutture "per fornire a tutti informazioni corrette e aggiornate sull'operazione, sullo stato di avanzamento del progetto e sulle prospettive delle attività e delle strutture di sede", si legge nel comunicato. Due le principali indicazioni raccolte durante gli incontri: organizzare al meglio le attività di ricollocazione e definire i criteri dell'incentivazione per permettere ai lavoratori interessati di fare le loro valutazioni. Margherita distribuzione ha confermato gli interventi per la valorizzazione e l'integrazione della rete commerciale ex Auchan nella rete Conad (per circa il 60% del totale) o in quella di altri operatori di mercato (per il 40%), che sarà completata entro la prima metà del 2020.

Cotarella consulente per Terre d'Oltrepò nel 2020. In arrivo una selezione di vini del territorio

Si è tenuto il 27 gennaio presso Terre d'Oltrepò un incontro dei soci con l'enologo Riccardo Cotarella, volto a tracciare "il percorso che porterà a produrre uva di qualità in vigna e quindi vino che rispecchi standard qualitativi di alto livello", spiega la cantina in una nota. Cotarella sarà quindi consulente di Terre d'Oltrepò per la stagione vitivinicola 2020. Una collaborazione che si concretizzerà in una selezione di vini che saranno sul mercato dalla prossima primavera. Vini che, spiega la cantina, avranno un posizionamento medio-alto e rappresenteranno l'espressione vinicola del territorio: Pinot Nero, Bonarda, Barbera, Buttafuoco, Pinot Grigio e Riesling. "Credo che in questi anni abbiamo fatto l'impensabile. Dal commissariamento imminente abbiamo risanato l'azienda dandole una parvenza di normalità, riorganizzandola e dando una prospettiva commerciale per il futuro", spiega il presidente di Terre d'Oltrepò, Andrea Giorgi, che aggiunge: "Il progetto qualità è la nostra ancora di salvezza unito al nuovo progetto di 'normalità e moralità' che deve partire subito. Deve essere dura e ferma la nostra posizione nei confronti di ciò che è accaduto in Oltrepò".



Da sinistra: Riccardo Cotarella e Andrea Giorgi

Cabina di regia sul vino: si punta a rendere applicativi tutti i decreti entro Vintaly

Ha avuto luogo lo scorso 22 gennaio la prima riunione del 'Tavolo del vino', promosso dal ministro del Mipaaf Teresa Bellanova. La filiera, rappresentata dai presidenti delle principali organizzazioni del settore - Alleanza delle cooperative agroalimentari, Assoenologi, Cia Agricoltori, Confagricoltura, Copagri, Federdoc, Federvini, Unione italiana vini - si è data appuntamento per affrontare tematiche urgenti come instabilità geopolitiche, guerre commerciali, dazi e Brexit, che minacciano forti ripercussioni sulle esportazioni vinicole. "Abbiamo apprezzato l'approccio pragmatico e la disponibilità espressa dalla ministra Bellanova a un confronto diretto e costruttivo", sottolineano i rappresentanti della filiera. "I produttori intendono essere al fianco delle istituzioni e da queste si aspettano un reciproco sostegno anche su tutta una serie di delicati temi da affrontare nei prossimi mesi, come la nuova politica agricola comune, la semplificazione degli adempimenti burocratici, l'evoluzione dei modelli di commercializzazione, l'attenzione alla sostenibilità, il vino come parte integrante della dieta mediterranea, il suo consumo responsabile e le nuove sfide legate all'etichettatura". La richiesta è di avere tutti i decreti applicativi entro Vintaly 2020, in programma a Verona dal 19 al 22 aprile.

Azienda vinicola Barbanera: "Pronti a competere sul mercato italiano grazie a expertise internazionale"

Con una produzione annua di 9,5 milioni di bottiglie, la toscana Barbanera si prepara a conquistare il mercato italiano grazie a una selezione di vini capace di rispondere a ogni esigenza di mercato. "Grazie all'impegno, agli sforzi profusi, così come anche all'attenta ricerca qualitativa legata ai nostri prodotti, siamo riusciti ad affermare progressivamente la nostra immagine aziendale e la nostra rete distributiva sul mercato internazionale, ad oggi consolidata e in continua espansione", spiega Marco Barbanera, ceo e rappresentante della terza generazione alla guida dell'azienda, insieme al fratello Paolo. "Abbiamo atteso per poterci presentare sul mercato italiano dopo aver maturato la giusta dose di esperienza e aver ottenuto i necessari successi al fine di poter competere con nomi già affermati e ben conosciuti sulla realtà italiana". Oggi sono diverse le regioni italiane con cui opera Barbanera, grazie all'attività di produttore e di imbottigliatore. A cominciare da Toscana, Puglia e Sicilia: "Oltre a proporre i classici Chianti, Vino Nobile, Toscani, Primitivo, Nero di Troia, Chardonnay", spiega l'azienda, "forte e vincente è stata la scelta di distinguersi rispetto alla concorrenza lavorando per ottenere prodotti unici e innovativi. Vini capaci di esprimere sentori freschi, fruttati, avvicinabili da consumatori più o meno formati e da diverse fasce d'età. Vini pronti da gustare che racchiudono al meglio le caratteristiche delle uve che concorrono ai blend".

Pinot grigio delle Venezie: l'imbottigliato cresce del 34% nel 2019



Nonostante la situazione congiunturale complessa in coda a una campagna caratterizzata da un calo produttivo del 25% sull'anno precedente, Pinot grigio delle Venezie mette a segno una crescita importante nel 2019. La Denominazione triveneta - che riunisce gli operatori della filiera produttiva del Pinot grigio Doc del Friuli-Venezia Giulia, della Provincia Autonoma di Trento e del Veneto - a dicembre 2019 si posiziona tra le Doc più performanti a livello nazionale, con un +34% e un aumento di quasi 58 milioni di bottiglie vendute sul 2018. Raggiunge così le 223milioni di bottiglie complessive, con una buona crescita della domanda. Decisivo il contributo dell'export, con una media del 95% dell'imbottigliato che oltrepassa il confine. "La Denominazione non ha ancora raggiunto il riconoscimento economico e sociale sperato e meritato, e su questo dobbiamo lavorare ancora molto al fianco dei produttori e di tutta la filiera", spiega il presidente Albino Armani. "Nel 2019 la Doc del Pinot grigio è stata capace di affrontare una congiuntura complessa tra le due ultime campagne di commercializzazione e di raggiungere buoni risultati".

Friuli: nasce la filiera della Ribolla Gialla



Se ne parlava da tempo, ma ora è divenuta una realtà di fatto: con la vendemmia 2019, è stata ufficializzata la nascita della Filiera della Ribolla Gialla, vitigno al centro di un vero e proprio boom nel Friuli Venezia Giulia. Undici aziende friulane si sono unite per dare vita a un progetto di filiera volto a tenere sotto un unico cappello tutti coloro che credono nella Ribolla Gialla di qualità. "L'intento primario da cui nasce questo progetto - spiega Matteo Lovo, capofila della Filiera - è quello di legare indissolubilmente il vitigno Ribolla Gialla con il suo territorio storico di produzione". A questo scopo, è stato varato il sito web RibollaGialla.it, aggregatore di tutte le informazioni utili sul vitigno e sulla filiera, fornite in sinergia da tutte le parti coinvolte nel progetto.

Collis Veneto Wine Group: positivo il bilancio 2018-2019



Un fatturato di 84 milioni di euro, un margine operativo lordo (Ebitda) di 5,1 milioni di euro e un utile netto di 1,5 milioni di euro. Oltre a un valore della produzione in crescita di tre punti percentuali, a 96 milioni di euro. Sono alcuni dei dati contenuti nel bilancio 2018-2019 di Collis Veneto Group, che oltre a presentare ottimi dati economici e patrimoniali vanta una crescita dei quantitativi di raccolta del 15% rispetto alla media degli ultimi tre anni. Positivo anche il bilancio consolidato di Gruppo e relativo all'attività del Consorzio Collis insieme alla controllata al 100% Cantine Riondo, dedita maggiormente all'attività commerciale di prodotti imbottigliati. Il fatturato è di 109 milioni di euro, con un margine operativo lordo di 8,5 milioni di euro e un valore della produzione stabile a 120 milioni. "Le nuove cifre da record sottolineano la validità del programma operativo in atto, volto a incrementare progressivamente la capacità produttiva e la validità commerciale dell'azienda", si legge in una nota. "Solo nell'ultimo anno, sono stati pianificati interventi sulle strutture del Gruppo per un valore di 4 milioni di euro".

Le vigne della Valpolicella sono sempre più 'green'

Una crescita del 152%, in termini di superficie, dal 2012 al 2019. Con un picco del +14% nel solo 2019, a fronte di una media nazionale ferma al +1%. I numeri fanno riferimento all'incidenza del biologico nelle vigne dei 19 comuni che fanno parte della Doc Valpolicella, come evidenzia uno studio di Avepa (l'Agenzia veneta per i pagamenti in agricoltura). Ne consegue che in un'area di poco meno di 8.300 ettari Dop, circa 1/4 sono già green o sono in procinto di diventarlo. "Una tendenza bio cominciata forse un po' tardi ma che ora non accenna a rallentare, se si considera che anche gli ettari in conversione sono cresciuti nell'ultimo anno del 10,5%", commenta Olga Bussinell direttore del Consorzio tutela vini Valpolicella. A trainare i vigneti "green" in Valpolicella è soprattutto il progetto RRR (Riduci, Risparmia, Rispetta), la certificazione voluta per le aziende dal consorzio a tutela dell'ambiente, che prevede l'adozione di tecniche innovative in vigneto ma anche la sostenibilità sociale e la tutela del paesaggio. Anche qui la crescita è in doppia cifra: +31% gli ettari RRR dall'inizio della certificazione, nel 2017, a oggi.

Aree biologiche Ue, nel 2018, pari al 7,5% delle superfici agricole

Nel 2018, l'area biologica dell'Unione europea corrispondeva a 13,7 milioni di ettari, pari al 7,5% della superficie agricola totale. Tra il 2012 e il 2018, in particolare, è cresciuta del 34%, secondo le rilevazioni di Eurostat, l'ufficio statistico dell'Unione europea che ha osservato quali sono i Paesi più virtuosi e quelli con meno superficie organica, vale a dire la somma delle aree in conversione e delle aree certificate. Tra gli Stati membri dell'Ue, i Paesi con le maggiori quote di superficie biologica nel 2018 sono l'Austria (24,1% della superficie agricola utilizzata totale), l'Estonia (20,6%) e la Svezia (20,3 %). Appena fuori dal podio, Italia (15,2%), Repubblica Ceca (14,8%), Lettonia (14,5%), Finlandia (13,1%) e Slovenia (10,0%). Nei Paesi restanti le aree organiche occupano meno del 10% delle superfici coltivate, con Malta, Romania, Bulgaria, Irlanda e Regno Unito a chiudere la classifica.



'Benvenuto Brunello Usa': presenti più di 1.000 operatori americani

È terminato il 29 gennaio il tour del Brunello negli Stati Uniti, che ha visto il grande rosso toscano protagonista di due tappe, a New York e San Francisco. Circa 1.000 gli operatori intervenuti, per 50 aziende accreditate, che hanno espresso la loro preoccupazione per la possibile imposizione di nuovi dazi all'import di vino dall'Italia. "Tra metà novembre e fine dicembre", ha commentato il presidente del Consorzio Brunello di Montalcino, Fabrizio Bindocci, "abbiamo registrato un volume di richieste di fascette di Stato per l'immissione di bottiglie sul mercato del 75% superiore allo stesso periodo 2018 (3,5 milioni contro 2 milioni). Un dato senza precedenti, che ha permesso a molti nostri produttori di spedire oltreoceano il vino a gennaio e che la dice lunga su quanto i dazi preoccupino anche i nostri partner commerciali statunitensi". Gli Usa sono oggi il principale mercato di destinazione del Brunello di Montalcino, con una quota export del 30%. Il prossimo appuntamento sarà in Italia, dal 21 al 24 febbraio, con Benvenuto Brunello e la super annata 2015.

Consorzio di tutela del Lambrusco di Modena: Giacomo Savorini è il nuovo direttore

Giacomo Savorini (nella foto) è stato nominato alla guida del Consorzio di tutela del Lambrusco di Modena. Bolognese, 41 anni, laureato in Scienze e tecnologie agrarie e forestali, dal 2008 Savorini è direttore del Consorzio vini Colli Bolognesi, mentre dal 2013 è alla guida del Consorzio Pignoletto Emilia Romagna. Tra i principali obiettivi che il nuovo direttore intende perseguire, il raggiungimento di una redditività soddisfacente per le cantine, il consolidamento del rapporto tra grandi gruppi e piccoli produttori, la valorizzazione di questi ultimi, una sinergia tra le eccellenze regionali Lambrusco e Pignoletto, la protezione dalle frodi a livello internazionale e l'allargamento commerciale verso mercati in grado di premiare la qualità del prodotto, in primis Stati Uniti, Giappone ed Europa. Savorini succede a Ermi Bagni, che dopo 12 anni lascia la guida del consorzio per raggiungere pensionamento ma che continuerà a collaborare in qualità di consulente, in particolare con incarichi di vigilanza sul rispetto dei disciplinari.



Supermercato24 fotografa la spesa online degli italiani

Formaggi, salumi e gastronomia sono in cima alla top 10 dei prodotti più acquistati online nel 2019. A rivelarlo è il primo report di Supermercato24, il marketplace italiano della spesa online con consegna in giornata, che ha analizzato gli acquisti dei suoi utenti tramite sito e app. "Attraverso la nostra piattaforma abbiamo a disposizione un gran numero di dati che ci consentono di conoscere i nostri utenti, i loro gusti e le loro abitudini di consumo", spiega Federico Sargenti, Ceo di Supermercato24. Secondo l'indagine, dopo la categoria formaggi, salumi e gastronomia, che registra il 13% degli ordini totali, troviamo frutta e verdura (12%), mentre al terzo posto si classifica il comparto acqua, bibite e alcolici (11,5%). A seguire ci sono carne e pesce (10%) e prodotti per la colazione, dolci e snack (8%). Segue al sesto posto la categoria sugh, scatolame, condimenti; latte, burro e yogurt al settimo; surgelati e gelati all'ottavo; igiene e cura personale al nono. Chiudono il ranking i prodotti dedicati alla pulizia della casa.

Nel leccese, sequestrati 10 milioni di litri di vino spacciato come Doc e bio

Lo scorso 20 gennaio i Nas e gli uomini dell'Ispe-torato repressione frodi hanno sequestrato circa 10 milioni di litri di prodotto vinoso in un'azienda salentina. I beni erano già sottoposti a sequestro amministrativo. L'attività è avvenuta su disposizione della magistratura nell'ambito dell'operazione "Ghost Wine", nel corso della quale le forze dell'ordine hanno smantellato tre presunte associazioni per delinquere, attive nel leccese, che commerciavano un prodotto vinoso a basso costo, spacciandolo addirittura come bevanda bio, Doc o Igt.

