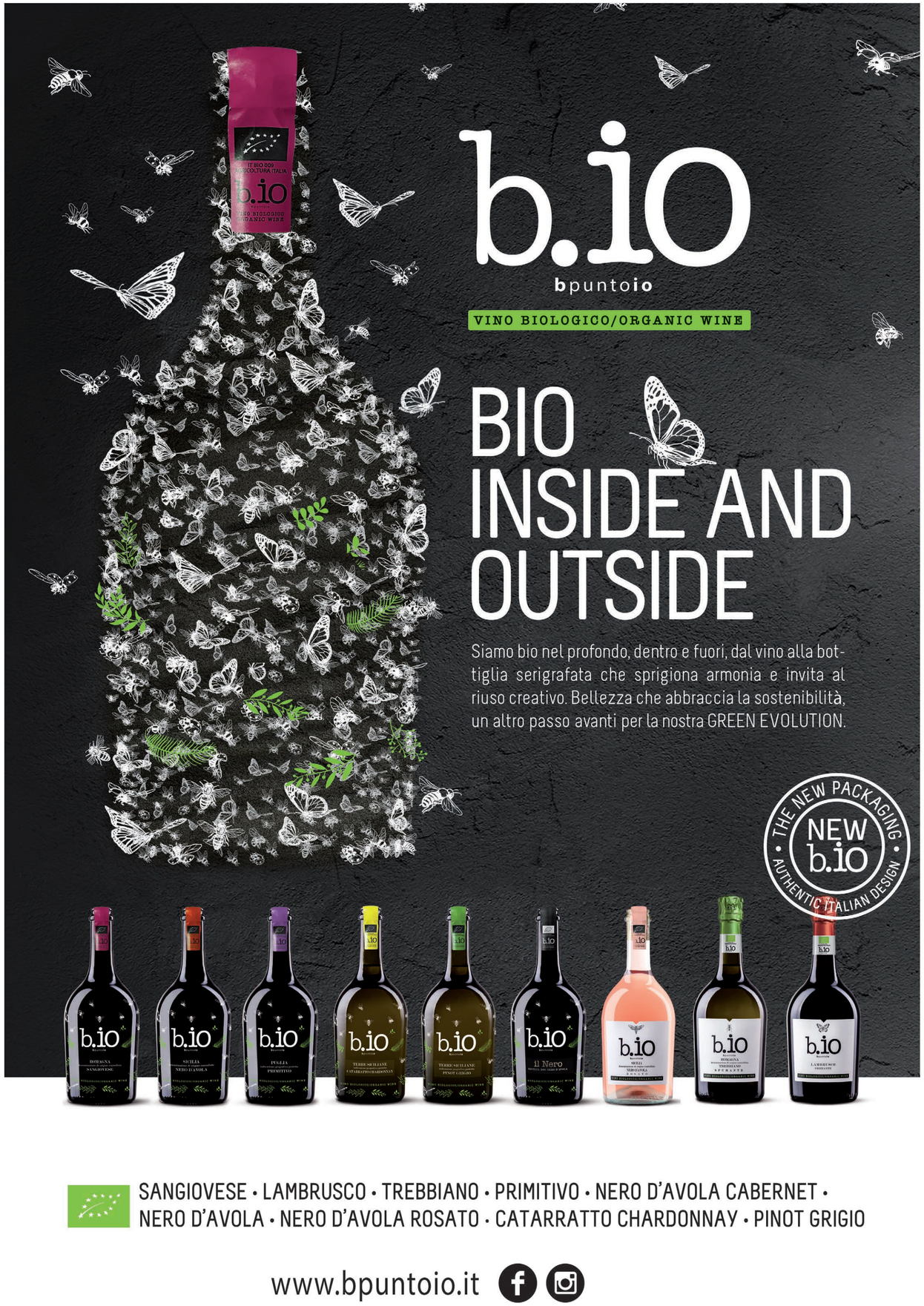
VINI & CONSUMI

ANNO 8 - NUMERO 2 - FEBBRAIO 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

La lentezza è una virtù che coltiviamo da sempre.

GALASSI

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. 27 del 10 gennaio 2008 - 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) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.



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. 27 del 10 gennaio 2008 - 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) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

PICCINI®
Wines since 1882

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia. Rilevazione del 03/02/2021. Fonte: Tespi Mediagroup

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.558.341
2	Lidl	2.317.071
3	Eurospin Italia Spa	1.081.993
4	Conad	1.050.030
5	Esselunga Spa	798.463

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	734.000
2	Eurospin Italia Spa	217.000
3	Esselunga Spa	169.000
4	Md Spa	88.400
5	Conad	54.000

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	93.731
2	Lidl	31.773
3	Coop Italia	28.094
4	Conad	27.873
5	Gruppo Végé	24.817

PICCINI®
Wines since 1882

VINI & CONSUMI

ANNO 8 - NUMERO 2 - FEBBRAIO 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

PRIMO PIANO

La difesa di Re Zonin

Si avvicina l'epilogo del maxi processo ai vertici di Banca Popolare Vicenza in seguito al crac finanziario del 2015. Per l'ex presidente dell'istituto di credito, i pm hanno chiesto una condanna a 10 anni di reclusione. Basteranno, a salvarlo, gli accorati appelli del suo avvocato, Enrico Ambrosetti?

alle pagine 28 e 29

IL RAPPORTO

Il vino corre sul web

L'emergenza sanitaria spinge il wine e-commerce. Un mercato che, in Italia, è dominato dai 'pure player'. Ma dove la Gdo online fa registrare tassi di crescita a tre cifre. L'analisi dell'Osservatorio Nomisma Wine Monitor.

alle pagine 30 e 31

FOCUS ON

Bologna-Rimini: separati in casa

Battuta d'arresto nel percorso di fusione tra la fiera del capoluogo emiliano e Italian exhibition group. I soci litigano su governance e poltrone. Intanto il tempo stringe…

a pagina 12

da pagina 13 a pagina 24

FOCUS ON

Il vino italiano al cambio di stagione

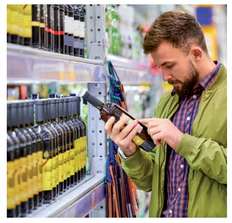
Per Stefano Cinelli Colombini, produttore di Montalcino, il calo di vendite in enoteche e ristoranti è almeno in parte compensato da nuovi canali ed esportazioni. E le novità commerciali introdotte col Covid aiuteranno la crescita negli anni a venire.

a pagina 9

RETAIL

La Private label si mette in mostra

Cresce, nel 2020, la visibilità dei prodotti a Mdd sui volantini. Anche se nel caso delle bevande alcoliche la presenza resta marginale. L'analisi dell'Istituto di ricerca QBerg.



a pagina 25

DATI & MERCATI

I distretti agroalimentari battono il virus

Cresce l'export nel primo semestre 2020. Con risultati ottimi per tutte le filiere, ad eccezione di quella del vino. Penalizzata dalla chiusura dell'Horeca in Italia e soprattutto all'estero. I numeri del report di Intesa Sanpaolo.

alle pagine 26 e 27

ALLE PAGINE CENTRALI
IL CALENDARIO DELLA FORMULA 1

RETAIL

Gruppo L'Alco in crisi. A rischio 750 dipendenti

L'azienda della famiglia Conter gestisce 44 punti vendita a marchio Despar, Eurospar, Interspar e Alta Sfera. Pesante l'impatto dello stop all'Horeca. Che ha causato il mancato pagamento di fornitori e maestranze. Il reportage, fra scaffali vuoti e preoccupazione dei lavoratori.

alle pagine 10 e 11

turbo. tespi mediagroup

Il direttore • Angelo Frigerio • angelo.frigerio@tespi.net

Molti nemici molto onore. Ma sarà vero?

Molti nemici molto onore. L'espressione, a dire il vero, non mi è mai piaciuta. Porta sfiga. Chi l'ha pronunciata è finito male. Per questo il problema, per uno che fa il giornalista, non è avere nemici o amici ma raccontare la verità. Se poi questo comporta schierarsi da una parte o dall'altra e quindi farsi degli avversari, ebbene ciò rappresenta il pericolo, e il bello, del mestiere.

L'introduzione è per spiegare, una volta per tutte, perché da queste colonne, come pure dai nostri siti internet ogni tanto (spesso) ci scagliamo contro questo o quello. In molti mi dicono: "Prima o poi qualcuno ti gambizza". Mah, non credo si arrivi a questi livelli. Per ora, comunque, mi sono assicurato.

Ma torniamo al nodo della questione. Non ho pregiudizi di sorta con nessuno, non c'è qualcuno che mi sta più sulle palle rispetto ad altri, nessuno mi ha pestato i piedi tanto da farmi incattivire. Negli anni abbiamo messo nel mirino molti personaggi, famiglie, aziende e/o associazioni. Senza cattiveria ma per dovere di cronaca. "I nostri atti ci seguono" scriveva Paul Bourget. Proprio quello che abbiamo raccontato. Fatti, accadimenti, scelte economiche e di vita che hanno portato a conseguenze, drammatiche a volte. E' utile però precisare una cosa: mai ci siamo accaniti contro chi ha sbagliato. Tutti commettono degli errori. Chi più chi meno. Quello che invece dà fastidio e fa arrabbiare è la supponenza, l'arroganza, i comportamenti alla marchese del Grillo. "Io so' io e voi non siete un cazzo". Quelli li abbiamo sempre stigmatizzati e perseguiti.

Ecco allora una breve descrizione degli antefatti che hanno portato alla scrittura di articoli di grande successo, a dir il vero, nella platea degli operatori del settore. Che hanno avuto come protagonisti: Ferrarini, Coldiretti, Zonin, Eurospin.

Cominciamo con la saga dei Ferrarini. Sui concordati delle loro aziende abbiamo profuso fiumi d'inchiostro. Ma è utile fare un passo indietro negli anni per capire da dove nasce tanto fervore agonistico. Era il 19 maggio 2013. Lisa Ferrarini partecipa a un incontro sull'export, organizzato in occasione di Tuttofood. L'allora presidente di Assica (associazione di cui non pagava le quote, ma questo lo abbiamo scoperto dopo) spara a zero contro l'Ice. Queste le sue parole: "Nessuno ci da una mano ad esportare. Non esiste il ministero del Commercio estero. E l'Ice è stata dapprima chiusa e poi riaperta. Abbiamo aspettato 16 mesi e adesso cosa succede? Non giriamoci intorno: l'Ice non esiste. Al di là di alcuni funzionari che malgrado tutto cercano di fare qualcosa. E non parlo del resto: ad esempio, non esiste una banca italiana per l'esportazione. In Francia sono 50 anni che esiste il ministero del Commercio estero. Il 50% del vino francese va all'estero. Ecco allora che, non avendo aiuti da nessuna parte, i nostri dati sull'export sono incredibili. Ma dove andiamo in questa situazione? Rimane la vergogna di non aver una macchina italiana che ci aiuti all'esportazione. Ricordo che tutta la filiera alimentare vale 130 miliardi di euro. Vogliamo tenerne conto?". Parole dure, durissime. Che subito rimbalzano a Roma. Immediata la reazione dell'Istituto che chiede conto dell'intervento. Lisa dagli occhi blu minimizza e addossa tutte le colpe al giornalista presente (Angelo Frigerio) che ha distorto e amplificato le sue dichiarazioni. Peccato che all'incontro sia presente proprio una funzionaria dell'Ice che conferma parola per parola quanto scritto sul sito alimentando.info. Brutto gesto. La cosa mi procura un certo fastidio ma non di più. Non così invece l'atteggiamento del fratello Luca nei confronti di una giornalista del programma 'La gabbia', condotto allora da Gianluigi Paragone. Il fratello di Lisa, davanti ai cancelli del sito di Reggio Emilia, di fronte alle richieste di spiegazioni sull'operato dell'azienda, l'apostrofa con parole volgari. La scena è stata rimossa dalla rete ma ne possediamo la registrazione. Bene, fin qui si tratta di comportamenti maramaldeschi, sicuramente di dubbio gusto. Il livello dello scontro invece sale quando vengono alla luce le malefatte dei responsabili delle banche del Nord Est: Veneto Banca e Banca Popolare di Vicenza. Luca Ferrarini è coinvolto, suo malgrado. Deteneva 544.704 azioni di Pop Vicenza. Prima valevano circa 34 milioni di euro. Con il crac, accettando un rimborso, ne avrebbe incassati circa 5 milioni. Raccontiamo la vicenda ma riceviamo la lettera del suo avvocato che ci intima di non parlare più delle questioni riguardanti la famiglia. Non sono un tipo permaloso, per niente, ma le lettere degli avvocati sono come la muleta, ovvero il drappo rosso che si mette davanti al toro nelle corride. Di solito lo fa solo incazzare e così carica. Ma quel giorno mi prende bene. Il mio avvocato risponde per le rime alla lettera e tutto finisce lì.

Non così invece quando si palesa in tutta la sua drammaticità la situazione debitoria dei Ferrarini. Quando la famiglia chiede i concordati, con debiti per 118 milioni di euro per Vismara e 193 milioni per Ferrarini, arrivano in redazione gli echi dello scandalo. E quando sento al telefono gente che piange perché deve ricevere piccole o grandi somme, che fanno la differenza fra la vita e la morte, aziendalmente parlando, allora le cose cambiano.

Cominciamo a scrivere raccontando, con dovizia di particolari, quanto accaduto. Non lesinando critiche. Ma soprattutto facendo emergere le contraddizioni di questa vicenda. Evidenziate dal commissario giudiziale Cadoppi che nella sua relazione parla di: "Operazioni finanziarie avventate", "disordinati intrecci di garanzie", "comportamenti finalizzati esclusivamente a rappresentare una situazione falsa". Ma la cosa che più fa discutere sono i comportamenti di Lisa Ferrarini che, incurante della gravissima situazione in cui versavano le sue società, ha continuato a pontificare con interventi su vari media, forte della sua carica di vice presidente di Confindustria per l'Europa. Lei che non pagava le quote di Assica, associazione confindustriale di cui le sue aziende facevano parte, per un ammontare di circa 50mila euro, si erge a vate dell'imprenditoria, bacchetta la politica, spiega a tutti come "fare export". Comportamenti che sono continuati nel tempo, sul *Sole 24 ore*, quotidiano di Confindustria, e in Tv, sino alle recenti ospitate a 'Carta Bianca', programma in onda su Rai tre.

È questo che fa la differenza. Non gli errori, pur gravi, ma la voglia di protagonismo, più forte dell'amore alla verità.

1.Continua

Vini & Consumi

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l. by Tespi Mediagroup
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. I Comma I - LO/MI
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile
Anno 8 - numero 2
febbraio 2021
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Prezzo di una copia 1,55 euro -
arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro
via ordinaria.

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

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. la redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospia.it.

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 15 febbraio 2021

54th EDITION

vinitaly

PASSION IN BUSINESS

20 - 23
JUNE 2021
--> VERONA <--

TOGETHER WITH

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

SOL&AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS
ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION

OperaWine
GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES

5StarWines
THE BOOK
5starwines.it

vinitalydesign
2021
INTERNATIONAL PACKAGING COMPETITION
vinitaly.it

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

VERONAFIERE.IT

FERRICOM

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 sè.

il pagellone

ROCCO SACRAMONE E DAVE PORTNOY

Rocco Sacramone è il titolare di un ristorante di New York, situato nel quartiere Astoria. Di origini abruzzesi, lo chef sbarcò in America negli anni '70 e dal 1999 gestisce la Trattoria L'Incontro. In polemica con le restrizioni anti-Covid, durante il periodo natalizio Rocco ha pubblicato sui social un video in cui lo si vede cenare insieme ai suoi collaboratori in mezzo a una bufera di neve. "Da oggi a New York si cenerà o pranzerà così", affermava sarcastico il ristoratore. "Normalmente impieghiamo dalle 30 alle 40 persone, ora siamo al massimo cinque". Il filmato ha avuto così tante visualizzazioni da attirare l'attenzione di Dave Portnoy, celebrità di Internet per le sue 'recensioni di pizza in un morso' il quale ha attivato la propria fanbase per aiutare il locale sia dal punto di vista pubblicitario sia economico, raccogliendo ben 100mila dollari. Il potere del web, ma soprattutto il coraggio di Rocco.

VOTO **10**

MARCO VALDEMI

Bevande, musica, stuzzichini e clienti seduti ai tavoli. Proprio come si faceva una volta, si potrebbe pensare. Ma tutto in regola, visto che le persone sono manichini. Questa è la scena che si vedeva al Biba Bar di Segrate (Mi) venerdì 15 gennaio. Si tratta dell'originale e scherzosa trovata messa in atto dal titolare Marco Valdemi, al posto dell'iniziativa #ioapro1501 lanciata in tutta Italia per contestare le restrizioni a danno del settore della ristorazione. "Trentun'anni dietro a un bancone e non ho mai battuto la fiacca o chiesto l'elemosina - spiega Marco -, voglio lavorare perché il lavoro è dignità ed è sancito dalla Costituzione". Marco Valdemi si è fatto prestare i manichini dal vicino negozio di abbigliamento e ha riempito il locale, facendoli 'accomodare' ai tavoli del bar.

VOTO **8**

HOTEL TIRLER

Con le piste da sci ancora chiuse e il divieto di spostarsi tra le regioni, gli alberghi di montagna sono praticamente vuoti. C'è, però, una realtà che va controcorrente: è l'Hotel Tirler, gestito dalla famiglia Rabanser, sull'Alpe di Siusi. I Rabanser non si sono fatti scoraggiare dai divieti. E hanno trovato un modo per aggirarli: hanno assunto un fisioterapista e osteopata che si prenda cura della riabilitazione dei clienti. In questo modo possono accogliere qualche cliente bisognoso di trattamenti. D'altra parte, sono possibili spostamenti "per comprovati motivi di lavoro, salute o necessità", come specificato dai Dpcm. Basta una semplice autodichiarazione, o un certificato del proprio medico curante, che attesti la necessità di cure riabilitative, per raggiungere l'albergo e trascorrervi qualche giorno. Per cinquanta minuti di trattamento, così, gli ospiti potranno godere di tutti i servizi dell'albergo. E potranno fare attività motoria nei pressi dell'albergo o in tutta la regione, a seconda che sia in zona rossa o gialla. È proprio il caso di dirlo: fatta la legge, trovato l'inganno.

VOTO **8**

KFC

Si sa che l'appetito vien mangiando. O, in questo caso, giocando. Deve averlo pensato anche Kfc, la nota catena di fast food statunitense, che ha deciso di creare la propria console da gaming, la KfcConsole, in collaborazione con l'azienda taiwanese Cooler Master. Nata inizialmente come un'operazione di marketing è invece diventata realtà: una macchina da gioco potentissima, che supporta la realtà virtuale e il ray tracing. Fin qui tutto normale. Ma questa console è anche in grado di scaldare il pollo fritto. Infatti, possiede una 'Chicken Chamber', un apposito cassetto in cui alloggiare del cibo già cotto per tenerlo in caldo grazie al calore sviluppato dalle componenti interne mentre si gioca. Purtroppo, non c'è ancora certezza sulla data di uscita e sul prezzo di mercato. Ma i videogiocatori, e i golosi, più accaniti sono già in trepidante attesa.

VOTO **7**

VALERIO BRASCHI

Visto il periodo difficile per il settore, i ristoratori hanno tempo. E c'è chi usa questo tempo per sperimentare e innovare, come Valerio Braschi, vincitore della sesta edizione di Masterchef. La sua invenzione è la lasagna in tubetto, come se fosse un dentifricio. "I clienti se ne sono innamorati. L'abbiamo inserita nel menu degustazione. Abbiamo iniziato a servirla con uno spazzolino da denti di pasta all'uovo e un delicato brodo di parmigiano, da bere come fosse collutorio", racconta il giovane chef proprietario di un ristorante a Roma. "10 portate al costo di 100 euro. Perché se vuoi crescere, devi saper sperimentare. E osare", dichiara Braschi. E lui ha osato tanto, forse fin troppo.

VOTO **5**

MAURO RONCO

"Chi richiedesse lo scontrino per la lotteria può andare affanc…": non le manda a dire Mauro Ronco, titolare del ristorante Cot' Cos di Torino, in via Nizza. Tanto da metterlo nero su bianco (anzi bianco su nero, visto che si tratta di una lavagnetta) in bella vista fuori dal suo locale. Il motivo è presto detto:"In questo ristorante si fa lo scontrino dal primo all'ultimo cliente e si accettano bancomat e carte di credito, ma non esiste che io debba aggiornare la cassa pagando 300 euro di tasca mia per provocare, eventualmente e chissà poi quando dopo un sorteggio, un beneficio a un cliente", spiega Ronco, noto grazie all'offerta profondissima di carni da tutto il mondo: dal canguro alla renna, passando per cammello, struzzo e zebra. "Lo Stato mi dia le condizioni di farlo gratuitamente e io aggiorno senza problemi. E lo dico subito: se mi obbligano a farlo chiudo il ristorante". E conclude: "Prima del coronavirus avrei voluto aprire un altro locale in città, con le stesse caratteristiche. Ora facciamo solo il pranzo e siamo scesi da 35 coperti a non più di 20. Abbiamo l'ozonizzazione, i paraventi e il plexiglass: ormai siamo una sala operatoria, non un ristorante. Per noi, purtroppo, l'asporto non è una strada percorribile: abbiamo tutte le carni del pianeta, ma se vendo una bistecca e uno la porta a casa mangia un copertone Pirelli. Ma nonostante questo oggi [6 febbraio, ndr] ho il ristorante pieno e c'è chi arriva da tutto il nord Italia pagando anche 200 euro a persona".

