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.

Romagna: ti verso una storia.

Guarda la storia

VIGNETI ROMIO

www.vignetiromio.it

Scopri tutta la linea Vigneti Romio:
Novebolle Romagna DOC Spumante Bianco Extra Dry, Novebolle Romagna DOC Spumante Rosato Extra Dry,
Romagna DOC Sangiovese Superiore Riserva, Famoso Rubicone IGT, Romagna DOC Trebbiano.

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 04/01/2021. Fonte: Tespi Mediagroup

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.546.944
2	Lidl	2.303.227
3	Eurospin Italia Spa	1.074.946
4	Conad	1.045.210
5	Esselunga Spa	794.207

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	713.000
2	Eurospin Italia Spa	213.000
3	Esselunga Spa	165.000
4	Md Spa	85.700
5	Conad	52.700

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	93.888
2	Lidl	31.779
3	Coop Italia	28.078
4	Conad	27.903
5	Gruppo Végé	24.918

PICCINI®
Wines since 1882

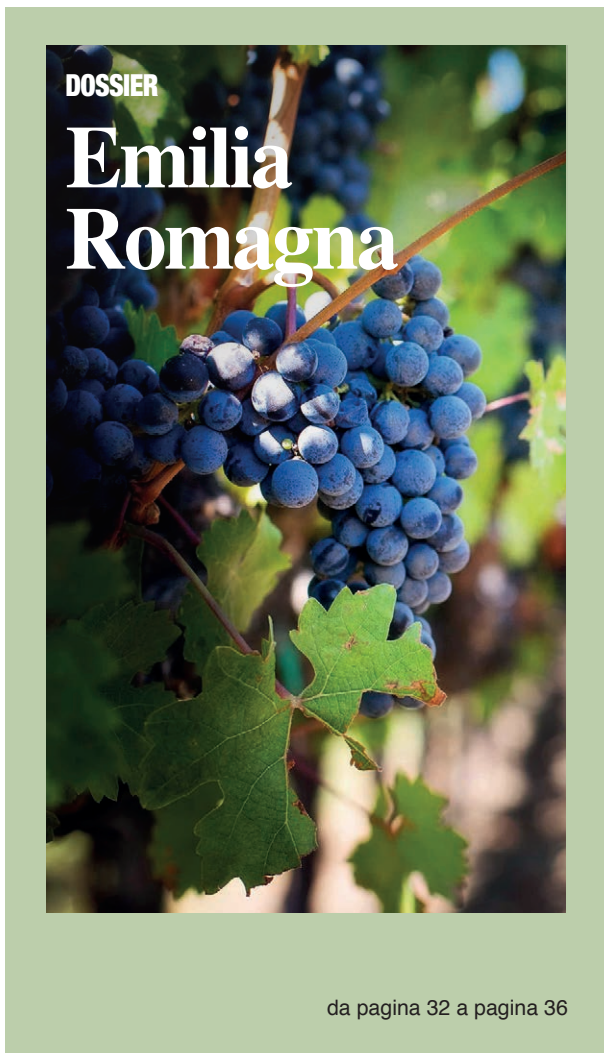
VINI & CONSUMI

ANNO 8 - NUMERO 1 - GENNAIO 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

Speciale vini premium

da pagina 22 a pagina 29



DOSSIER

Emilia Romagna

da pagina 32 a pagina 36

VINI & CONSUMI AWARDS

VINI&CONSUMI AWARDS: I VINCITORI DELL'EDIZIONE 2020

Sesto anniversario per il contest vinicolo promosso da Tespi Mediagroup. La cerimonia di premiazione, lo scorso 23 novembre, nella cornice di wine2wine.

da pagina 10 a pagina 19

IL CASO

Eurospin: spesa intelligente, tutela carente

Monta la protesta dei dipendenti della catena. Che lamentano condizioni di lavoro inadeguate e la mancata istituzione, prevista dal Dpcm, dei comitati anti-Covid. La lettera dei responsabili sindacali di Cgil, Cisl, Uil.

a pagina 9

L'EVENTO

Wine2wine, la maratona corre sul web

L'ormai tradizionale business forum veronese si è svolto in videoconferenza. Dalle conclusioni, emerge l'exploit della Gdo, che in epoca Covid conquista terreno sul campo dei vini di qualità, degli spumanti e anche dei rosati.

alle pagine 30 e 31

DATI & MERCATI

Il volantino delle feste

QBerg ha esaminato sui flyer di dicembre le offerte promozionali dedicate al pranzo di Natale e al cenone di Capodanno. Dal Nord al Sud Italia, l'analisi fa emergere significative differenze di prezzo.
E c'è anche qualche sorpresa...

a pagina 20

RETAIL

"Siamo soddisfatti, ma non felici"

La leadership di mercato, l'operazione Auchan, gli investimenti, il ruolo strategico della Mdd.
In un mercato con tante incognite, dove crescono discount e commercio online, l'amministratore delegato di Conad presenta i dati del 2020. E i progetti per il nuovo anno.

a pagina 21

ESTERO

Benvenuti al Nord

Una guida dell'Ice Agenzia offre un quadro dettagliato del mercato delle bevande alcoliche in Norvegia. Dove a fare i bello e il cattivo tempo, per privati e aziende, è il monopolio di stato. E dove l'Italia è il primo fornitore di vini rossi e spumanti.

da pagina 37 a pagina 39

turbo. tespi mediagroup

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

Siamo tutti Giuanin

Verso fine anno vado a trovare i miei clienti in giro per l'Italia. Mi piace andare a capire come tira il vento. A "battere il marciapiede", come i veri giornalisti sanno fare, in lunghi viaggi che mi portano da Cuneo a Vicenza, dall'Oltrepò fino all'Emilia e più giù. Quest'anno, causa Covid, non ho potuto andare oltre ma ci siamo spesso sentiti via Zoom. Ho incontrato amministratori delegati, direttori commerciali, direttori marketing, amministratori delegati di catene di Gd e Do, negozianti, buyer, ristoratori, agenti di commercio. Insomma, una rappresentanza significativa del mondo alimentare.

In tutti gli incontri una domanda era ricorrente: "Ma come sarà, secondo lei, il 2021?".

Una questione che mi ha fatto venire in mente la frase tormentone che l'alpino Giuanin, della brigata Vestone, ripeteva al suo sergente, nella lunga marcia nella neve, nel 1943, durante la campagna di Russia: "Sergentmagiù, ghe rivarem a baita?". Ce lo racconta Mario Rigoni Stern nel suo bellissimo *Il sergente nella neve*, un libro che dovrebbero leggere tutti. Allora il problema era uscire dalla sacca di Nicolajewka, fuggire da quel terribile inverno russo, ritornare a casa, rivedere i genitori e i fratelli, la fidanzata, la moglie e i figli, riassaporare le cose belle di un tempo. Erano in 100mila quelli partiti dall'Italia. La stragrande maggioranza è ancora sepolta là. Mio zio Ansperto invece riuscì a uscire: mani e piedi congelati. Un'esperienza che non dimenticò mai.