Un assaggio di Vinitaly

Dal debutto degli Orange wines allo spazio riservato ai piccoli produttori. Dal potenziamento del biologico alla prestigiosa selezione 5 Star Wines. Le principali novità della 54esima edizione della rassegna veronese. In programma dal 19 al 22 aprile.

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 Gutturnio all'Ortrugo, dal Malvasia al Bonarda.



www.cantinavaltidone.it

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

CANTINA
VALTIDONE

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



È sold out da novembre la 54esima edizione di Vinitaly, il Salone internazionale dei vini e dei distillati, in programma dal 19 al 22 aprile 2020. Palcoscenico ideale per intercettare gli ultimi trend di consumo e le grandi direttive di sviluppo per i 12 mesi successivi, l'evento riunisce ogni anno a Veronafiere il gotha mondiale del vino. Consapevole di questo suo ruolo, l'ente fiera rimodella ogni anno l'offerta espositiva in base alle esigenze e al sentiment del mercato.

Ecco quindi che nel 2020 assisteremo al debutto dei tanto chiacchierati Orange wines e di un'area riservata ai 'Micro Mega Wines', i vini di aziende con piccole produzioni ad alto tasso qualitativo. Spazio anche all'area Xcellent Beers, dedicata alla birra artigianale, all'interno del mondo Sol&Agri-food. E torna, come da tradizione, l'appuntamento con Vinitaly and the City, il fuorisalone che lo scorso anno ha portato in riva all'Adige 80mila wine lover.

Molto più che Organic

La novità 2020 dell'Organic Hall (padiglione F) è 'Micro Mega Wines - Micro Size, Mega Quality', la nuova iniziativa dedicata alle aziende con piccole produzioni, da vitigni autoctoni e internazionali, ad alto tasso qualitativo. Questo spazio, all'insegna del "piccolo è bello", è curato dal celebre wine writer Ian D'Agata, tra i massimi divulgatori della conoscenza dei vini italiani nel mondo. Sempre all'interno dell'Organic Hall torna Vinitaly Bio, l'area dedicata ai vini biologici certificati, in collaborazione con Federbio. Qui, l'offerta espositiva si preannuncia più ricca che mai. Grazie a un progetto finanziato dall'Ue e promosso da European Organic Partners (Eop), tutti gli espositori di Vinitaly che producono vino biologico avranno la possibilità di presentare gratuitamente una loro etichetta all'interno dell'Enoteca Vinitaly Bio.

Si amplia anche lo spazio dedicato alla collettiva dell'associazione Vi.Te - Vignaioli e Territori, che da otto anni collabora con Veronafiere per rappresentare i vini artigianali. E sempre all'interno del padiglione F torna il percorso espositivo di Enoltech, il salone internazionale dedicato alla filiera tecnologica applicata alla vitivinicoltura, all'olivicoltura e al beverage, con le migliori soluzioni high-tech e digital.

Orange is the new... red

Vini prodotti con uve a bacca bianca ma vinificati come i rossi, ovvero con una macerazione del mosto a contatto con le bucce e i lieviti. Caratteristica che gli dona un gusto e un aspetto unici, a cominciare dal caratteristico colore arancio.

Tra le mode più forti del momento, gli Orange wines saranno protagonisti, a Vinitaly 2020, di uno dei momenti più attesi: il grande walk around tasting che avrà luogo lunedì 20 aprile. Palcoscenico designato per valorizzare queste produzioni - che nascono e si sviluppano in primis all'estero, tra Croazia, Slovenia, Georgia e Austria - sarà l'International Wine, il padiglione che ospita tradizionalmente la maggior parte degli espositori esteri presenti in fiera: nel 2019 erano presenti etichette provenienti da 35 Paesi, in rappresentanza di tutti e cinque i continenti.

1.200 metri in più di 'design'

Dopo il successo dello scorso anno, torna Vinitaly Design, lo spazio dedicato ad accessori e oggettistica per il vino, che sarà ospitato nella nuova area H, di 12mila metri quadri (1.200 metri quadri in più rispetto allo scorso anno).

Da tutto il necessario per organizzare una degustazione agli arredi per cantine, enoteche e ristoranti, fino al packaging personalizzato e da regalo. Vinitaly Design è un luogo di incontro con i buyer del mondo Horeca e con gli espositori di Vinitaly che diversificano la loro attività, proponendo degustazioni e offrendo ospitalità in azienda.

L'eccellenza in mostra

Dal 15 al 17 aprile, una giuria di 100 esperti provenienti da tutto il mondo e capitanata dalla più giovane master of wine della storia, Sarah Heller, è pronta a selezionare i migliori vini presenti in fiera.

Parliamo dei 5 Star Wines, ovvero quei vini che ricevono una votazione di almeno 90/100 e che si guadagnano, di conseguenza, il diritto di comparire nella '5StarWines - the Book', la guida ai migliori vini che Vinitaly pubblica dal 2016. Un'opportunità di marketing e visibilità unica, considerato che le etichette presenti nella guida vengono indicizzate su Wine Searcher, uno dei più famosi motori di ricerca per il settore enologico, e caricati sull'app ufficiale di Vinitaly. Inoltre, in '5StarWines - the Book' è presente anche Wine Without Walls, una sezione dedicata al vino biologico e biodinamico certificato. A coordinare la giuria è il giornalista britannico specializzato Monty Waldin.

Largo alla birra

Il 2020 è ricco di novità anche per Sol&Agri-food, il Salone internazionale dell'agroalimentare di qualità di Veronafiere (padiglione C), che da semplice rassegna fieristica diventa una piattaforma di servizi completa a supporto di piccoli e medi produttori di alimenti, olio extravergine di oliva e birra artigianale made in Italy. Quest'anno, a Verona, la principale novità è rappresentata dal layout, che prevede una netta separazione tra le aree olio evo, food e birra artigianale. Quest'ultima diventa un vero salone, denominato Xcellent Beers, con un format basato su degustazioni, formazione e momenti b2b con incoming di operatori esteri.

Potenziato il catalogo online

Per aiutare i visitatori a orientarsi tra migliaia di etichette in mostra, il portale e l'app di Vinitaly Directory Official Catalogue, il catalogo online di Vinitaly, vengono potenziati quest'anno con nuove funzionalità. Le lingue disponibili passano da 9 a 11 (si aggiungono lo svedese e il polacco), mentre accanto alle informazioni di base - categoria, indicazione, denominazione e area di produzione - ogni scheda fornisce informazioni aggiuntive come fatturato, canali di distribuzione, mercati target, disponibilità di degustazioni guidate o strutture ricettive.



photo credit: Veronafiere - FotoEnnevi

L'app di Vinitaly è stata invece potenziata con la funzione 'memo', la geolocalizzazione con bussola che guida i visitatori agli stand e lo scambio di business card. Grazie all'indicizzazione di tutti i dati anche con tecniche ugc (user generated content) l'app consentirà a ciascun operatore di realizzare percorsi tematici personalizzati sulle proprie esigenze di business e di seguirli con lo smartphone.

Le danze si aprono con Opera Wine
L'evento premiere di Vinitaly, che sancisce ufficialmente l'inizio della manifestazione, torna il 18 aprile al Palazzo della Gran Guardia di Verona. Un momento di incontro tra gli operatori a cui viene offerta l'occasione di conoscere i 100 migliori vini italiani, secondo la rivista Wine Spectator, un'autorità riconosciuta a livello internazionale nel settore vi-



photo credit: Veronafiere - FotoEnnevi

vinicolo. Da questo scrutinio esce l'eccellenza dei produttori italiani: cantine da tutta la penisola che, pur nella differenza di territorio, stile produttivo e dimensioni aziendali, sono accomunate dall'altissima qualità dei vini prodotti. Elementi che fanno di Opera Wine uno degli eventi enologici più affascinanti e più attesi di tutto il calendario veronese e italiano.

IMPIANTI DI DEPURAZIONE
specifici per il trattamento
di acque reflue da processi di
vinificazione e imbottigliamento



ESPERIENZA NELLA DEPURAZIONE
DELLE ACQUE REFLUE DAL 1972



Impianto biologico funzionante a innovativa tecnologia MBR, completo di sezione per abbattimento metalli rame e zinco, idoneo per lo scarico in acque superficiali (e sul suolo).

Installazione presso:
SOCIETÀ AGRICOLA
GIUSTI DAL COL Srl
NERVESA DELLA BATTAGLIA
(Treviso)

Attività di vinificazione:
18.000 Q.li di uva/stagione

Rivoluzione Prosecco



Perfezionata la legislazione sulle 'Rive' e sulla possibilità di specificare in etichetta la tipologia Extra Brut. Intanto, il più famoso vino veneto si tinge di rosa. E a Valdobbiadene i produttori puntano sull'identificazione territoriale.

Tanti fermenti nel mondo del Prosecco, uno dei vini italiani di maggiore successo internazionale. Il più significativo, probabilmente, è la prossima introduzione della tipologia Rosè, che riguarda la Doc Prosecco, creata ormai 11 anni fa e comprendente un areale diverso da quello storico delle colline di Valdobbiadene, Conegliano e Asolo. Si comincerà a vedere queste nuove bottiglie a partire dalla vendemmia di quest'anno.

Questa tipologia rosata non fa altro che inseguire il gran momento di favore che vini di questo genere stanno riscuotendo su un po' tutti i mercati. Essendo la Glera, l'uva principale di cui è costituito il vino Prosecco, un vitigno a bacca bianca, ad apportare il colore rosa ("rosa tenue più o meno intenso, brillante", prevede il disciplinare di produzione approvato nel 2019) sarà una percentuale di Pinot Nero, in ragione del 10-15%.

Come quello normale, anche il Prosecco Rosè sarà differenziato in Brut Nature, Brut, Extra Dry e Dry, a seconda del residuo zuccherino finale. Ipotesi di successo? Secondo Stefano Zanette, presidente del Consorzio Tutela Prosecco Doc, a partire dalla vendemmia 2020 potrebbero essere prodotte anche 15-20 milioni di bottiglie di Prosecco

Rosè, sui 264 milioni totali che escono sul mercato a marchio Doc. Queste ottimistiche previsioni sono suffragate da precise ricerche di mercato, nonché da un dato empirico: gran parte dei produttori che rivendicano la Doc Prosecco vinificano già uno spumante rosato senza denominazione. L'adesione a una Doc consentirà a questi prodotti di legarsi, anche commercialmente, a un territorio particolarmente riconoscibile a livello mondiale.

Comunque, non tutti i produttori sembrano interessati alla prospettiva. Numerose cantine che producono sia Prosecco Doc che Prosecco Superiore Docg di Valdobbiadene e Conegliano o Colli Asolani Prosecco Docg, preferiscono concentrarsi maggiormente sulle implementazioni delle tipologie preesistenti. In particolare, lo scorso agosto sulla Gazzetta Ufficiale è stata depositata una modifica che consentirà la specificazione in etichetta della tipologia Extra Brut. Quello degli spumanti a minimo residuo zuccherino è un trend di mercato che nell'ultimo decennio ha visto una vera e propria escalation, specialmente nelle produzioni a metodo classico: il Prosecco, tradizionalmente ottenuto col metodo Martinotti-Charvat, ancora non prevedeva ufficialmente questa possibilità, così i produttori erano costretti

a parlare genericamente di Brut, anche per bottiglie significativamente meno dolci rispetto ai Brut usuali. Ora, tutti questi Prosecco molto secchi verranno valorizzati da una tipologia prevista ad hoc.

Inoltre, è stata perfezionata la legislazione sulle cosiddette 'Rive': si tratta di 43 sottozone che racchiudono i vigneti posti in località di particolare pregio e vocazione, di solito caratterizzate da una forte pendenza e da una viticoltura più faticosa ma anche più gratificante nel risultato finale. Quindi, sempre più sono i Prosecco Docg che specificano, con orgoglio, le Rive dai cui vigneti vengono ottenuti.

Più in generale, il territorio di Valdobbiadene, dopo che l'Unesco ha iscritto le colline della zona nella lista del Patrimonio Mondiale come paesaggio culturale, conta molto su un'ulteriore espansione del mercato del Prosecco grazie al turismo e a una maggiore riconoscibilità anche paesaggistica. "Occorre puntare su un'identificazione tra Prosecco e territorio. Le colline toscane, quando si parla di Chianti o Brunello, vengono in mente a tutti, mentre non sappiamo quanti di quelli che bevono Prosecco abbiano idea della bellezza delle vigne da cui la loro bottiglia è arrivata", ammette Gianluca Bisol, dell'omonima

casa spumantistica oggi nell'orbita societaria della famiglia Lunelli (Gruppo Ferrari di Trento). Gli stessi Bisol hanno lanciato in grande stile un progetto che prevede la valorizzazione di singole etichette di Prosecco Docg, prodotte unicamente in terreni dalle caratteristiche pedoclimatiche diverse tra loro.

Anche Villa Sandi, a Crocetta del Montello (Treviso), non stanno a guardare. L'azienda di Giancarlo Moretti Polegato, forte di milioni di bottiglie prodotte, ha da sempre un forte radicamento sul territorio, anche da quando, non molto tempo fa, ha portato a termine l'acquisizione della tenuta Borgo Conventi, in Friuli. Per esempio, circa due anni fa, in un vigneto quasi di fronte alla villa veneta che costituisce la sede aziendale, è stata inaugurata la Palestra in Vigna: un percorso benessere in mezzo alle viti in cui è possibile fare esercizi, utilizzare attrezzature sportive, correre e passeggiare. Il tutto a stretto contatto con le piante e i grappoli da cui si otterrà il Prosecco.

È palpabile un po' in tutta la zona l'importanza di investimenti messi in opera onde rafforzare un'identificazione vino-territorio che dovrà apportare ulteriori fortune al mondo del Prosecco, apparentandolo in tal senso ai comprensori vitivinicoli più rinomati del Belpaese.

Bollicine nel Dna

Il nuovo volto del Lambrusco e la sfida internazionale del Prosecco. Intervista a Francesca Benini, direttrice commerciale e marketing di Cantine Riunite & Civ. Tra dazi, consumatori moderni e progetti per il futuro.

Parte di una base sociale composta da 1.700 conferitori, Cantine Riunite & Civ è oggi leader nella produzione di Lambrusco e vini frizzanti emiliani. Oltre a essere uno dei grandi 'ambasciatori' del vino italiano nel mondo. L'azienda ha infatti sempre avuto un forte vocazione internazionale, a cominciare dall'arrivo sul mercato Americano, a fine anni '60, che sancì l'inizio di un'espansione pressoché globale. Negli anni, il brand Riunite è diventato sinonimo di italianità e, ancor prima, di 'emilianità'. Attraverso i propri vini, in particolare il Lambrusco, l'azienda ha infatti contribuito alla promozione del suo territorio. Una mission che porta avanti con orgoglio ancora oggi, nonostante il clima di incertezza che caratterizza alcuni mercati chiave per l'export vinicolo. Una sfida che la cantina intende affrontare puntando sul lancio di nuovi prodotti e sulla valorizzazione del comparto bollicine, core business aziendale. Intervista a tutto campo con Francesca Benini, sales e marketing director di Cantine Riunite & Civ.