VOTO **10**

Signorvino inaugura a Milano Navigli. E prepara lo sbarco a Fidenza

Dopo le aperture di Parma e Roma, Signorvino inaugura a Milano, in zona Navigli, il 20esimo punto vendita della catena. E si prepara a tagliare il nastro, a marzo, di un nuovo negozio a Fidenza. Operazioni che confermano il desiderio dell'enocatena di continuare a crescere. E che denotano anche una buona dose di ottimismo e fiducia nella ripresa. Come evidenziano i dati dell'Osservatorio Signorvino, infatti, le chiusure imposte e la riduzione dei posti a sedere hanno determinato, nel corso del 2020, un inevitabile calo di fatturato per la catena. Un calo in parte ovviato dalla sezione enoteca (take away), che in Italia ha un'incidenza sugli incassi superiore al 50% e che tuttavia ha subito una flessione del 19%. Per facilitare i clienti nell'acquisto, è stato quindi attivato il servizio O2O (Online To Offline), grazie al quale prenotare l'ordine in negozio e farselo recapitare a casa, o viceversa. "Da luglio è stato poi aperto il canale e-commerce, che ha registrato un incasso di 400mila euro in sei mesi di attività", spiega Signorvino in una nota. "Infine è stato implementato il food delivery, tramite deliveroo, che ad oggi incide un 5-8% del fatturato in negozio".

Consorzio Brunello di Montalcino: "Vendite in crescita grazie alle super annate 2015 e 2016"

Sono circa 9 milioni i contrassegni Docg consegnati nel 2020 dal Consorzio per altrettante bottiglie di Brunello di Montalcino pronte alla vendita. Il dato registrato da Valoritalia è superiore del 12,2% rispetto alle bottiglie immesse sul mercato nel 2019 e del 4,3% rispetto alla media degli ultimi cinque anni. "Protagonista il millesimo 2015, giudicato straordinario dalla critica internazionale e oggetto di un boom di ordini da tutto il mondo già prima del suo esordio sugli scaffali", spiega in una nota il Consorzio, che riunisce 212 soci in rappresentanza del 98,2% della produzione di Brunello. "Alla sua prima stagione di vendita (da quest'anno è in commercio la riserva), l'annata 2015 ha già fatto meglio dei due millesimi precedenti rispettivamente del +53% del +32%. Ottime notizie anche da un'altra predestinata – l'annata 2016 – per cui tra novembre e dicembre scorsi sono stati richiesti 2,7 milioni di contrassegni Docg per altrettante bottiglie pronte a essere distribuite nel mondo".

Dati vino e spirits: Iwsr acquisisce Wine Intelligence

Due tra i maggiori fornitori mondiali di dati sul mondo beverage mettono a sistema le rispettive competenze per fornire all'industria una panoramica sempre più accurata sui trend di consumo e sulle opportunità di crescita nel mercato globale. Lo specialista dei dati Iwsr annuncia infatti l'acquisizione della società di ricerche di mercato sul mondo del vino Wine Intelligence, attiva in più di 35 mercati. La collaborazione tra Iwsr e Wine Intelligence è già una realtà già da oltre 10 anni e recentemente si è concretizzata nella pubblicazione dei 'Covid-19 Consumer Tracker Report': una serie di report di mercato volti a misurare l'impatto della pandemia sui consumi di alcolici.

Fico: via libera all'aumento di capitale di cinque milioni

Gli azionisti di Fico Eataly World, il grande parco agroalimentare di Bologna, hanno approvato un aumento di capitale di cinque milioni di euro per rilanciare la struttura. Eataly e Coop Alleanza 3.0 proveranno quindi a rimettere in sesto Fico entro tre anni. L'obiettivo è riaprire a Pasqua, ma resta da capire come si evolverà la situazione. I risultati del 2020 non sono ancora noti, ma il 2019 si è chiuso con ricavi per 34,3 milioni (dai 42,5 del 2018), un Mol di -4,2 milioni e una perdita netta di 3,1 milioni. Tra gli errori del passato, vanno segnalate in particolare le previsioni sui visitatori: 1,6 milioni nel 2020, un dato molto distante dai 6 milioni stimati. Come nota Emanuele Scarci, ha pesato anche il basso indice di fedeltà: solo il 7% dei visitatori è ritornato. Nel Cda di Eataly World entrano Stefano Dall'Ara, direttore delle partecipate di Coop Alleanza 3.0, e Nicola Farinetti, comproprietario di Eataly. Il piano industriale ha ottenuto il via libera del Fondo Pai – Parchi agroalimentari italiani, gestito da Prelios Sgr e sottoscritto da oltre 25 investitori.

Ristrutturazione vigneti, Consorzio Vino Chianti (Bani): "Mancano all'appello 14 milioni"

I fondi stanziati dalla Toscana non bastano a soddisfare le richieste delle aziende vitivinicole della regione che, nonostante il periodo di crisi, hanno deciso di continuare a investire. Su un contributo richiesto per la ristrutturazione dei vigneti di circa 24 milioni di euro, le risorse stanziate per rimborsare il 50% delle spese si fermano infatti a 10 milioni. "Mancano all'appello 14 milioni", sottolinea il direttore del Consorzio Vino Chianti, Marco Alessandro Bani. "Le aziende stanno scommettendo sulla ristrutturazione dei vigneti per migliorare la qualità del prodotto finale, ma la Regione deve garantire la liquidità necessaria per coprire tutti gli investimenti". Quello relativo alla ristrutturazione dei vigneti non è l'unico bando a cui le aziende toscane hanno risposto con entusiasmo. "Per finanziare la misura investimenti nelle cantine e nelle attrezzature sono state presentate 500 domande per una richiesta di circa 20 milioni di euro a fronte di una dotazione della Regione Toscana pari a 6 milioni", spiega Bani, che aggiunge: "Sarebbe opportuno che le risorse non spese dalle altre regioni venissero ridistribuite da parte del Ministero a favore delle regioni più virtuose e rapide nella spesa".

Consorzio Lambrusco: nominato il presidente e presentata la nuova immagine coordinata

Il 2021 è iniziato con più di una novità per il Consorzio Tutela Lambrusco, la nuova realtà che, a partire dal primo gennaio, ha preso il posto dei tre precedenti enti di tutela del noto vino emiliano. Tra le decisioni del consiglio di amministrazione, la nomina del presidente Claudio Biondi (già a capo del Consorzio di Tutela del Lambrusco di Modena) unitamente a quella del vicepresidente Davide Frascari. Sempre nell'ambito del Cda è stata presentata anche la nuova identità visiva del Consorzio, che darà volto all'ente in tutti i contesti nei quali sarà chiamato ad agire. "È un giorno importante per il nostro Consorzio, che inizia ufficialmente la sua attività attraverso la prima seduta del suo consiglio di amministrazione", spiega il neopresidente. "Quello che ha portato all'unificazione del variegato mondo del Lambrusco è stato un percorso lungo: ora la sfida sarà definire le strategie di comunicazione e i progetti di promozione più efficaci, sia a livello nazionale che internazionale, continuando ad apportare un contributo in un settore che, come tutti, ha subito i contraccolpi della recente pandemia".

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.558.341
2	Lidl	2.317.071
3	Eurospin Italia Spa	1.081.993
4	Conad	1.050.030
5	Esselunga Spa	798.463
6	Auchan Retail Italia	522.905
7	Md Spa	350.639
8	Unes	295.710
9	Despar Italia	287.613
10	Coop Italia	210.871
11	Crai	186.462
12	Tuodì	185.283
13	Pam Panorama	171.864
14	Bennet	146.771
15	Ecornaturasì Spa	133.023
16	Il Gigante	110.943
17	Coop Italia - Coop Lombardia	99.019
18	Alì	97.776
19	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	96.772
20	In's Mercato Spa	90.897
21	Rossetto Trade Spa	61.507
22	Agorà Network - Tigros	55.464
23	Coop Italia - Nova Coop	44.453
24	Coop Italia - Coop Centro Italia	40.529
25	Agorà Network - Iperal	33.357

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	734.000
2	Eurospin Italia Spa	217.000
3	Esselunga Spa	169.000
4	Md Spa	88.400
5	Conad	54.000
6	Carrefour Italia	50.600
7	Despar Italia	46.000
8	Coop Italia	44.400
9	Auchan Retail Italia	43.500
10	Sun Ce.Di Gros Scarl	41.100
11	Gruppo Végé	25.200
12	Agorà Network - Tigros	19.900
13	Pam Panorama	16.200
14	In's Mercato Spa	13.400
15	Alì	13.200
16	Bennet	11.800
17	Crai	10.600
18	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	10.400
19	Coop Italia - Unicoop Tirreno	5.966
20	Agorà Network - Iperal	5.842
21	Il Gigante	5.466
22	Metro Italia Cash And Carry Spa	4.108
23	Coop Italia - Coop Liguria	3.577
24	Coop Italia - Nova Coop	3.392
25	Coop Italia - Coop Centro Italia	3.199

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	93.731
2	Lidl	31.773
3	Coop Italia	28.094
4	Conad	27.873
5	Gruppo Végé	24.817
6	Tuodì	14.416
7	Unes	11.502
8	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.460
9	Eurospin Italia Spa	5.537
10	Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.484
11	Coop Italia - Nova Coop	3.720
12	Gruppo Selex	2.741
13	Alì	2.359
14	Despar Italia	2.298
15	Consorzio Coralis	2.239
16	Coop Italia - Coop Lombardia	1.820
17	Bennet	1.711
18	Coop Italia - Coop Casarsa	1.207
19	Coop Italia - Coop Liguria	571
20	Agorà Network - Sogegross	472
21	Metro Italia Cash And Carry Spa	379
22	Coop Italia - Coop Reno	358
23	Crai	279
24	Rossetto Trade Spa	105

Rilevazione del 03/02/2021
Fonte: Tespi Mediagroup

L'Ue all'attacco di vino, carni rosse e salumi

Vino, carni rosse e salumi nel mirino dell'Ue. La commissione ha presentato un documento denominato Europe's beating cancer plan in occasione della Giornata mondiale contro il cancro (4 febbraio) e basato su tre pilastri: prevenzione, promozione di stili di vita salutari e sensibilizzazione dei fattori di rischio. Il documento prevede una revisione della promozione tramite programmi europei, assegnando meno fondi ad alcuni prodotti come carni rosse e trasformate, vini, spirits. Sarebbe allo studio anche un sistema di etichettatura specifico per i vini, considerati ad alto fattore di rischio, la cui introduzione è prevista entro il 2023. Il testo parla anche di revisione delle normative europee sulle tasse relative a bevande alcoliche e sulle compravendite internazionali. "Siamo preoccupati dalle ricette proposte da Dg Sante (Directorate general for health and food safety, ndr): claim obbligatori che demonizzano il vino, da un lato, e, dall'altro, le proposte di rivedere la tassazione sull'alcol e la restrizione degli acquisti transfrontalieri che rischiano di creare fenomeni di mercato nero e di contrabbando. Non sono misure risolutive a favore di un consumo responsabile, che rimane l'unica vera ricetta contro i rischi alcol-correlati", ha commentato Paolo Castelletto (Unione italiana vini). A parziale rassicurazione del settore è intervenuto il vicepresidente della Commissione Ue, Margaritis Schinas, che ha puntualizzato: "L'Ue non ha intenzione di proibire il vino, né di etichettarlo come una sostanza tossica, perché fa parte dello stile di vita europeo".

Tecnologie per il beverage: Simei rimandata al 2022

La 29esima edizione di Simei, la manifestazione biennale di Unione italiana vini (Uiv) dedicata alle tecnologie per enologia e l'imbottigliamento, si terrà a Fiera Milano dal 15 al 18 novembre 2022. Inizialmente programmata dal 16 al 19 novembre 2021, è stata posticipata al prossimo anno in seguito al confronto con l'associazione di riferimento per il settore (Anformape) e con le imprese del comparto. "Simei è un evento b2b complesso anche sul piano logistico e a forte propensione internazionale", sottolinea il segretario generale Uiv, Paolo Castelletti. "Diventa perciò difficile garantire con diversi mesi di anticipo un'adeguata risposta di business agli importanti investimenti degli espositori e alle attese degli operatori. Stiamo comunque studiando occasioni di analisi e incontri professionali on e off line nel corso di quest'anno per mantenere forte il legame con il comparto". Come spiega Uiv, l'Italia è leader mondiale del settore con un fatturato annuo di circa 2,9 miliardi di euro, di cui il 70% destinato all'export per una bilancia commerciale attiva di circa 1,8 miliardi di euro.

In Uk cresce la spesa nei discount: +11% nel 2020. I dati Mintel

Ottima annata per i discount inglesi. Che, nel 2020, registrano un aumento delle vendite pari al +11% e un fatturato complessivo di 24 miliardi di sterline (27,3 miliardi di euro circa). È quanto emerge dalle stime Mintel, riportate da Plma E-Scanner. Secondo le previsioni, nei prossimi cinque anni, la domanda relativa all'intero settore crescerà del 30%, arrivando a creare un giro di affari di 31 miliardi di sterline (35,3 miliardi di euro). Tra le insegne più gettonate, Aldi e Lidl. Che, insieme, compongono il 67% del canale discount e il 13% dell'intero mercato alimentare in Uk. I dati rilevati sottolineano che l'86% dei consumatori britannici predilige questa tipologia di punto vendita, percentuale che aumenta fino a 90 punti se si prende in esame la categoria di giovani tra i 16 e i 24 anni. Ma solo il 28% degli intervistati ritiene che il prezzo sia più importante della qualità.

Marca posticipata al 23-24 giugno

Nuove date per Marca, la fiera dedicata alla private label organizzata da Bologna Fiere in collaborazione con Adm, Associazione distribuzione moderna. L'appuntamento è stato posticipato da marzo al 23 e 24 giugno 2021. Parallelamente alla definizione della nuova data si svolgeranno una serie di iniziative di avvicinamento all'evento. Tra cui, dal 15 al 25 marzo, 'Marca digital session', l'iniziativa che supporta il dialogo tra le insegne e i loro Mdd partner, consentendo a espositori e buyer nazionali e internazionali di incontrarsi su una piattaforma virtuale in preparazione degli incontri nel quartiere fieristico.

Contratto alimentaristi: sottoscritto il testo definitivo da 11 associazioni

È stato firmato il 26 gennaio il rinnovo del contratto collettivo degli alimentaristi per il periodo 2019-2023. Da una parte le tre sigle sindacali Fai-Flai-Uila, dall'altra le 11 associazioni: Ancit, Anicav, Assica, Assitol, Assobibe, Assobirra, Assolatte, Federvini, Mineracqua, Unaltalia, Unionfood. A queste si è aggiunta Unionzucchero. Il nuovo testo definitivo avrà validità per tutti gli addetti del settore. Restano fuori Assocarni, Assalzoo e Italmopa. Federalimentare, da quanto si apprende, ha svolto un lavoro di assistenza per le associazioni firmatarie. "La sigla di oggi", commentano i segretari generali di Fai Cisl, Flai Cgil e Uila Uil, Onofrio Rota, Stefano Mantegazza e Giovanni Mininni, "è il sigillo a un lavoro che va avanti da oltre un anno; grande è stato l'impegno delle parti, dispiace per l'assenza di alcune associazioni ma auspichiamo che tutte aderiscano a questo rinnovo, che ora diventa ufficialmente il nuovo contratto collettivo nazionale dell'industria alimentare". Il nuovo Ccnl prevede un aumento salariale di 119 euro a regime e alcuni punti innovativi come la formazione e il lavoro agile.

Valpolicella sempre più green: nel 2020, +14% i vigneti bio e +12% il progetto 'Rrr'

Nell'ultimo anno la superficie certificata Rrr (Riduci, risparmia, rispetta) – il progetto di sostenibilità ambientale, economica e sociale del Consorzio vini Valpolicella – ha registrato un aumento del 12% rispetto al 2019, per un totale di 1210 ettari sul territorio. "Una certificazione che ha l'effetto di spingere il vigneto della prima Dop di vini rossi del Veneto anche verso il biologico, che ora conta su 430 ettari certificati (+14% sul 2019 e raddoppiati rispetto al 2018) e su ulteriori 436 ettari attualmente in fase di conversione bio", spiega una nota del Consorzio. Cresce anche il numero delle aziende certificate Rrr, passato da 82 nel 2018 alle 142 attuali (+73%). "La sostenibilità ambientale non è solo un valore del Consorzio, che ha anche modificato i disciplinari di produzione inserendo prodotti fitosanitari a basso o nullo impatto ambientale secondo le rilevazioni scientifiche moderne", sottolinea il presidente Christian Marchesini, "ma anche un driver strategico sui mercati internazionali, dove continua a crescere la domanda di vini sostenibili e bio".

di Tommaso Farina

Il vino italiano al cambio di stagione

Per Stefano Cinelli Colombini, produttore di Montalcino, il calo di vendite in enoteche e ristoranti è almeno in parte compensato da nuovi canali ed esportazioni. E le novità commerciali introdotte col Covid aiuteranno la crescita negli anni a venire.

È bastato un anno di Covid a cambiare la faccia del mercato del vino in Italia e all'estero. La crisi nel settore dei ristoranti ha dovuto spingere i produttori e gli operatori a servirsi di canali molto diversificati per vendere il vino e svuotare le cantine che, in aggiunta alla crisi già in corso da anni, col Coronavirus si sono trovate ancora più piene fuori tempo massimo. Sintesi: la vendita nelle enoteche è diminuita parecchio, mentre sono aumentati i proventi dal commercio online e quelli della consegna diretta ai privati.

Per capire meglio l'andazzo del momento, è interessante ascoltare i pareri di Stefano Cinelli Colombini, storico produttore di Montalcino. L'azienda di Colombini, Fattoria dei Barbi, è una delle più antiche del comprensorio del Brunello, e lo stesso Colombini è vicepresidente del relativo Consorzio di Tutela. Lo scorso 4 febbraio, il vignaiolo toscano affidava a facebook una lunga e articolata riflessione sullo stato economico del vino in un momento difficile come questo.

Cauto ottimismo

Bilancio? Dalle parole di Colombini si sprigiona una ventata di cauto ottimismo: "Mentre altri Consorzi emettevano comunicati stampa apocalittici su un crollo delle vendite che non c'è stato, noi abbiamo monitorato la situazione mese per mese. E siamo rimasti sbalorditi: il flusso non si è mai fermato. Nonostante il lockdown nazionale e poi mondiale, il vino si continuava a vendere". Dunque un vino come il Brunello di Montalcino, uno dei simboli italiani del lusso enologico nel mondo, ha tenuto botta? "A marzo e aprile ci sono stati cali significativi, poi è iniziata una ripresa che non si è arrestata fino a raggiungere quasi il livello normale. E non lo faceva solo il privilegiato e particolare Brunello: dalle notizie degli enti di controllo e degli altri consorzi abbiamo visto che, chi più e chi meno, quasi tutti si stavano riprendendo".

Crollo di enoteche e Horeca

Nella fattispecie, Stefano Colombini racconta anzitutto l'esperienza personale, quella della sua azienda, chiarendo comunque che non tutto è stato rose e fiori: "Nella mia azienda dividiamo fatturato e volumi per settori commerciali, per zone geografiche e per mesi, e li confrontiamo con gli anni precedenti, ma nel 2020 ho letto risultati strani. Quasi incredibili. Noi vendiamo tramite agenti in Italia da più di un secolo, e abbiamo mantenuto un fortissimo mercato nazionale con clienti stabili e affezionati, eppure abbiamo perso tantissimo. Le enoteche sono passate da un 15% o 16% nell'ultimo decennio al 3%. Lo stesso hanno fatto i ristoranti, mentre i grossisti si sono dimezzati. Una voragine. Eppure la perdita complessiva è stata scarsa, perché altri canali commerciali hanno avuto una crescita impressionante". Ad esempio, quali? "Le vendite tramite i provider internet sono aumentate del 500%, e i grossisti con consegna a privati hanno raddoppiato. L'estero è passato in un solo anno da uno stabile 40% a oltre il 55%. Nel complesso abbiamo tenuto, ma il come lo abbiamo fatto merita una riflessione. Noi siamo da sempre tra le cantine più attente ai nuovi canali commerciali, e questo ha pagato. Sono canali che paiono più 'sensibili' a una immagine forte che a offerte sotto prezzo, e forse per questo la nostra strategia di comunicazione ha dato più vantaggi. Anche la cura molto attenta dei clienti esteri ha funzionato, quando abbiamo premuto per più vendite hanno risposto molto bene". La faccenda delle offerte sotto prezzo è interessante: in questi tempi, alcuni produttori per riuscire a stare a galla hanno deciso di introdursi nel mercato Gdo dopo una presenza quasi esclusiva in Horeca. Loro comunque devono in ogni caso accordarsi alle logiche distributive e promozionali caratteristiche dei supermercati. È il caso dell'Azienda Agricola Fiamberti, dell'Oltrepò Pavese: il mese scorso, fece scalpore la vendita a soli 4,99 euro di un loro spumante rosato nei canali della Gdo. Fu il produttore a spiegare che il supermercato dov'era stata fotografata la bottiglia doveva mettere in circolo le giacenze, e che lui non aveva voce in capitolo sulla vera e propria svendita subita dal suo prodotto.