Oggi la questione si rinnova. Non in modo così drammatico, ma anche noi vogliamo uscire dalla sacca. Un anno di Covid-19 ha fiaccato molti. Li ha depressi. Li ha resi pessimisti e abulici. Ecco allora che, alla domanda sul domani, ricordando una poesia di Montale, la risposta è: "Questo soltanto oggi posso dirti/ciò che non siamo, ciò che non vogliamo".

Risposta semplice e schietta. Ma che non basta. Quello che ho visto in questo mio peregrinare è che tanti, tantissimi non si sono fermati. Non hanno spento la luce. Non hanno circumnavigato il proprio ombelico. Hanno reagito.

Un esempio su tutti: la famiglia Pfitscher, proprietaria di un'azienda altoatesina che produce speck e salumi tipici. Venerdì 6 marzo alle 12.00, nel pieno della pandemia, un brutto incendio colpisce lo stabilimento di produzione di Postal (Bz). Grazie all'aiuto di circa 300 Vigili del Fuoco, l'incendio viene domato nelle prime ore del sabato mattina. L'azienda (20 milioni di fatturato nel 2018), si è sempre distinta negli ultimi anni per dinamicità e coraggio imprenditoriale, e aveva completato da poco l'ampliamento dello stabilimento, 25mila metri quadri per un valore di circa 50 milioni di euro. Il titolare, Lukas Pfitscher, ai microfoni Rai dichiara che, secondo i Vigili del Fuoco, sarà necessario l'abbattimento. "A pensare che sta andando a fuoco il lavoro di 40 anni, faccio fatica a trattenere le lacrime". Dall'azienda, da subito, trapela la ferma volontà di far fronte agli impegni presi e subito si mette in atto un piano di riorganizzazione per guardare avanti con fiducia e coraggio. In molti consigliano alla famiglia di chiedere il concordato: "Così sistemate i fornitori e potete andare avanti". Ma da loro un secco no: "Vogliamo andare avanti con le nostre forze". E così, a testa bassa, facendosi aiutare da qualche amico, l'azienda rinasce. Se andate sul loro sito trovate gli stati di avanzamento dei lavori. Se tutto va bene, in primavera una parte dello stabilimento sarà funzionante e si potrà ricominciare tutto, o quasi, come prima.

"Ci sono stati tre tipi di risposte alle nostre richieste di aiuto", ci ha raccontato Lukas quando siamo andati a trovarlo in dicembre. "La vostra e di altri che da subito ci hanno dato una mano; quella di alcuni che ci hanno detto no; quella, la più brutta, di chi ha promesso e poi non ha mantenuto. Ma non importa. Oggi siamo qui, il nuovo stabilimento sta crescendo. Ed è questa la cosa più importante".

Di esempi di questo tipo ce ne sono tanti. Gente che non ha mai abbassato la testa di fronte alle avversità. Che ha sfidato tutto e tutti. Nel caso di Pfitscher anche la politica. Alla faccia di quelli che pensano l'Alto Adige come una terra promessa. Loro dalle istituzioni non hanno ricevuto niente. E solo dopo una lunga battaglia, l'assicurazione ha riconosciuto una parte del danno.

Ecco allora che la risposta alla domanda dell'inizio è semplice: "Il 2021 sarà l'anno della svolta". Ma solo per chi avrà coraggio. Per chi non si fermerà davanti agli ostacoli ma, con forza e decisione, deciderà di saltarli. Con speranza, nella sua giusta definizione.

Quella che ci ha regalato Vaclav Havel, celebre scrittore cecoslovacco e primo presidente, eletto democraticamente, della nazione, dopo il crollo del comunismo: "La speranza non è per nulla uguale all'ottimismo. Non è la convinzione che una cosa andrà a finire bene. Ma la certezza che quella cosa ha un senso, indipendentemente da come andrà a finire".

A causa della pandemia molte manifestazioni fieristiche verranno posticipate o annullate. Per questo il consueto calendario degli eventi 2021 viene rimandato a febbraio.

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 1
gennaio 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 18 gennaio 2021

GLI SPAGHI

piacere frizzante

Dai spago alla vita

Gutturnio e Ortrugo, due vini caratteristici della tradizione piacentina, che con la loro frizzantezza danno spago ai tuoi migliori momenti: ad una tavolata con gli amici, al brindisi per un'occasione speciale, ad una cena romantica.

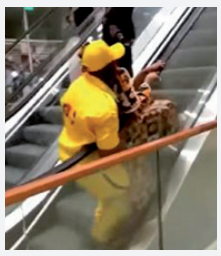
Il Poggiarello

ilpoggiarellovini.it

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

GRAND MALL DI DOUALA (CAMERUN)



Il 17 novembre è stato inaugurato a Douala, in Camerun, il più grande centro commerciale dell'Africa centrale, diventando l'attrazione principale della città. Ma ad attrarre i clienti non sono i nuovi negozi, come ovviamente si potrebbe pensare, ma le scale mobili, sulle quali la maggior parte della gente non sembra essere mai salita. Ecco allora spuntare ogni giorno diversi video di persone che cadono, nonostante all'ingresso ci siano delle guardie di sicurezza che ne spiegano il funzionamento, mentre altri visitatori ridono di loro. Costruito dalla società sudafricana Raubex, il Grand Mall fa capo alla Douala Retail and Convention Center, una joint venture tra il fondo di investimento britannico Actis e il gruppo Craft. Il progetto è costato più di 121 milioni di euro, e all'interno ci sono cinque cinema, un supermercato Carrefour, 160 negozi e boutique, 22 ristoranti e anche una spa. Ma le scale mobili l'hanno vinta su tutti.