Quali sono i grandi avvenimenti che hanno segnato la storia di Cantine Riunite & Civ?

Sicuramente lo sbarco negli Stati Uniti ha segnato una tappa fondamentale della nostra storia. La prima partnership siglata con un importatore americano risale al 1967. E da quella data, la crescita registrata prima in Nord America, poi nel Centro e nel Sud America è stata esponenziale. Parallelamente, abbiamo iniziato a lavorare con i mercati europei, Germania in primis.

Tutto merito del Lambrusco?

Il Lambrusco fa parte del nostro Dna. Siamo i maggiori produttori ed esportatori italiani di questo vino che, con la sua beva facile, ha saputo conquistare i consumatori di tutto il mondo. Il basso grado alcolico lo rende infatti perfetto in abbinamento a piatti e pietanze di ogni tradizione alimentare, anche la più esotica. E schiude un potenziale enorme per esaudire le richieste di un pubblico moderno.

In che modo?

Il Lambrusco viene visto perlopiù come un vino della tradizione. Un'idea che non corrisponde del tutto alla realtà e che, negli anni a venire, siamo intenzionati a scardinare. Vogliamo 'svecchiare' l'immagine del Lambrusco, che ci piace sempre più chiamare 'la bollicina rossa', e valorizzare le varietà autoctone delle provincie di Reggio Emilia e Modena. Punteremo proprio sulla sua grande versatilità, con una comunicazione capace di raccontare come il Lambrusco sia adatto anche in accompagnamento a una pizza, piuttosto che come ingrediente per la realizzazione di cocktail leggeri, che sono anche quelli più in voga oggi nel mondo della mixology. Tutto questo, sia chiaro, non toglie nulla al fatto che non c'è niente di



Francesca Benini

meglio di un buon bicchiere di Lambrusco per accompagnare un aperitivo all'italiana, a base di pane e salame.

Il target delle vostre future attività di marketing saranno quindi soprattutto i giovani?

Direi di sì. Teniamo monitorati tutti i trend di consumo delle fasce più giovani, con l'obiettivo di soddisfare le richieste di un consumatore moderno, che ha bisogno di prodotti ad alto contenuto di servizio e adattabili ai variati momenti di consumo. Abbiamo lanciato la sangria in lattina, così come stiamo progettando nuovi flavours a base vino nello stesso pack dedicati al mercato Nordamericano, dove questa tipologia di prodotti ha registrato tassi di crescita importanti negli ultimi anni. Inoltre, la scelta della lattina per il confezionamento risponde anche all'esigenza di soluzioni a basso impatto ambientale e altamente riciclabili.

Un tema, quello della sostenibilità, che

Sicuramente il 2020 si è aperto con delle sfide importanti per noi, così come per tutte le aziende ad alta vocazione internazionale. Gli Stati Uniti minacciano dazi fino al 100% ad valorem ma finché non verrà fatta maggiore chiarezza è difficile fare previsioni reali. Non è meno preoccupante quanto sta accadendo in Cina, dove l'emergenza sanitaria comporterà certamente una contrazione dei consumi; o Oltremarina, dove la Brexit è infine diventata una realtà. Non dimentichiamoci infatti che il Regno Unito è il primo mercato estero del Prosecco.

Un business strategico per voi?

Senza dubbio. L'acquisizione di Cantine Maschio nel 2002, che ci ha proiettato nel mondo del Prosecco, ha contribuito in modo strategico alla nostra diffusione su scala mondiale e nazionale. Oggi ancor più che in passato, per far fronte a queste emergenze abbiamo deciso di reagire puntando sulla valorizzazione di tutto il comparto delle bollicine, che sono passate dall'essere i vini della festa ai vini dell'incontro e della convivialità, anche quotidiana. Questo vale sia per il Lambrusco, la nostra bollicina rossa, sia per il più ampio e variegato comparto delle bollicine bianche, come il Prosecco ma anche il Pignoletto, varietà autoctona dell'Emilia che sta vivendo una vera riscoperta.

Questo si preannuncia un anno importante. Quali progetti avete in cantiere?

Con il brand Riunite punteremo sulla linea di Lambruschi Reggiani Doc 1950 e proporemo una limited edition celebrativa. Continueremo a spingere anche sulla comunicazione, sia attraverso i social sia con un'importante campagna lanciata a dicembre sulla Rai, dedicata al brand Cantine Maschio, che proseguirà fino a fine anno. Saremo infatti protagonisti in momenti chiave come il Festival di Sanremo, il Giro d'Italia, le Olimpiadi, gli Europei di calcio e il Summer tour di Radio Rai 2. In ambito trade, nei prossimi mesi e anni andremo invece a proporre un ampliamento di gamma focalizzato su prodotti particolari e di fascia alta, che lanceremo prima nel canale Horeca e successivamente anche nella distribuzione moderna. Per valorizzare le nostre etichette, realizzeremo anche molte attività instore, con l'obiettivo per fare un po' di cultura, soprattutto sul Lambrusco.

Buoni propositi per il futuro?

Sviluppare mercati ad altissimo potenziale, come quelli asiatici. Migliorare sempre più il posizionamento del Lambrusco e sostenere lo sviluppo del Prosecco all'estero. Scommettiamo sulle bollicine, che sono state la forza di Cantine Riunite & Civ in passato, e sono convinta lo saranno anche in futuro.



I frizzanti bio in testa

Tanto nel mondo quanto nei cinque paesi oggetto di studio, il vino biologico sta conquistando i consumatori. Di questo passo, nel 2023, le produzioni biologiche rappresenteranno il 3,5% di quelle mondiali - mentre nel 2013 erano l'1,5%. Questa tendenza si verificherà in Francia, Italia, Spagna, Germania e Stati Uniti, dove viene consumata più della metà del vino prodotto a livello globale. Vista la domanda sempre crescente, i tre maggiori produttori di vino al mondo - Italia, Spagna e Francia - aumenteranno le superfici coltivate a biologico al fine di incrementare la produzione. In Francia, il ritmo di conversione è addirittura raddoppiato. La crescita, dunque, è generale e diffusa e tocca al tempo stesso la produzione di vini fermi e frizzanti. Il consumo di questi ultimi, in particolare modo, è cresciuto con una media di +19,1% all'anno nel periodo compreso fra il 2013 e il 2018. Questa tendenza proseguirà nel quinquennio successivo fra il 2018 e il 2023 al ritmo di +8,2% all'anno. Nello stesso periodo, il consumo di vini frizzanti convenzionali crescerà con una media di soli +0,5% all'anno. Ne consegue che la produzione nel periodo 2013-2018 è triplicata, passando da 30 milioni di bottiglie all'anno a 95 milioni. I vini frizzanti bio peraltro creano valore: se il prezzo medio di una bottiglia era di 14 euro nel 2019, la cifra crescerà del 2,7% all'anno fino al 2023.

Il mercato del vino convenzionale e biologico nel mondo nel 2018



165,8 miliardi €
Mercato mondiale del vino (biologico e non)



3,3 miliardi €
Mercato del vino biologico nei Paesi oggetto dello studio

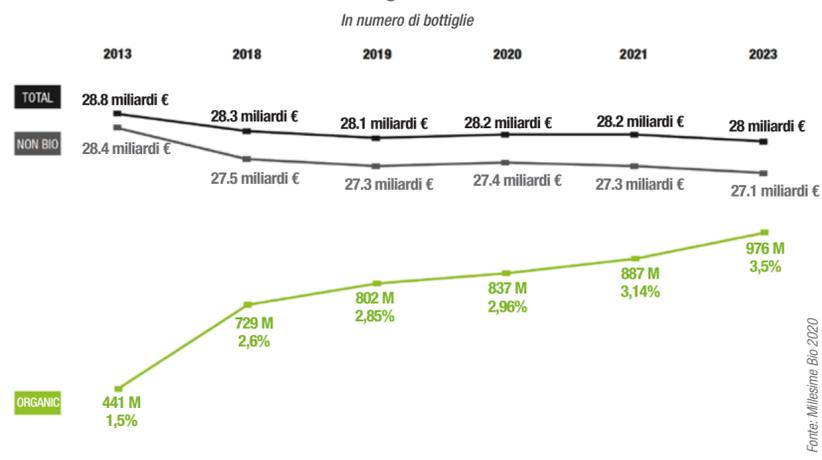
Fonte: Millesime Bio 2020

(Di)vino biologico

Cresce il consumo di bottiglie bio. Un mercato destinato a espandersi ulteriormente, con la Francia primo consumatore e il Bel Paese maggiore produttore ed esportatore. Lo studio di Millésime Bio.

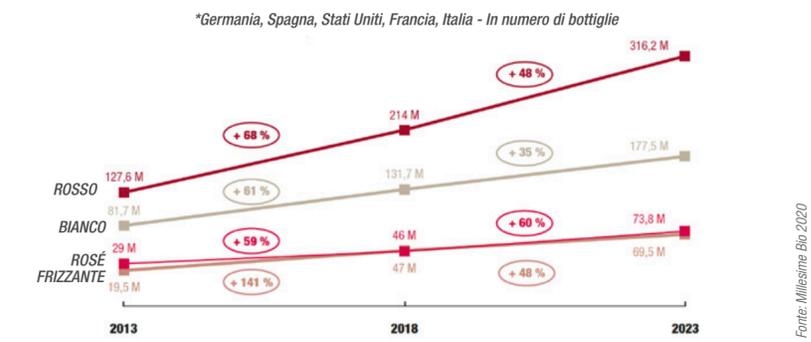
Mentre il consumo e la produzione mondiale di vino convenzionale diminuiscono, il vino biologico continua a crescere, ampliando di anno in anno la propria quota di mercato. Il consumo è raddoppiato in tutto il mondo dal 2013, trainato dalla domanda da parte dei consumatori di prodotti che siano rispettosi dell'ambiente. È così che in Francia, Italia e Spagna, vale a dire i tre principali di vini biologici al mondo, la conversione dei vigneti ha subito una forte accelerazione per raggiungere una produzione nell'ordine dei 2 miliardi di bottiglie bio nel 2023. È quanto emerge da uno studio di Millésime Bio, il salone mondiale del vino biologico, che ha tracciato i contorni del futuro della sua produzione e consumazione in cinque Paesi chiave: Francia, Italia, Spagna, Germania e Stati Uniti.

Evoluzione del consumo di vino biologico e convenzionale nel mondo



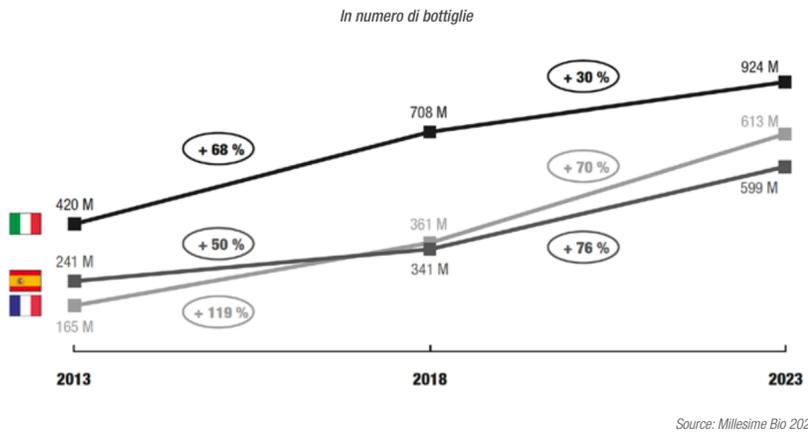
Fonte: Millesime Bio 2020

Evoluzione del consumo di vino biologico nei cinque Paesi di studio* (per tipologia)



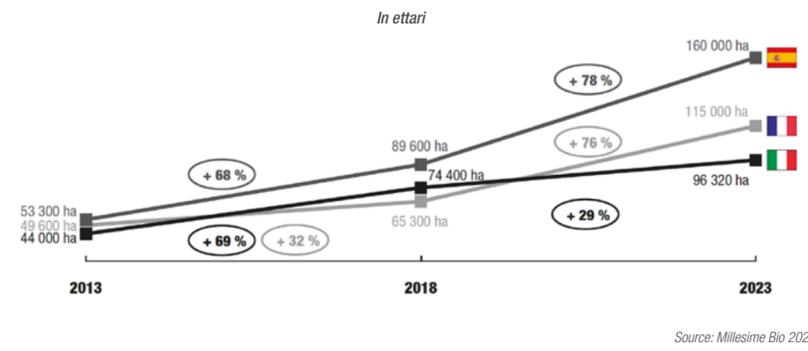
Fonte: Millesime Bio 2020

Crescita della produzione di vino biologico nei tre principali Paesi produttori



Source: Millesime Bio 2020

Crescita dei terreni certificati biologici nei tre principali Paesi produttori

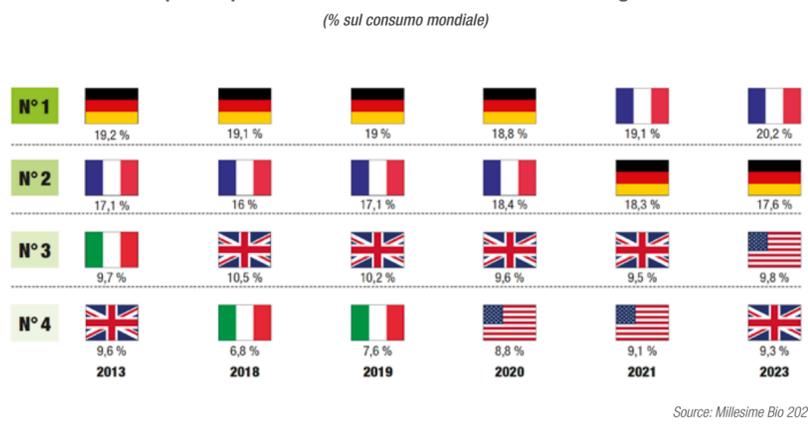


Source: Millesime Bio 2020

La Francia primo consumatore mondiale

Nel 2021, in Francia, verrà consumato più del doppio delle bottiglie biologiche del 2013. Un cifra che porta il Paese a doppiare il rivale tedesco. E che, nel 2023, rappresenterà addirittura il 20% del consumo mondiale. Ma la crescita non riguarderà solo la Francia, che nel 2023 arriverà a 195,4 milioni di bottiglie. Toccherà anche la Spagna (37,8 milioni di bottiglie) e gli Stati Uniti (95 milioni), già primo mercato al mondo di vino convenzionale, che sorpasserà l'Italia, ferma a 61,1 milioni di bottiglie, e conquisterà il terzo gradino del podio.