Delivery e online continueranno

Tornando a Colombini, i dati della sua azienda collimano col trend generale, a suo tempo esposto da Andrea Terraneo, presidente di Enoteche Vinarius: da un sondaggio indetto dalla stessa organizzazione, il 36% degli enotecari con mescita ha rilevato un calo di affari del 40% a partire dall'insorgenza dell'epidemia. Comunque, si tratta di esperienze di cui fare tesoro, secondo Colombini: "La vendita su internet o il delivery del vino non si ridurranno, per tanti clienti è stata una nuova comodità che non porta aggravi di costi, e le novità con queste caratteristiche tendono a crescere. Per cui noi cantine non perderemo questi nuovi volumi che ci siamo conquistati, ma con ogni probabilità torneremo a fruire di buona parte dei vecchi: si riprenderà a mangiare al ristorante, e i turisti torneranno. Secondo me, se sappiamo trovare il modo di usare al meglio i nuovi canali che sono cresciuti nella crisi e se i vecchi riprendono fiato, cose entrambe probabili, forse già dal 2021 e di certo dal 2022 il vino italiano può iniziare una nuova grande stagione".

Tommaso Farina

di Eleonora Davì e Federico Robbe

Gruppo L'Alco in crisi. A rischio 750 dipendenti

L'azienda della famiglia Conter gestisce 44 punti vendita a marchio Despar, Eurospar, Interspar e Alta Sfera. Pesante l'impatto dello stop all'Horeca. Che ha causato il mancato pagamento di fornitori e maestranze. Il reportage, fra scaffali vuoti e preoccupazione dei lavoratori.

Si aggrava la crisi del gruppo L'Alco di Rovato (Brescia) che comprende L'Alco Spa, Alco grandi magazzini e Centri commerciali Spa. Gestisce 44 punti vendita a marchio Despar, Eurospar, Interspar e Cash&Carry Alta Sfera in Lombardia, e ha chiuso il 2019 con un fatturato di oltre 200 milioni di euro.

Una storia imprenditoriale, quella dei Conter, che si inserisce tra le grandi famiglie della distribuzione lombarda: i Caprotti, i Panizza, i Franchini, giusto per fare qualche nome. Capostipite del gruppo bresciano è Giacomo Conter, affiancato poi dai figli Giuseppe e Annamaria.

Uomo d'altri tempi, Giacomo è partito da un solo supermercato e ha fatto tutte le tappe della gavetta, fino a far crescere il gruppo. Girava con un'auto vecchia di vent'anni. E va detto che erano d'altri tempi anche i pagamenti: alla fine del mese i fornitori presentavano la fattura e si mettevano in fila per ritirare il loro bell'assegno. Questo fino agli inizi del Duemila, poi bonifici hanno un po' stravolto tutto, trattative comprese. Bonifici che, negli ultimi tempi, si sono fatti attendere.

I primi ritardi nei pagamenti

Ma qual è il fattore all'origine del dissesto? Fonti solitamente bene informate parlano di due centri logistici nel bresciano, che avrebbero dovuto essere di aiuto per il gruppo, rendendo tutti i rifornimenti più agili. Ma non hanno mantenuto le promesse. E sono stati chiusi nel dicembre 2017 con un pesante strascico di scioperi, picchetti, agitazioni che hanno coinvolto circa 120 lavoratori.

All'inizio dell'anno scorso le diverse problematiche erano state scongiurate grazie al contratto di solidarietà, che ha evitato 160 esuberi annunciati (su circa 750 dipendenti). Ma la crisi è continuata: dall'estate ci sono stati ritardi nel pagamento degli stipendi, e proprio in questi giorni i sindacati hanno diffuso una nota congiunta segnalando che non sarebbero stati accreditati il mese di dicembre e la tredicesima. Il gruppo avrebbe anche seri problemi a pagare i fornitori. "Non ci sono informazioni certe né garanzie sui salari e pagamenti", notano Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs, confermando lo stato di agitazione.

"Trovare una soluzione costruttiva"

Nella conferenza stampa del 20 gennaio a Brescia, le sigle sindacali hanno ribadito l'esigenza di trovare una soluzione costruttiva. Anche perché il gruppo, a fine 2019, aveva presentato un piano di rilancio "di tutto rispetto", sempre secondo i sindacati. Tra le misure previste, la chiusura di 11 punti vendita poco produttivi e il ricollocamento del personale, senza ricadute sull'occupazione. Con il Covid, numerosi punti vendita hanno aumentato il fatturato. Ma il vero tallone d'Achille sono i Cash&Carry, penalizzati dalla chiusura dell'Horeca. Qui le perdite sono state pesantissime e hanno inciso sui numeri del gruppo. "La società ha chiesto la cassa integrazione Covid per l'Alco Spa, che non stava beneficiando di ammortizzatori sociali", hanno precisato i sindacalisti. "In primavera, vista l'aggravarsi della situazione finanziaria, è stata sospesa la solidarietà per chiedere la cassa Covid anche per le altre due aziende". Con il passare dei mesi, la situazione è ulteriormente peggiorata a causa delle continue difficoltà della ristorazione. E la carenza di liquidità ha portato al mancato pagamento dei fornitori. Da qui agli scaffali vuoti è un attimo. Come il più classico cane che si morde la coda, l'assortimento ridotto non ha certo invogliato la clientela.

L'offerta di un cavaliere bianco

Vale la pena aggiungere che non risultano condotte sopra le righe da parte della famiglia Conter. Come confermano i sindacati e diverse aziende. "Giacomo Conter si è sempre comportato in maniera corretta. Forse il cambio generazionale, come tutte le transizioni, ha creato qualche problema", sottolinea un fornitore. Ma cosa ne sarà, ora, del gruppo? Secondo fonti solitamente bene informate, sul piatto ci sarebbe l'offerta di Italmark, di proprietà della famiglia Odolini. L'acquirente pare abbia chiesto che ci siano prima 200 uscite volontarie incentivate. Impresa non facile, di questi tempi. L'alternativa è portare i libri in tribunale.

Il reportage

La visita ai punti vendita della catena, fra scaffali vuoti e preoccupazione dei lavoratori

Gli scaffali e i frigoriferi sono semivuoti. Niente surgelati, carne, pesce. E altri prodotti, come biscotti, caramelle, formaggi e articoli per la cura della casa e della persona, sono quasi del tutto finiti. Ma ciò che lascia più sorpresi è la sistemazione della poca merce rimasta: in fila, un prodotto di fianco all'altro, quasi a voler compensare il senso di vuoto di un supermercato che sta per scomparire. No, non è lo scenario apocalittico di fine millennio. Non è la solita frenetica corsa agli approvvigionamenti a cui siamo stati abituati in questi mesi di pandemia. È l'immagine simbolo dell'incertezza per una situazione che non si sa come andrà a evolversi. Della preoccupazione dei dipendenti che non sanno quale destino ci sarà ad attenderli.

Il 22 gennaio lo scenario dell'Interspar di Rovato (Bs) è lo stesso all'Eurospar di Coccaglio (Bs), all'Interspar di Chiari (Bs), al Despar di Cologne (Bs)e all'Alta Sfera di Modena. "Lavoro qui da 20 anni, amo quello che faccio e nonostante tutto sono qui per trasmettere fino all'ultimo la mia passione", commenta così un'addetta alle vendite dell'Interspar di Rovato. "In gioco c'è il futuro di 750 lavoratori e lavoratrici", continua, "pensate che all'inizio eravamo in 1.500. Io sono madre di tre figlie, non posso permettermi di rimanere a casa. Ho già mandato in giro tantissimi curriculum, ma alla mia età è difficile trovare occupazione. Un po' mi consola il fatto che mio marito lavora in un altro ambito, ma se penso ad alcuni miei colleghi, marito e moglie, che entrambi lavorano qui…". "A quanto ci risulta sarebbero in atto trattative per la vendita del Gruppo, ma non abbiamo ancora ricevuto comunicazioni ufficiali dall'azienda. Però, anche se dovessero acquisirci non riassumeranno mai tutti. Almeno metà di noi si ritroverà senza un impiego. Questo è davvero incredibile", racconta, invece, una cassiera dell'Eurospar di Coccaglio. "Non abbiamo ricevuto tredicesima, quattordicesima e in tanti stiamo aspettando anche il pagamento degli arretrati. Pensate poi a chi ha un contratto part time e per di più è monoreddito in che difficoltà può trovarsi", spiega un commesso dell'Interspar di Chiari. Insomma, oltre a scaffali vuoti e corsie deserte una frase accomuna tutti: "Abbiamo bisogno di risposte alle domande che più volte sono state messe sul tavolo. Abbiamo il diritto di sapere".

Interspar di Rovato (Bs)

Interspar di Chiari (Bs)

Alta Sfera di Modena

Eurospar di Coccaglio (Bs)

di Federico Robbe

Bologna-Rimini: separati in casa

Battuta d'arresto nel percorso di fusione tra la fiera del capoluogo emiliano e Italian exhibition group. I soci litigano su governance e poltrone. Intanto il tempo stringe…

Sembra più tormentato del previsto il percorso che porterà alla fusione tra Bologna Fiere e Ieg (Rimini e Vicenza). Come nel più classico dei matrimoni, i due enti fieristici litigano già.

Location che significano eventi importanti per l'alimentare come Marca e Sana (Bologna) e Sigep (Rimini): appuntamenti strategici per private label, biologico, gelateria, pasticceria e panificazione.

Eppure, non più tardi di ottobre, veniva diffusa una nota congiunta con l'ipotesi di chiudere a maggio, in cui si legge: "L'operazione è volta a dare vita al principale operatore italiano del settore, in grado di competere, anche grazie alla propria capacità organizzativa in Italia e all'estero, con i più importanti player internazionali, facendosi portavoce del made in Italy e, al contempo, mantenendo un forte legame con i territori".

Ma i nodi da scogliere, a pochi mesi dalla deadline, sono ancora tanti. Tra cui la governance, il nome e, ovviamente, le poltrone. Complica il quadro il gran numero di soggetti da mettere d'accordo, sia da una parte che dall'altra. Soci pubblici e privati con idee, interessi e ambizioni differenti. Sulla governance, per esempio, l'intesa è ancora lontana.

Pesa il fatto che Ieg sia quotata in Borsa, mentre Bologna Fiere no. E i soci pubblici (Comune, Città metropolitana, Camera di commercio di Bologna, Regione e gli azionisti di Rimini Congressi) hanno intenzione di creare una holding, conferendo ad essa le loro azioni. Alla holding farebbe capo la maggioranza delle quote di Ieg che continuerà ad essere quotata a Piazza Affari. E a distribuire dividendi, si spera.

Anche in vista delle elezioni amministrative, i Comuni e la Regione hanno la necessità di blindare l'assetto della fiera, anche per motivi squisitamente politico-partitici, data la rilevanza del Partito democratico nelle amministrazioni coinvolte.

La prima ipotesi, emersa con il memorandum di alcuni mesi fa, era vincolare la holding a un patto di ben 15 anni, con la presidenza assegnata a un riminese. E la sede della società a Bologna. Soluzione che, però, non è stata accettata dai bolognesi. Con l'asse Confartigianato-Fondazione Carisbo nettamente contrario. L'ultima versione parlava di una durata più breve (nove anni) con la presidenza di nomina regionale.

I sindaci chiedono tempo

A fine dicembre, in attesa di conoscere ulteriori sviluppi, il sindaco di Bologna Virginio Merola, e l'omologo riminese Andrea Gnassi capiscono che la questione è piuttosto ingarbugliata. E decidono di mettere in guardia dai trionfalismi con una dichiarazione congiunta: "In relazione al processo di aggregazione delle due società Bologna Fiere e Italian Exhibition Group Rimini e dei due quartieri fieristici", scrivono, "con l'obiettivo di consolidare e rafforzare il ruolo di leading player nei prossimi anni in Italia e nel mondo, la complessità di tutti gli elementi tecnici e amministrativi richiede il proseguimento istruttorio e della discussione in corso".

Neanche sul nome, del resto, Bologna e Rimini hanno trovato la quadra. L'ipotesi Born (dalle sigle di Bologna e Rimini) naufraga in breve tempo. Pare dunque che la nuova società manterrà il nome Ieg senza riferimenti al quartiere fieristico bolognese.

Il nodo poltrone

Ma il nodo principale, guarda caso, resta quello delle poltrone: per la presidenza resta in pole il dominus di Ieg Lorenzo Cagnoni. Ma anche Andrea Gnassi pare interessato. A breve scadrà il suo mandato di sindaco e ha già annunciato che non si ripresenterà. Vedremo chi la spunterà. Il numero uno di Bologna, Gianpiero Calzolari, sarà molto probabilmente il vice. Due saranno gli amministratori delegati: Antonio Bruzzone (Bologna Fiere) e Corrado Peraboni (Ieg).

C'è accordo anche sulla composizione del nuovo cda a 13: la lista di Comune, Città metropolitana, Camera di commercio di Bologna e gli azionisti di Rimini Congressi dovrebbe avere otto posti. Un altro spetterà alla Regione e un altro ancora lo eleggerà Vicenza. Se i soci privati bolognesi dovessero mettersi d'accordo, dovrebbero riuscire a eleggere due consiglieri: di questi, un posto andrebbe all'asse Confindustria-coop mentre l'altro a Confartigianato e Fondazione Carisbo. L'ultimo seggio, da quanto si apprende, verrebbe destinato agli altri soci privati.

Resta comunque la diversità di vedute tra i soci pubblici. Bologna punta dritto alla fusione, mentre Rimini insiste con la holding. Intanto, il no alla proposta di Rimini prende quota grazie al sostegno delle associazioni di categoria e dagli altri azionisti privati (come la Fondazione Carisbo), preoccupati di finire tagliati fuori da una realtà pubblica, ma anche della possibile risposta negativa del mercato. Una soluzione, quella della holding, su cui anche il sindaco bolognese Merola non pare per nulla convinto.

L'incognita fatturato

Insomma, se non si vedono segnali di rottura imminente, non abbiamo alcuna certezza sulle tempistiche. Proprio nel settore fiere, poi, la crisi si sta prolungando da tanto, troppo tempo, con scenari drammatici e fatturati a picco. In attesa dei dati definitivi, Bologna Fiere prevede una perdita da 45 milioni nel 2020, mentre Ieg nei primi nove mesi ha dimezzato i ricavi. Tradotto: le due fiere da sole potrebbero avere serie difficoltà a sopravvivere.

pink is the new red

L'Italia beve volentieri in rosa. Quello del vino rosato è un mondo in costante crescita commerciale. Uno degli ultimi studi elaborati sull'argomento, quello di Wine Intelligence e Osservatorio del Vino by Unione Italiana Vini (Uiv), è stato esposto lo scorso novembre a Wine2Wine Forum dall'istituto Rosautoctono e dal Consorzio Valtenesi, che rappresenta una delle Doc più importanti in questo campo. La conclusione è che nemmeno il Covid ha interrotto il trend positivo di questa tipologia, che è prediletta da donne e giovani. E questi clienti, oltre che al ristorante, comprano volentieri il vino anche nella Grande distribuzione organizzata. Dunque, intercettare questi consumatori con prodotti all'altezza è sicuramente una delle sfide che i produttori devono porsi.

I rosati in Italia sono sostanzialmente di due tipologie: i vini fermi e quelli più o meno frizzanti, o addirittura spumanti. Tra questi ultimi, il Prosecco Doc Rosé, un novellino, introdotto appena dalla scorsa vendemmia, è nato proprio per dare un "ombrello" di qualità a tutti quegli spumanti color rosa che già si producevano nella terra della Doc Prosecco, a cavallo tra Veneto e Friuli. La caratteristica che dà il caratteristico colore è la presenza del pinot nero, uva spumantistica per eccellenza. Comunque, non sono soltanto i vini a metodo Charmat a riscuotere successo: anche gli spumanti metodo classico rosé possono vantare una buona presenza e un alto gradimento in grande distribuzione. I nomi sono sempre quelli del ben noto trio formato da Trento Doc, Franciacorta Docg e Oltrepò Pavese Metodo Classico Docg. Anche in questo caso, la tinta salmonata che si contempla nel bicchiere è data dalla percentuale di pinot nero.

Fatto poi un cenno al segmento dei Lambrusco emiliani di color rosa, diffusi soprattutto nell'ambito della Doc Lambrusco di Sorbara ma non infrequenti neppure nei dintorni, si arriva all'altro comparto importante: i rosati fermi. In Italia, il rosato fermo evoca anzitutto la viticoltura del Centro-Sud. Se già in Abruzzo si trovano eccellenti campioni di Montepulciano d'Abruzzo Cerasuolo, scendendo in Puglia s'incontra il paradiso del rosé, con la Doc Salice Salentino e varie altre denominazioni, siano esse Doc o Igt, per non parlare dei vini da tavola. Le uve preferite, a seconda della zona, sono il bombino nero, il nero di Troia e soprattutto il negroamaro: dalla vinificazione in rosa di queste varietà autoctone, ecco vini carichi di colore, talvolta capaci di sfidare il carattere di un vino rosso, ma senza difettare nell'eleganza. Vini così sono molto versatili negli abbinamenti, e con l'arrivo della primavera saranno facilmente abbinabili a piatti di pesce impegnativi, tra cui le sempre problematiche zuppe. Di minor tonnellaggio ma sempre stuzzicanti sono i rosati fermi del Nord: ad esempio quelli dell'area gardesana, siano essi prodotti sotto la Doc Valtenesi (che proprio il 14 febbraio ha compiuto i nove anni esatti dalla sua presentazione), di sponda bresciana, oppure sul lato veronese, nell'alveo del Bardolino Chiaretto Doc. Molto graditi dai tedeschi che fanno turismo da quelle parti, sono però assai apprezzati anche dagli italiani, anche per via del buon rapporto qualità/prezzo.

segue

BOTTEGA
www.bottegaspa.com

PROSECCO DOC ROSÉ CASA BOTTEGA
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Area Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Per le uve Glera, la prima fermentazione avviene in vasche di acciaio successivamente all'aggiunta di lieviti selezionati. Per il Pinot Nero viene effettuata una macerazione prefermentativa di circa 12-16 ore a contatto con le bucce per estrarne il colore. Successivamente il mosto viene fatto fermentare a temperatura controllata. I due vini vengono assemblati e fatti rifermentare secondo il Metodo Martinotti a 15-16°C.
Descrizione e principali note organolettiche
Caratterizzato dal colore rosato e dal perlage fine e persistente. All'olfatto spiccano i sentori fruttati di ciliegia e di frutti di bosco, che accompagnano delicate note floreali. Al palato risulta fresco, vivace e piacevolmente asciutto con una buona persistenza retrolfattiva.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,200 – 0,75 – 1,5 lt

MARCHESI ANTINORI TENUTA GUADO AL TASSO
www.antinori.it

SCALABRONE – BOLGHERI DOC ROSATO ANNATA 2020
Vitigni
Prevalentemente Cabernet Sauvignon, Merlot e Syrah, con una piccola quota di varietà rosse complementari
Zona di produzione
Bolgheri
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Ogni varietà viene raccolta e vinificata separatamente. Le uve vengono diraspate, delicatamente pigiate e traferite in pressa dove effettuano una breve macerazione (circa 2-4 ore) a bassa temperatura. Dopo la pressatura, il mosto raggiunge i serbatoi di acciaio inox dove ha luogo la fermentazione alcolica (16°C).
Descrizione e principali note organolettiche
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 fruttato, delicato e caratterizzato da freschezza e persistenza.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 - 1,5 lt

TORMARESCA
www.tormaresca.it

CALAFURIA - ROSATO IGT SALENTO ANNATA 2020
Vitigni
Selezione proveniente da Masseria Maime in San Pietro Vernotico (Br)
Zona di produzione
Salento
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve selezionate a mano vengono diraspate e pressate in modo soffice. Il mosto è trasferito in serbatoi di acciaio inox a 12°C in modo da ottenere un naturale illimpidimento. Qui ha luogo la fermentazione alcolica (16°C). Calafuria affina un breve periodo in acciaio a contatto con i propri lieviti prima dell'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosa fior di pesco, Calafuria presenta al naso note fruttate di pesca, pompelmo rosa, melograno, unite a delicate sensazioni floreali di glicine. Al palato è morbido, spicca per la gradevole freschezza, ben in equilibrio con la persistenza aromatica, seguita da una delicata sapidità.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,375 - 0,75 - 1,5 - 3,0 lt

SANTA CRISTINA
www.santacristina.wine

SANTA CRISTINA ROSATO – TOSCANA IGT ROSATO 2020
Vitigni
Sangiovese, Cabernet, Syrah
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
I grappoli vengono diraspati, pigiati e pressati in maniera soffice. Il mosto è raffreddato a 10°C in serbatoi di acciaio inox per favorirne il naturale illimpidimento. La fermentazione alcolica avviene a una temperatura non superiore ai 15°C. Il vino è conservato in serbatoi di acciaio inox a 10°C, per preservare la componente aromatica, fino all'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Santa Cristina Rosato si presenta di un colore rosa tenue. Al naso è caratterizzato da freschi aromi fruttati che ricordano il pompelmo rosa e le fragoline di bosco. Al palato è equilibrato, morbido, fragrante, con un retrogusto fruttato.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