VOTO **S.V.**

MOSCHINO

Pensavamo di averle viste tutte nella moda: come non ricordare, per esempio, la star Lady Gaga vestita di bistecche? Ma ci sbagliavamo. Ci mancava infatti Moschino con la sua ultima eccentrica trovata: la borsa-baguette. Sembra più uno scherzo che un prodotto reale. Specie se i prezzi sono esorbitanti. La borsetta è infatti in vendita per 758 sterline, vale a dire 840 euro. Realizzata in pelle, rivestita di marrone all'interno, con chiusura a magnete e rifinita per assomigliare il più possibile ad una vera baguette francese. La descrizione del prodotto recita: "Passeggia lungo la Senna (o al supermercato) con questa borsa-baguette mentre scegli il tuo vino preferito per cena. E magari del pane vero". Come ci si poteva aspettare, sul web centinaia di persone hanno dato libero sfogo a commenti di ogni tipo. "758 sterline per sembrare uno che va in giro con un panino di Subway", scrive un utente. "Ci vorrebbe un po' di prosciutto e formaggio sopra", aggiunge un altro. "Così i piccioni mi attaccheranno, no grazie!". Un'altra invece la butta sul ridere: "Ho deciso di viziarmi con una nuova borsa baguette di Moschino, ma a metà strada mi è venuta fame!". No comment!

VOTO **2**

I CROISSANT FARCITI CON CIOCCOLATO E CELLULARI

Blitz nel carcere di San Severo (Foggia), dove è stato scoperto un traffico di micro-cellulari occultati all'interno di croissant al cioccolato. I telefoni erano stati nascosti dai detenuti nella farcitura dei cornetti, confezionati così bene da sembrare integri, come se fossero appena usciti dal forno. Il sotterfugio è stato scoperto grazie al lavoro degli agenti in servizio nella struttura. Il video delle incredibili farciture ha immediatamente fatto il giro del web. A darne la notizia è il Segretario regionale per la Puglia del sindacato Cgil di polizia penitenziaria, Gennaro Ricci: "La polizia penitenziaria in servizio presso la casa circondariale di San Severo, con spiccata professionalità e scaltrezza, è riuscita a rinvenire e a sequestrare tre micro-telefonini, un caricabatterie rudimentale e a denunciare un detenuto. L'attività di intelligence e di controllo del carcere da parte della polizia penitenziaria è fondamentale. Un plauso va al direttore, al comandante di reparto e a tutto il personale della polizia penitenziaria per la brillante operazione". I detenuti furbacchioni, invece, hanno fatto proprio una figura da cioccolatai…

VOTO **7**

FABRIZIO RIODA

A Milano ha preso il via in novembre la 'polpetta sospesa', una versione meneghina del celebre caffè sospeso napoletano. Si tratta di un'iniziativa nata un po' per caso. A raccontarlo il proprietario del ristorante Birra e polpette, Fabrizio Rioda: "Tutto è cominciato con una donazione di 20 euro arrivata dalla Francia. In questo momento difficile per le attività come la nostra prendiamo gli ordini via Whatsapp e continuiamo a lavorare con consegne a domicilio. Lunedì 23 novembre ci sono arrivati 20 euro accompagnati dal messaggio 'Scegliete voi le polpette e distribuitele a chi ne ha bisogno'. Il messaggio mi è parso così bello che l'ho condiviso sul mio profilo personale di Facebook. Da lì è diventato virale, ha ricevuto tantissime reazioni. Risultato: in soli quattro giorni sono state donate oltre 150 porzioni di polpette". Mentre arrivano donazioni da tutta l'Italia, il ristoratore si è organizzato per distribuire le polpette ai senzatetto di Milano.

VOTO **8**

STAFFAN EKSTAM

Sarà per il bisogno di evadere un po' e scrollarsi di dosso questa tremenda pandemia, o forse sono semplicemente i corsi e i ricorsi storici. Fatto sta che i gioiosi anni '90 stanno prepotentemente tornando di moda. Anche in quegli aspetti che – a dirla tutta – ci lasceremmo volentieri alle spalle. Come la frangia 'a sipario' che campeggiava sulle fronti di Leonardo Di Caprio, di varie star di Hollywood e Boy band più o meno di successo. Ebbene, pare proprio che in Svezia questa particolare acconciatura sia oggi diventata un must per i giovani. Se n'è accorto Staffan Ekstam, direttore marketing di McDonald's Svezia. E ha ben pensato di coinvolgere un parrucchiere super trendy come Adam Lukacs per una serie di appuntamenti virtuali, con cui insegnare agli utenti a tagliarsi i capelli da soli in perfetto stile anni '90. Che c'azzecca tutto ciò con McDonald's? Semplice: il taglio ricorda proprio il logo con la M dell'arcinota catena di fast food. Il risultato è stato un successone, con appuntamenti esauriti in solo due ore. L'azienda ha anche premiato con un Big Mac i consumatori che, tramite un selfie, mostravano un'acconciatura che ricordava proprio la M dorata. Complimenti caro Staffan, bel colpo. Ora sei pronto per una nuova sfida: rilanciare le indimenticabili spalline imbottite!

VOTO **9**

PAOLA RONDANINI (CONAD)

Come una meteora, il whisky scozzese col marchio 'Cosa Nostra' è apparso per un brevissimo lasso di tempo sugli scaffali di un superstore Conad di Reggio Emilia. Giusto il tempo di far parlare di sé. La bottiglia nera, oltre al marchio 'Cosa Nostra', ha infatti la forma di un mitra. E, una volta esposta, è stata ritirata in seguito alle lamentele della clientela, perché ritenuta 'di pessimo gusto e lesiva della sensibilità'. A denunciarlo anche un consigliere comunale del Pd, Dario De Lucia. Che ha sottolineato: "Meglio togliere questo prodotto. Non è adeguato e dà un brutto messaggio". "Alla prima lamentela il superalcolico è stato immediatamente ritirato", ha fatto sapere alla stampa locale la direttrice del superstore, Paola Rondanini. "Abbiamo 18mila articoli da gestire e quando abbiamo ordinato l'oggetto in questione c'era solo un codice. Quando l'abbiamo esposto non abbiamo avuto la prontezza di riflessi per capire che non fosse opportuno". Ricapitolando, l'ordine è stato fatto senza sapere il nome del prodotto (abbastanza evocativo) e senza vedere alcuna immagine (anch'essa a dir poco evocativa). Se le cose stanno così, sono sempre stati incredibilmente fortunati ad aver azzeccato i codici giusti di tutti i prodotti e delle novità dei vari settori, complimenti…