I primi quattro Paesi consumatori di vino biologico



Source: Millesime Bio 2020



L'Italia maggiore produttore ed esportatore

Dallo studio emerge che l'Italia è il maggiore Paese produttore ed esportatore di vino biologico. Il Bel Paese, infatti, nel 2018 destinava solo l'11,8% della produzione al mercato nazionale, il restante era riservato all'export. Quota destinata ad aumentare nel 2023, lasciando al mercato nostrano un 9,3% della produzione totale. Anche la Spagna riserverà la maggior parte delle proprie bottiglie all'esportazione, vale a dire l'89%. Diversamente, Francia, Germania e Stati Uniti seguono, e continueranno a seguire, una tendenza opposta. È previsto infatti che nel 2023 Parigi riserverà il 64% della propria produzione al mercato nazionale, la Germania il 91% e gli Stati Uniti la quasi totalità, vale a dire il 99% delle bottiglie prodotte.

Percentuale della produzione nazionale esportata

Italia

| Mercato nazionale | Export |
|-------------------|------------|
| 2013 12,2% | 2013 87,8% |
| 2018 11,8% | 2018 88,2% |
| 2023 9,3% | 2023 90,7% |

Spagna

| Mercato nazionale | Export |
|-------------------|----------|
| 2013 4% | 2013 96% |
| 2018 9% | 2018 91% |
| 2023 11% | 2018 89% |

Francia

| Mercato nazionale | Export |
|-------------------|----------|
| 2013 50% | 2013 50% |
| 2018 58% | 2018 42% |
| 2023 64% | 2023 36% |

Germania

| Mercato nazionale | Export |
|-------------------|----------|
| 2013 91% | 2013 9% |
| 2018 88% | 2018 12% |
| 2023 91% | 2023 9% |

Stati Uniti

| Mercato nazionale | Export |
|-------------------|---------|
| 2013 99% | 2013 1% |
| 2018 99% | 2018 1% |
| 2023 99% | 2023 1% |

Source: Millesime Bio 2020



F1 Calendario 2020

| | | | | | | |
|--|---|--|--|---|--|--|
|  Australia |  Bahrain |  Vietnam |  Cina |  Olanda |  Spagna |  Monaco |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 15 Marzo | 22 Marzo | 5 Aprile | 19 Aprile | 3 Maggio | 10 Maggio | 24 Maggio |
|  Azerbaijan |  Canada |  Francia |  Austria |  Gran Bretagna |  Ungheria |  Belgio |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 7 Giugno | 14 Giugno | 28 Giugno | 5 Luglio | 19 Luglio | 2 Agosto | 30 Agosto |
|  Italia |  Singapore |  Russia |  Giappone |  Stati Uniti | | |
|  |  |  |  |  | | |
| 6 Settembre | 20 Settembre | 27 Settembre | 11 Ottobre | 25 Ottobre | | |

| | | |
|---|---|---|
|  Messico |  Brasile |  Abu Dhabi |
|  |  |  |
| 1 Novembre | 15 Novembre | 29 Novembre |



TAVERNELLO BLACK GOLD
SANGIOVESE MERLOT IGT
13% VOL. | 500 ML.



TAVERNELLO WHITE GOLD
PINOT BIANCO FAMOSO IGT
12% VOL. | 500 ML.

  **TAVERNELLOITALIA**
WWW.TAVERNELLO.IT

Vini rosé



Né bianco, né rosso. Per anni, il rosato è stato guardato con sospetto, quasi un ibrido da scansare, un vino senza una natura precisa. E la colpa, va detto, era anche delle cantine, che non curavano questo tipo di produzioni nel modo adeguato. Oggi, con la rinascita qualitativa del mondo del vino italiano, il nostro Paese può dettar legge anche sul terreno dei vini rosati. In Puglia e in Abruzzo, tuttora forte è la tradizione dei loro campioni, rispettivamente Salice Salentino (ma anche altri, come il Castel del Monte Rosato a base di bombino nero, aglianico e uva di Troia) e Cerasuolo d'Abruzzo, che poi è una specie di cugino del Montepulciano d'Abruzzo. Storica anche la produzione sulle rive del lago di Garda: il Chiaretto, oggi sotto la Doc Garda Classico, nacque grazie a un'intuizione di Pompeo Molmenti, senatore del Regno d'Italia, alla fine dell'Ottocento. Più recente, viceversa, il boom produttivo delle bollicine in rosa, corrispettivo italo del Champagne Rosé. Il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, per esempio, negli ultimi anni ha deciso di puntare molto sul marchio Cruasé, che identifica lo spumante rosato a base di pinot nero, uva che in Oltrepò ha una delle aree di massima diffusione europea. E anche altre zone spumantistiche, come Franciacorta Docg e Trento Doc, possono dire la loro. In dirittura d'arrivo, prossimamente, anche il Prosecco Rosé, che sarà interessante valutare in prospettiva.

CASA VINICOLA SARTORI

www.sartorinet.com



BARDOLINO CHIARETTO DOC

Vitigni

Corvina Veronese (40%), Rondinella (30%), Molinara (10%), Corvinone (10%), Merlot (10%)

Zona di produzione

Vigneti della zona Classica delle colline sul versante veronese del lago di Garda.

Gradazione alcolica

12% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Colore rosato tendente al cerasuolo con l'evoluzione, profumo delicato e fruttato, sapore fresco, sapido, fruttato, piacevolmente armonico. Si accompagna ai primi piatti e al pesce arrosto.

Bottiglie prodotte

89mila

Formato

0,75 lt



BLUSH - PINOT GRIGIO DOC

Vitigni

Pinot Grigio 100%

Zona di produzione

Tre Venezie, Italia.

Gradazione alcolica

12% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Caratteristico color ramato tenue. Il bouquet è floreale con leggeri sentori agrumati. Abbinamento consigliato antipasti, primi leggeri, pesce.

Bottiglie prodotte

68mila

Formato

0,75 lt



VALDO

DAL 1926 A VALDOBBIADENE

Floral Rosé

LE NUOVE
BOLLE
FLOREALI DI
VALDO

L'ISPIRAZIONE LA FLORAL JUNGLE EDITION SI ISPIRA ALLE PIÙ RECENTI TENDENZE DELLA MODA E DEL DESIGN CHE RICHIAMANO COLORI, FORME ED ELEMENTI DELLA NATURA TROPICALE E DELLA "GIUNGLA", DECLINATI CON COLORI VIBRANTI ED ACCESSI.

IL CONCEPT LA FLORAL È UN INNO ALLA GIOIA E AI COLORI. UN INVITO ALLA VITA SEMPLICE E GREEN, ALLA CONDIVISIONE, ALL'AGGREGAZIONE E ALLA POSITIVITÀ.

IL DESIGN UN PRODOTTO DI CULTO E CON UNA FORTE EVOCATIVITÀ GRAZIE AL DESIGN FIRMATO IN ESCLUSIVA PER VALDO DA FABRIZIO SCLAVI, ILLUSTRATORE E GIORNALISTA DI MODA CHE NEGLI ANNI HA COLLABORATO CON LE PIÙ GRANDI MAISON ITALIANE.

IL VINO VALDO È STATA LA PRIMA AZIENDA A REALIZZARE UNA CUVÉE DI GLERA E NERELLO MASCALESE, VITIGNO AUTOCTONO SICILIANO COLTIVATO SULLE PENDICI DELL'ETNA INTORNO AI 300 METRI S.L.M.

www.valdo.com



TORMARESCA

www.tormaresca.it

**CALAFURIA ROSATO SALENTO IGT 2019****Vitigni**

Selezione proveniente da Masseria Maime in San Pietro Vernotico (Brindisi).

Zona di produzione

Salento, Puglia.

Gradazione alcolica

12% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Calafuria si presenta di un color rosa fior di pesce. Al naso freschi sentori di frutta bianca, come pesca e litchi, si uniscono a delicate note floreali di rosa e glicine. Al palato è morbido, spicca per la gradevole freschezza, ben equilibrato con la persistenza aromatica, seguita da una delicata sapidità. Si abbina bene con: antipasti di pesce al vapore, affettati e salumi, fritto misto di pesce, branzino, pesce alla griglia, risotto alle verdure, verdure in pastella. Ideale per il momento dell'aperitivo.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

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

Plus di marketing

Le magnum sono in edizione limitata con etichette d'artista.

BOTTEGA

www.bottegaspa.com

**PINOT GRIGIO ROSÉ DOC DELLE VENEZIE****Vitigni**

Pinot Grigio

Zona di produzione

Provincia di Treviso

Gradazione alcolica

12% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

All'olfatto si presenta fresco ed elegante, con piacevoli sentori fruttati. Al palato è asciutto, di buona struttura e con una delicata nota minerale nel finale. Si abbina particolarmente con pasta, risotti e verdure oltre che con antipasti di pesce importanti. Ottimo anche come aperitivo.

Bottiglie prodotte

36mila

Formato

0,75 lt

MARCHESI ANTINORI - TENUTA

GUADO AL TASSO - www.antinori.it

**SCALABRONE BOLGHERI ROSATO DOC 2019****Vitigni**

Cabernet Sauvignon, Merlot e Syrah

Zona di produzione

Bolgheri, Toscana.

Gradazione alcolica

13% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Scalabrone si presenta di un colore rosa peonia leggermente scarico. Al naso mostra intense note di frutta a bacca rossa accompagnate da sensazioni floreali di petali di rosa e biancospino. Al palato è piacevolmente fruttato, delicato e di bella freschezza e persistenza. Si abbina bene con: antipasti caldi di pesce, formaggi di media stagionatura, zuppe di pesce, carni bianche, verdure in pastella, risotto ai frutti di mare, crostacei.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 - 1,5 lt

BULICHELLA

www.bulichella.it

**SOL SERA IGT COSTA TOSCANA****Vitigni**

Syrah

Zona di produzione

Suvereto, Livorno.

Gradazione alcolica

13,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Colore rosa tenue con riflessi brillanti. Presenta note di piccoli frutti di bosco, cassis e leggere sfumature di pepe bianco. Fresco e sapido, gustoso e persistente. Abbinamenti: piatti a base di pesce, anche strutturati, carni bianche.

Bottiglie prodotte

4mila

Formato

0,75 lt

Plus di marketing

L'etichetta reinterpretata in chiave giocosa l'amicizia. Il cane, simbolo di fedeltà, e la volpe, simbolo di astuzia, si specchiano nel lago della tenuta, circondato dai vigneti. Il colore del vino è il trait d'union tra racconto e realtà, con le sfumature del tramonto che fanno da sfondo e illuminano la scena.

SANTA CRISTINA

www.santacristina.wine

**SANTA CRISTINA ROSATO - TOSCANA IGT ROSATO 2018****Vitigni**

Sangiovese, Cabernet e Syrah

Zona di produzione

Toscana.

Gradazione alcolica

11,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Il vino si presenta di un colore rosato brillante. Al naso è caratterizzato da freschi aromi fruttati che ricordano la mora e la ciliegia con note di menta e peperone. Al palato è equilibrato, morbido, fragrante, con un retrogusto fruttato.

Abbinamenti

Aperitivi a base di formaggi freschi, primi piatti di pesce e carni bianche. Ideale anche con risotti e insalate primaverili.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt

GUIDO BERLUCCHI & C

www.berlucchi.it

**CUVÉE IMPERIALE MAX ROSÉ - FRANCIACORTA DOCG ROSÉ****Vitigni**

Chardonnay (70%) e Pinot Nero (30%)

Zona di produzione

I più vocati vigneti dei 19 comuni della Franciacorta.

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Spuma soffice e abbondante, con perlage sottile e persistente. Sapore pieno, vellutato, morbido, con piacevole corpo. Colore rosa tenue, può variare leggermente da una vendemmia all'altra per il diverso grado di maturazione fenolica del Pinot nero. Bouquet complesso, fragrante e vivace, con note marcate di frutti di bosco, frutta matura, denota una piacevole vinosità, per la presenza del Pinot nero anche nella liqueur d'expédition. Ottimo all'aperitivo e abbinato a salumi, carni saporite, salse, formaggi a media stagionatura, crostacei. Si accosta perfettamente a dolci e macedonie di frutta fresca.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,57 lt

CASA VINICOLA CANELLA

www.canellaspa.com

**ROSÉ SPUMANTE BRUT MARTINOTTI****Vitigni**

Pinot nero

Zona di produzione

Trentino.

Gradazione alcolica

12% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Il gusto è asciutto, deciso e giustamente tannico. Queste caratteristiche rendono il Rosé Canella ideale per accompagnare piatti di pesce (anche crudo), sushi, piatti in agrodolce e piccanti.

Bottiglie prodotte

50mila

Formato

0,75 lt

CA' DE' MEDICI

www.cademedici.it

**REMIGIO ROSÉ - REGGIANO LAMBRUSCO ROSATO DOC****Vitigni**

Marani, Maestri

Zona di produzione

Reggio Emilia.

Gradazione alcolica

9% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Vino fresco e vivace da una dolcezza che ben si bilancia con l'acidità senza mai diventare fastidiosa al palato. Ottimo come aperitivo o da abbinare a una pizza in compagnia.

Bottiglie prodotte

10mila

Formato

0,75 lt.

Plus di marketing

Bottiglia personalizzata con logo della cantina, etichetta raffinata e femminile, rifinita a foglia d'oro.

**SPUMANTE ROSÉ CAPRARI - SPUMANTE ROSÉ BRUT V.S.Q.****Vitigni**

100% Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese

Zona di produzione

Reggio Emilia.

Gradazione alcolica

11,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Vino delicato e floreale dalla spiccata acidità, mai pesante, lungo sul finale e che lascia la bocca pulita. Consigliamo di consumarlo come classico aperitivo o in abbinamento a una cena di pesce.

Bottiglie prodotte

5mila

Formato

0,75 lt

Plus di marketing

Bottiglia particolare e con un'etichetta raffinata.

CANTINE DUE PALME

www.cantineduepalme.it

**COREROSA, ROSATO SALENTO IGP****Vitigni**

Susumaniello e Primitivo

Zona di produzione

Salento.

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Di colore rosa cerasuolo brillante, presenta un profumo delicatamente fruttato e floreale, con sentori di amarena, ciliegia e lampone. Al gusto risulta sapido ed equilibrato, con una spiccata acidità che ne esalta la freschezza.

Bottiglie prodotte

20.410

Formato

0,75 lt

Plus di marketing

Bottiglia Impero, etichetta prodotta da Upm Rafilatac.

LE MORETTE AZ. AGR. VALERIO ZENATO

www.luganalemorette.it

**CÉPAGE ROSÉ BARDOLINO CHIARETTO SPUMANTE BRUT****Vitigni**

Corvina 55%, Rondinella 35%, Molinara 10%

Zona di produzione

Lazise, Verona.

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Si presenta di colore rosa tenue con riflessi brillanti e accennate sfumature violente. Al naso è delicato, fresco, fruttato (anguria, pesca gialla e piccoli frutti). Al gusto conferma le sensazioni fruttate, sostenute da una sapidità che esalta la freschezza di questa bollitura e permette di abbinarla perfettamente a numerose ricette della cucina mediterranea.