BARBANERA
www.barbaneravini.it

PUGLIA PRIMITIVO ROSATO IGT DA UVE LEGGERMENTE APPASSITE – DUCA DI SARAGNANO
Vitigni
100% Primitivo
Zona di produzione
Puglia
Gradazione alcolica
13% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve appassite permettono la produzione di vini con note molto caratteristiche di frutta matura, prugna e marasca. Queste vengono raccolte quando raggiungono l'80% dello stato ottimale di maturazione, per poi lasciarle appassire fino a una perdita del 30% del loro peso. Questo processo richiede circa 2/3 settimane a una temperatura di 16°C. Il mosto ottenuto dalla pressatura delle uve viene sottoposto a fermentazione a una temperatura compresa fra i 12 e i 14°C, che dona al vino finito eleganza e struttura. Affinamento in acciaio prima della messa in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa corallo, elegante e delicato. Profumi fruttati di fragoline di bosco, mela rossa e lampone. Al gusto è fresco, sapido e di grande tessitura.
N. bottiglie prodotte
200mila
Formato
0,75 lt

'VECCIANO' TOSCANA ROSATO IGT - COLLEZIONE FAMIGLIA BARBANERA
Vitigni
Cuvee'
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
La pressatura soffice delle uve consente di preservare l'integrità aromatica e di ottenere un vino con spiccate note di ciliegia e rosa. La fermentazione avviene tra i 12 e i 16°C. Seguono le lavorazioni in batonnage che permettono di conservare le sue caratteristiche a lungo nel tempo. Affinamento in acciaio prima della messa in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino caratterizzato da un delicato color rosa tenue e da leggere sfumature violacee. Al naso rivela un bouquet prevalentemente fruttato con sentori di fragola, ciliegia e note floreali eteree. In bocca esprime una buona aromaticità ed un carattere minerale, persistente, ben bilanciato nelle sue diverse componenti.
N. bottiglie prodotte
150mila
Formato
0,75 lt

TOSCANA ROSATO IGT DA UVE LEGGERMENTE APPASSITE – SPECIAL SELECTION BARBANERA
Vitigni
Cuvee'
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
13% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve appassite permettono la produzione di vini con note molto caratteristiche di frutta matura, prugna e marasca. Queste vengono raccolte quando raggiungono l'80% dello stato ottimale di maturazione, per poi lasciarle appassire fino a una perdita del 30% del loro peso. Questo processo richiede circa 2/3 settimane a una temperatura di 16°C. Il mosto ottenuto dalla pressatura delle uve viene sottoposto a fermentazione a una temperatura compresa fra i 12 e i 14°C, che dona al vino finito eleganza e struttura. Affinamento in acciaio prima della messa in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa tenue. Al naso rivela un bouquet floreale con spiccati sentori di rosa, note eleganti di macchia mediterranea e melagrana. Fresco ed equilibrato al gusto.
N. bottiglie prodotte
150mila
Formato
0,75 lt

CAVIRO
www.vignetiromio.it/it

ROMAGNA DOC SPUMANTE ROSATO EXTRA DRY
Vitigni
75% Sangiovese, 25% Merlot
Zona di produzione
Romagna
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
La vinificazione in bianco prevede una lieve pressatura seguita da qualche ora di macerazione sulle bucce limitando il contatto con l'aria, per evitare eccesive ossidazioni e viraggio del colore. La fermentazione a temperatura controllata di 16-19°C permette di sviluppare sentori freschi e fruttati. La presa di spuma avviene in autoclave, a temperatura e pressione controllata per una durata minima di 30 giorni, dando origine al fine perlage di questo spumante e a tutte le sue note terziarie.
Descrizione e principali note organolettiche
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 e sapido e croccante, il perlage è fine e piacevole.
N. bottiglie prodotte
13mila
Formato
0,75 lt

ALOIS LAGEDER
www.aloislageder.eu

LAGREIN ROSE'
Vitigni
Lagrein
Zona di produzione
Vigneti selezionati nella zona di Bolzano, Bolzano-Gries, Ora, Magrè e Cortaccia
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Affinamento sulle fecce fini in acciaio (circa quattro mesi), fermentazione a temperatura controllata in acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore brillante rosso ciliegia chiaro con colori rosso rubino. Al naso aromatico fresco fruttato con note minerali. In bocca mediamente corposo, pieno, morbido, fresco, secco.
N. bottiglie prodotte
22.134
Formato
0,75 lt

BULICHELLA
www.bulichella.it

SOL SERA – IGT COSTA TOSCANA
Vitigni
Syrah
Zona di produzione
Suvereto, Livorno
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Criomacerazione delle uve, pressatura soffice e brevissimo contatto con le bucce in pressa. Fermentazione alcolica in vasche di acciaio inox a temperatura controllata. Affinamento in vasche di acciaio per cinque mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa tenue con riflessi brillanti. Piccoli frutti di bosco, cassis e leggere sfumature di pepe bianco. Fresco e sapido, gustoso e persistente.
N. bottiglie prodotte
4mila
Formato
0,75 lt

TERRE DI SAVA
www.notterossa.wine

NOTTE ROSSA PRIMITIVO ROSATO SALENTO IGP
Vitigni
100% Primitivo
Zona di produzione
Salento, Puglia
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Svinatura parziale del mosto di uve Primitivo dopo macerazione di qualche ora, successiva fermentazione in bianco. Affinamento in acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosa tenue, profumo intenso di macchia mediterranea, con sentori di ciliegia e lampone. Al palato è fresco e minerale, elegante ed equilibrato.
N. bottiglie prodotte
40mila
Formato
0,75 lt

CANTINA PRODUTTORI BOLZANO
www.kellereibozen.com/it/

ROSÈ VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT
Vitigni
Diversa uva rossa, vinificata in rosato.
Zona di produzione
Italia
Gradazione alcolica
12,50% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura delicata degli acini e breve macerazione, fermentazione in bianco a temperatura controllata in serbatoi d'acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa cerasuolo di media intensità. Bouquet fruttato con aromi di fragola, lampone e ciliegia, note floreali di viola e accenni di marzapane. Sapore elegante, con una struttura equilibrata, fresco e sapido.
N. bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 lt

CA' DE' MEDICI
www.cademedici.it

REGGIANO LAMBRUSCO DOC ROSATO 'REMIGIO ROSÈ'
Vitigni
50% Marani, 45% Maestri, 5% Ancellotta
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
9% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Lunga monofermentazione in autoclave (minimo 40 giorni), vinificazione in rosé.
Descrizione e principali note organolettiche
Spiccate note floreali, ribes e lamponi. La dolcezza si bilancia perfettamente con l'acidità, non rendendolo stucchevole.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

CANTINA PRODUTTORI DI VALDOBBIADENE
www.cantinaproduttorivaldobbiadene.com

PROSECCO DOC SPUMANTE EXTRA DRY MILLESIMATO ROSÉ
Vitigni
90% uve glera e 10% pinot nero, vinificate in rosso
Zona di produzione
Prosecco Doc, Veneto
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Metodo Martinotti
Descrizione e principali note organolettiche
Elegante rosa tenue più o meno intenso e sottile perlage. Colore brillante, con spuma persistente. Dal profumo piacevole e fragrante di delicate note di ciliegia e piccoli frutti rossi. In bocca risulta fresco e fruttato, mantenendo un ottimo equilibrio.
Formato
0,75 lt

CANTINA SOCIALE DI GUALTIERI
www.cantinasocialegualtieri.it

FOGARINA ROSE' - EMILIA IGT
Vitigni
100% Fogarina
Zona di produzione
Gualtieri - Boretto (RE) Bassa Reggiana
Gradazione alcolica
10,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Criomacerazione di uve selezionate. Rifermentazione in autoclave con Metodo Charmat Classico.
Descrizione e principali note organolettiche
Lucente e trasparente, si lascia penetrare attraverso il colore vitale e cerasuolo, per incontrarsi, con armonia, nel profumo del frutto di lampone, fragolina di bosco e petali di rosa selvatica. Al palato risulta preciso, fresco e coinvolgente. Gusto intenso e persistente.
N. bottiglie prodotte
6mila
Formato
0,75 lt

CANTINA TOLLO
www.cantinatollo.it

CERASUOLO D'ABRUZZO DOP BIOLOGICO
Vitigni
100% Montepulciano d'Abruzzo
Zona di produzione
Abruzzo
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice, illimpidimento del mosto e fermentazione a temperatura controllata in serbatoi di acciaio inox.
Descrizione e principali note organolettiche
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.
N. bottiglie prodotte
25mila
Formato
0,75 lt

segue

F1 Calendario 2021

Bahrain

28 Marzo

Italia

18 Aprile

Spagna

9 Maggio

Monaco

23 Maggio

Azerbaijan

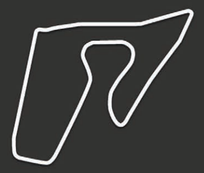
6 Giugno

Canada

13 Giugno

Francia

27 Giugno

Austria

4 Luglio

Gran Bretagna

18 Luglio

Ungheria

1 Agosto

Belgio

29 Agosto

Olanda

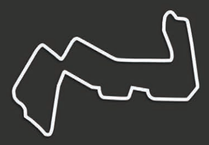
5 Settembre

Italia

12 Settembre

Russia

26 Settembre

Singapore

3 Ottobre

Giappone

10 Ottobre

Stati Uniti

24 Ottobre

Messico

31 Ottobre

Brasile

7 Novembre

Australia

21 Novembre

Arabia Saudita

5 Dicembre

Abu Dhabi

12 Dicembre

TAVERNELLO 1966 CANTINE CAVIRO

Tavernello

tavernelloitalia

www.tavernello.it

Bevi responsabilmente.
Mai quando devi guidare.

CANTINA VALTIDONE
www.cantinavaltidone.it

VALTIDONE ROSÉ - VINO SPUMANTE ROSÉ EXTRA DRY
Vitigni
Pinot Nero
Zona di produzione
Val Tidone, provincia di Piacenza, Emilia Romagna
Gradazione alcolica
11,5 % vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve utilizzate vengono raccolte in anticipo in modo da avere un elevato tenore di acidità. Vinificato 'in rosa' (breve macerazione delle bucce nel mosto), la presa di spuma si svolge in autoclave. Segue l'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Il perlage sottile e continuo, dal colore rosa brillante. Il profumo ampio, fragrante, con note di lampone e fragoline. Il gusto franco, fresco e sapido, con fondo fruttato.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

CANTINE COLOSI
www.cantinecolosi.it

CARIDDI ROSATO, VINO ROSATO SICILIA DOC
Vitigni
100% Nero d'Avola
Zona di produzione
Riesi (CI), Mazara (Tp), Sicilia
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
La vinificazione avviene parzialmente in bianco, con breve macerazione delle bucce fino a raggiungere la perfetta estrazione di colore. Dopo la fermentazione a 15/18°C per mantenere il complesso aromatico, l'affinamento avviene in vasche di acciaio inox a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosa brillante, al naso esprime intensi sentori di frutta rossa e chiare note vinose, avvolgenti e morbide. Sapido, fresco e armonico, risulta equilibrato e di buona persistenza al palato.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

CANTINE MASCHIO
www.cantinemaschio.com

MASCHIO PROSECCO DOC ROSÉ EXTRA DRY MILLESIMATO 2020
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Vigneti all'interno della Doc
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Il Prosecco Rosé è ottenuto da uve Glera con l'aggiunta di Pinot Nero vinificato in rosso. Viene ottenuto esclusivamente per fermentazione naturale a mezzo autoclave per un periodo di elaborazione non inferiore a 60 giorni anziché i 30 giorni previsti per il Prosecco tradizionale.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosato tenue con caratteristici riflessi color ramato, Maschio Prosecco Doc Rosé presenta all'olfatto sentori di fiori bianchi tipici della varietà Glera, accompagnati da note di viola e lampone derivanti dal Pinot Nero. Al palato è di buona struttura. Al retrogusto si percepiscono distintamente i piccoli frutti rossi di sottobosco.
N. bottiglie prodotte
Circa 75mila da nov 2020 (inizio produzione) a gen 2021
Formato
0,75 lt

CANTINE RIUNITE & CIV
www.riunite.it

RIGHI - LAMBRUSCO MODENA DOC ROSATO SPUMANTE EXTRA DRY
Vitigni
Lambrusco Grasparossa, Lambrusco Sorbara
Zona di produzione
Provincia di Modena nei comuni di Sorbara e limitrofi e nell'area collinare di Castelvetro.
Gradazione alcolica
11% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
Il profumo del Sorbara e la struttura del Grasparossa consentono di preparare una cuvée particolarmente equilibrata. Ne deriva un vino spumante con un perlage fine e persistente e una spuma di colore rosato poco intenso. Questo spumante di Lambrusco si caratterizza per il tipico odore floreale di viola e rosa conferito dal vitigno Sorbara arricchito da note fruttate di ciliegia, mora e mirtillo. La brillantezza del colore, la fragranza dei profumi e la personalità del Grasparossa conferiscono il nerbo di un grande spumante.
N. bottiglie prodotte
25mila
Formato
0,75 lt

BORTOLOMIOL
www.bortolomiol.com

FILANDA ROSÉ BRUT MILLESIMATO
Vitigni
100% Pinot Nero
Zona di produzione
Oltrepò Pavese
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Breve macerazione sulle bucce prima della pressatura soffice, affinamento sui lieviti tre mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Bouquet raffinato, delicato, vinoso, ricordi di frutti di sottobosco come la mora, il ribes e il lampone.
N. bottiglie prodotte
90mila
Formato
0,75 lt

CESARINI SFORZA
www.cesarinisforza.it

CESARINI SFORZA LE PREMIER BRUT ROSÈ - TRENTO DOC
Vitigni
85% Chardonnay, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Area collinare nel territorio di produzione del Trento Doc
Gradazione alcolica
12.5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Raccolta manuale nella prima decade di settembre, pressatura soffice uve intere, decantazione statica dei mosti fermentazione a temperatura controllata in serbatoi di acciaio inox, affinamento sulle lisi per sei mesi circa e poi 20 mesi sui lieviti dopo la seconda fermentazione in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Metodo Classico armonioso ed elegante, con una piacevole sapidità, colpisce con note delicate di frutti rossi.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

CLETO CHIARLI TENUTE AGRICOLE
www.chiarli.it

ROSÈ DE NOIR, VSQ BRUT
Vitigni
80% Lambrusco Grasparossa, 20% Pinot Nero
Zona di produzione
Castelvetro di Modena
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice delle uve e leggera macerazione di 5-6 ore a bassa temperatura. Presa di spuma in 'cuve close' con lenta fermentazione del mosto a 15°C.
Descrizione e principali note organolettiche
Spuma vivace, colore rosa ribes, bollicine fini e numerose. Profumo inteso con chiari sentori di frutta fresca. Sapore ben composto con tipici sentori di frutti di sottobosco.
N. bottiglie prodotte
135mila
Formato
0,75 - 1,5 lt

CONTADI CASTALDI
www.contadicastaldi.it

FRANCIACORTA DOCG ROSÉ
Vitigni
65% Chardonnay, 35% Pinot nero
Zona di produzione
Franciacorta
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice previa macerazione di circa 3/4 ore a freddo (17/18°C). Decantazione statica a freddo. Inoculo con lieviti selezionati. Fermentazione di 20 giorni in acciaio inox. Fermentazione malolattica svolta parzialmente.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosato tenue, dalla spuma soffice e dal perlage fine e persistente. Al naso è fresco, caratterizzato da note floreali di tiglio, da sfumature agrumate di pesca bianca e da leggeri sentori speziati di pepe verde. In bocca è teso, croccante, verticale, di gran beva. Una traccia di sapidità lo accompagna fino a un finale di ottima persistenza.
N. bottiglie prodotte
144.100 unità
Formato
0,375 – 0,75 – 1,5 lt

CANTELE
www.cantele.it

NEGROAMARO ROSATO, IGT SALENTO
Vitigni
100% Negroamaro
Zona di produzione
Guagnano, Lecce
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve vengono fatte macerare a freddo per 12-18 ore al fine di estrarre dalle bucce la giusta tonalità di colore e le sostanze aromatiche tipiche del vitigno di Negroamaro. Il mosto fiore viene fatto fermentare a 14-15°C in recipienti in acciaio inossidabile. Affinamento in serbatoio d'acciaio fino all'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa chiaretto. L'impatto olfattivo è variegato: l'essenza di rosa e geranio rosso abbraccia la frutta, in particolare fragola e ciliegia. In bocca il grado alcolico è mitigato dalla morbidezza nonché dalla vivace freschezza. Il gusto è intenso e persistente.
N. bottiglie prodotte
120mila
Formato
0,75 lt

CANTINE SETTESOLI
www.settesoli.it

SETTESOLI SYRAH ROSÉ TERRE SICILIANE IGT
Vitigni
100% Syrah
Zona di produzione
Menfi, Agrigento
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Il Syrah predilige terreni sabbiosi. L'allevamento a controspalliera e la potatura a Guyot consentono di controllare la produzione delle uve che vengono raccolte dopo un'attenta verifica del processo di maturazione, con una resa media di 90 q/ha. La fermentazione avviene in silos di acciaio a temperatura controllata, l'affinamento in silos di acciaio e successivamente in bottiglia per tre mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
La delicatezza e l'aromaticità della vinificazione in rosé di un internazionale coltivato in Sicilia. Dal colore rosa tenue e intriganti sfumature ciliegia. Al palato regala piacevoli sentori floreali e note di gelso e amarena.
N. bottiglie prodotte
50mila
Formato
0,75 lt

CANTINE VOLPI
www.cantinevolpi.it

PIEMONTE DOC PINOT NERO ROSÉ BRUT
Vitigni
100% Pinot Nero
Zona di produzione
Colli Tortonesi, Pozzolgroppo
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve vengono raccolte quando hanno raggiunto il perfetto equilibrio tra contenuto zuccherino e acidità. Seguono raffreddamento e pressatura soffice, presa di spuma con metodo Martinotti in autoclavi di acciaio e affinamento sui lieviti per tre mesi. Fermentazione malolattica non svolta.
Descrizione e principali note organolettiche
Pino Nero Rosato di Cantine Volpi nasce da una attenta selezione di uve della stessa annata e di un unico vigneto di Pozzolgroppo, a cavallo tra i Colli Tortonesi e l'Oltrepò Pavese. Attraverso una vinificazione in bianco le uve sono soggette a criomacerazione, rimanendo a contatto con le bucce a bassa temperatura. Dopo poche ore viene estratto il mosto dal tipico colore rosato. Dai profumi fruttati.
N. bottiglie prodotte
15mila
Formato
0,75 lt

CASTELLO DI CIGOGNOLA
www.castellodicigognola.com

ROSÈ MORATTI, DOCG OLTREPÒ PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO
Vitigni
Pinot Nero
Zona di produzione
Vigneto di Cigognola, Oltrepò Pavese
Gradazione alcolica
12,50% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Aprile 2014, sboccatura maggio 2019, 60 mesi sui lieviti.
Descrizione e principali note organolettiche
Di un rosa elegante con riflessi tra il lampone e il salmone. Naso netto di straordinaria freschezza di frutti rossi: lampone, fragola, ribes e ciliegia. In bocca è ampio e deciso come una manciata di frutti rossi maturi.
N. bottiglie prodotte
Circa 10mila
Formato
0,75 lt

DUE TIGLI
www.terrecevico.com

CANTINE RONCO ROSATO RUBICONE IGT
Vitigni
80% Sangiovese, 20% Longanesi
Zona di produzione
Emilia Romagna
Gradazione alcolica
10,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Vinificazione in autoclave di acciaio a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Il marchio Cantine Ronco, appartenuto alla storica cantina omonima fondata nel 1961, è oggi di proprietà della cooperativa agricola Terre Cevico. Le cantine sociali aderenti ricevono le uve dalle oltre 5mila famiglie di soci viticoltori. Le uve sono conferite e vinificate nei 18 stabilimenti di proprietà delle cooperative di base operanti sul territorio italiano. Cantine Ronco Rosato Rubicone Igt è un vino dal Profumo fresco, delicato, fruttato con piacevole nota di viola. Gusto gradevolmente morbido, armonico e fragrante.
N. bottiglie prodotte
75mila
Formato
0,75 lt

ENOITALIA
www.enoitalia.it

PROSECCO DOC ROSÈ 'VOGA'
Vitigni
Glera, Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto
Gradazione alcolica
11% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
All'olfatto spiccano i sentori fruttati di ciliegia e di frutti di bosco, che accompagnano le delicate note floreali. Al palato risulta fresco, vivace e piacevolmente asciutto con una buona persistenza retro olfattiva.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

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

PINOT I PINOT VINO SPUMANTE BRUT ROSÉ
Vitigni
Pinot Bianco, Pinot Nero, Pinot Grigio
Zona di produzione
Canelli, Asti
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Il vino si ottiene con breve macerazione per ottenere un colore rosato tenue con riflessi aranciati, con pressatura soffice, fermentazione a basse temperature e conservazione a 10°C prima della presa di spuma. La spumantizzazione avviene con il Metodo Martinotti, per lenta rifermentazione in grandi recipienti chiusi a 15-17°C.
Descrizione e principali note organolettiche
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.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt, 3 x 0,2 lt (cluster pack)