VOTO **4**

Confagricoltura: crollano le vendite di bollicine Doc e Docg dell'Emilia-Romagna

La crisi dei consumi fa crollare la vendita di vini frizzanti e spumanti, in primis Doc e Docg, dell'Emilia Romagna. Le stime a consuntivo di Confagricoltura Emilia Romagna parlano infatti di un calo delle vendite del 40-50% per i frizzantini di Ortrugo e Gutturnio (le Doc dei colli piacentini e parmensi); del 30% per la Malvasia spumante Colli di Parma Doc e la Spergola spumante Colli di Scandiano e Canossa Doc. Anche gli spumanti Lambrusco Doc – come il Reggiano, il Sorbara, il Salamino, il Grasparossa e il Modena – hanno ceduto il 25% mentre è stata più contenuta la battuta d'arresto per i vini frizzanti tipici del vitigno a bacca rossa coltivato tra Modena, Reggio Emilia a Parma (-20%). Quanto al Pignoletto Doc e Docg, lo spumante ha perso il 30% e il vino frizzante circa il 25%. In Romagna, i produttori di fascia alta del Ravennate hanno registrato una perdita fino al 35% mentre nelle bolle metodo tradizionale-classico da uve 100% bio la contrazione si aggira sopra al 30%. Infine, per lo spumante Sangiovese Doc la perdita stimata è intorno al 35%. "Meno brindisi e zero convivi hanno picchiato duro sul mercato delle bollicine che, in regione, ha subito una flessione su base annua che si attesta mediamente al 60% per le etichette delle piccole e medie aziende viticole o cantine legate al canale Horeca e al 20% per quelle vendute sui banchi dei supermercati tramite la rete della Gdo", sottolinea il presidente dei viticoltori di Confagricoltura Emilia Romagna, Mirco Gianaroli, che si dice preoccupato per il futuro delle 17mila aziende vinicole medio-piccole della regione.

Consorzio Vini Alto Adige: il nuovo presidente è Andreas Kofler

Il Consorzio Vini Alto Adige ha un nuovo presidente: Andreas Kofler (foto), presidente della Cantina Kurtatsch, che succede a Maximilian Niedermayr. Frutticoltore e viticoltore a Cortaccia, Kofler lavora anche come docente presso la scuola professionale Laimburg. Per tre anni, inoltre, ha presieduto il Consorzio delle Cantine Altoatesine ed è membro del Cda del Consorzio Vini da sei anni. "In questi anni ho avuto modo di conoscere l'attività del Consorzio e ho ben chiara la direzione nella quale proseguire il cammino", afferma Kofler che, insieme al superamento della crisi causata alla pandemia, individua tra le priorità del suo mandato lo sviluppo delle delimitazioni territoriali e un rafforzamento delle vendite in Italia e all'estero, grazie a un ulteriore miglioramento dell'immagine del vino dell'Alto Adige. Martin Foradori, della Tenuta J. Hofstätter di Termeno, è stato confermato vicepresidente.

Cantina Tollo: positivo il bilancio 2019-2020. Andrea Di Fabio nominato direttore generale

Il Gruppo vinicolo abruzzese chiude in positivo il bilancio d'esercizio 2019-2020. L'azienda ha redistribuito oltre 20 milioni di euro tra valore del conferimento dei soci, redistribuzione e indotto delle aziende locali. Particolarmente positivo il trend registrato dai vini biologici, che segnano una crescita del 20% a valore e del 19% a volume. Con la quota di vino biologico in bottiglia che tocca il 9% del fatturato complessivo. Ottimi i risultati del gruppo nel canale Gdo, dove il fatturato cresce dell'11% a valore e i volumi segnano +12%. Il presidente di Cantina Tollo, Tonino Verna, ha inoltre comunicato la nomina di Andrea Di Fabio a direttore generale: "La sfida che ho raccolto è oltremodo stimolante", spiega Andrea Di Fabio, che manterrà anche la posizione di direttore commerciale e marketing. "Il miglioramento dell'efficienza della struttura e l'ampliamento del business, in un periodo complicato come questo, pesantemente colpito dall'irrisolta problematica Covid, saranno i punti cardine del mio incarico". Da segnalare anche il debutto commerciale, nel 2020, dei vini della Docg Tullum, denominazione riconosciuta nel 2019.

Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg: 92 milioni di bottiglie certificate nel 2020

Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg chiude il 2020 con 92 milioni di bottiglie certificate, lo stesso dato del record registrato nel 2019. Come era già emerso dal Rapporto economico presentato l'11 dicembre scorso, questo esito si deve alla capacità delle imprese di adattarsi in un contesto di forte limitazione delle vendite nella ristorazione, ricollocando il prodotto su canali meno utilizzati negli anni precedenti, oltre che sull'e-commerce. "Chiudiamo questo 2020 con un ottimo risultato, particolarmente significativo pensando all'anno che ci stiamo lasciando alle spalle", sottolinea Innocente Nardi, presidente del Consorzio. "Anche se non è stato semplice, abbiamo raggiunto veramente un risultato storico. Le aziende della denominazione hanno dimostrato capacità di adattamento alla situazione e serietà nell'affrontare, anche con misure severe che siamo stati costretti ad adottare, la realtà di mercato che ci minacciava soprattutto in primavera". Questo successo, spiega ancora Nardi, è "dovuto a un forte recupero di dicembre che ha registrato un aumento delle certificazioni superiore agli anni precedenti, compensando così i risultati dei mesi più duri del 2020".

Coop-Nomisma: previsioni negative per le vendite in Gdo nel 2021

Il 2021 della Gdo sarà ancora segnato dalla pandemia. E' quanto emerge dal sondaggio '2021, l'anno che verrà' di Coop-Nomisma e dall'indagine 2021 Restart. "Gli italiani sono tornati a privilegiare i consumi indoor e la Gdo ha fatto segnare un incremento dell'8% delle vendite nella settimana di Natale. Una accelerazione finale che ha spinto le vendite 2020 della rete fisica della grande distribuzione a un +4,2% sull'anno precedente, e oltre il +5% considerando anche il canale e-commerce (che con una variazione che sfiora il +140%, contribuisce con quasi un punto percentuale alla crescita complessiva del settore)". Le difficoltà economiche hanno certamente favorito la crescita del discount (+9,1%) e degli specialisti drug (+8,1%). Inoltre, le limitazioni agli spostamenti hanno fatto crescere il libero servizio che, con un'inversione di tendenza rispetto allo scorso anno, segna una variazione positiva del +5,8%. Continua invece a soffrire il canale degli ipermercati (-2,8%). Il 2020, sempre secondo l'indagine, si chiude invece con una contrazione dei consumi pari al -10%.