Bottiglie prodotte

9mila

Formato

0,75 lt

SANTA CRISTINA
PASSIONI CHE UNISCONO



guida buyer - rosé

Febbraio 2020


CANTINA DI SOAVE
 www.cantinasoave.it

CADIS - BARDOLINO CHIARETTO DOC

Vitigni
Corvina, Molinara, Rondinella
Zona di produzione
Bardolino.
Gradazione alcolica
12% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Tra le splendide colline della Doc Bardolino nasce questo Chiaretto, dall'elegante colore rosa. Profumi fruttati di lampone e fragola e un piccolo accenno di pompelmo rosa. Un vino dal sapore morbido, ottimo come aperitivo, con antipasti, primi leggeri e carni bianche.
Bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt


MAXIMILIAN I ROSÉ EXTRA DRY

Vitigni
Corvina e Rondinella
Zona di produzione
Verona.
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Vino spumante ottenuto da una speciale cuvée di uve a bacca rossa. La lenta presa di spuma conferisce il caratteristico bouquet delicatamente fruttato. Il gusto pieno e piacevolmente armonico è il giusto abbinamento per l'aperitivo.
Bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

LA CANTINA PIZZOLATO
 www.lacantinapizzolato.com

SPUMANTE ROSATO EXTRA DRY 'M-USE'

Vitigni
Glera (95%), Raboso (5%)
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
11% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Armonico e fruttato, con sentori delicati di marasca e note floreali. Le note di dolcezza sono equilibrate da una giusta acidità, leggermente sapido. Ideale come aperitivo, con tempura di verdura e altri svariati tipi di antipasto. Ottimo con le zuppe.
Bottiglie prodotte
300mila
Formato
0,75 - 1,5 lt
Plus di marketing
Spumante rosato venduto e vestito con sacchettino rosa. In vetro leggero, dalla produzione sostenibile e dal design diamantato, la bottiglia M-Use esce dalla concezione di 'vuoto a perdere' e inaugura quella di 'vuoto a guadagnare'. Numerose sono le vie di riutilizzo dopo aver goduto del suo contenuto.

POGGIO CAGNANO
 www.poggiocagnano.it

NEBULA ROSA DOC MAREMMA TOSCANA

Vitigni
Sangiovese
Zona di produzione
Manciano Grosseto.
Gradazione alcolica
13% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
All'olfatto numerosi frutti rossi, tra cui ribes e lampone, si manifestano gradualmente seguiti da erbe officinali. In bocca percepiamo la succosità e la fragranza dei frutti rossi che si accompagnano alle sensazioni di freschezza e profondità.
Bottiglie prodotte
1000
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Bottiglie allungata. Il nome e l'etichetta rievocano la 'Nebulosa di Orione' e richiamano la tecnica del batonnage, che viene applicata sul vino: il batonnage consiste nel 'rimiscelare' le fecce fini o nobili alla massa del vino in affinamento nella barrique, creando appunto una sorta di nebulosa.

MIRABELLA FRANCIACORTA
 www.mirabellafranciacorta.it

ROSÉ - FRANCIACORTA DOCG

Vitigni
Pinot Nero 45%, Chardonnay 45%, Pinot Bianco 10%
Zona di produzione
Franciacorta.
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Colore rosa cipria, che con l'invecchiamento prende riflessi ramati. Profumo ricco e ampio, con sensazioni tipiche di lievito a cui si sommano frutti di bosco e sfumature vanigliate. Sapore armonico, di grande morbidezza, facile da bere per tutti e in particolare per palati di grande femminilità.
Bottiglie prodotte
75mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Primo Franciacorta della storia a entrare nella classifica Top 100 stilata dalla rivista americana Wine Spectator, 68esimo posto con 92 punti.

TENUTA MAZZOLINO
 www.tenuta-mazzolino.com

OLTREPÒ PAVESE DOCG PINOT NERO SPUMANTE ROSÉ CRUASÉ

Vitigni
Pinot Nero 100 %
Zona di produzione
Oltrepò Pavese.
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Olfatto: complesso e vinoso, in evidenza i piccoli frutti rossi del Pinot Noir e le note di pain grillé e pasticceria portate dalla lunga permanenza sui lieviti. Palato: effervescenza fine e setosa. Da abbinare a carpacci di pesce, crostacei a carne dolce, tartare di carne e salumi nobili.
Bottiglie prodotte
10mila
Formato
0,75 - 1,5 lt
Plus di marketing
Ultimi riconoscimenti ricevuti: medaglia d'oro 'Michael Edwards Award' del concorso londinese Glass of Bubbly Award 2020; il punteggio di 91/100 della guida Falstaff, nella speciale edizione dedicata ai vini spumanti.

TORRE MORA
 www.tenutepiccini.it

SCALUNERA, ETNA ROSATO DOC

Vitigni
Nerello Mascalese 100%
Zona di produzione
Contrada Dafara Galluzzo, Area Etna Doc.
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Color rosa tenue dotato di ottima luminosità. Il profilo olfattivo è piacevole e immediato e regala ricordi di ciliegia e di fragola matura, di arancia rossa e di fiori di ibisco. Il sorso è dotato di un corpo piacevole e rotondo, caratterizzato da una decisa freschezza che grazie all'interazione con una spiccata sapidità rende la beva facile ed intrigante. Chiude con ricordi di piccoli frutti rossi.
Bottiglie prodotte
13mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Best International Rosé Wine secondo IWC (International Wine Challenge).

TENUTA MORAIA
 www.tenutepiccini.it

ROSATO MAREMMA DOC, TENUTA MORAIA

Vitigni
Sangiovese (80%), Syrah (20%)
Zona di produzione
Maremma Doc
Gradazione alcolica
12% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Colore rosa pallido, con un aroma intenso di frutta rossa, quasi dolce, tipico della Maremma. Morbido e rotondo in bocca, bilanciato da una buona acidità, note di lamponi maturi e scorza d'arancia che rendono questo vino complesso ed equilibrato. Perfetto con pesci grassi e affumicati, nonché per piatti dolci e caldi.
Bottiglie prodotte
10mila
Formato
0,75 lt

CAVIRO
 www.caviro.it

ROSATO SALENTO IGP

Vitigni
Negroamaro Primitivo e Bombino Nero
Zona di produzione
Puglia
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Smagliante rosa cerasuolo, al naso presenta intense note di melograno e lamponi, che si uniscono armonicamente a erbe agresti e fiori di malva. Al palato è fresco e vitale con delizioso finale agrumato. Perfetto in abbinamento ad aperitivi, piatti a base di pesce e crostacei.
Bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Feudo Apuliano, con le sue etichette dai toni pastello, rappresenta tutta la ricchezza e i colori tipici della Puglia, terra votata al buon vino già ai tempi degli Antichi Greci che l'avevano soprannominata 'Messapia', terra tra i due mari (Ionio e Adriatico).


ROMAGNA DOC SPUMANTE ROSATO EXTRA DRY

Vitigni
Sangiovese (75%), Merlot (25%)
Zona di produzione
Emilia Romagna
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Rosato tenue con riflessi vivaci e brillanti. Al naso si esprime con note dominanti di frutti rossi e sentori di pesca sciroppata mantenendo una nota incredibilmente fresca. Al palato è fresco, sapido e croccante. Il perlage è fine e piacevole. In abbinamento ad antipasti, primi piatti leggeri e dessert.
Bottiglie prodotte
13mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Ogni illustrazione della linea Vigneti Romio è un'opera d'arte realizzata dall'artigiana Barbara Donati, secondo l'antica tecnica della xilografia, da secoli utilizzata nella cultura contadina romagnola a scopo decorativo.

CANTINA DI CARPI E SORBARA
 www.cantinadicarpiesorbara.it

SPUMANTE ROSATO DI MODENA DOC - PIAZZA GRANDE

Vitigni
Lambrusco di Sorbara, Lambrusco Salamino e altri vitigni a bacca rossa del modenese
Zona di produzione
Provincia di Modena
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Rosato molto chiaro tendente al color cipolla. Aroma intenso, fresco e floreale. Presenta un sapore bilanciato e fresco con ricordi di piccoli frutti rossi. Ideale come aperitivo, accompagna a finger food, pesce, carni bianche, primi.
Bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Decanter Asia Wine Award 2019 e 2018 - Medaglia di Bronzo 86 punti; 'Sakura Japan Women's Wine Awards 2019; Wine Enthusiast 2018 - 88 punti Best Buy; International packaging competition 2018, categoria spumanti - Etichetta D'oro.

LEONE DE CASTRIS
 www.leonedecastris.com

FIVE ROSES ROSATO IGT SALENTO 2019

Vitigni
Negroamaro (90%), Malvasia Nera di Lecce (10%)
Zona di produzione
Salice salentino
Gradazione alcolica
12% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Conquista al primo sguardo con il caratteristico rosa cerasuolo cristallino e rapisce con i sentori fruttati di ciliegia e fragolina di bosco. In bocca è fresco, morbido e piacevolmente persistente. Si consiglia di abbinarlo a risotti, bolliti e piatti a base di pesce e carni bianche. Ottimo con la frisa salentina.
Bottiglie prodotte
160mila
Formato
0,75 lt

SOC. AGR. VENTURINI BALDINI
 www.venturinibaldini.it

CADELVENTO LAMBRUSCO SPUMANTE DOP - ROSATO SPUMANTE SECCO

Vitigni
Lambruschi nelle varietà Sorbara e Grasparossa
Zona di produzione
Da vigne a conduzione biologica ubicate sulle colline di Roncolo di Quattro Castella, Reggio Emilia.
Gradazione alcolica
11% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Dal profumo suadente, fragrante e persistente. Ricorda la rosa canina e susina matura. Ideale come aperitivo, trova un perfetto abbinamento anche con piatti a base di crostacei, zuppe di pesce, formaggi freschi, salumi.
Bottiglie prodotte
24mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Gambero Rosso - Tre Bicchieri 2019-2020; Falstaff - 91 pt; James Suckling - 91pt; The Wine Hunter Rosso; Bubby Awards - Silver medal classic & elegant; Sparkle 2020; Bere Bene 2020.

SCHENK ITALIAN WINERIES
 www.schenkitalia.it

AMICONE CORVINA ROSATO VERONA IGT

Vitigni
Corvina 100%
Zona di produzione
Veneto.
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Rosato chiaro dai gradevoli sentori di agrumi, fiori e frutta a polpa bianca. Al palato entra morbido e sapido, con un buon equilibrio tra note fresche e fruttate e tra acidità e alcool. Ottimo con antipasti leggeri. Ideale anche con secondi di pesce o carne bianca.
Bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Medaglie: Luca Maroni 2019 - 96 punti; Iwc 2019 - Bronzo; Concours Mondial De Bruxelles 2019 - Argento; Berliner Wine Trophy 2019 (ediz. Estiva) - Oro; Iwsc 2019 - Bronzo.

LUNARIA BY CANTINA ORSOGNA 1964
 www.lunaria.bio

PETTIROSCE CERASUOLO D'ABRUZZO

Vitigni
Montepulciano
Zona di produzione
Provincia di Chieti, Abruzzo.
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Il vino presenta un colore rosa ciliegia brillante. Il profumo è gradevole, fine, appena accennato l'accento vinoso, e dal bouquet fruttato; il sapore è morbido, armonico e delicato, con un retrogusto fine di mandorla. Abbinabile ad aperitivi, zuppe di pesce, primi di pastasciutta, formaggi delicati, arrosti purché leggeri, ma anche piatti non impegnativi come la pizza.
Bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt
Plus di marketing
Vino biologico e biodinamico.

TOSO
 www.toso.it

ROXÉ

Vitigni
Blend di vitigni a bacca bianca e nera provenienti dal Nord Italia.
Gradazione alcolica
11,50% vol.
Note organolettiche e abbinamenti consigliati
Di colore rosa antico, limpido e brillante, ha perlage fine e persistente, profumo elegante, delicato, con piacevoli sentori fruttati di ciliegia, prugna, ribes e caramella di lampone. Il sapore è fresco e stimolante. Ottimo come aperitivo, accompagna egregiamente antipasti, salumi, risotti, carni bianche e pesci alla griglia.
Bottiglie prodotte
25mila
Formato
0,75 lt

CANTINA VALTIDONE
www.cantinavaltidone.it**SWING ROSÉ****Vitigni**

Da uve Pinot Nero raccolte manualmente a fine agosto, tutto ciò per preservare la sua acidità e gli aromi caratteristici che lo rendono unico.

Zona di produzione

Val Tidone

Gradazione alcolica

11,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Dal colore rosa cristallino, il suo perlage fine e numeroso che forma una corona persistente; al naso il bouquet è delicato, con sentori di rosa, ciliegia e rabarbaro. Al gusto è fresco, morbido ed equilibrato e molto piacevole. Servire a 8° C in abbinamento a finger-food, antipasti e primi piatti a base di pesce.

Formato

Bottiglia Spumante Plavis 0,75 Lt con sleeve

Plus di marketing

La bottiglia a tema musicale, che riprende il nome Swing, si caratterizza per l'etichetta sleeve total body che la rende particolarmente accattivante e frizzante.

**VALTIDONE ROSÉ****Vitigni**

Da uve della Val Tidone raccolte in anticipo rispetto alla vendemmia normale, in modo da avere un elevato tenore di acidità; un buon sviluppo degli aromi.

Zona di produzione

Val Tidone

Gradazione alcolica

11,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Spuma esuberante; perlage sottile e continuo; colore rosa brillante, con sfumature rosso ciliegia; profumo ampio, fragrante, con note dominanti di frutti di bosco (lampone, fragoline) e ricordi di rosa; gusto franco, fresco e sapido, garbato, con suadente fondo fruttato. Servire a 8-9° C come aperitivo e con piatti delicati.

Formato

Bottiglia Collio 0,75 Lt

Plus di marketing

L'ottimo rapporto qualità/prezzo

VINI CASALBORDINO
www.vinicasalbordino.com**COLLEZIONE CERASUOLO D'ABRUZZO DOC****Vitigni**

Montepulciano

Zona di produzione

Casalbordino.

Gradazione alcolica

12,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Vino dal color ciliegia. Al naso sentori di frutti rossi. Si abbina con piatti a base di pesce, formaggi molli e pizze bianche.

Bottiglie prodotte

250mila

Formato

0,75 Lt

Plus di marketing

I migliori vini italiani 2020 Luca Maroni - 91 punti.

ZONIN1821
www.zonin1821.it**ELUMÉ SANT'ILARIO MAREMMA TOSCANA ROSATO DOC****Vitigni**

Sangiovese (50%), Syrah (50%)

Zona di produzione

Maremma.