FANTINEL
www.fantinel.com

FANTINEL 'ONE&ONLY' ROSÈ MILLESIMATO BRUT
Vitigni
90% Pinot Nero, 10% Chardonnay
Zona di produzione
Tenuta Fantinel a Tauriano di Spilimbergo (Pn), Friuli Venezia Giulia
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Metodo Charmat Lungo (150 giorni in autoclave di piccola taglia).
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa classico. Un bouquet intenso, di notevole finezza, con ricordi di ribes, fragoline di bosco e lamponi ed un piacevole sottofondo di crosta di pane. Perlage a grana sottile, bollicine numerose e persistenti. Sapore vellutato e elegante, di ottima struttura e gradevole persistenza.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 - 1,5 lt

segue

POGGIO TORSELLI
www.poggiotorselli.it

TOSCANA ROSATO IGT BIZZARRIA
Vitigni
100% Pugnitello
Zona di produzione
Chianti Classico
Gradazione alcolica
14% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Accurata selezione delle uve. Pressatura soffice con raspi e vinificazione, con lieviti indigeni, del solo mosto fiore. Fermentazione lenta e a temperatura controllata in acciaio inox con controllo della temperatura. Il vino riposa per 10 mesi sulle fecce, con frequenti e regolari batonnage totali e prima dell'imbottigliamento, con sughero naturale, subisce una leggera filtrazione.
Descrizione e principali note organolettiche
Bizzarria Rosato si presenta nel bicchiere limpido e con un colore rosa 'chiaretto' intenso e carico di note vivaci. L'impatto olfattivo è vinoso e fine con note floreali, fruttate e una leggera speziatura che richiama la liquirizia. Al palato l'ingresso è sapido, fresco ed equilibrato, con la setosità e finezza tipica della permanenza sui lieviti nobili. Strutturato e persistente.
N. bottiglie prodotte
1.300
Formato
0,75 lt

PICCINI
www.piccini1882.it

COSTA TOSCANA ROSATO – COSTA TOSCANA IGT
Vitigni
90% Sangiovese, 10% Syrah
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Dopo essere state raccolte le uve vengono conservate in una pressa pneumatica per 4-5 ore, protette da ghiaccio secco. Segue una brevissima macerazione del mosto sulle bucce. Quindi il mosto viene trasferito in serbatoi di acciaio inox, dove prende avvio la fermentazione a temperatura controllata, terminata la quale il vino subisce un affinamento sui lieviti, col ricorso alla tecnica del bâtonnage.
Descrizione e principali note organolettiche
Dal morbido color rosa, al naso sprigiona un intenso bouquet in cui emergono note di frutta rossa, pesca bianca, lamponi maturi e scorza d'arancia. In bocca rivela una sorprendente rotondità ed eleganza, sostenute da un ottimo bilanciamento e da una fresca acidità che presenta reminiscenze minerali e marine.
N. bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 lt

TORRE MORA
www.piccini1882.it

SCALUNERA ROSATO – ETNA DOC CONTRADA DAFARA GALLUZZO
Vitigni
Nerello Mascalese
Zona di produzione
Etna Contrada Dafara Galluzzo
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve vengono raccolte a mano, attorno alla metà di settembre. Macerazione di 3-4 ore in pressa pneumatica, il mosto fiore così ottenuto fermenta a una temperatura controllata (15°C) per circa 16 giorni. Il vino viene successivamente affinato sulle fecce fini per tre mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Naso avvolgente con note che ricordano i frutti rossi e il frutto della passione, delicatamente speziato. All'assaggio presenta un buon equilibrio tra freschezza e sapidità, con finale persistente, su ritorni minerali. Un vino rosato strutturato, ma allo stesso tempo di grande bevibilità.
N. bottiglie prodotte
15mila
Formato
0,75 lt

FONTANAFREDDA
www.fontanafredda.it

SOLEROSE LANGHE DOC ROSATO
Vitigni
Varietà tipiche piemontesi
Zona di produzione
Langa
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le varietà di uva vengono vendemmiate in tempi diversi. I grappoli vengono diraspati, pigiati e avviati ai serbatoi di fermentazione, dove avviene una macerazione a freddo alla temperatura di 10°C per 24 ore. Seguono pressatura soffice delle bucce e decantazione statica del mosto, sempre mantenuto a freddo, per altre 24 ore. Il mosto limpido è avviato alla fermentazione a una temperatura max di 18°C. Segue l'assemblaggio. Il vino viene mantenuto su fecce fini per tre mesi a 5°C per inibire la fermentazione malolattica. È imbottigliato a fine inverno. Da consumarsi entro i due anni successivi alla vendemmia.
Descrizione e principali note organolettiche
Il colore è rosa cipria, ma con il tempo può assumere dei riflessi leggermente ramati. Il profumo è fruttato con note che ricordano il lampone, il mirtillo maturo e le fragoline di bosco. In bocca è fresco, morbido e sapido.
N. bottiglie prodotte
13mila
Formato
0,75 lt

MONTELVINI
www.montelvini.it

PROMOSSO PROSECCO ROSÉ DOC MILLESIMATO BRUT
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Area di produzione del Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve sono raccolte e vinificate separatamente. Dall'uva Glera si ottiene il mosto per pressatura soffice dei grappoli, che vine illimpidito e fermentato a 17°C con l'ausilio di lieviti selezionati varietali. La vinificazione del Pinot Nero prevede una breve macerazione a contatto con le bucce per l'estrazione del colore e degli aromi varietali. La cuvée viene costituita al momento della presa di spuma in autoclave. La presa di spuma e l'affinamento in autoclave durano circa 65 giorni. Prima dell'imbottigliamento il Prosecco Rosé viene stabilizzato e microfiltrato.
Descrizione e principali note organolettiche
Il colore è rosa tenue brillante, il perlage fine e persistente. All'olfatto sentori di fiori e frutta bianca con note di frutta rossa e piccoli frutti di bosco, intenso ed elegante. In bocca si presenta vellutato, pieno e sapido, giustamente acido ed equilibrato.
N. bottiglie prodotte
Circa 30mila
Formato
0,75 lt

FRESCOBALDI
www.frescobaldi.com

ALÌE TOSCANA IGT
Vitigni
75% Syrah, 25% Vermentino
Zona di produzione
Magliano in Toscana, Grosseto, Maremma
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve vengono trasportate in cantina in tempi brevi. I grappoli, interi e in assenza di ossigeno, sono caricati in pressa. Le pressioni applicate sono estremamente delicate: questo processo, unitamente all'accurata selezione dei mosti e che decantano per non meno di 12 ore, consente di eliminare eventuali componenti vegetali meno eleganti. Fermenta in serbatoi di acciaio inox a temperatura controllata inferiore a 20°C. Affina per qualche mese su fecce fini e successivamente in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Color rosa fior di pesco, bouquet fruttato che si fonde a delicate note floreali. La pesca, il mandarino, il glicine, la rosa e la peonia, in breve tempo si uniscono a sensazioni mediterranee. La sapidità ben si equilibra con la freschezza. Un vino elegante, fine e sottile.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt, Magnum

LA CANTINA PIZZOLATO
www.lacantinapizzolato.com

VINO SPUMANTE ROSATO EXTRA DRY 'M-USE' SPUMANTE D'ITALIA
Vitigni
95% Glera, 5% Raboso
Zona di produzione
Treviso
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve sono pressate e il mosto ottenuto viene lasciato decantare. Successivamente vengono aggiunti i lieviti selezionati per la fermentazione alcolica a temperatura controllata di circa 14°C. Dopo la preparazione del vino base, viene indotta una seconda fermentazione in autoclave lunga fino a ottenere una pressione interna superiore alle 4.5 atmosfere.
Descrizione e principali note organolettiche
'M-Use' ha un profumo armonico, fruttato e con sentori delicati di marasca e note floreali. È uno spumante elegante con note dolci equilibrate da una giusta acidità, leggermente sapido.
N. bottiglie prodotte
1.600.000 (2020)
Formato (Lt)
0,75 lt

LE MORETTE
www.luganalemorette.it

CÉPAGE ROSÉ BARDOLINO CHIARETTO SPUMANTE BRUT
Vitigni
55% Corvina, 35% Rondinella, 10 Molinara
Zona di produzione
Lazise
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Le uve vengono vinificate insieme, con breve macerazione sulle bucce, fino a quando il mosto raggiunge la giusta intensità di colore. La fermentazione avviene in vasche di acciaio inox a temperatura controllata, cui segue un periodo di affinamento sulle vinacce. La presa di spuma avviene per mezzo della rifermentazione in botti isobariche, secondo il Metodo Charmat.
Descrizione e principali note organolettiche
Si presenta di colore rosa tenue con riflessi brillanti e accennate sfumature violette. Al naso è delicato, fresco, fruttato. Al gusto, conferma le sensazioni fruttate, sostenute da una sapidità che ne esalta la freschezza.
N. bottiglie prodotte
12mila
Formato
0,75 lt

LEONE DE CASTRIS
www.leonedecastris.com

FIVE ROSES IGT SALENTO 2020
Vitigni
90% Negroamaro, 10% Malvasia nera di Lecce
Zona di produzione
Salice Salentino
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Macerazione pellicolare delle uve (10°C) per alcune ore e successiva estrazione del mosto fiore (max 35%). Dopo la decantazione statica si avvia la fermentazione alcolica in tini di acciaio inox alla temperatura di 16-20°C. Affinamento minimo due mesi in acciaio. Affinamento in bottiglia un mese.
Descrizione e principali note organolettiche
Il primo rosato imbottigliato in Italia. Di color rosa cerasuolo cristallino con sentori fruttati di ciliegia e fragolina di bosco. In bocca è fresco, morbido e piacevolmente persistente.
N. bottiglie prodotte
160mila
Formato
0,75 lt

LIBRANDI
www.librandi.it

TERRE LONTANE - CALABRIA ROSATO IGT
Vitigni
70% Gaglioppo, 30% Cabernet Franc
Zona di produzione
Rocca di Neto e Casabona, Strongoli (Crotone)
Gradazione alcolica
13% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
La vinificazione avviene in acciaio termocondizionato, con salasso e breve macerazione. Affinamento del vino in acciaio, con una breve permanenza in bottiglia di alcuni mesi prima della commercializzazione.
Descrizione e principali note organolettiche
Fresco, fruttato e vellutato, Terre Lontane nasce dall'incontro tra il carattere delle uve autoctone e la piacevolezza dei vitigni internazionali coltivati in terra calabrese.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

LOSITO E GUARINI
www.lositoeguarini.it

SPUMANTE PINOT NOIR ROSATO 'LEBOLLE'
Vitigni
100% Pinot Nero vinificato in rosato
Zona di produzione
Italia
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e imbottigliamento
Pressatura soffice a 0.8 bar. Fermentazione con lieviti selezionati e temperatura controllata 16-18°C
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa perlage fine e persistente. Olfatto complesso ed intenso, piacevolmente fruttato, con sentori di ciliegia e fragola. Gusto equilibrato, secco e fresco.
Formato
0,75 lt

PLANETA
www.planeta.it

ROSÉ - SICILIA DOC
Vitigni
50% Nero d'Avola, 50% Syrah
Zona di produzione
Menfi, Agrigento, Sicilia
Gradazione alcolica
12,5% vol. (annata 2020)
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Simile a quella di un vino bianco: pigiadiraspatura e invio in pressa soffice per una breve macerazione di 1-2 ore per raggiungere la perfetta estrazione di colore. Il mosto così ottenuto, dopo la decantazione, viene travasato e fermenta a 15°C in vasche di acciaio. Da bere subito per godere della sua freschezza.
Descrizione e principali note organolettiche
Note floreali come quelle dell'ibisco e della rosa canina incontrano sentori di fragoline, more e melone. Vivace e fresco in bocca, ricorda la meringa e richiama la polpa chiara delle pesche tabacchiere.
N. bottiglie prodotte
120mila
Formato
0,75 - 1,5 – 3 lt

FEUDI DI SAN GREGORIO
www.feudi.it

ROS'AURA, CAMPANIA ROSATO IGT
Vitigni
Aglianico
Zona di produzione
Taurasi, Avellino
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Fermentazione in serbatoi di acciaio a 16/18°C. Matura quattro mesi in serbatoi di acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa intenso e cristallino. Al naso dà sensazioni di frutta rossa fresca, dalla fragolina di bosco al lampone, fino a note di ciliegia. In bocca si presente fresco, richiamando la frutta rossa appena colta.
N. bottiglie prodotte
140mila
Formato
0,75

TINAZZI
www.tinazzi.it

CA' DE' ROCCHI - BARDOLINO CHIARETTO DOP 'CAMPO DELLE ROSE'
Vitigni
70% Corvina, 10% Rondinella, 20% Molinara
Zona di produzione
Tenuta Valleselle, Bardolino Classico
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Immediata pressatura soffice e avvio della fermentazione a una temperatura di 14-16°C per circa 10/15 giorni. Affinamento in acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Dal colore rosa perlato tenue, al naso presenta profumi intensi di frutta rossa in particolare lamponi e ciliegia selvatica. Al palato è morbido, fresco e vivace. Lungo nel finale.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI
www.casasantorsola.it

SANT'ORSOLA PROSECCO DOC ROSÈ
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Acciaio
Descrizione e principali note organolettiche
Sapore aromatico, fresco, sapido, di grande eleganza e piacevolezza. Colore rosa brillante.
N. bottiglie prodotte
1 milione
Formato
0,75 lt

MOTTURA VINI DEL SALENTO
www.motturavini.it

ROSATO DEL SALENTO IGT - I CLASSICI
Vitigni
Negroamaro
Zona di produzione
Campi Salentina e altri comuni in provincia di Lecce e Brindisi
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Tradizionale con salasso ad alzata di cappello dopo circa 6/8 ore di macerazione a temperatura controllata. Chiarifica statica pre-fermentativa a freddo e successiva fermentazione alcolica a 13°C
Descrizione e principali note organolettiche
Vivace, sapido e corposo.
N. bottiglie prodotte
7mila
Formato
0,75 lt

segue

PASQUA VIGNETI E CANTINE
www.pasqua.it

BARDOLINO CHIARETTO DOC
Vitigni
60% Corvina Veronese, 30% Rondinella, 10% Molinara
Zona di produzione
Versante sudorientale del lago di Garda
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
L'uva pigiata viene subito separata dalle bucce. Il mosto portato a 8-10°C di temperatura viene decantato. Ne segue la fermentazione con lieviti selezionati a una temperatura controllata di 18°C per esaltarne il profumo. Ultimata la fermentazione il vino viene illimpidito e messo in acciaio fino all'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino ricco di personalità, un rosato elegante dai delicati profumi di ciliegia e note di frutti di bosco. Morbido e fresco al palato.
N. bottiglie prodotte
60mila
Formato
0,75 lt

CANTINE FERRARI
www.ferraritrento.com

FERRARI ROSÉ TRENTODOC
Vitigni
60% Pinot Nero, 40% Chardonnay
Zona di produzione
Trentino
Gradazione alcolica
12.5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Maturazione di 20 mesi sui lieviti selezionati in proprie colture.
Descrizione e principali note organolettiche
Color rame tendente al rosa antico. Il perlage è fisso e persistente. Distinto, di notevole finezza al naso, con una fresca fragranza di fiori di biancospino e sentori di ribes e fragoline di bosco. In bocca è asciutto, pulito ed elegante, con un delicato fondo di mandorla dolce e di muschio aromatico di notevole persistenza.
N. bottiglie prodotte
300mila
Formato
0,375 - 0,75 lt

MIONETTO
www.mionetto.com

MIONETTO PRESTIGE COLLECTION PROSECCO ROSÉ DOC
Vitigni
Blend di uve Glera e Pinot Nero
Zona di produzione
Area del Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Spumante Extra Dry ottenuto da uve Glera e Pinot Nero vinificato in rosso con permanenza per diversi giorni a contatto con le bucce che dona il suggestivo colore rosa fiori di pesco. La spumantizzazione secondo il metodo Charmat, con affinamento sui lieviti in autoclave per 60 giorni, ne esalta gli aromi secondari. Consumare entro un anno dall'imbottigliamento.
Descrizione e principali note organolettiche
Si presenta con un suggestivo colore rosa fiore di pesco che annuncia al gusto e all'olfatto un bouquet fruttato con evidenti note di piccoli frutti rossi e pompelmo. Il prolungato affinamento sui lieviti a cui viene sottoposto fa sì che emergano avvolgenti aromi di miele e crosta di pane.
N. bottiglie prodotte
349.404 (2020)
Formato
0,75 lt

MARTELLOZZO
www.martellozzo.com

PERLE FINI PROSECCO DOC ROSÉ BRUT
Vitigni
87% Glera, 13% Pinot Nero
Zona di produzione
Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
La raccolta delle uve Glera è seguita da una leggera pressatura e da una fermentazione con lieviti selezionati a temperatura controllata di 15°-16°C. Il processo di vinificazione del Pinot Nero ha inizio con una macerazione prolungata sulle bucce per 15-10 giorni a temperatura controllata di 26°-28° C con una successiva fermentazione alcolica. Metodo charmat con presa di spuma in autoclave per circa 60 giorni a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosato, con perlage fine e persistente. Sentori di frutti rossi e mela con un finale morbido, sapido e piacevolmente brioso.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

SELLA&MOSCA
www.sellaemosca.com

ALGHERO ROSATO DOC ANEMONE
Vitigni
100% uve autoctone
Zona di produzione
Alghero
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Veloce pressatura, decantazione statica a freddo, fermentazione in acciaio inox a temperatura controllata. Affinamento in acciaio, con particolare cura e attenzione nei travasi allo scopo di mantenere la maggior quantità possibile di Co2 di fermentazione all'interno del vino.
Descrizione e principali note organolettiche
Una moderna interpretazione del vino rosato. Il più iconico vitigno autoctono sardo, se vendemmiato precocemente e lavorato in modo delicato, dà origine a vini freschi, agili e gradevoli. Il sangiovese esalta la componente fruttata. Il breve contatto del mosto con le bucce permette una minima cessione delle componenti coloranti e tanniche, producendo così un mosto chiaretto e di buona acidità che in fermentazione sviluppa un corredo aromatico ampio e accattivante.
N. bottiglie prodotte
15mila
Formato
0,75 lt

SERENA WINES 1881
www.serenawines.it

PROSECCO DOC ROSÉ EXTRA DRY (MARCHIO COSTAROSS)
Vitigni
90% Glera, 10% Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Metodo Charmat
Descrizione e principali note organolettiche
Vino dal colore rosa tenue, brillante. Dal perlage vivace e spuma persistente, ha profumi di buona intensità con sentori floreali di fiori bianchi e rossi accompagnati da note fruttate come mela, pera e sentori di frutta rossa, come fragola e lampone. Il gusto è fresco e al palato risulta gradevole e armonico.
N. bottiglie prodotte
46mila
Formato
0,75 lt

TENUTA MAZZOLINO
www.tenuta-mazzolino.com

OLTREPÒ PAVESE DOCG PINOT NERO SPUMANTE ROSÉ CRUASÉ
Vitigni
100% Pinot Nero
Zona di produzione
Corvino San Quirico (Pv), Lombardia
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Fermentazione alcolica a temperatura controllata tra 18° e 20°C. Vinificazione in vasca d'acciaio.
Affinamento 44 mesi di permanenza sui lieviti dopo il tiraggio.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosa salmone chiaro con sfumature ramate. 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. Effervescenza fine e setosa, ravvivata da giusta acidità e una leggera vena sapida ben fusa con gli aromi di piccoli frutti rossi caratteristici del Pinot Noir.
N. bottiglie prodotte
8mila
Formato
0,75 lt

MONTE DEL FRÀ
www.montedelfra.it

BARDOLINO CHIARETTO DOC
Vitigni
70% Corvina, 10% Rondinella, 20% Molinara
Zona di produzione
Sommacampagna, sud est del Lago di Garda
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
In bianco con breve macerazione a freddo a contatto con le bucce per 24 ore. Segue separazione del mosto fiore pari al 20% del pigiato e decantazione statica. Lunga fermentazione in acciaio a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa tenue, brillante. Al naso delicati profumi di piccoli frutti di bosco (lampone, ribes) e sottili venature di rosa canina. Note balsamiche, speziate e di frutta gialla donano complessità ed emozione. Al palato floreale, note di lampone, pesca gialla, albicocca e pepe nero, delicato, lungo, avvolgente.
N. bottiglie prodotte
200mila
Formato
0,375 – 0,75 lt

FANTINI GROUP VINI
www.farnesevini.it

FANTINI CERASUOLO D'ABRUZZO DOC
Vitigni
100% Montepulciano
Zona di produzione
Abruzzo
Gradazione alcolica
13.5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Periodo di raccolta inizio ottobre. Pigiadiraspatura soffice, breve macerazione con le bucce (circa sei ore di contatto), fermentazione senza bucce per 15 giorni a temperatura di 12°C in modo da ottenere un ottimo colore e sapore.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosa cerasuolo vivace, il profumo è intenso, persistente e fruttato, con sentori di piccolo frutto rosso (fragola). Vino di media struttura, intenso, equilibrato e con buona persistenza. Si consiglia di berlo sempre giovane.
N. bottiglie prodotte
18mila
Formato
0,75 lt