Cantina di Soave approva il bilancio 2019/2020. Fatturato a 121 milioni di euro

Il Gruppo Cantina di Soave chiude il bilancio 2019/2020 con un fatturato consolidato di 121 milioni di euro, determinato per il 58% dalle vendite nazionali e per il 42% da quelle internazionali. I mercati esteri hanno registrato un aumento complessivo del 6%. "I risultati, nonostante la pandemia in corso, si sono dimostrati validi per i 2100 soci viticoltori che quest'anno hanno ricevuto una liquidazione complessiva delle uve pari a 52,5 milioni di euro con una redditività media per ettaro di oltre 9mila euro", si legge in una nota diffusa dal Consorzio di tutela. Riconfermato l'equilibrio tra le vendite di confezionato e sfuso, rispettivamente il 54% e il 46% del fatturato. Mentre lo sfuso ha subito un rallentamento nei ritiri, il confezionato ha segnato un aumento del +19% a volume e del +7% a valore recuperando in parte il calo subito dallo sfuso (-12% a volume). All'interno dell'imbottigliato emerge una buona ripartizione tra le vendite a marchio (40%) e le private label (60%). "Tra i primi, quelli di maggior forza commerciale si confermano Cadis, Maximilian, Rocca Sveva, Poesie, Settecento33 ed Equipe5", si legge ancora nella nota. In tema di capitalizzazione aziendale, il patrimonio netto aumenta e supera i 65,8 milioni di euro, a fronte di un cash flow operativo di 8,2 milioni di euro e un utile di esercizio di oltre 500 mila euro.

Dazi Usa: nuove imposizioni a vini e liquori da Francia e Germania. 'Salva' l'Italia

Nuovo capitolo della guerra commerciale tra Usa e Ue in merito alla disputa Boeing-Airbus. Il 31 dicembre l'amministrazione americana ha infatti annunciato un incremento delle tariffe d'importazione che colpiscono in modo particolare Francia e Germania e salvano, ancora una volta, i prodotti italiani. In dettaglio, le nuove misure interessano le componenti aeronautiche prodotte in Francia e Germania e "alcuni vini non frizzanti, cognac e brandies d'uva" degli stessi due paesi, come riporta Il Sole 24 Ore. A far scattare questa nuova ritorsione, le tariffe aggiuntive imposte dall'Ue lo scorso 10 novembre su alcuni prodotti alimentari e non alimentari Usa, per un ammontare di 4 miliardi di dollari. L'Ufficio commerciale della Casa Bianca (Ustr) fa sapere che la 'correzione' non andrà a modificare l'ammontare complessivo delle importazioni europee colpite dai dazi, pari a 7,5 miliardi di dollari, specificando anche che "per non provocare una escalation, aggiustiamo la copertura meno di quanto sarebbe legittimo". L'amministrazione Usa sostiene infatti che l'Ue abbia scelto un "metodo ingiusto" per calcolare i dazi sull'import Usa, utilizzando i dati commerciali più recenti e quindi 'distorti' dalle conseguenze economiche della pandemia. In questo modo, secondo Washington, i dazi aggiuntivi Ue avrebbero penalizzato un numero maggiore di prodotti in arrivo dagli Stati Uniti. In seguito al rifiuto, da parte della Commissione Ue, di rivedere il metodo di calcolo, gli Usa hanno scelto di rivedere i dazi doganali in vigore utilizzando gli stessi riferimenti temporali.

La canadese Alimentation Couche-Tard valuta l'acquisizione di Carrefour

Il gruppo canadese Alimentation Couche-Tard – 14mila punti vendita e un fatturato di 59 miliardi di dollari – sta valutando l'acquisizione di Carrefour. Finora non trapelano molti dettagli: "Non c'è alcuna certezza in questo stadio che tali discussioni esplorative porteranno a un accordo o a un'operazione", precisa Couche-Tard, sottolineando che "le discussioni sono molto preliminari e che i termini della transazione sono ancora in discussione". Concetto ribadito anche da Carrefour. Al diffondersi della notizia, il titolo della catena francese ha registrato un incremento dell'8,5%, dopo essere stato sospeso per eccesso di rialzo.

Accordo Brexit, il sollievo dei viticoltori italiani: il Regno Unito assorbe l'8% dell'export

Con l'accordo sulla Brexit, il vino italiano è al riparo da dazi e quote sulle esportazioni nel Regno Unito. Il Paese è infatti il terzo mercato più importante assorbendo l'8% delle spedizioni all'estero. Secondo i dati Istat, nel 2019, le esportazioni di vino verso la Gran Bretagna hanno toccato i 770 milioni di euro, trend comunque in diminuzione rispetto al 2018. E quest'anno, causa Coronavirus, il calo è stato del 9,2%, con le bollicine, tra i vini più amati Oltremanica, che hanno toccato il -20,6%. L'intesa consente dunque ai produttori nostrani di tirare un sospiro di sollievo. "L'accordo raggiunto tra Jonhson e Von der Leyen è di fondamentale importanza per noi produttori di Prosecco Superiore in quanto l'Inghilterra in soli 30 anni è diventata il principale mercato oltre confine per il nostro prodotto", commenta Gianluca Bisol dell'omonima cantina. "Non voglio immaginare quali esiti avrebbe avuto un no deal su un tema così importante quale il libero scambio tra Europa e Inghilterra, sicuramente avrebbe depresso in maniera importante le conquiste fatte su quel mercato in questi 30 anni".

SOCIAL METER

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

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.546.944
2	Lidl	2.303.227
3	Eurospin Italia Spa	1.074.946
4	Conad	1.045.210
5	Esselunga Spa	794.207
6	Auchan Retail Italia	523.734
7	Md Spa	346.428
8	Unes	295.571
9	Despar Italia	286.068
10	Coop Italia	209.785
11	Crai	185.437
12	Tuodì	185.274
13	Pam Panorama	166.580
14	Bennet	146.102
15	Ecornaturasì Spa	133.080
16	Il Gigante	110.738
17	Coop Italia - Coop Lombardia	98.913
18	Alì	95.608
19	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	95.067
20	In's Mercato Spa	80.965
21	Rossetto Trade Spa	61.420
22	Agorà Network - Tigros	54.823
23	Coop Italia - Nova Coop	44.410
24	Coop Italia - Coop Centro Italia	40.425
25	Agorà Network - Iperal	32.725

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	713.000
2	Eurospin Italia Spa	213.000
3	Esselunga Spa	165.000
4	Md Spa	85.700
5	Conad	52.700
6	Carrefour Italia	50.300
7	Coop Italia	43.900
8	Auchan Retail Italia	43.700
9	Despar Italia	42.700
10	Sun Ce.Di Gros Scarl	39.900
11	Gruppo Végé	25.200
12	Agorà Network - Tigros	19.700
13	Pam Panorama	14.900
14	In's Mercato Spa	12.800
15	Alì	11.900
16	Bennet	11.600
17	Crai	10.300
18	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	10.200
19	Coop Italia - Unicoop Tirreno	5.848
20	Agorà Network - Iperal	5.532
21	Il Gigante	5.227
22	Metro Italia Cash And Carry Spa	4.017
23	Coop Italia - Coop Liguria	3.578
24	Coop Italia - Nova Coop	3.328
25	Coop Italia - Coop Centro Italia	3.158