Gradazione alcolica

13% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Colore rosa tenue con riflessi corallo. Al naso riflette il territorio della Maremma Toscana, con aromi di lavanda e piccoli frutti rossi, tipici del Syrah e note agrumate di mandarino. Sapore: ottimo equilibrio tra freschezza e vivacità con note di vaniglia, pesca e melograno. Setoso, fresco e persistente nel finale, espressione perfetta del territorio da cui proviene

Bottiglie prodotte

30mila

Formato

0,75 Lt

Plus di marketing

Equalitas.

CIELO E TERRA - BRAND FRESCHELLO
www.freschello.it**FRESCHELLO VIVO FRIZZANTE ROSÉ****Vitigni**

Merlot, Raboso

Zona di produzione

Italia

Gradazione alcolica

9,5% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Bouquet fresco, fruttato e fragrante con leggera nota di fragola. Sapore fresco, equilibrato e persistente, ha leggere note fruttate e una spuma sottile. Ottimo come aperitivo, con antipasti e piatti leggeri.

Bottiglie vendute

270mila

Formato

0,75 Lt

Plus di marketing

Restyling nel 2018.

**FRESCHELLO CUVEÉ EXTRA DRY****Vitigni**

Merlot, Raboso

Zona di produzione

Italia

Gradazione alcolica

10% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Sapore fresco, equilibrato e persistente. Leggere note fruttate, spuma sottile e ben diffusa. Ottimo come aperitivo, con antipasti e piatti leggeri.

Bottiglie vendute

35mila

Formato

0,75 Lt

Plus di marketing

Restyling nel 2018.

CANTINA TOLLO
www.cantinatollo.it**CERASUOLO D'ABRUZZO DOP BIOLOGICO****Vitigni**

Montepulciano 100% proveniente da agricoltura biologica

Zona di produzione

Provincia di Chieti

Gradazione alcolica

13% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Colore rosa tenue con leggeri riflessi violacei. Odore fruttato, sentori di ciliegia e sfumature minerali. Sapore di medio corpo, morbido, sapido e vellutato nel finale. Abbinamenti consigliati: antipasti, primi piatti di pesce, secondi di pesce e carni bianche, formaggi freschi o semi stagionati, pizza.

Formato

0,75 Lt

VILLA SANDI
www.lagioiosa.it**'ROSEA' ROSATO SPUMANTE BRUT****Vitigni**

Glera e Pinot nero in percentuali variabili

Zona di produzione

Aree ad alta vocazione viticola delle regioni nord orientali dell'Italia con terreni marnosi di origine alluvionale ricchi di scheletro.

Gradazione alcolica

11% vol.

Note organolettiche e abbinamenti consigliati

Ha un colore rosa tenue, brillante, perlage minuto e persistente. Al bouquet è fruttato e floreale con delicati sentori di mela golden acerba e piccoli fiori di montagna, al sapore è secco, fresco, sapido con retrogusto fruttato e armonico. È ottimo in aperitivo, ma l'abbinamento ideale è con piatti di pesce, in particolare 'alla livornese'.

Bottiglie vendute

10mila

Formato

0,75 Lt

Plus di marketing

Etichetta moderna e colorata che caratterizza la linea Spumanti La Gioiosa.

Boccia(to)

L'azienda grafica del presidente di Confindustria rischia il fallimento. Ha un fatturato di 43 milioni di ricavi. Con debiti per 38 milioni di euro. Di cui 20 verso le banche.

“Chi sa fare, fa. Chi non sa fare, insegna”, recita il detto. E ciò che sta accadendo al presidente di Confindustria, Vincenzo Boccia, e alla sua azienda, Arti Grafiche Boccia, sembra avvalorare questa tesi. Un comunicato datato 9 gennaio e pubblicato sul sito dell'azienda campana, che si definisce la “Boutique europea dell'industria grafica”, parla di grandi progetti in vista del 60esimo anniversario dalla sua fondazione, che si festeggerà nel 2021. Un “importante piano di rilancio che prevede nuovi investimenti pari a 10 milioni di euro nei prossimi 18 mesi, che si aggiungono ai 40 milioni già investiti negli ultimi 15 anni, oltre a un aumento di capitale già realizzato pari a 1,3 milioni con annessa ristrutturazione del debito”. Un sapiente giro di parole per annunciare, nei fatti, che Arti Grafiche Boccia ha fatto richiesta di concordato preventivo. O meglio, l'azienda avrebbe depositato presso il tribunale fallimentare la procedura 182 bis, ossia una procedura simile al concordato ma che “permette di congelare le passività con banche e fornitori e avviare un rilancio senza dichiarare il crac”, spiega un articolo pubblicato l'11 gennaio dal quotidiano milanese *La Verità*, che per primo ha dato la notizia.

Conti in rosso

Nella nota diffusa da Arti Grafiche, invece, quest'operazione viene definita

come la “conseguenza di una riduzione di fatturato a seguito della congiuntura internazionale, e degli Npl (non performing loans, ovvero crediti deteriorati, ovvero debiti con le banche, ndr) dovuti ad alcuni clienti storici che hanno concluso la loro attività per motivi di assenze di passaggio generazionale”. E prosegue: “Al fine di non far subire ad altre imprese fornitori dell'azienda quanto è stato subito dagli effetti degli Npl, è stata scelta la procedura definita 182 bis che consente a tutti i creditori di ricevere in trasparenza la totalità dei loro crediti nell'ambito di un piano temporale definito”. L'azienda, fondata da Orazio Boccia, padre di Vincenzo Boccia, conta circa 170 dipendenti e una rete commerciale che si estende a Parigi, Londra e New York. In base all'ultimo bilancio disponibile, che risale a due anni fa, nel 2017 Arti Grafiche Boccia ha perso quasi 3 milioni di euro di utili su 43 milioni di ricavi. Con debiti per 38 milioni di euro, di cui 20 milioni verso banche e il resto verso i fornitori. La prima anomalia che si intravede nella vicenda è proprio quella del bilancio. Per quale motivo è disponibile solo quello del 2017? Ma non dovrebbe l'uomo al vertice dell'associazione che raggruppa l'industria italiana - e che ci spiega nei convegni come si fa a fare impresa - essere un esempio di specchiata trasparenza? Le due domande rimangono sospese. Ma un'attenta analisi dei tre bilanci, dal 2015

al 2017, fornisce qualche elemento di valutazione. Innanzitutto il valore della produzione: quasi 43 milioni di euro nel 2015, 40.601.309 l'anno successivo e 43.162.658 nel 2017. Fin qui bene. Ma è l'utile dell'esercizio che spaventa: solo 27.366 euro nel 2015 e 17.779 l'anno successivo. Ma è del 2017 la debacle: una perdita di quasi tre milioni di euro (2.997.993 per l'esattezza). Con in più un totale dei debiti che fa paura: 40 milioni nel 2015, poco più di 35 nel 2016, più di 38 l'anno successivo. Una discesa agli inferi che non credo si sia fermata nel 2018, come pure nel 2019.

Accordo con Conad?

Una situazione molto deteriorata che ha visto Vincenzo Boccia correre ai ripari. Secondo fonti solitamente bene informate, potrebbe arrivare in soccorso una cooperativa del gruppo Conad. La conferma arriva dalla stessa azienda salernitana nel comunicato stampa emesso poche settimane fa: “A fine gennaio sarà sottoscritto un contratto di filiera con un partner strategico e complementare per crescere nel segmento della Gdo e coniugare ai prodotti stampati dalle Arti Grafiche Boccia anche servizi da cui deriverà un investimento di circa 10 milioni di euro con impianti prime installazioni in Italia”.

Fin qui le belle parole. Ma, al momento, di questo contratto nulla si sa. Resta il fatto, invece, che con il concordato, se va bene, i creditori porteranno

a casa un 20%. Ripeto, se va bene. E se le banche accetteranno. Altrimenti è fallimento! Meravigliosa è poi la parte finale: “Nell'ambito dell'economia circolare, l'azienda prevede poi di lanciare un laboratorio sperimentale dedicato ad artisti per realizzare opere d'arte a partire dagli scarti di produzione in particolare carta e lastre”. Insomma, una serie di supercazzole da far invidia al Sassaroli & Co. del film *Amici miei*. Quando la realtà supera la fantasia...

Lisa Ferrarini e il Sole 24 Ore

D'altra parte, Boccia sta in una buona compagnia. Vicepresidente per l'Europa dell'associazione è Lisa Ferrarini. Il suo caso è ancor più eclatante. A distanza di più di un anno dalla richiesta di un concordato in continuità per Ferrarini, siamo ancora in una fase di stallo. Il buco della società non si capisce ancora a quanto ammonti (250 milioni di euro, 360, boh?). Con le adunanze dei creditori che continuano a slittare. Per non parlare poi della situazione in cui versa *Il Sole 24 Ore*. Il quotidiano di Confindustria continua a perdere copie e soldi. E la sua autorevolezza rasenta ormai lo zero assoluto. A questo punto occorre una svolta. Il prossimo presidente di Confindustria dovrà essere un industriale vero. Di quel Nord che produce il vero Pil italiano. Capace di relazionarsi in maniera significativa e autorevole nei confronti di sindacati e Governo.

Uno, Nessuno, centomila: entra nel vivo la corsa alla presidenza di Confindustria

Entra nel vivo la corsa alla presidenza di Confindustria. Gli imprenditori che si contendono la poltrona di Vincenzo Boccia, giunto a fine mandato, sono tre: Giuseppe Pasini, Carlo Bonomi e Licia Mattioli. Tre candidati del Nord, di nascita o di adozione. Eppure molto diversi. Uno, nessuno, centomila, potremmo dire pirandelliano. Dove 'Uno' è il candidato forte e con le carte in regola per rappresentare gli industriali italiani. 'Nessuno' sta per l'imprenditore che a viale dell'Astronomia sarebbe un pesce fuor d'acqua. 'Centomila' è la carica degli associati a Confindustria: oltre 150mila imprese distribuite in lungo e in largo nel Bel Paese. E poi, come in ogni competizione che si rispetti, c'è l'outsider. Qualcuno che non gode del favore dei pronostici, ma può ancora tessere la sua rete di alleanze e vincere la gara al fotofinish.

Cominciamo proprio dall'outsider. L'identikit corrisponde a Licia Mattioli, già vicepresidente di Confindustria con delega all'internazionalizzazione. Napoletana ma torinese d'adozione, è al vertice di un'azienda con quasi 200 dipendenti, che fornisce le principali griffe mondiali della gioielleria. La Mattioli Spa ha chiuso il 2018 con un giro d'affari di oltre 53 milioni di

euro, mettendo a segno una crescita impetuosa rispetto ai 43 milioni dell'anno precedente. Per ora sono con lei il Piemonte, la Valle d'Aosta, la Liguria ed enclave di peso come Verona, Como e Belluno.

In corsa troviamo poi Giuseppe Pasini, a capo degli industriali bresciani. Dalla sua parte Federacciai, Federlegno, l'Ance (associazione costruttori) e la filiera automotive. È lui, per esperienza e capacità manageriali, l'unico vero candidato in grado di rappresentare il Made in Italy in Italia e all'estero. Il pirandelliano 'Uno', dunque, è Pasini, a capo del gruppo Feralpi: un colosso da 1.500 dipendenti e 1,3 miliardi di fatturato, di cui il 60% realizzato all'estero. L'azienda è tra i principali produttori siderurgici d'Europa.

C'è però anche il 'Nessuno'. Qui, forse, più che Pirandello varrebbe la pena scomodare Eugenio Ionesco e il suo teatro dell'assurdo. Già, perché si tratta di Carlo Bonomi, classe 1966, presidente della potente Assolombarda. Guida un'azienda di nove (sì, nove) dipendenti che vende apparecchiature mediche, la Synopo Spa. Pupillo di Diana Bracco, Bonomi ha fondato l'azienda solo nel 2013. Una realtà che, oltre

a essere minuscola, non ha certo performance brillanti: spulciando il bilancio, notiamo che i ricavi 2018 si attestano a 2,18 milioni di euro, con una perdita di 275mila euro. Non solo. La Synopo ha anche un bel po' di debiti sul groppone: di cui 1,8 milioni verso le banche e 972mila verso i fornitori. Ma allora, ci si chiederà, come ha fatto ad arrivare tra i finalisti per la poltronissima di Confindustria? Stando a fonti solitamente ben informate, Bonomi avrebbe promesso cariche a destra e a manca, secondo i canoni della campagna elettorale italiana vecchio stampo. Tra i suoi main sponsor, troviamo una vecchia volpe come Luigi Abete, gran tessitore di rapporti e molto ascoltato dall'apparato confindustriale romano e dagli ambienti che contano. Oltre al Lazio e a buona parte della Lombardia, sono pronte a sostenere Bonomi anche Bologna, Modena, Parma, Padova, Treviso e Venezia.

Al di là di come si concluda la sua corsa, già il fatto che il signor 'Nessuno' sia arrivato all'ultimo miglio, qualche domanda la pone. Una su tutte: possibile che gli industriali italiani non riescano a convergere su nomi davvero di peso, in grado di rappresentare degnamente il made in Italy?

“Sono finiti i tempi in cui Berta filava”

“Sono pur sempre un figlio d'arte”, scherza il cavalier Giovanni Pomarico, pensando alla cavalcata che lo ha condotto fino a oggi. E che lo vede alla testa di un gruppo che fattura 1,7 miliardi di euro, con oltre 500 punti vendita e 5.500 addetti. “Mio padre aveva un bazar ad Andria. Che è stata un po' la mia 'culla': da lui ho preso i rudimenti, poi ho cercato di svilupparli a modo mio. Ma non voglio parlare del passato. Parliamo del futuro”.

A proposito di futuro, mi viene in mente la sua recente idea di concedere una settimana in più ai dipendenti che diventano papà.

È una decisione in linea con quella relativa alle mamme: da diversi anni abbiamo pensato di dare un mese in più, regolarmente retribuito, alle neomamme del gruppo. E così abbiamo deciso di concedere anche ai neo papà una settimana di ferie in più per stare a casa con i nuovi arrivati; non solo per trascorrere più tempo con i propri figli, ma anche per essere di supporto alle proprie compagnie nei momenti di maggiore bisogno. D'altra parte, senza bambini non c'è futuro. E senza futuro, tutto diventa buio.

Nel suo messaggio di Natale ai dipendenti metteva in luce una preoccupazione per la situazione politica. Ci può dire qualcosa in più?

Credo sia una preoccupazione condivisa da tutti gli imprenditori italiani, o almeno da una larga maggioranza. È un'Italia che ha grandissime potenzialità, però non sempre si riesce a valorizzarle. Ci manca un governo che sia veramente all'altezza. Continuiamo a sognare un 'De Gasperi bis'.

In effetti manca molto a tutti...



Il Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico

“
Oggi emerge l'assoluto bisogno di efficienza e riduzione dei costi. Il sistema ormai non può reggere le troppe inefficienze e i vizi storici del comparto.
”

La differenza viene dalla sua visione. I nostri politici perdono troppo tempo a litigare su tutto mentre abbiamo una bellissima nazione, una grande risorsa nell'arte, siamo la culla della bellezza, della cultura; abbiamo fatto conoscere al mondo dei personaggi meravigliosi. Oggi non produciamo più. Siamo solo un contesto di micro aziende.