VITICOLTORI PONTE
www.ponte1948.it

PROSECCO SPUMANTE DOC ROSÉ BRUT MILLESIMATO PONTE 2019
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto e Friuli Venezia Giulia
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Uve raccolte al giusto grado di maturazione e sottoposte a pressatura soffice in cantina. Fermentazione a temperatura controllata con lieviti selezionati. Segue una lenta presa di spuma con metodo Charmat per almeno 60 giorni.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosa antico con riflessi tendenti al cipria. Si presenta fresco e piacevolmente fruttato, dove interviene, con la sua complessità, il Pinot Nero. Al palato emerge una raffinata sintonia tra acidità e residuo zuccherino, equilibrata dalla giusta sapidità e impreziosita da un avvolgente perlage.
N. bottiglie prodotte
40mila
Formato
0,75 lt

QUINTO PASSO METODO CLASSICO
www.quintopasso.it

QUINTOPASSO ROSÉ BRUT, MODENA ROSÉ SPUMANTE DOC METODO CLASSICO
Vitigni
100% Lambrusco di Sorbara
Zona di produzione
Sozzigalli, Modena
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice eseguita a mano in cassette, andando ad estrarre solo la polpa dell'acino, dove risiedono l'acidità e la salinità che si ritrovano poi nel mosto fiore e che permettono di mantenere i solfiti a livelli minimi. Fermentazione in bottiglia 'sur lattes' a temperatura costante per 30 mesi prima della sboccatura.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosa tenue, al naso aromi nitidi e cristallini, tra frutta rossa, ozono e note di liquirizia. Gusto dominato dall'acidità ricca di note minerali, ma equilibrata dalla morbidezza del frutto e dalla ricchezza aromatica. Il finale, dagli aromi quasi speziati, si distende senza perdere mai tensione.
N. bottiglie prodotte
4mila
Formato
0,75 - 1,5 lt

SCHENK ITALIAN WINERIES
www.schenkitalia.it

MASSO ANTICO PRIMITIVO SALENTO IGT ROSATO
Vitigni
100% Primitivo
Zona di produzione
Salento, Puglia
Gradazione alcolica
13% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Dopo la diraspatura, le bucce vengono lasciate macerare per circa due ore e successivamente vengono delicatamente pressate. Segue la fermentazione alcolica con lieviti selezionati a temperatura controllata di circa 15°C per 10 giorni, esaltando le caratteristiche organolettiche del vino ottenuto.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa elegante con profumo di fragola, frutto della passione, lime e note speziate della macchia mediterranea. Al palato risulta essere corposo, fresco e nitido con un ottimo livello di acidità. Il finale è lungo e persistente.
N. bottiglie prodotte
60mila
Formato
0,75 lt

CANTINA TRAMIN
www.cantinatramin.it

LAGREIN ROSÉ, ALTO ADIGE DOC 2019
Vitigni
Lagrein
Zona di produzione
Termeno, Bolzano
Gradazione alcolica
13,4 % vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
L'uva è raccolta a mano e posta in piccoli contenitori che la mantengono integra. Le uve diraspate godono di una notte in contatto con le bucce e il succo viene estratto la mattina successiva. In seguito, il mosto viene fermentato a temperatura controllata (20-22°C) in piccoli contenitori d'acciaio senza fermentazione malolattica.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore luminoso, dalle gradazioni del rosa pallido al rosso rubino chiaro. Profumo fruttato e delicato. Sapore fresco e stimolante.
N. bottiglie prodotte
35.400
Formato
0,75 lt

UGGIANO
www.uggiano.it

LUNARE - PROSECCO DOC ROSÉ SPUMANTE EXTRA DRY MILLESIMATO 2020
Vitigni
85/90% Glera, 15/10% Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Vinificazione in rosato con breve macerazione per 24-36 ore a 8-10°C. La prima fermentazione avviene in vasche di acciaio inox a temperatura controllata, con aggiunta di lieviti selezionati. La presa di spuma avviene a basse temperature in autoclave, secondo il Metodo Charmat.
Descrizione e principali note organolettiche
Perlage fine ed elegante, colore rosa che ricorda il fiore di pesco. Aroma intenso e complesso con note floreali e sentori di pesca, lampone e frutto della passione maturo. Ha una piacevole acidità e un sapore fresco. Corposo, al palato ha un gusto gradevole e armonico.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

VALDO SPUMANTI
www.valdo.com

VALDO FLORAL ROSÈ BRUT
Vitigni
Glera e Nerello Mascalese
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Spremitura soffice delle uve senza macerazione sulle bucce. Spumantizzazione in acciaio per tre mesi e successivo affinamento in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Color vermiglio con riflessi di petali di rosa. Fine ed elegantemente fiorito al naso con presenza consistente di lampone. Sapore morbido e caldo con aromi piacevolmente fruttati.
N. bottiglie prodotte
70mila
Formato
0,75 lt

VALDO ORO PURO PROSECCO DOC ROSÈ MILLESIMATO
Vitigni
90% Glera, 10% Pinot Nero
Zona di produzione
Areale del Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pinot Nero: macerazione di un giorno e successiva pressatura soffice. Glera: pressatura soffice. Fermentazione a temperatura controllata. Metodo Charmat per tre mesi con successivo affinamento in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosa tenue e brillante che ricorda il colore dei petali della rosa canina. Al naso floreale e delicatamente fruttato, con sentori di mela, pera e di piccoli frutti rossi. Il gusto è asciutto, armonico, persistente e piacevolmente fruttato.
N. bottiglie prodotte
200mila
Formato
0,75 lt

segue

AZIENDA AGRICOLA CERAUDO
www.ceraudo.it

GRAYASUSI CALABRIA IGT ROSATO
Vitigni
100% Gaglioppo
Zona di produzione
Colline di Strongoli
Gradazione alcolica
14% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Vinificazione naturale, doppia raccolta con ph acido la prima e la seconda con gradi zuccherini più alti. Fermentazione in barrique per quattro mesi e batonage per tutto il periodo. Raccolta notturna a mano.
Descrizione e principali note organolettiche
Un rosato di grande struttura, bouquet ampio, il naso è ammaliante, intenso, fragrante, fruttato e fresco.
N. bottiglie prodotte
5mila
Formato
0,75 lt

SOC. AGR. VENTURINI BALDINI
www.venturinibaldini.it

CADELVENTO ROSE' - LAMBRUSCO SPUMANTE DOP
Vitigni
Lambruschi nelle varietà Sorbara e Grasparossa
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
12% vol.
Caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
In rosato con fermentazione a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Al naso profumo suadente, fragrante e persistente, ricorda la rosa canina e susina matura. In bocca, corpo asciutto e avvolgente, fragrante con fondo elegante e pulito.
N. bottiglie prodotte
36mila
Formato
0,75 lt

BELGUARDO-MAZZEI
www.mazzei.it

BELGUARDO ROSE'
Vitigni
50% Sangiovese, 50% Syrah
Zona di produzione
Maremma Toscana
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Macerazione pellicolare di un ora (Syrah), due ore (Sangiovese). Maturazione: tre mesi sulle fecce fini in tini di acciaio.
Descrizione e principali note organolettiche
Nato dal 'matrimonio' di Sangiovese e Syrah, viene vinificato a contatto con le bucce per poche ore. Ricco e intenso, è un vino particolarmente duttile che si esalta in compagnia di una lunga serie di piatti. Intenso e fresco, con sentori di fiori di ciliegio, morbido e dal finale piacevole e minerale.
N. bottiglie prodotte
59mila
Formato
0,75 lt

GIANNITESSARI
www.giannitessari.wine

ROSÉ METODO CLASSICO VINO SPUMANTE DI QUALITÀ
Vitigni
Durella e Pinot Nero (percentuali variabili)
Zona di produzione
Val d'Alpone, Verona, Veneto
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice dell'uva intera, fermentazione a temperatura controllata di 14-16°C e poi seconda fermentazione in bottiglia. Affinamento sui lieviti per minimo tre anni nelle cave sotterranee della cantina.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa brillante e perlage fine. Aroma delicato di piccoli frutti di bosco e fragoline, accompagnato da note di pane tostato. Un buon finale fresco.
N. bottiglie prodotte
8mila bottiglie, 500 magnum
Formato
0,75 – 1,5 lt

VILLA SANDI
www.lagioiosa.it

PROSECCO DOC ROSÉ MILLESIMATO SPUMANTE BRUT – LA GIOIOSA
Vitigni
Glera e Pinot Nero (da 10 a 15%)
Zona di produzione
Veneto e Friuli Venezia Giulia
Gradazione alcolica
11% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Dalla spremitura soffice delle uve della Glera si ottiene il mosto che viene collocato in autoclave a temperatura controllata. A questo viene aggiunto il Pinot Nero vinificato in rosso (15%). Aggiunti i lieviti selezionati a una temperatura di circa 15-16°C avviene la fermentazione e quindi la produzione dello spumante.
Descrizione e principali note organolettiche
Il Prosecco Rosé si presenta rivelando delle nuance che ricordano il melograno con tenui riflessi rosati. Al naso è sottile e fresco, con sentori di piccoli frutti rossi. Elegante ed intenso. Al palato è setoso e pieno, con un piacevole equilibrio tra le note fruttate e quelle floreali.
N. bottiglie prodotte
200mila (Italia Gdo)
Formato
0,75 lt

ASTORIA WINES
www.astoria.it

SPUMANTE PROSECCO DOC ROSÉ MILLESIMATO ASTORIA
Vitigni
Glera e Pinot Nero
Zona di produzione
Crevada, Treviso
Gradazione alcolica
10,5-11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Vendemmia manuale, pressatura soffice e decantazione statica del mosto. La fermentazione primaria avviene in acciaio a 18°C con lieviti selezionati autoctoni. La parte di uve rosse viene vinificata separatamente e con breve macerazione. Il vino nuovo viene mantenuto sulla 'feccia nobile' per un mese, poi filtrato e travasato nelle autoclavi per la presa di spuma. La rifermentazione avviene a 18°C con lieviti selezionati per circa 20/25 giorni; seguono 40/50 giorni di affinamento sui lieviti e almeno 60 giorni in autoclave.
Descrizione e principali note organolettiche
Perlage minuto e persistente. Colore rosa tenue. Odore elegante, fruttato, floreale e ricco. Sapore caratteristico, piacevolmente fitto ed equilibrato.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

TENIMENTI CIVA
www.tenimenticiva.com

PROSECCO ROSÈ BRUT MILLESIMATO CUVÈE BIELE ZÒE
Vitigni
85% Glera, 15% Pinot Nero
Zona di produzione
Prosecco Doc
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Pressatura soffice, fermentazione separata di Glera e Pinot Nero. Quest'ultimo rimane a contatto con le bucce per alcune ore. Segue la creazione della cuvée e la rifermentazione in autoclave a temperatura controllata. Affinamento di circa due mesi in autoclave.
Descrizione e principali note organolettiche
Spumante di colore rosa tenue e brillante, con un perlage fine. Fresco e fragrante al naso, con un aroma intenso di agrumi e di piccoli frutti rossi freschi, fragola, melograno e petali di rosa. Al palato è delicato, fresco e cremoso grazie a una bollicina fine e piacevole. Sul finale note fresche di mela e mirtilli rossi.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

CASA VINICOLA SARTORI
www.sartorinet.com

MONT'ALBANO BARDOLINO CHIARETTO DOC
Vitigni
40% Corvina Veronese, 40% Rondinella, 20% Molinara
Zona di produzione
Colline del Bardolino
Gradazione alcolica
12% vol.
Principali caratteristiche di vinificazione e invecchiamento
Questo vino biologico ottiene il suo bel colore rosato grazie a un breve contatto con le bucce che viene interrotto quando si raggiunge la tonalità desiderata. L'affinamento avviene in acciaio inossidabile.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino leggero e piacevole con profumi che ricordano la fragola, il lampone e la ciliegia. In bocca è armonico ed equilibrato con una buona persistenza.
N. bottiglie prodotte
17mila
Formato
0,75 lt

fine

di Federica Bartesaghi

La Private label si mette in mostra

Cresce, nel 2020, la visibilità dei prodotti a Mdd sui volantini. Anche se nel caso delle bevande alcoliche la presenza resta marginale. L'analisi dell'Istituto di ricerca QBerg.

La pandemia spinge i retailer a puntare sulle linee a Marchio del distributore, almeno sui volantini. Qui la Mdd pesa, da sola, quasi come i primi 10 produttori sommati insieme. Con un incremento di visibilità che, nel 2020, è valutato in +2,44 punti percentuali rispetto all'anno precedente. A scapito dei Top10 brand per 0,3 punti.

A rilevare e misurare il fenomeno è QBerg, istituto di ricerca specializzato nei servizi di price intelligence e strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter). La società ha infatti verificato, in collaborazione con Iri, i cambiamenti avvenuti tra il 2019 e il 2020 nella presenza delle Private label sui volantini di ipermercati, supermercati e superette. "Se considerassimo le Pl come un singolo generico 'produttore'", spiega Qberg, "la sua quota a volantino lo porrebbe di gran lunga come il primo produttore per visibilità". Nove le macro-categorie prese in considerazione dall'istituto: cura persona, cura casa, drogheria alimentare, bevande, conserve, peso variabile, fresco, freddo e pet care.

Categorie 'top e flop'

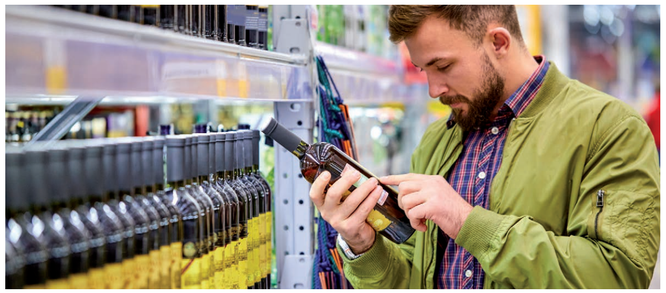
L'aumento della quota di visibilità Qp4 riguarda tutte le categorie merceologiche individuate. Ma i delta più rilevanti sono quelli registrati dal comparto pet care (+2,16%), dal cura persona (+2,04%) e dalla drogheria alimentare (+1,95%).

In 6 delle 20 categorie merceologiche 'top' del 2020 la quota di visibilità promozionale delle Mdd a volantino Qp4 supera il 30%. Si tratta di latte e panna fresca, gastronomia pv, verdura pv, macelleria pv, uova fresche e panetteria pv. Per trovare il mondo beverage bisogna invece guardare alle 20 categorie di Private label che hanno meno visibilità: champagne e spumanti 5,75%, liquori 2,85%, birre 2,80%.

La dinamica dei prezzi

QBerg segnala un dato in diminuzione: lo sconto medio a volantino perde - a totale delle offerte Mdd - oltre il 2%, passando dal 6,4% del 2019 al 4,37% del 2020. "Lo sconto medio, calcolato come la percentuale media di tutte le forme di sconto dichiarato in volantino (sconti percentuali ai prezzi barrati, multibuy, sconti seconda unità), è una meccanica dalla forte valenza evocativa di convenienza", spiega Fabrizio Pavone, business development e marketing manager di QBerg. Il fatto che il retail faccia meno leva su questa tipologia di azione promozionale, ha portato l'Istituto di ricerca ad analizzare le meccaniche (o 'azioni') utilizzate per le Pl tra il 2019 e il 2020.

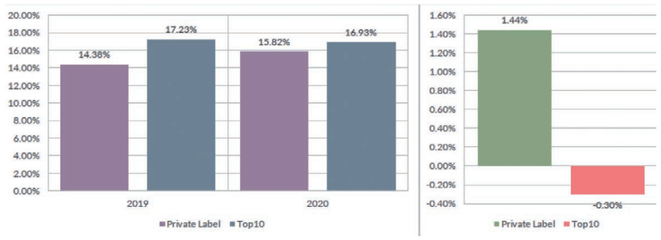
"È cambiato qualcosa in modo sensibile", prosegue il manager. "Meno 'convenienza', meccanica promozionale che raggruppa sconti, multibuy, prodotti omaggio, sconti quantità; meno 'fedeltà', azione che raggruppa gli sconti fedeltà, l'accumulo punti, l'acquisto riservato ai possessori di carta, un tempo fortemente rappresentata nel panorama Pl a volantino come ulteriore incentivo all'acquisto; più 'branding', ossia più esposizione privilegiata, più concorsi, più presenza in pagine dedicate al salutistico. E, soprattutto, meno presenza di azioni: diminuisce infatti di oltre l'8% l'utilizzo delle azioni associate alle promozioni di Mdd a volantino". In altre parole, il retail ha ritenuto che un 8% in più delle offerte di Pl a volantino nel 2020 non necessitasse di alcuna meccanica di accompagnamento.



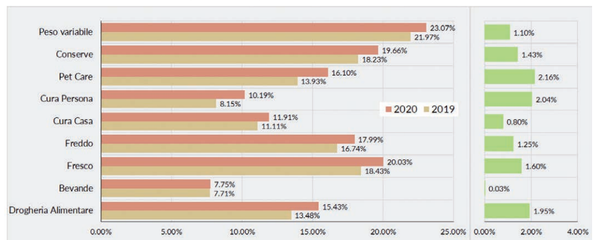
IL METODO ANALITICO

Come parametro Qberg analizzata la 'Quota di visibilità Qp4'. Si tratta della quota di visibilità a volantino, ponderata secondo il potenziale di sellout derivato dalla Directory TopTrade di Iri (marchio registrato), contenente anagrafica e stima della potenzialità per singolo punto di vendita. In dettaglio, la Qp4 viene calcolata in modo equivalente alla Qp3 (quota numerica), ma in aggiunta utilizza il peso TopTrade (marchio registrato) del pv nel conteggio dei punti vendita a numeratore e denominatore. Gli altri parametri analizzati sono la quota di visibilità Qp4 per macrocategoria; le categorie top20; le 20 categorie che pesano di meno; lo sconto medio a volantino e l'utilizzo delle azioni (convenienza, fedeltà e branding).

Quota di visibilità Qp4 a volantino delle Private Label comparate con i Top 10
(Anno 2019-2020; quota Qp4)



Quota di visibilità Qp4 a volantino delle Private Label per Macrocategoria e delta Quota 2020 vs 2019
(Anno 2019-2020; quota Qp4)



Fonte: In store Pint 2020

di Federico Robbe

I distretti agroalimentari battono il virus

Cresce l'export nel primo semestre 2020. Con risultati ottimi per tutte le filiere, ad eccezione di quella del vino. Penalizzata dalla chiusura dell'Horeca in Italia e soprattutto all'estero. I numeri del report di Intesa Sanpaolo.

La pandemia ha rallentato, nel secondo trimestre del 2020, la crescita dell'export dei distretti agroalimentari italiani, che realizzano nel periodo aprile-giugno un risultato tendenziale quasi invariato (+0,2%) rispetto allo stesso periodo del 2019 secondo il report di Intesa Sanpaolo. I distretti fanno comunque meglio rispetto al complesso dell'export agroalimentare italiano (di cui rappresentano il 45% in termini di valori esportati) che chiude il trimestre in contrazione del 2,9%.

Resta comunque positivo il bilancio del primo semestre, sia per i distretti agroalimentari (+4,8%), sia per il settore agroalimentare italiano nel suo complesso (+2,6%), a fronte di un andamento negativo dell'export italiano nei primi sei mesi dell'anno (-15,3%). Il carattere di anticiclicità del settore emerge nel confronto con l'andamento dei distretti manifatturieri non agroalimentari (-37,4% nel secondo semestre).

Il periodo considerato ricomprende i mesi segnati dal lockdown, sia nel nostro Paese sia nei principali partner commerciali. Mercati in cui la pandemia si è sviluppata con un ritardo di alcune settimane rispetto all'Italia.

Chi sale e chi scende

Non tutte le filiere, tuttavia, hanno contribuito positivamente alla crescita dell'export dei distretti agroalimentari nel semestre. La prima importante eccezione viene da quella, fondamentale, dei vini. Che, nel secondo trimestre, subisce una frenata (-13,3% tendenziale) e porta il bilancio semestrale in territorio negativo (-4,1%), penalizzata dalla chiusura dell'Horeca in numerosi Stati esteri. Crescita a due cifre invece per la filiera della pasta e dolci (+11,8% nel trimestre primaverile) che, aggiunta alla forte accelerazione già registrata nel periodo gennaio-marzo, porta a un bilancio semestrale che sfiora il +20% tendenziale. Seconda per contributo alla crescita nel semestre, la filiera dei distretti agricoli (+5% tendenziale); sulla stessa lunghezza d'onda la filiera delle conserve (+8,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Positivi i risultati nel semestre anche per le filiere di carne e salumi (+1,4%), olio (+8,8%) e riso (+16,4%), mentre chiude in leggero calo la filiera del lattiero-caseario (-1,9%).