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	93.888
2	Lidl	31.779
3	Coop Italia	28.078
4	Conad	27.903
5	Gruppo Végé	24.918
6	Tuodì	14.443
7	Unes	11.529
8	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.455
9	Eurospin Italia Spa	5.534
10	Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.497
11	Coop Italia - Nova Coop	3.722
12	Gruppo Selex	2.742
13	Alì	2.355
14	Despar Italia	2.300
15	Consorzio Coralis	2.247
16	Coop Italia - Coop Lombardia	1.820
17	Bennet	1.706
18	Coop Italia - Coop Casarsa	1.207
19	Coop Italia - Coop Liguria	559
20	Agorà Network - Sogegross	474
21	Metro Italia Cash And Carry Spa	381
22	Coop Italia - Coop Reno	354
23	Crai	280
24	Rossetto Trade Spa	105

Rilevazione del 04/01/2021
Fonte: Tespi Mediagroup

Spagna: aumentano gli acquisti di vino nei primi nove mesi del 2020

Agli spagnoli piace il vino. Nei primi nove mesi del 2020, in particolare, gli acquisti sono cresciuti in modo significativo (+22,4% a volume e +24,8% a valore). In totale si sono consumati 303,6 milioni di litri, pari a 856,5 milioni di euro. Questi i dati del ministero dell'Agricoltura spagnolo analizzati dall'Osservatorio spagnolo del mercato del vino (Oemv). Quanto alle tipologie di vino, si osserva una crescita generalizzata delle vendite, ad eccezione dei vini frizzanti, che hanno registrato un calo del 50% circa. Il vino fermo a Denominazione di origine è quello che è aumentato di più nei primi nove mesi dell'anno, sia in volume che in valore (circa il 35%), avendo raggiunto 126,7 milioni di litri e 517,5 milioni di euro. Al contrario, le vendite del vino fermo senza Do né Igp sono cresciute meno, per un totale di 131 milioni di litri (+18,8%) e 177,4 milioni di euro (+16,4%). In più, il prezzo medio è calato del 2% attestandosi su 1,35 euro/litro. Gli acquisti del vino con Indicazione geografica protetta sono cresciuti del 9,4% in volume e del 16,2% in valore, raggiungendo 20 milioni di litri e 50 milioni di euro. Inoltre, il prezzo medio è aumentato del 6,2% attestandosi sui 2,51 euro/litro. Invece il Cava spagnolo e gli altri spumanti a Do sono rimasti stabili nel prezzo (4,77 euro/litro) e hanno registrato entrambi un aumento degli acquisti del 19% circa sia in valore che in volume fino a 15,2 milioni di litri e 72,6 milioni di euro. In crescita anche le vendite delle bevande al vino (come la sangria, il tinto de verano e i vini aromatizzati), che hanno messo a punto un +14,2% in volume e un +25,8% in valore nei primi nove mesi del 2020, attestandosi sui 69,3 milioni di litri e i 117 milioni di euro. Anche il prezzo medio è salito a 1,69 euro/litro (+10% rispetto allo stesso periodo nel 2019).

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. Da quanto si apprende, ci sarà un biglietto di ingresso a un prezzo accessibile. 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.

Bonus pubblicità: concesso anche per il 2021-2022 il credito d'imposta del 50%

Prorogate anche per il biennio 2021-2022 una serie di misure di sostegno al settore dell'editoria. La Legge di Bilancio 2021 conferma, tra le agevolazioni, il bonus pubblicità. Viene concesso il credito d'imposta del 50% del valore degli investimenti pubblicitari, su giornali quotidiani e periodici, anche digitali, nel corso dell'anno di riferimento. Non sarà necessario incrementare il valore degli investimenti rispetto all'esercizio precedente. Il tetto massimo di spesa è di 50 milioni di euro per ciascuno degli anni. E, se i crediti richiesti supereranno le risorse stanziate, queste verranno ripartite in percentuale tra tutti gli aventi diritto. Novità per il 2021-2022 è l'esclusione dal bonus degli investimenti pubblicitari su emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali.

Selex, con l'ingresso di Sun, punta alla leadership di mercato entro il 2022

Il consorzio Sun (Supermercati uniti nazionali) aderisce a Selex dal 1° gennaio, permettendo così al gruppo di scavalcare Coop e diventare il secondo operatore nella distribuzione moderna in Italia con una quota del 13,7% (Coop si ferma al 13%). L'ingresso delle imprese Sun porta a 18 i soci del gruppo Selex e ne rafforza l'identità rispetto al mercato. Se il fatturato alla vendita stimato per il 2020 passa da 12,3 miliardi euro a 16,2 miliardi (+31,7%), la rete sarà costituita da 3.207 punti vendita in tutta Italia, con un presidio multicanale e multi-insegna, e un organico di oltre 41mila collaboratori. Il piano di sviluppo 2021 prevede anche investimenti per oltre 360 milioni euro, che riguarderanno il rinnovamento della rete: 207 punti vendita, fra 72 nuove aperture e 135 ristrutturazioni. "Tra gli obiettivi dell'operazione", dichiara il direttore generale Maniele Tasca, "c'è la volontà degli imprenditori di incrementare le economie di scala e le sinergie nell'ambito commerciale, dell'organizzazione e della condivisione del know-how, per accelerare i processi di innovazione e miglioramento necessari. Selex è ora al secondo posto per quota di mercato, ma puntiamo a diventare i primi entro il 2022".

Il Sudafrica vieta la vendita di alcolici. South African Breweries: "Misura anticostituzionale"

South African Breweries (Sab), filiale dell'azienda produttrice di birra Ab InBev, agirà per vie legali contro il nuovo divieto di vendita degli alcolici, introdotto a livello nazionale dal governo sudafricano lo scorso 28 dicembre. È la terza volta che viene istituito nel corso della pandemia, per alleggerire il sistema sanitario e i pronti soccorsi che, come dichiarano le autorità, "soffrono il peso degli incidenti causati dall'alcol". Inoltre, sempre a detta del governo, "i comportamenti incauti dovuti al consumo di alcolici hanno contributo all'aumento dei contagi". Tuttavia, "le conseguenze di questo divieto assoluto sono gravissime. Oltre 165mila persone hanno perso il lavoro (…), alcune piccole e grandi imprese sono state duramente colpite, il commercio illecito e i saccheggi dei negozi di alcolici sono ormai una realtà", sottolinea Sab, che ritiene la nuova misura incostituzionale. Sulla stessa linea la South African Liquor Brandowners Association (Salba), The Beer Association of South Africa e il National Liquor Traders Council, che chiedono che il divieto venga revocato.