Come si è chiuso il 2019 per il vostro gruppo, che piccolo non è?

A rete corrente cresciamo di oltre il 12%. Con un fatturato (scontinato) di circa 1,8 miliardi di euro (fonte Nielsen).

Ha paura dell'e-commerce?

Paura no. È una parola che non mi rappresenta e non mi piace. Direi piuttosto rispetto. E anche consapevolezza.

In che senso?

Nel senso che è un'ottima opportunità che integra il commercio fisico. Ma resta l'esigenza, non trascurabile, di avere le vie dei nostri centri storici illuminate, piene di negozi e di gente.

Perché?

Perché la nostra ricchezza passa da centinaia di bellissime città che sono tutte da visitare. E per essere visitate, devono essere illuminate e attraenti. L'alternativa è che si spengano le insegne e che cresca la malavita. Il buio attira il malaffare e agevola l'omertà, la propensione alla delinquenza.

Cosa pensa degli sconvolgimenti in atto nella distribuzione italiana?

Sono finiti i tempi in cui “Berta filava”, per usare una nota espressione. Prima, Berta filava e tutto sembrava andare bene. La coperta si allungava per magia, ma non nella realtà.

E oggi?

Oggi emerge l'assoluto bisogno

di efficienza e riduzione dei costi. Il sistema ormai non può reggere le troppe inefficienze e i vizi storici del comparto.

Uno dei problemi principali di Auchan è stato il crollo degli ipermercati. È un format che ha ancora un senso in Italia o no?

Tutto va visto in base alla disponibilità del portafoglio e alla capacità di intercettare il cambiamento. L'ipermercato non ha saputo interpretare questo cambiamento. Oggi siamo in un contesto in cui il consumatore è più attento e consapevole; fa la spesa più spesso e il frigorifero non è quasi mai pieno. Perché il frigo troppo pieno è fonte di sprechi ed è 'nemico' della famiglia. Oggi la famiglia è orientata al 'poco ma buono', al fatto che bisogna bere meno, ma meglio; condire meno, ma meglio.

Ho letto che avete in programma investimenti da 85 milioni di euro in tre anni, con 10 nuovi supermercati e 160 assunzioni. Conferma tutto?

Assolutamente sì. Con un solo punto interrogativo.

Quale?

La burocrazia. Siamo diventati un po' alla volta ostaggio della burocrazia dei 'signor no'. Ma non si può fare ammodernamento e crescere con una burocrazia così asfissiante. Personalmente sono sempre più stanco di persone che, davanti a un microfono, promettono senza mantenere. Poi, nel momento in cui bisogna approvare un piano edilizio, smontano tutti i buoni propositi. Pensi che di recente abbiamo avuto l'autorizzazione a costruire in un comune e, francamente, non ricordo neanche da quanti anni eravamo in attesa di ricevere questa risposta.

Come insegna la vicenda di Bernardo Caprotti...

La distribuzione moderna in Italia. La mancanza di una politica all'altezza. La burocrazia e il peso dei troppi 'signor no'. Parla il Cavaliere del Lavoro Giovanni Pomarico, fondatore e presidente del Gruppo Megamark.

Esatto. È un peccato. Perché nel momento in cui cresce l'interesse per il supermercato, è un format che ha bisogno di essere valorizzato. E questo significa permessi per costruire nuovi punti vendita. Mi riaggancio così alla domanda sulla politica: un episodio del genere fa capire quanta poca fiducia ci sia verso la nostra classe dirigente.

Altro progetto interessante è la filiera etica contro il caporalato. Da cosa nasce questa iniziativa?

Dal fatto che a volte ci si scontra con la realtà, e solo allora si capiscono bene le cose. Solo con il contatto diretto. E allora si capisce che la realtà non è come viene raccontata dai mezzi di comunicazione. Con mio figlio Francesco [direttore operativo del Gruppo Megamark. ndr] siamo andati a visitare il "ghetto" di Borgo Mezzanone e ci siamo resi conto della condizione disumana dei raccoglitori di pomodoro nella provincia foggiana.

Come avete reagito?

Ne è nato un vero e proprio subbuglio delle nostre coscienze: dovevamo fare qualcosa. Allora abbiamo pensato a una iniziativa per la vendita di prodotti con filiera etica. Abbiamo scritto un progetto a più mani con l'associazione nazionale Na Cap e Rete per La Terra ed è nato il prodotto 'Iamme'. Il messaggio è chiaro: non si può essere complici del trattamento disumano verso altri esseri umani. I clienti sono liberi di scegliere, ma noi abbiamo deciso di intraprendere una strada non semplice verso la regolarizzazione dei contratti dei lavoratori e il pieno rispetto dei diritti di tutti: degli agricoltori, dei braccianti e dei produttori. Il risultato è davvero molto buono perché c'è più sapore quando c'è il rispetto

delle regole.

Ci racconti qualcosa dell'iniziativa sull'olio extravergine d'oliva italiano.

Nasce dalla consapevolezza di un pugliese orgoglioso di esserlo e amante del proprio territorio. Ora, se tutto il mondo sogna le nostre eccellenze, soprattutto quelle gastronomiche e noi abbiamo un prodotto meraviglioso come l'olio extravergine che quest'anno non ha problemi di produzione ed ha una elevata qualità, perché dovremmo sostenere gli oli comunitari in promozione? Era necessario un cambio di rotta e spingere tutti a sostenere il made in Italy che significa anche sostenere il nostro paese e le nostre famiglie. Perciò abbiamo intrapreso una campagna promozionale nei confronti dell'extravergine italiano, invitando anche i consumatori a scegliere l'olio Evo italiano e soprattutto pugliese.

Cos'è per lei il welfare aziendale?

È il benessere dei miei collaboratori. È un perfetto equilibrio tra l'azienda e tutti coloro che contribuiscono al raggiungimento dei risultati. È quell'insieme di iniziative che generano il buon clima sul posto di lavoro e determinano un profondo senso di appartenenza e che fanno essere ogni persona orgogliosa di lavorare per la propria azienda.

Ultima domanda: cosa farà da grande il cavalier Pomarico?

Spero di continuare a divertirmi. Già perché il mio lavoro mi ha sempre appassionato molto e spero di poter essere sempre d'esempio per gli altri, per le nuove generazioni e di stimolo per quelli più avanti nell'età. Senza entusiasmo non c'è futuro e senza futuro c'è poco spazio per sperare in cose buone per tutti.

La storia

Quella del cavalier Giovanni Pomarico, presidente del Gruppo Megamark, è una storia che inizia da lontano. Fatta di valori come la famiglia, il lavoro, l'amore per la propria terra, il rispetto, il coinvolgimento dei dipendenti. Classe 1944, penultimo di sei figli, Pomarico inizia la sua avventura imprenditoriale nel 1975, quando, con l'insegna Grossmarket, avvia la prima attività commerciale in Puglia, nel settore della distribuzione, grazie alla lungimiranza sua e di altri quattro amici. I decenni successivi saranno caratterizzati da un successo dopo l'altro, tra la nascita del primo centro di distribuzione, il moltiplicarsi delle insegne di proprietà - a cominciare da Dok - e l'apertura di punti vendita in tutto il Sud Italia. Passaggio reso più facile dall'ingresso nel Gruppo Selex, datato 1996, e dall'acquisizione di player importanti sul territorio. Sempre in quegli anni, nasce un polo distributivo indipendente composto da Esselunga, Selex e Agorà con la nuova centrale d'acquisto Esd. Poi seguono altre acquisizioni e accordi di master franchising, fino alla recente diversificazione nel settore del pet food con l'acquisizione del 55,58% del capitale sociale di Bauzaar Srl (2016) e l'avvio della catena Joe Zampetti (2017), con 6 punti vendita tra Puglia e Molise. Oggi il Gruppo Megamark conta circa 500 punti vendita a insegna A&O, Dok, Famila, Iperfamila, Sole 365 e impiega complessivamente oltre 5.500 addetti.

La responsabilità sociale d'impresa

Istituita da Giovanni Pomarico nel 2000, la Fondazione Nicolaus nasce in ricordo di suo fratello Nicola per supportare i collaboratori del gruppo commerciale in difficoltà economiche per motivi di salute e per sviluppare progetti di responsabilità sociale in Puglia. Nel 2009 cambia nome e diventa Fondazione Megamark, consolidando il cammino intrapreso sulla strada della solidarietà. Tra le tante attività, dal 2012 la Fondazione promuove 'Orizzonti solidali', il bando di concorso aperto al terzo settore che ha finanziato 86 progetti in ambito culturale, ambientale, dell'assistenza sociale e sanitaria con un finanziamento complessivo che supera il milione e mezzo di euro. Inoltre, dal 2016, la Fondazione promuove in ambito culturale il concorso letterario 'Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi' destinato alle opere prime di narrativa italiana.

IL WELFARE AZIENDALE

Più tempo alle mamme

Dal 2014 Megamark garantisce a tutte le donne impiegate la possibilità di prolungare il congedo di maternità rimanendo a casa con il figlio un mese in più, regolarmente retribuito.



Bonus bebè

Gift card del valore di 1.000 euro per un anno a collaboratori e collaboratrici che hanno avuto figli.



Giovani talenti

Bando destinato ai figli dei dipendenti risultati meritevoli al termine dei corsi di studio secondari e universitari. Tra il 2011 e il 2019 sono state erogate 163 borse di studio per oltre 350mila euro.



Vacanze-studio

Borse di studio finalizzate a una vacanza studio nel Regno Unito durante il periodo estivo.



La formazione

Corsi di formazione per i dipendenti, con l'obiettivo di avere una crescita personale e professionale. Le ore erogate annualmente sono circa 7mila.



La sicurezza sul lavoro

Formazione sul tema della sicurezza sul lavoro tramite informazione e campagne di comunicazione. Le ore annualmente erogate sono circa 1.500.



I family day

Il 1° maggio 2014 e 2019, con i punti vendita tutti chiusi, il gruppo ha organizzato grandi Family day per i dipendenti e le loro famiglie, festeggiando così i 40 e i 45 anni di attività alla Fiera del Levante, su un'area di oltre 16mila metri quadri. Dal 2014 i supermercati del gruppo sono sempre chiusi il 1° maggio.

Federalimentare sotto attacco

Filiera Italia si pone come alternativa all'associazione di Confindustria. Nuove nomine e nuovi soci. Grazie anche all'attivismo di Coldiretti.

Eni, Enel, Banca Intesa, Cdp, Terna, Snam, Granarolo, Antinori, Casillo, Opas. Sono alcuni dei nuovi soci di Filiera Italia, l'associazione nata nel 2018 da un accordo tra Coldiretti e alcuni top player dell'agroindustria, che il 23 gennaio è diventata una fondazione. Di fatto una mutazione antropologica per la realtà che ha visto la recente uscita di Ferrero, a seguito delle polemiche di Coldiretti contro l'utilizzo di nocciole turche, e che intende riunire numerosi player dell'agroindustria, dell'energia, della finanza e della distribuzione. Tra i vecchi soci figura infatti Conad, e voci solitamente bene informate parlano di altri player della Gdo pronti a entrare.

I nuovi vertici

Alla presidenza della neonata fondazione è stato nominato l'ex ministro degli Esteri, Enzo Moavero Milanesi. Già ministro degli Affari europei e presidente dell'Ocse, Moavero è un abile tessitore di alleanze, e si è distinto in questi anni per la capacità di gestire dossier complessi tra Bruxelles e Roma. Vicepresidente vicario sarà l'inossidabile Vincenzo Gesmundo, segretario generale di Coldiretti, mentre Luigi Scordamaglia, Ad di Inalca, mantiene la carica di consigliere delegato. "Investire nell'agroalimentare significa guardare al futuro positivamente", commenta a caldo Moavero Milanesi. "Filiera Italia sarà l'incubatrice di riflessioni, proposte ed iniziative nella duplice prospettiva di esortare al continuo miglioramento qualitativo e sostenibile delle produzioni italiane e dei benefici per i consumatori ovunque nel mondo. Una fucina attiva, in sintonia con i più attuali orientamenti dell'Unione europea e delle Nazioni Unite per pervenire a risultati concreti, promuovere e tutelare l'eccellenza dell'intera filiera agroalimentare".

Sfida aperta a Federalimentare

Con questo riassetto e con l'immissione di nuovi soci 'pesanti', Filiera Italia punta a diventare un soggetto sempre più politico, in grado di farsi valere ai tavoli che contano. Con l'obiettivo di valorizzare il settore da tutti i punti di vista. Di qui il coinvolgimento di colossi dell'energia, che giocheranno un ruolo da protagonisti nel Green new deal annunciato dalla commissione Ue.

Ma c'è di più: "Filiera Italia oggi rappresenta l'unica realtà del Paese capace di far fronte alle nuove sfide", spiega Ettore Prandini, presidente di

FILIERA ITALIA
COLTIVARE E PRODURRE ECCELLENZE ALIMENTARI

LA NUOVA GOVERNANCE



Presidente:
Enzo Moavero Milanesi,
ex ministro degli Esteri



Vicepresidente:
Vincenzo Gesmundo,
segretario generale Coldiretti



Consigliere delegato:
Luigi Scordamaglia,
amministratore delegato Inalca

Coldiretti. La fondazione scompagina infatti le carte nel mondo della rappresentanza, lanciando il guanto di sfida a Federalimentare. Non sarà un caso che Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare, e Luigi Scordamaglia siano in disaccordo praticamente su tutto.

Nel febbraio scorso, Vacondio tuonava contro l'associazione che riunisce agricoltura, industria e distribuzione: "Voglio fare un ragionamento molto serio e rispettoso degli altri, parlando da imprenditore e non da presidente. Faccio un mestiere, che è quello del mugnaio, in un territorio dove è imprescindibile fare accordi con le organizzazioni agricole. Detto questo, per fare business e quindi un ulteriore passo in avanti, bisogna avvicinare questi due mondi che sono sempre stati in contrapposizione in maniera sbagliata. Ma se Filiera Italia intende essere anche un organismo di rappresentanza del mondo industriale, secondo me è sbagliato. Anzi, sbagliato è poco, siamo fuori luogo".

Appena dopo la nascita della fondazione è tornato alla carica. Pur giudicando l'evoluzione di Filiera Italia "interessante", ha ribadito di essere "convintissimo che la rappresentanza dell'agroalimentare debba essere in capo all'industria e che non ci debbano essere invasioni di campo". Il messaggio al trio Scordamaglia-Gesmundo-Prandini non poteva essere più chiaro.