Aumentano le vendite in Francia e Germania

Per quanto riguarda i paesi di destinazione delle esportazioni, si registra nei primi sei mesi del 2020 una crescita delle vendite verso tutti i principali partner commerciali, in primis la Germania (+7,8%) che incrementa gli acquisti soprattutto di prodotti provenienti dai distretti agricoli (+14,7%) e della pasta e dolci (+27%), mentre calano quelli dei distretti dei vini (-5,8%). Crescono anche i volumi esportati verso gli Stati Uniti (+3,2%), che nel semestre tiene anche nel comparto vini (+1,3%), filiera che da sola rappresenta la metà delle esportazioni agro-alimentari distrettuali in territorio statunitense. Positivi anche i flussi verso la Francia (+10,7%) che mostra apprezzamento soprattutto per i prodotti della filiera della pasta e dolci (+33,5%), ma anche del vino (+9,3%). In crescita poi le esportazioni verso il Regno Unito (+3,7%), nonostante il calo degli acquisti nel comparto dei vini (-11,3%), grazie a conserve (+8,4%) e pasta e dolci (+37,2%). Altri mercati molto dinamici sono Cina (+19,3%), Australia (+16,1%) e Canada (+15,2%).

Vini in sofferenza

Nella filiera dei vini, quasi tutti i distretti hanno risentito negativamente della crisi scaturita dalla pandemia da COVID-19. Il bilancio semestrale del comparto (oltre 100 milioni di export in meno, -4,1% tendenziale) è il risultato di andamenti contrapposti tra un primo trimestre iniziato in modo molto positivo (+6,1%) e un secondo trimestre nel quale, a partire dal mese di aprile, si sono iniziati a sentire in maniera più forte gli effetti della chiusura delle attività legate alla ristorazione e alla ricettività (-13,3%). Solo le aziende più inserite nei canali della Gdo e dell'e-commerce sono riuscite a limitare i cali di vendite. Tra i dieci distretti della filiera, si distinguono positivamente il distretto dei Vini e distillati di Trento, che con 5 milioni di export in più chiude il semestre con un risultato tendenziale del +2,8%, e i Vini e liquori della Sicilia occidentale, che incrementa le vendite di 6,5 milioni (+10,8%) e recupera un 2019 chiuso al di sotto delle attese (-3,2%). I dati resi disponibili dall'Osservatorio Qualivita e Ismea mostrano come, in termini di quantità, l'export dei vini italiani del primo semestre sia calato solo del -0,4% rispetto allo stesso periodo 2019: un dato che lascia intendere il generale calo dei prezzi medi.

Pasta e dolci: la filiera mette il turbo

Il contributo più importante alla crescita dell'export nel semestre viene da parte della filiera della pasta e dolci: il bilancio nei primi sei mesi del 2020 sfiora il 20% di crescita tendenziale. Numeri interessantissimi per l'alimentare di Parma, in progresso del 42,4%, che uguaglia così, nei primi sei mesi del 2020, le vendite sui mercati esteri realizzate in tutto il 2019. Crescita record soprattutto verso la Francia (+130%, corrispondenti a 65 milioni di euro di esportazioni in più rispetto al primo semestre del 2019), dove crescono in particolare le vendite di prodotti da forno (53 milioni in più, triplicati rispetto all'anno precedente); in aumento anche i flussi verso Germania, primo partner commerciale (+15,5%) dove sono molto apprezzati gli altri prodotti alimentari, tra cui i piatti pronti (11 milioni in più, corrispondenti al +30% tendenziale). Risultati lusinghieri anche per i comparti pasta dell'alimentare napoletano (+30% nel semestre, 61 milioni), dell'alimentare di Avellino (+52%; 31 milioni di progresso) e dell'olio e pasta del barese (+22%, quasi 15 milioni in più). Molto bene anche il distretto della pasta di Fara (+25%) e dei dolci e pasta veronesi (+10,4%). Lieve contrazione per il distretto più importante in termini di valori esportati, quello del dolci di Alba e Cuneo (-2%); più accentuata quella del caffè di Trieste (-16,5%) penalizzato dai minori ordini provenienti dal canale Horeca, solo parzialmente compensati dagli incrementi dei consumi domestici.

Bene i prodotti ortofrutticoli

La filiera dei distretti agricoli accelera la crescita nel secondo trimestre e chiude i primi sei mesi del 2020 con un +5% tendenziale. Il contributo maggiore viene dall'ortofrutta del Barese, con 24 milioni in più (+23%) e dalle mele del Trentino, con 42 milioni di progresso (+17%), mentre l'ortofrutta romagnola, primo distretto della filiera per valori esportati, chiude il semestre in sostanziale parità, recuperando nei mesi primaverili il risultato leggermente negativo del primo trimestre.

Carni e salumi quasi sempre positivi

Nella filiera della carne e dei salumi, che nel semestre cresce dell'1,4% rispetto allo stesso periodo del 2019, registra un'ottima performance il distretto delle carni e salumi di Cremona e Mantova (+25%, 26,6 milioni in più rispetto allo stesso periodo del 2019) grazie al boom di vendite in Spagna (+71%) e Paesi Bassi (+67%). Positivo l'andamento anche per le carni di Verona (+5,7%), i salumi di Parma e i salumi dell'Alto Adige (entrambi +3,2%); sostanzialmente stabili i salumi di Reggio Emilia (+0,9). Dato negativo, invece, per i salumi del modenese (-10%, oltre 30 milioni in meno di export) a causa della sensibile riduzione di export in Germania e Francia, e per il prosciutto San Daniele (-20%), la cui produzione è rivolta per oltre l'80% al mercato nazionale: a fronte di un calo delle vendite all'estero, quindi, il prodotto potrebbe aver beneficiato di un incremento nei consumi interni.

Vola l'industria conserviera

Molto bene le conserve (+8% nel semestre) grazie in particolare al contributo delle conserve di Nocera (+6,4%, circa 32 milioni di export in più) e dell'alimentare napoletano (+34%, quasi 45 milioni di export in più), mentre l'alimentare di Avellino (+50% per la componente pasta e dolci) cala nel comparto conserve (-15%).

L'industria conserviera italiana, in particolare quella del pomodoro, sta investendo sull'innalzamento qualitativo per un posizionamento del prodotto in fascia premium (anche in tema di sostenibilità etica e ambientale) che riscuote sempre più il favore dei consumatori italiani e stranieri.

Lattiero caseario in chiaroscuro

Rallentano i distretti della filiera del lattiero caseario (-1,9% nel semestre). In particolare: il distretto di Reggio Emilia rimane sostanzialmente stabile (-0,3%), grazie al traino del primo e del terzo mercato di sbocco (rispettivamente Regno Unito +10% e Germania +24%) che compensano il calo sul secondo mercato, la Francia (-27%); quasi invariato il distretto della Lombardia sud-orientale (-0,5% nel semestre). In contrazione, invece, il distretto lattiero caseario di Parma (-7,7%): il buon aumento delle vendite in Spagna e Paesi Bassi non ha compensato gli arretramenti negli Usa e in Francia. Il Parmigiano Reggiano sta risentendo di un eccesso di offerta che ha causato un calo dei prezzi, a fronte di un incremento delle vendite nelle quantità esportate.

Il lattiero caseario sardo (-12,7%), invece, risente principalmente del calo nel suo principale mercato di destinazione, quello statunitense, che assorbe oltre il 70% delle vendite estere; d'altro canto, cominciano a produrre risultati i tentativi di diversificazione degli sbocchi commerciali verso altri mercati per favorire delle politiche di prezzo più indipendenti dalla Gdo americana: crescono a due cifre infatti le esportazioni verso Germania (+15%), Canada (+30%) e soprattutto Cina (+61%). Infine, unico distretto della filiera a chiudere in positivo il semestre è quello della Mozzarella di bufala Campana (+1,3%) apprezzata soprattutto in Francia (+16,6%).

Tiene la filiera dell'olio

Positiva nel complesso la filiera dell'olio. Cresce il distretto toscano (+13,5% corrispondenti a circa 40 milioni di export in più nel semestre), mentre chiudono in contrazione i due distretti dell'olio umbro (-1%) e il comparto olio del distretto dell'olio e pasta del barese (-4,8%). Crescono a due cifre anche i due distretti della filiera del riso: sia il riso di Vercelli (+17,8%, 23 milioni di incremento) che il riso di Pavia (+14,7% e 17 milioni) che hanno potuto beneficiare dei problemi di approvvigionamento di riso dal Sud-Est asiatico da parte delle nazioni europee, incrementando le vendite nei paesi più vicini, in primis Germania, Francia e Regno Unito. Continua il trend negativo, infine, per il distretto ittico del Polesine e del Veneziano (-21,8%), penalizzato soprattutto dalle minori richieste derivanti dal canale Horeca. Cali diffusi verso tutte le principali destinazioni.

LE PRIME 10 DESTINAZIONI DEI DISTRETTI AGROALIMENTARI ITALIANI

	Milioni di euro			Peso %	Differenza rispetto al periodo precedente (mln euro)		Variazione % tendenziale	
	2018	2019	1° sem. 2020	2019	2019	1° sem. 2020	2019	1° sem. 2020
Totale complessivo	18.724.796	19.546.393	9.700.101	100,0	821.598	444.979	4,4	4,8
Germania	3.658.553	3.676.991	1.919.206	18,8	18.438	132.786	0,5	7,4
Stati Uniti	2.234.287	2.438.545	1.207.476	12,5	204.258	37.257	9,1	3,2
Francia	1.975.722	2.129.919	1.079.611	10,9	154.197	104.650	7,8	10,7
Regno Unito	1.891.922	1.896.455	911.089	9,7	4.533	32.398	0,2	3,7
Paesi Bassi	670.665	702.388	367.632	3,6	31.723	14.071	4,7	4,0
Svizzera	605.100	613.897	334.002	3,1	8.797	27.206	1,5	8,9
Spagna	566.230	582.882	264.740	3,0	16.652	1.636	2,9	0,6
Belgio	545.927	572.348	289.008	2,9	26.421	26.982	4,8	10,3
Canada	496.961	510.280	258.381	2,6	13.319	34.141	2,7	15,2
Austria	504.784	506.292	249.494	2,6	1.508	5.755	0,3	2,4

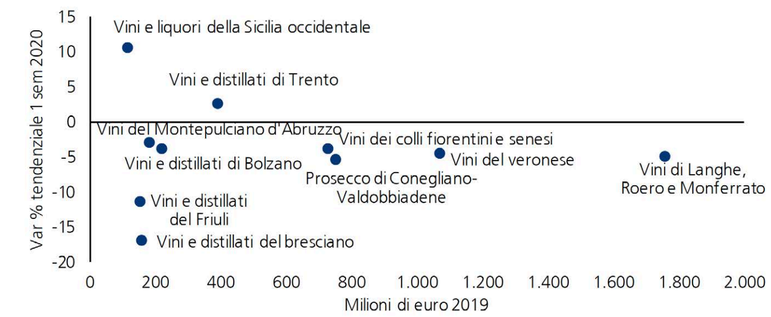
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su Istat

LE ESPORTAZIONI DEI DISTRETTI AGRO-ALIMENTARI ITALIANI PER FILIERA

	Esportazioni (milioni di euro)			Peso %	Differenza rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente (mln euro)		Var. % Tendenziale		Contributo alla variazione
	2018	2019	1° sem. 2020	2019	2019	1° sem. 2020	2019	1° sem. 2020	1° sem. 2020
Totale distretti agro-alimentari	**18.725**	**19.546**	**9.700**	**100,0**	**822**	**445**	**4,4**	**4,8**	**4,8**
Vini	5.157	5.495	2.494	28,1	338	-106	6,6	-4,1	-1,1
Pasta e dolci	3.562	4.011	2.033	20,5	449	336	12,6	19,8	3,6
Agricoli	3.148	3.128	1.612	16,0	-20	77	-0,6	5,0	0,8
Carne e salumi	1.933	1.934	927	9,9	1	13	0,1	1,4	0,1
Conserve	1.825	1.827	992	9,3	2	74	0,1	8,1	0,8
Lattiero-caseario	1.655	1.762	855	9,0	107	-17	6,5	-1,9	-0,2
Olio	893	831	464	4,3	-62	38	-7,0	8,8	0,4
Riso	451	464	289	2,4	13	41	2,8	16,4	0,4
Prodotti ittici	101	95	36	0,5	-6	-10	-6,3	-21,8	-0,1

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su ISTAT

LE ESPORTAZIONI DELLA FILIERA DEI VINI NEI PRIMI 6 MESI DEL 2020 (MILIONI DI EURO 2019 E VAR. % TENDENZIALE GEN-GIU 2020)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su ISTAT

La difesa di Re Zonin

Si avvicina l'epilogo del maxi processo ai vertici di Banca Popolare Vicenza in seguito al crac finanziario del 2015. Per l'ex presidente dell'istituto di credito, i pm hanno chiesto una condanna a 10 anni di reclusione. Basteranno, a salvarlo, gli accorati appelli del suo avvocato, Enrico Ambrosetti?

"Non processiamo il Re, lo dobbiamo semplicemente ghigliottinare". L'avvocato Enrico Ambrosetti, legale rappresentante di Gianni Zonin, inizia la prima udienza di difesa dell'ex presidente di Banca Popolare Vicenza citando nientedimeno che il processo a Luigi XVI. E scegliendo, per il suo assistito, le stesse parole che il conte Raymond Desèze usò, nel 1792, di fronte a un inflessibile Robespierre. "La sentenza, come quella a cui andò incontro il sovrano francese circa tre secoli fa, è già scritta", continua Ambrosetti, che definisce Zonin la "vittima predestinata di un processo in un clima di odio. Un condannato fin dal primo momento".

Quella del 5 febbraio è stata appunto la prima di tre udienze di difesa – le altre si sono tenute il 6 e il 9 febbraio – riservate all'imputato 'principe' del processo a Banca Popolare di Vicenza. Per il quale lo scorso dicembre i pm Luigi Salvadori e Gianni Pipeschi hanno chiesto una condanna di 10 anni di reclusione. La pena più alta mai richiesta, in Italia, per un crac finanziario. E non poteva essere diversamente, visto che è frutto del più grande processo che si sia mai tenuto nel nostro Paese per reati bancari. Al centro, il dissesto della Banca Popolare di Vicenza, che ha fatto perdere 6 miliardi di euro a oltre 100mila piccoli azionisti, convinti di possedere azioni dell'istituto dal valore di 62,50 euro, sicure e inattaccabili. Invece purtroppo crollate a 10 centesimi.

Nei giorni e nelle settimane precedenti era stato il turno degli altri cinque imputati: il consigliere Giuseppe Zigliotto (per il quale sono stati chiesti 8 anni e 2 mesi), i dirigenti Paolo Marin (8 anni e 2 mesi), Massimiliano Pellegrini (8 anni e 2 mesi), Andrea Piazzetta (8 anni) ed Emanuele Giustini (8 anni e 6 mesi). Mentre l'udienza riservata a Banca Popolare di Vicenza in Lca (Liquidazione coatta amministrativa) si è tenuta l'11 febbraio. Samuele Sorato, ex amministratore delegato e direttore generale dell'istituto di credito, è invece imputato per gli stessi reati ma in un processo parallelo, anch'esso in svolgimento a Vicenza.

Baciate da chi?

Le cronache locali descrivono gli interventi di Ambrosetti come delle 'arringhe difensive show', ricche di citazioni colte – come appunto il processo a Luigi XVI piuttosto che il film 'I sette samurai' del regista giapponese Kurosawa – e battute scoppiettanti. Il legale ha incentrato la linea di difesa sulla presunta estraneità ai fatti del suo assistito, arrivando anche a dargli dell'ignorante, riporta *ViPiù*, in riferimento a un'espressione sbagliata utilizzata tempo prima dallo stesso Zonin, che aveva parlato di 'fondi baciati' invece che 'operazioni baciate'. Ossia finanziamenti, mutui o prestiti erogati da una banca a un cliente a patto che questi acquisti azioni della banca stessa, con l'incentivo di godere di tassi d'interesse più bassi o ricevere cifre più elevate. Presunto nodo gordiano di questa triste epopea finanziaria.

L'interpretazione dei fatti di Ambrosetti dipinge quindi "non tanto una banca travolta dal disegno occulto delle 'baciate' di cui l'ex presidente era consapevole", si legge in un articolo pubblicato da il *Corriere del Veneto* del 6 febbraio, "ma dalla 'tempesta perfetta', tra gli effetti della crisi 2008 e la richiesta di aumentare il capitale, affrontata dalle popolari come 'dinosauri giuridici, non più rispondenti alla realtà'. Un crac non per una macchinazione ma per gli aumenti di capitale 2013 e 2014, 'tentativi inidonei - per Ambrosetti - di salvare una banca schiacciata tra una crisi forte e requisiti inconcepibili'".

Eppure la popolare vicentina aveva superato a pieni voti anche gli stress test della Bce. Al punto da essere inserita "fra i primi 13 più importanti gruppi bancari italiani", come Zonin sottolineava con soddisfazione nel dicembre 2014. "Siamo risultati una banca solida e fortemente patrimonializzata". Solo due mesi dopo, la Bce avrebbe avviato un primo accertamento per monitorare il sistema di governo, di gestione e controllo dei rischi. All'assemblea societaria dell'11 aprile 2015, l'ultima a cui Zonin prese parte, il valore del titolo venne tagliato da 62,50 a 48 euro. Un anno dopo sarebbe passato a 6 euro ad azione, altri due mesi dopo a 10 centesimi.

"Nel falò della Vicenza andarono bruciate azioni di 120mila soci per circa 6,5 miliardi di euro mentre 630 soci 'fortunati', ma sarebbe meglio dire privilegiati grazie alla rete delle loro amicizie, riuscivano a vendere le loro azioni al prezzo massimo di 62,5 euro tra settembre del 2014 e febbraio del 2015 prima che chiudesse il mercato della compravendita dei titoli BpV", scriveva il *Fatto Quotidiano* a luglio del 2019.

La 'gogna mediatica' e il ruolo di Sorato

Secondo Ambrosetti, quando Zonin era presidente di Bpvi non svolgeva ruoli operativi e la gestione della banca era interamente nelle mani dell'Ad, Samuele Sorato. "Era Sorato che decideva tutto. Non era un burattino nelle mani di Zonin", afferma Ambrosetti. Che del suo ruolo chiave in questa vicenda è sempre più convinto: "Il vero padre padrone della banca, dal 2012, quando andò via Divo Gronchi, è stato Samuele Sorato", afferma l'avvocato, come riporta il *Corriere delle Alpi* del 6 febbraio. "Il direttore generale era assolutamente indipendente".

Ma un peso determinante in tutta questa vicenda lo avrebbe avuto, secondo Ambrosetti, anche la gogna mediatica a cui è stato sottoposto negli anni Zonin e le presunte diffamazioni ricevute da parte di ex presunti amici. Vedi il caso di Dario Loison, titolare dell'omonima azienda dolciaria vicentina, querelato per aver descritto Zonin un "tiranno diabolico che sapeva tutto".

Samuele Sorato (sx) e Gianni Zonin all'assemblea societaria di BpVi dell'11 aprile 2015

Gianni Zonin (sx) ed Enrico Ambrosetti durante l'udienza del 5 febbraio 2021

A causa del crac di Pop Vicenza, la sua azienda e la sua famiglia hanno perso decine di milioni di euro. Sempre secondo Ambrosetti, la scorsa estate, invece di leggere in aula un memoriale di 65 pagine (come poi è accaduto), Zonin avrebbe voluto sostenere l'interrogatorio. "Gli ho detto io 'assolutamente no, non sei in grado di ricordare precisamente, non ti sottopongo alla gogna mediatica'".

Il processo e le accuse a Banca d'Italia

Il difensore mette insieme quelli che secondo lui sono i punti deboli del processo, a cominciare dalla competenza del tribunale di Vicenza, invece che Roma o Milano; contestando "l'indulgenza giudiziaria" sulla via d'uscita data a molti per non costruire "un processo con decine di imputati, per contenere i quali non sarebbe bastato lo stadio di Santiago del Cile"; ma anche l'assenza di Banca d'Italia tra gli imputati visto il ruolo "eclatante" avuto sulle 'baciate': "Banca d'Italia sapeva tutto, il fenomeno era tollerato, salvo non capirne i rischi". E ancora: "Se avesse fatto i rilievi che appaiono dovuti oggi non staremmo qui e non ci sarebbe stato il fallimento delle due Popolari venete".

Cita anche Massimo Bozeglav, ex uomo di Banca d'Italia divenuto capo dal 2008 al 2016 dell'audit interno dell'ex Popolare di via Framarin, che secondo l'avvocato avrebbe dovuto essere incluso tra gli imputati perché sapeva molto più di quanto non abbia voluto far credere: "Non interviene e nelle intercettazioni scarica su Zonin. Mai iscritto tra gli indagati e ora è all'audit di Banca Igea", sottolinea Ambrosetti. D'altronde, aggiunge, "si può pensare che una vicenda come quella della Banca popolare che ha creato un danno tanto grande sia stata il frutto delle cinque persone oggi a processo?". In breve, la linea della difesa ribadisce l'estraneità di Zonin a una serie di pratiche scorrette a lui imputate.

Gianni Zonin

Paragonabile a una pecorella finita, suo malgrado, in mezzo a un branco di lupi. E ad avvalorare questa tesi, il ricordo di come il presidente non si sia mai disfatto delle sue azioni, anzi, "le regalava ai nipotini", ribadisce Ambrosetti. "Ha fatto perfino l'aumento di capitale del 2016, presentandosi nella filiale di Gambellara. E lo ha fatto perché ha sempre creduto nella Popolare, sino alla fine".