Pinot Grigio delle Venezie: +4,7% di imbottigliamenti nel 2020

La Doc delle Venezie chiude il 2020 con un aumento degli imbottigliamenti del +4,7% – 1.715.372 ettolitri per un totale di quasi 214 milioni di contrassegni distribuiti da Triveneta – pari a 10,5 milioni di bottiglie in più sull'anno precedente. Dati molto positivi, che fanno seguito al bilancio record registrato già nel 2019 dalla denominazione, con un +34% sul 2018. "In un momento congiunturale difficilissimo", spiega il presidente del consorzio di tutela, Albino Armani, "abbiamo sempre osservato un andamento in linea o in lieve crescita con le medie stagionali degli ultimi due anni, con un picco massimo nel mese di luglio, il più alto di sempre, con quasi 163mila ettolitri imbottigliati". Un contributo importante arriva dai partner esteri: è pari a 192.793 ettolitri il volume di sfuso destinato a Doc delle Venezie che oltrepassa il confine nazionale – di cui il 12% già dell'annata 2020 – imbottigliato tra Germania (47%), Uk (21%), Usa (12%), Canada (6%) e Austria (5,19%). La Doc ha inoltre osservato un buon trend di partenza per quanto riguarda i nuovi imbottigliamenti della vendemmia 2020, iniziati già ad ottobre, con un +67% rispetto all'utilizzo della nuova annata nello stesso periodo del 2019.

di Angelo Frigerio

Eurospin: spesa intelligente, tutela carente

Monta la protesta dei dipendenti della catena. Che lamentano condizioni di lavoro inadeguate e la mancata istituzione, prevista dal Dpcm, dei comitati anti-Covid. La lettera dei responsabili sindacali di Cgil, Cisl, Uil.

Sono quelli della 'Spesa intelligente', come recita il loro slogan pubblicitario. Ma 'molto intelligenti' non sarebbero certo, secondo i sindacati, i loro comportamenti per quanto riguarda la tutela sanitaria di clienti e dipendenti. Stiamo parlando di Eurospin, nota catena di discount presente su tutto il territorio nazionale. Partita dalla Toscana, la diatriba sarà portata presto all'attenzione del ministro della Salute Roberto Speranza.

Tutto ha avuto inizio con il primo grande lockdown, la scorsa primavera, quando alle insegne attive in tutto il Paese è stato chiesto di istituire i Comitati di sicurezza anti-Covid incaricati di predisporre e fare applicare le misure volte a contenere il contagio. "Eurospin non ha mai trovato un accordo nazionale con le OO.SS e la situazione all'interno dei punti vendita è presto diventata fuori controllo", spiegano dalla Filcams Cgil Toscana, da mesi al fianco dei dipendenti Eurospin nelle provincie toscane di Firenze, Empoli, Lucca, Pistoia e Pisa.

"Non c'era il contingentamento agli ingressi, nessuna rilevazione della temperatura corporea, mancavano i pannelli di plexiglas in cassa e i dipendenti erano incaricati loro stessi della pulizia dei punti vendita. Per tutte queste ragioni, e per spingere Eurospin a sedersi a un tavolo e trovare un accordo, è stato indetto il primo sciopero ad agosto", sottolineano dalla Filcams. "L'azienda, però, si è chiusa a riccio".

Dopo le prime mobilitazioni, qualcosa è stato fatto. "Sono arrivati i plexiglas e i sistemi di rilevamento della temperatura. Ma manca ancora un Comitato anti-Covid nazionale che consenta, laddove si verifichino dei contagi, di risalire nella catena dei contatti e allertare i dipendenti. Al momento, ciò è del tutto impossibile", sottolineano i sindacalisti, che aggiungono: "Quello che fa più specie è il totale rifiuto della catena a partecipare a un tavolo di trattativa al fine di dirimere la vertenza, com'è prassi comune in questi casi".

La protesta è così montata fino ad approdare, il 9 novembre, in Consiglio regionale a Firenze. Qui il presidente, Antonio Mazzeo, ha ricevuto una delegazione di lavoratori Eurospin (che in Toscana conta circa 500 dipendenti, sui 15mila attivi sul territorio nazionale). Dal confronto è stata approvata all'unanimità una mozione presentata dal gruppo del Partito democratico. E il senatore Dario Parrini del Pd ha presentato un'interpellanza rivolta al ministro Roberto Speranza sulla vertenza Eurospin.

È del 27 novembre, invece, una lettera dei responsabili nazionali dei sindacati a firma: Giovanni Dalò (Cgil), Salvatore Carofratello (Cisl), Gabriele Fiorino (Uil) che ribadisce le problematiche evidenziate sopra: "A oggi Gruppo Eurospin non [ha] risolto le gravi situazioni di criticità a suo tempo segnalate, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: mancata garanzia del contingentamento delle presenze nei negozi; eccessivi affollamenti in base alle capienze metriche calpestabili dei punti vendita; obbligo per i dipendenti (perché così pretendono le società del Gruppo Eurospin) di procedere alle pulizie e alla sanificazione dei negozi e dei servizi igienici, compresi quelli a disposizione della clientela ovvero mancato svolgimento di adeguata e periodica pulizia e sanificazione dei locali da parte di imprese esterne specializzate; carenze ed inadeguatezze nella fornitura al personale dei dispositivi di protezione individuali; mancata informazione al personale e agli Rls in relazione ai casi di positività riscontrati tra il personale dipendente; visite mediche effettuate in camper; trasferimenti repentini del personale da un punto vendita ad un altro". I sindacati diffidano così l'azienda dal: "Permanere nelle posizioni da Voi assunte". Si dichiarano disponibili a un confronto, ma comunicano che: "Stiamo valutando di allargare le segnalazioni circa le criticità riscontrate alle Procure della Repubblica". Abbiamo contattato la catena per avere un riscontro, ma non abbiamo ancora ottenuto alcuna risposta.

VINI&CONSUMI AWARDS: I VINCITORI DELL'EDIZIONE 2020

Sesto anniversario per il contest vinicolo promosso da Tespi Mediagroup. La cerimonia di premiazione, lo scorso 23 novembre, nella cornice di wine2wine.

Essere premiati per il proprio lavoro è sempre una soddisfazione. Ma in un anno come quello che ci siamo appena lasciati alle spalle, ancora di più. Forse anche per questo motivo la sesta edizione dei Vini&Consumi Awards, i premi assegnati dal mondo retail alle cantine italiane, è stata un successo.