Scontro sull'etichetta 'a batteria'

Altro fronte caldo è quello dell'etichettatura degli alimenti. A metà gennaio il governo ha trovato la quadra sull'etichetta a batteria, su base volontaria, escludendo i prodotti Dop e Igp. Ma subito si è acceso il dibattito - guarda un po' - tra Scordamaglia e Vacondio. Con il presidente di Federalimentare contrario all'esclusione: "Rischierebbe di affossare la nostra posizione in sede di negoziazione comunitaria". E il consigliere di Filiera Italia che prende le distanze: "Chi contrasta l'esclusione, lo fa più che altro per paura. Una volta escluse Dop e Igp, diventerebbe più difficile difendere prodotti meno difendibili, come ad esempio quelli di alcune multinazionali pronte a nascondersi dietro alle vere eccellenze della filiera italiana". Da una parte Federalimentare e il ruolo predominante dell'industria, dall'altra la corazzata Coldiretti con diversi top brand e un negoziatore di prim'ordine come Moavero Milanesi. Siamo solo agli inizi, ma la guerra tra i due si preannuncia molto, molto lunga.

Confindustria rilancia con 'La buona impresa'

Di fronte a un attacco a viso aperto come quello lanciato da Filiera Italia, Confindustria (150mila aziende associate) non poteva certo restare a guardare. E infatti - notizia del 5 febbraio - ha lanciato un manifesto con l'Alleanza delle cooperative (39.500 cooperative e aziende agricole), Cia-agricoltori italiani, Confagricoltura e Copagri. A tessere le fila del manifesto, chiamato "La buona impresa. Valori e proposte per l'economia italiana", sarebbe Confindustria, come riporta ItaliaOggi. L'iniziativa punta a riunire il maggior numero possibile di player dell'agroindustria per fronteggiare l'avanzata di Filiera Italia, recentemente diventata fondazione, con al vertice l'ex ministro Enzo Moavero Milanesi. Le organizzazioni coinvolte nel sodalizio, come Legacoop e Confagricoltura, rappresentano competitor diretti del mondo industriale, agricolo e della distribuzione rispetto ai soci di Filiera Italia. Che vede, tra i protagonisti, Coldiretti e Conad. Dal protocollo de 'La buona impresa' si capisce anche la mission del nuovo soggetto: "In termini culturali e sociali può contribuire a promuovere una nuova stagione di crescita, correggendo le deformazioni e imboccando la strada di uno sviluppo sostenibile". Inoltre, il sodalizio trasversale chiede esplicitamente "una legge sulla rappresentanza" per individuare i soggetti più rappresentativi, abilitati a negoziare i contratti collettivi nazionali.

La carta del nuovo manifesto prevede anche un ritorno alla concertazione come strumento di compartecipazione di agricoltori, operatori e industriali alle scelte del governo. "Siamo pronti a fare la nostra parte", si legge nel documento, "sapendo che una nuova stagione di crescita economica non può essere disgiunta dalla volontà e dalla necessità di affrontare i grandi nodi della crescita consapevole, sostenibile, innovativa, digitale, equa, anti disuguaglianze e generativa di comunità solide e solidali".

PIEMONTE

Dire Piemonte è dire vino. Il Piemonte, assieme alla Toscana, costituisce la culla storica dell'enologia italiana moderna. I rossi delle Langhe rappresentano un'eccellenza fin da metà Ottocento, e nomi come Barolo e Barbaresco emozionano molto il bevitore di oggi, alla ricerca del vino quotidiano ma anche della bottiglia per le grandi occasioni. In Piemonte, in ogni caso, quasi ogni tipologia vinicola è prevista: si va dai grandi rossi strutturati da uva nebbiolo, al più semplice Dolcetto, alle interessanti e varieghe interpretazioni di Barbera nelle Langhe e nel Monferrato, fino a un successo commerciale e d'immagine come l'Asti Spumante, ideale compagno di torte e dessert accanto al suo parente prossimo, il Moscato d'Asti a tappo raso. Tra i bianchi, si citino l'Arneis Roero Docg e il Langhe Arneis, protagonisti negli ultimi trent'anni di un vero e proprio rilancio; e poi, un nome storico come il Gavi, altro protagonista delle colline monferrine. Degna di nota, per finire, la piccola nicchia di produzione spumantistica a metodo classico, che ha tradizioni fin dal XIX secolo e oggi è tutelata dalla Docg Alta Langa. Piemonte dunque non solo terra di importante vino rosso, ma crocevia di stili e di gusti con cui allestire un'intera cantina, col favore del consumatore.



F.LLI GANCIA & C.
www.gancia.com

**PINOT DI PINOT -
VINO SPUMANTE BRUT**
Vitigni

Pinot Bianco, Pinot Nero, Pinot Grigio

Zona di produzione

Canelli, Asti.

Gradazione alcolica

11,5% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, perlage fine e persistente. Il profumo è caratterizzato da note fruttate e floreali che ricordano i fiori d'acacia. Al gusto risulta gradevole, fresco e moderatamente acidulo. Ideale in accompagnamento a pranzi non eccessivamente strutturati. Nella cucina mediterranea viene affiancato soprattutto al pesce e alle carni bianche ed è perfetto come aperitivo.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,2 - 0,75 - 1,50 lt


**PINOT DI PINOT -
VINO SPUMANTE BRUT ROSÉ**
Vitigni

Pinot Bianco, Pinot Nero, Pinot Grigio

Zona di produzione

Canelli, Asti.

Gradazione alcolica

11,5% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Colore rosa tenue, limpido e trasparente, e un perlage fine e persistente, con spuma morbida e abbondante. Il profumo è caratterizzato da note di frutta fresca e note floreali. Al gusto risulta gradevole, fresco, moderatamente acidulo, equilibrato e fine. Ideale in accompagnamento a pranzi leggeri. Nella cucina mediterranea viene affiancato soprattutto al pesce ed è ideale come aperitivo.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,20 - 0,75 lt

FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI
www.fratellimartini.it

**LO ZOCCOLAIO
LANGHE DOC BACCANERA**
Vitigni

Barbera (50%), Merlot (30%), Nebbiolo (18%), Cabernet Sauvignon (2%)

Zona di produzione

Barolo, Cuneo.

Gradazione alcolica

14% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Colore rosso rubino, intenso e denso con profumi di frutti di bosco, prugna rossa e sentori di fieno e note speziate. Grazie a un gusto corposo, con una piacevole vena tannica e una speciale consistenza, regala un finale lungo e persistente. Si abbina a primi piatti corposi, carni rosse, cacciagione, formaggi stagionati.

Bottiglie prodotte

80mila

Formato

0,75 lt


LA DORIA GAVI DOCG
Vitigni

Cortese 100%

Zona di produzione

Gavi, Alessandria.

Gradazione alcolica

13% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Colore giallo paglierino brillante. Il profumo è elegante con sentori agrumati e di pere williams. Il sapore è fresco e asciutto, gustosamente morbido, piuttosto sapido e di buona mineralità. Ottimo come aperitivo e perfetto con pesce, minestre, risotti, carne cruda, insalate e menù estivi. Bottiglie prodotte

100mila

Formato

0,75 lt


ALBAROSSA PIEMONTE DOC
Vitigni

Albarossa

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

13% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

L'Albarossa, anche conosciuto come 'Incrocio Dalmasso', è stato ottenuto ibridando il Nebbiolo di Dronero (Chatus) con la Barbera. Vino di un bel colore rosso intenso, dotato di un bouquet complesso, sensazioni fruttate alle quali si aggiunge una spiccata componente speziata. Da abbinare con piatti della tradizione piemontese come agnolotti, formaggi stagionati o carni alla brace.

Bottiglie prodotte

30mila

Formato

0,75 lt

RICOSSA
www.ricossa.wine

DOLCETTO D'ASTI DOC
Vitigni

Dolcetto

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

13% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Il Dolcetto è tra i vini più amati dai piemontesi, ha un profumo intenso, fresco e fruttato con sentori di ciliegia e un sapore secco, asciutto, gradevolmente morbido. È un vino da apprezzare giovane e viene vinificato con l'intento di preservare queste caratteristiche fruttate e di bevibilità. Ideale come abbinamento a primi piatti e carni rosse.

Bottiglie prodotte

30mila

Formato

0,75 lt


NEBBIOLO LANGHE DOC
Vitigni

Nebbiolo

Zona di produzione

Langhe.

Gradazione alcolica

13,5% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Vino dal colore rosso granato con i riflessi aranciati. Il naso è dominato dalla ciliegia sottospirito insieme alla viola, accompagnate da fini sentori speziati del legno. In bocca è pieno e austero in gioventù. Sul finale ritornano, insieme ai tannini, le note di frutti rossi tipiche del vitigno. Si abbina perfettamente con carni rosse e formaggi stagionati, specialmente con formaggi di capra. Grazie alla sua versatilità può essere gustato con antipasti.

Bottiglie prodotte

10mila

Formato

0,75 lt

PODERI LUIGI EINAUDI
www.poderieinaudi.com

DOGLIANI DOCG
Vitigni

Dolcetto 100%

Zona di produzione

Dogliani, Cuneo.

Gradazione alcolica

13,5% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Tradizionale vino che nel doglianese raggiunge la sua massima espressione, rosso rubino con profumi fruttati, sapori freschi di piccolo frutto rosso, ammandorlato nel finale. Ideale in accompagnamento ad antipasti piemontesi, come battuta al coltello e vitello tonnato.

Bottiglie prodotte

120mila

Formato

0,75 lt

PERLINO
www.perlino.com - www.casamartelletti.it

**VINO SPUMANTE EXTRA DRY
BLANC DE BLANC CASA MARTELLETTI**
Vitigni

Blend di uve a bacca bianca

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

11% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Al gusto si presenta equilibrato e con lievi sentori fruttati, perlage fine e persistente. Ottimo come aperitivo o con piatti delicati a base di pesce.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt


**VINO SPUMANTE
BRUT SANDILIANO**
Vitigni

Blend di uve a bacca bianca

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

11% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Giallo paglierino, ottimo perlage, bouquet intenso ed equilibrato. Ottimo come aperitivo o con piatti delicati a base di pesce.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt


**PROSECCO DOC
SANDILIANO**
Vitigni

Glera

Zona di produzione

Veneto.

Gradazione alcolica

11% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

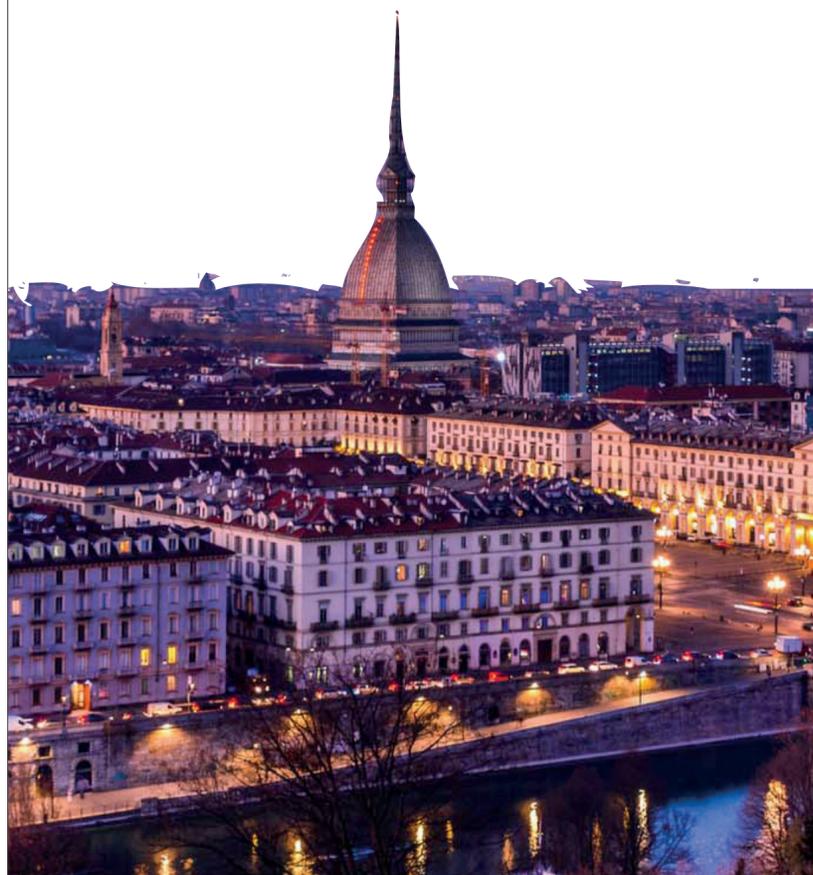
Ben bilanciato, giallo paglierino con riflessi verdognoli, perlage fine e persistente. Ottimo come aperitivo o con piatti delicati a base di pesce.

Bottiglie prodotte

N/A

Formato

0,75 lt


**ASTI DOCG SECCO
APERITIVO**
Vitigni

Moscato bianco 100%

Zona di produzione

Piemonte.

Gradazione alcolica

11% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Di colore giallo paglierino brillante, ha profumo aromatico, con note di salvia, agrumi e pesca bianca. In bocca si presenta di buona struttura, secco ed equilibrato, con una buona freschezza e con piacevoli note acide e sapide. Eccellente come aperitivo, accompagna egregiamente antipasti freddi, carni bianche, piatti a base di pesce e frutti di mare.

Bottiglie prodotte

65mila

Formato

0,75 lt

TOSO
www.toso.it

**MOSCATO D'ASTI DOCG
FIOCCO DI VITE**
Vitigni

Moscato bianco 100%

Zona di produzione

Province di Cuneo, Asti, Alessandria.

Gradazione alcolica

5,5% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

Di colore giallo paglierino, è un vino dolce, fragrante, tipicamente aromatico. Il profumo è floreale e fruttato, con note di salvia, fiori di sambuco e agrumi. In bocca è dolce e aromatico. Ottimo in abbinamento a frutta, dolci e dessert in genere.

Bottiglie prodotte

100mila

Formato

0,75 lt


**PIEMONTE DOC BARBERA
FRIZZANTE FIOCCO DI VITE**
Vitigni

Barbera

Zona di produzione

Province di Cuneo, Asti, Alessandria.

Gradazione alcolica

12% vol.

**Note organolettiche
e abbinamenti consigliati**

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

Bottiglie prodotte

130mila

Formato

0,75 lt

SANCRISPINO

VINO FRIZZANTE

TUTTA UN'ALTRA MUSICA

Bevi responsabilmente - Drink responsibly



200 ml
DI BOLLICINE
ITALIANE



**UN PIACERE DA GODERE QUANDO VUOI E OVUNQUE SEI
VINO FRIZZANTE BIANCO E ROSSO**

La novità è nelle orecchie di tutti! L'inimitabile gusto di Sancripino è ancora più fresco e friendly nella nuova confezione in lattina: la piacevole leggerezza! Pratica, riciclabile, è la soluzione più easy per godersi il delicato perlage e le note fruttate. Sancripino Frizzante, la differenza si sente.

Distributore unico per l'Italia: Due Tigli S.p.A. - Via Seganti 73/p, Forlì
Tel. 0543 473300 - commerciale@duetigli.com - www.sancrispino.wine

#sancrispinovino  