I 'massaggi' e le lettere anonime

L'avvocato parla di tre lettere anonime, citate nella sua deposizione dal maresciallo della Guardia di Finanza Nicola Tavilla. Una di queste, datata marzo 2014, benché anonima sembra scritta da una mano molto ben informata sui fatti: "Presidente", recita la lettera, "perché continuare in questa folle corsa a dimostrare le forze di una banca che non ci sono o, se sembrano esserci, derivano da numeri manipolati ad arte?". E ancora: "Come fai a non sapere che l'ultimo aumento (di capitale, *ndr*) è stato fatto a forza di finanziamenti di centinaia di migliaia di euro ad aziende che non potevano dire di no, e che l'80% dei prestiti erogati ad aziende è stato utilizzato per sottoscrivere azioni della banca?".

Come si legge su il *Corriere del Veneto*, in aula Tavilla ricorda anche le agende sequestrate, che riportano tre appuntamenti di Zonin con clienti-soci che poi sarebbero sfociati in finanziamenti 'baciati', così come alcune intercettazioni telefoniche di Sorato da cui emergerebbe che Zonin era consapevole di ciò che stava avvenendo. E si fa cenno a un sms, inviato a Giustini a Sorato, che recita così: "Bisogna parlare al presidente dell'operazione Dalla Rovere". Un'altra 'baciata plurimilionaria', ricorda il quotidiano veneto.

A favore di Zonin, secondo il suo rappresentante legale, ci sarebbe invece la questione dei 'massaggi'. E non stiamo parlando di gite alla spa: "Ricordati di massaggiare il presidente Zonin per le pratiche che vanno oggi in Cda", scriveva via sms, nel 2011, l'allora vicedirettore di Pop Vicenza, Paolo Marin, al direttore generale Samuele Sorato. Il riferimento è al finanziamento milionario concesso agli imprenditori del pane Morato, "che con quei soldi acquistarono azioni della banca, ricavandone anche un compenso per il disturbo (la cosiddetta 'baciata perfetta')", spiega il *Corriere del Veneto*. Da qui l'invettiva di Ambrosetti: "Andando a logica, delle due l'una: o Zonin andava 'massaggiato', come scrive Marin, e allora non sapeva come stavano le cose. Al contrario, se davvero avesse saputo tutto, non c'era bisogno di alcun massaggio".

Verso la sentenza

Terminate le udienze di difesa, il collegio giudicante composto da Deborah De Stefano (presidente), Elena Garbo e Camilla Amedoro (giudici a latere) procederà a una fase informale di valutazioni interne della durata di un mese circa. Per pronunciare infine la tanto attesa sentenza. Che nel caso di Zonin, comunque vada, sarà di certo meno pesante di quella pronunciata da Robespierre il 3 dicembre 1792: "Sì, la pena di morte in generale è un delitto. Ma quando si tratta di un re detronizzato nel cuore di una rivoluzione tutt'altro che consolidata dalle leggi, di un re il cui solo nome attira la piaga della guerra sulla nazione agitata, né la prigione, né l'esilio, possono rendere la sua esistenza indifferente alla felicità pubblica, e questa crudele eccezione alle leggi ordinarie che la giustizia ammette può essere imputata soltanto alla natura dei suoi delitti. Io vi propongo di decidere seduta stante la sorte di Luigi. Per lui, io chiedo che la Convenzione lo dichiari da questo momento traditore della nazione francese e criminale verso l'umanità; chiedo che essa dia al mondo un grande esempio". Luigi XVI fu ghigliottinato la mattina del 21 gennaio 1793.

IL COMMENTO

L'OMO DA VIN

di Angelo Frigerio

C'erano una volta le grandi casseforti del Veneto: Banca Popolare di Vicenza e Veneto Banca. Due realtà solidamente legate al territorio. Luoghi a cui la gente affidava i suoi "schei", spesso i risparmi di una vita, con la certezza che li sarebbero stati al sicuro. D'altra parte come non fidarsi del direttore della banca o dell'impiegato con cui vai a bere il caffè tutti i giorni, che vedi sempre in chiesa, che incontri la domenica al campo sportivo. "Buongiorno Direttore, come sta? E la sua signora? E i bambini?".

Per non parlare poi di Gianni Zonin, un autentico Doge che dispensava benedizioni a tutti, potentissimo e riverito. Sia dai notabili sia dai politici locali. Come pure dalla gente comune che vedeva in lui il geloso custode delle ricchezze sue e dei veneti. Forse qualche dubbio in proposito avrebbero dovuto averlo. Dice un vecchio proverbio veneto: "L'omo da vin no 'l vale on quatrin" ...

Tutto crollato, invece, tutto in frantumi, tutto spazzato via da uno tsunami che nessuno, tranne i diretti responsabili, avrebbe mai potuto prevedere. In un misto di "violazioni, connivenza, omertà sottotraccia, servilismo fantozziano e obbedienza ipocrita al grado gerarchico del capoufficio" come scrisse bene Marco Alfieri su *Il Foglio*.

Eh sì perché chi era all'interno sapeva. Sapeva che la Popolare di Vicenza stava traballando. Che occorreva mettere degli argini forti. Che bisognava mettere tutto in sicurezza. Che occorreva spingere sull'acquisto delle azioni.

Così, per le aziende che andavano a battere cassa, la risposta era semplice: "Vuoi un fido? Non c'è problema: acquista delle azioni della Pop Vicenza. Sono una certezza. Valevano 48 euro, ora sono a 62. Cosa vuoi di più". E l'imprenditore, di fronte a un vero e proprio ricatto (ma allora non lo vedeva così) alè a comprare azioni.

Alla fine in 110mila avevano acquistato, a cuor leggero, le azioni della "loro banca". Invece no – come spiegava bene Fabio Bolognini, blogger brillante ed esperto di sistemi bancari – c'erano: "Dipendenti di vario livello e anzianità non sempre con la pistola del capoufficio alla tempia, a conoscenza, o persino firmatari di prestiti deliberati alle società dei consiglieri in conflitto d'interessi; uffici crediti in grado di sapere che la situazione dei prestiti deteriorati era valutata in modo sbagliato e priva di accantonamenti adeguati; processi gestionali e contabili non all'altezza; ispettori mansueti anche su operazioni d'investimento in fondi esteri con rischi elevatissimi". Una situazione esplosiva, scoperta solo grazie a una ispezione della Bce. Che ha fatto saltare il tappo. Come in un vaso di Pandora, da cui è uscito tutto il peggio. Oggi le azioni di Pop Vicenza hanno un valore di 10 centesimi.

Ma la tragedia non si è fermata solo ai soldi. Ci sono stati anche suicidi. Gente che pensava di aver messo da parte un gruzzolo per poter vivere serenamente gli ultimi anni della sua vita si è ritrovata con nulla fra le mani. Gente che aveva acceso il mutuo per la casa si ritrova con il conto azzerato e l'acqua alla gola, pressata dalle scadenze. Che fare poi se vedi svanire tutto a un tratto i risparmi di una vita?

Ci si chiede ancora: dov'erano i controllori? Quelli che paghiamo profumatamente per verificare che nel nostro sistema bancario sia tutto in ordine? Dov'era Banca d'Italia? Dov'era il Governo? Perché si sono mossi così in ritardo?

Oggi l'avvocato Ambrosetti corre in difesa del Doge Zonin incoronato Re. E lo paragona a Luigi XVI. Sappiamo che fine fece il sovrano francese: morte per ghigliottina. Siamo in uno stato di diritto e per fortuna questo non avverrà. Ma non è che tale paragone porti un po' sfiga?

di Federica Bartesaghi

Il vino corre sul web

L'emergenza sanitaria spinge il wine e-commerce. Un mercato che, in Italia, è dominato dai 'pure player'. Ma dove la Gdo online fa registrare tassi di crescita a tre cifre. L'analisi dell'Osservatorio Nomisma Wine Monitor.

L'e-commerce di vino genera, in Italia, un volume d'affari compreso tra 150 e 200 milioni di euro. Un mercato di poco valore fino a solo pochi anni fa. Ma che nel 2020, complice lo stravolgimento delle abitudini di consumo causato dalla pandemia, ha conosciuto un vero exploit. Un dato che non vale per il vino soltanto: lo scorso anno, l'e-commerce nel suo complesso ha messo a segno un +8% in Italia. Nello specifico del settore food & grocery – sempre vista come la 'cenerentola' del commercio digitale del Bel Paese – la crescita è stata del +70% sul 2019.

A evidenziarlo, i dati dell'Osservatorio Wine Monitor di Nomisma, presentati in occasione dell'ultimo Forum Wine Monitor che si è concentrato, per l'appunto, sull'andamento di questo strategico canale di vendita. "Per avere una visione d'insieme, basti pensare che se a livello globale nel 2009 l'online rappresentava appena l'1% delle vendite di vino del canale off-trade", sottolinea Emanuele di Faustino, project manager di Nomisma. "Nel 2019 si è arrivati al 7%, quasi 2 miliardi di bottiglie in valori assoluti. E nel 2020, appena un anno dopo, si dovrebbe arrivare a un peso del 10-12%". Nel solo primo semestre dello scorso anno, evidenzia l'osservatorio, l'e-commerce di vino in Italia ha toccato 75,5 milioni di euro. Raddoppiando il valore generato nello stesso periodo del 2019. Un risultato imputabile sia alla crescita esponenziale dei 'pure player', ossia le piattaforme specializzate nell'e-commerce di vino – vedi Tannico, Vino.com o Callmewine – sia da parte dei 'generalisti', come Amazon, e in misura minore (ma crescente) dei retailer fisici, oggi impegnati a gestire ambiziose strategie omnicanale.

L'e-commerce prima e dopo il Covid

Solo nel 2019 l'Italia occupava gli ultimi posti nella classifica dei principali mercati di e-commerce mondiali. Il commercio digitale intercettava infatti appena l'1% delle vendite retail, contro il 4% degli Usa, il 10% del Regno Unito e l'imponente 29% della Cina, dove l'e-commerce si è imposto da tempo tra i maggiori canali di vendita. In Italia, come sottolinea l'Osservatorio Nomisma, la vera accelerazione è arrivata con la pandemia: nel 2020, oltre 8 milioni di consumatori hanno scelto di acquistare vino online. Pari al 27% dei consumatori totali di vino. Un dato significativo considerato che, nel 2018, questa percentuale era del 17%.

"Parallelamente si è assistito anche a un aumento delle dimensioni dell'e-commerce", sottolinea il rapporto. "Si stima che il peso sul totale delle vendite nel canale retail dovrebbe passare dall'1% del 2019 al 2-3% del 2020, recuperando in parte il gap accumulato negli ultimi anni nei confronti degli altri mercati internazionali. In particolare, nei mercati esteri di riferimento dell'analisi vediamo un passaggio dal 26% al 34% per il Regno Unito, e dal 32% al 43% nel caso degli Usa".

Google docet

Per avere un riscontro semplice e immediato dell'interesse crescente dei consumatori italiani per l'e-commerce del vino, come spiega Nomisma, è sufficiente guardare Google Trends. Vale a dire quel sistema di analisi che riporta la frequenza delle ricerche su Google delle parole 'vino online' e similari.

"Sia nel primo lockdown di marzo-aprile 2020 che nel periodo autunnale con le nuove chiusure, le query (parole digitate nella barra di ricerca di Google) 'vino online' sono state ricercate in modo massiccio", spiega Nomisma. "In entrambi i periodi presi in considerazione, in Italia e Usa si è raggiunta una frequenza di ricerca molto elevata, e l'oscillazione è stata analoga anche in Germania e Gran Bretagna". Tra le parole più ricercate: 'wine delivery', 'acquistare vino online' e 'consegna vino a domicilio'.

Specializzati vs. generalisti vs. Gdo

Tannico, Vino.com, Callmewine e tutti i cosiddetti 'pure player', ossia le piattaforme specializzate nel wine e-commerce, sono i veri protagonisti di questo mercato in Italia. Intercettano infatti più dell'80% delle vendite di vino online, mentre solo il restante 20% è riconducibile ai siti di e-commerce generalisti o alle piattaforme di acquisto online delle insegne della Gdo. Quest'ultimo canale è tuttavia a quello che mostra i tassi di crescita più importanti, con incrementi a tripla cifra nei primi nove mesi del 2020. Qui, il rapporto evidenzia come gli acquisti si orientino verso prodotti di fascia di prezzo più alta rispetto a quelli scelti durante la spesa nel punto vendita. "Particolarmente rilevante è lo stacco tra il prezzo di etichetta dei vini fermi e frizzanti, dove il consumatore digital spende ben il 59% in più, ovvero tre euro a litro nella spesa fisica e 4,8 euro a litro nella spesa online".

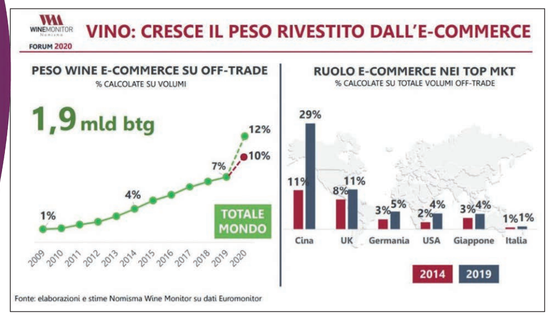
Il cliente target

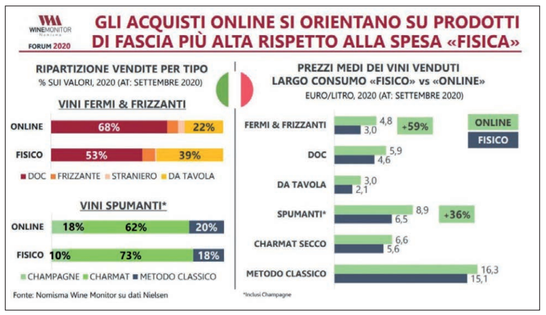
L'identikit che l'osservatorio fa dell'acquirente italiano 'modello' di vino sul canale online è: uomo, Millennial (nato tra gli anni '80 e 2000) e con un elevato potere d'acquisto. In particolare si tratta di persone che, prima della pandemia, erano abituate a consumare vino fuori casa.

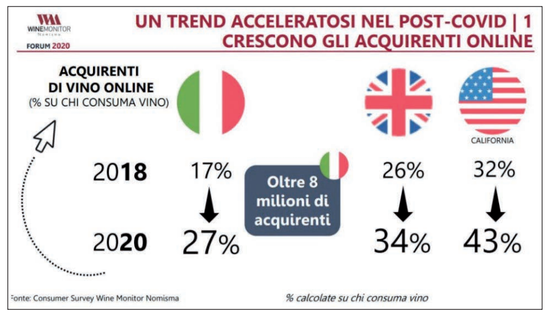
Anche all'estero chi compra vino sul web ha un identikit ben preciso. E sia negli Usa che in Uk, il profilo dell'acquirente medio è simile a quello italiano: uomo, giovane e alto spendente. Le principali differenze emergono nei canali di vendita: a differenza di Italia e Stati Uniti, a dominare in Uk non sono gli specializzati, bensì le catene della grande distribuzione.

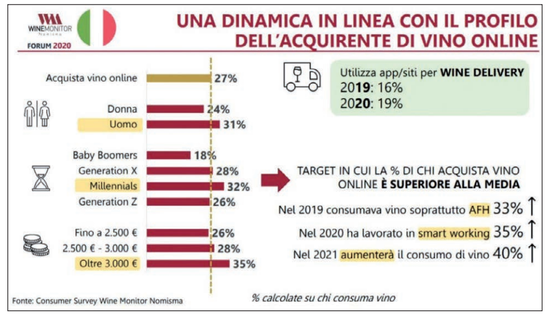
Outlook futuri

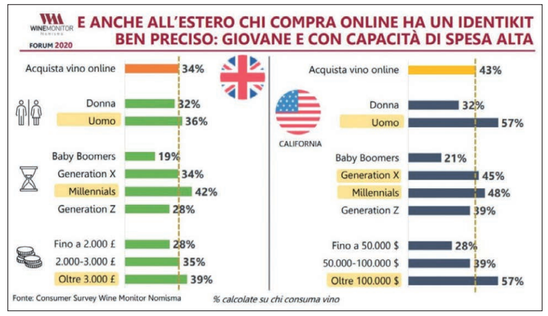
Trend destinato a rimanere o a esaurirsi insieme alla pandemia? La prima, secondo Nomisma. Dalla survey emerge infatti che il 24% degli wine user continuerà ad acquistare vino online anche una volta che l'emergenza sarà terminata. "Si tratta di una percentuale leggermente inferiore a quella rilevata nel 2020 - sottolinea il report - ma comunque maggiore di quella pre-Covid". Lo confermano anche gli ingenti investimenti che aziende e retailer stanno sostenendo per potenziare le rispettive piattaforme e ampliare l'offerta. "Nel settore vinicolo, e non solo, il Covid ci ha insegnato che la multicanalità rappresenta una strategia fondamentale sia per minimizzare i rischi di mercato, che per accrescere le opportunità di business". Il riferimento va, naturalmente, all'improvvisa e totale chiusura del canale Horeca. E le pesanti conseguenze che questo ha avuto sul business di tante, troppe cantine.









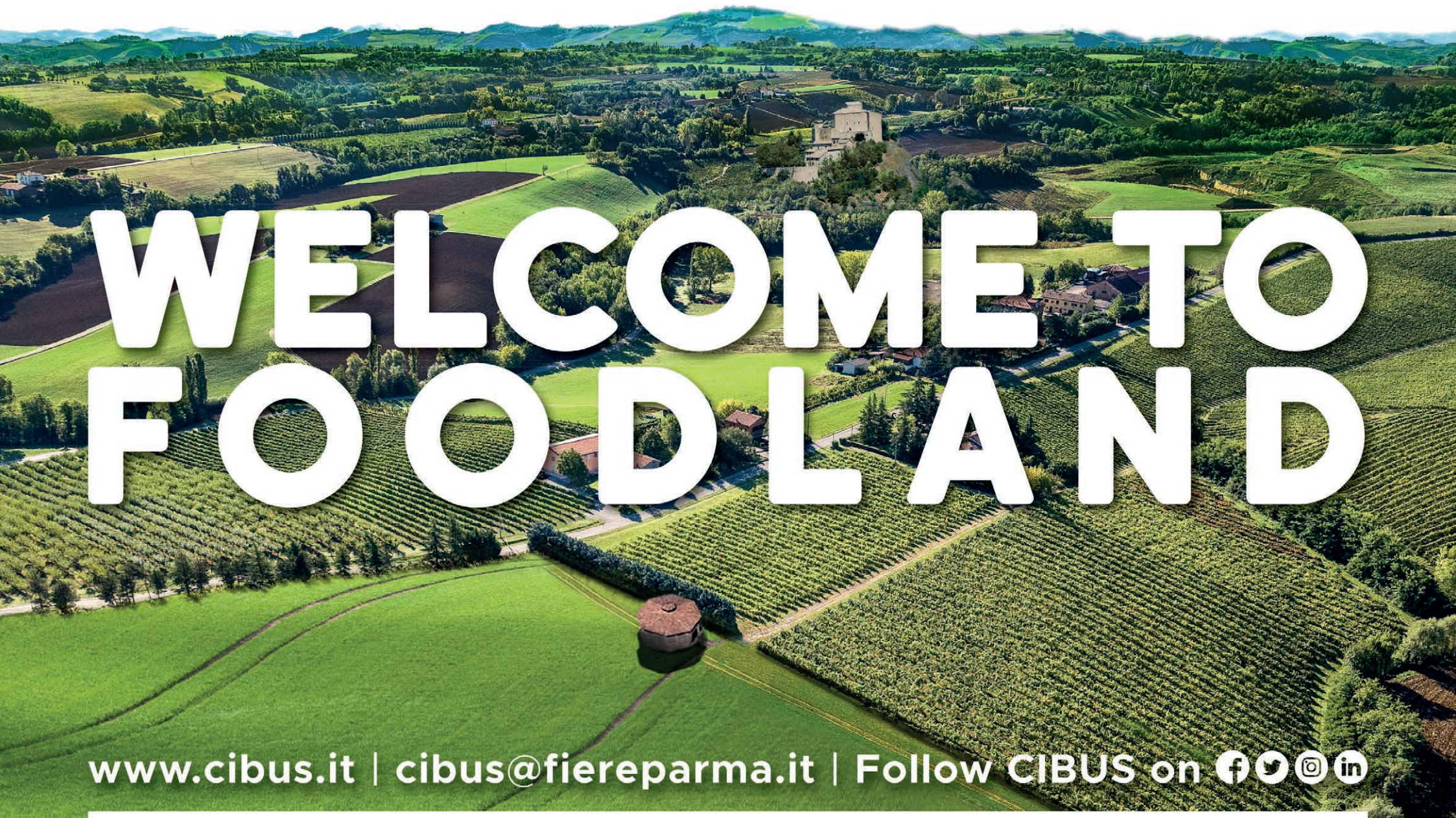


CIBUS

20° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE

PARMA

31 AGOSTO / 3 SETTEMBRE 2021



FIERE DI PARMA

FEDERALIMENTARE Servizi s.r.l.

THE EXTRAORDINARY ITALIAN TASTE

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

ITA ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Regione Emilia-Romagna

CRÉDIT AGRICOLE
Banca ufficiale delle Fiere di Parma