Dal punto di vista dei premiati, dei giurati e anche da quello degli organizzatori. I timori, all'inizio, erano molti: dopo l'annullamento di Vinitaly 2020 ad aprile, storica 'sede' degli Awards di Tespi, ci si interrogava sull'efficacia di una simile manifestazione 'da remoto'. Il momento della consegna dei premi, dei ringraziamenti e delle strette di mano, è infatti una parte integrante e insostituibile dell'evento.

A conti fatti, però, la cerimonia di premiazione dello scorso 23 novembre, che si è tenuta in diretta streaming nel corso di wine2wine Exhibition – il forum del vino di Veronafiere, per l'occasione 100% digital - ha saputo conservare il suo lato emozionale e coinvolgente. E la manifestazione si conferma un momento di confronto, importante e diretto, tra aziende e buyer.

Il funzionamento è semplice: a partire da gennaio, Vini&Consumi invita le aziende del settore a segnalare alla redazione le iniziative di marketing e comunicazione realizzate nel corso dell'anno precedente (il 2019 in questo caso). Una volta raccolto e organizzato il materiale, questo viene sottoposto agli operatori del settore - principalmente buyer di Gd e Do - che compongo la giuria. A cui viene poi inviata poi una scheda di votazione con tutte le nomination in gara.

30, nel complesso, i premi consegnati nell'edizione 2020 dei Vini&Consumi Awards. Inclusi cinque riconoscimenti straordinari per iniziative dall'importante valore sociale, etico o ambientale. Ad assegnarli, nel corso della diretta streaming, il direttore di Tespi Mediagroup, Angelo Frigerio, il presidente di giuria nonché negoziatore internazionale per la centrale d'acquisto Horizon, Luca Spagna, e Gianni Bruno di Veronafiere. "Abbiamo fatto un viaggio meraviglioso, dalla Sicilia al Trentino, che ci ha fatto incontrare tante regioni, tanti vini e tanta bellezza", commenta, in chiusura dell'evento, il direttore Angelo Frigerio. "Bellezza che ci auguriamo di poter tornare a vedere presto dal vivo, magari a Vinitaly".

LA GIURIA

Baldi Massimo (Sogegross)
Benetti Raffaello (Promos)
Bianchini Filippo (Conad Pac 2000A)
Bocchini Fabio (Gruppo VeGè)
Calogero Giuliano (Despar Italia)
Farina Tommaso (Libero)
Frigerio Angelo (Tespi)
Loi Fabio (Conad Nordovest)
Nico Stefano (Scelgo)
Pizzighella Luca (Signorvino)
Rota Bruno (L'Alco)
Scarcelli Francesco (Coop Italia)
Stassi Walter (Pam Panorama)
Tibaldi Giuseppe (Dimar)
Luca Spagna, presidente di giuria (Horizon, centrale mondiale acquisti di Auchan, Casino e Metro)

NELLE PAGINE SEGUENTI, UNA RASSEGNA DEI VINCITORI DEI VINI&CONSUMI AWARDS 2020

I PREMIATI

1. Miglior spot Tv
"Noi Brachetto d'Acqui, e tu?"
- Consorzio Tutela Brachetto d'Acqui

2. Miglior campagna affissione
"In viaggio con Maximilian I"
- Cantina di Soave

3. Miglior campagna radio
"Stappa un sorriso" - Cantine Maschio

4. Miglior campagna stampa consumer
"Il vino come Leonardo comanda"
- Caviro

5. Miglior campagna stampa trade
"Sancrispino, il nostro vino… anche Bio"
- Due Tigli

6. Miglior campagna social video
"Abbinalo a ciò che ami"
- Marchesi Antinori

7. Miglior campagna social post fotografici
"Mani" - Notte Rossa

8. Miglior sito web
"www.rotari.it" - Mezzacorona

9. Miglior materiale Pop (folder, cartellonistica, espositori, ecc.)
"Collezione Oro Chianti Riserva"
- Tenute Piccini

10. Miglior evento
"Mandrarossa Vineyard Tour, un week-end tra mare e vigne"
- Cantine Settesoli

11. Miglior iniziativa sostenibile in ambito produttivo
"Cielo e Terra: fabbrica di sostenibilità alla green week 2019" - Cielo e Terra

12. Miglior design bottiglia vini rossi frizzanti
"Gutturnio Doc frizzante 'Podere Cantagallo'" - Cantina Valtidone

13. Miglior design bottiglia vini rossi fermi
"Linea Barbanera Celebration"
- Barbanera

14. Miglior design bottiglia vini bianchi frizzanti
"Gli Spaghi – Il Poggiarello"
- Cantine 4 Valli

15. Miglior design bottiglia vini bianchi fermi
"Notte Rossa Vermentino Salento Igp"
- Notte Rossa

16. Miglior design bottiglia vini spumanti
"Otrugo dei colli Piacentini spumante Brut Doc Unic'O" - Cantina Valtidone

17. Miglior design bottiglia vini rosati
"Rotari Brut Rosé" - Mezzacorona

18. Miglior design bottiglia vini prosecco
"Sant'Orsola prosecco Doc luxury"
- Casa Sant'Orsola

19. Miglior special edition bollicine
"Floral Rosé Jungle Edition 4.1" - Valdo

20. Miglior special edition fermi
"Calafuria - The Rainbow is Underestimated" - Marchesi Antinori

21. Miglior innovazione di prodotto bio
"Jummare, vino siciliano bio vegan"
- Cantine Settesoli

22. Miglior innovazione di prodotto: prosecco
"Alberto Nani Prosecco Doc" - Enoitalia

23. Miglior innovazione di prodotto: altri spumanti
"Piemonte Doc Pinot Nero spumante Rosé - Colli Tortonesi" - Cantine Volpi

24. Miglior innovazione di prodotto: autoctoni
"Sarunè Asti secco Docg senza solfiti aggiunti" - Toso

25. Miglior innovazione di prodotto: rossi fermi
"Toscana Igt da Uve leggermente appassite Linea Duca di Saragnano" - Barbanera

Iniziativa Charity
26. "Un brindisi alla torre!"
- Ca' De Medici
27. "Cantina Valtidone premia la scuola Piacentina - '1-2-3 Bio'"
- Cantina Valtidone
28. "La cultura nel cuore. Sancrispino sostiene Teatro No Limits" - Due Tigli
29. "Operazione Natura" - Valdo

Premio speciale
30. "Sai riconoscere un buon vino? La sfida degli esperti" - Caviro

MIGLIORE CAMPAGNA SOCIAL VIDEO

"ABBINALO CON CIÒ CHE AMI"

Santa Cristina Rosso si presenta di un colore rosso rubino con riflessi violacei. Al naso mostra piacevoli e intensi aromi fruttati di ciliegia e floreali di violetta, ben in armonia alle note di vaniglia e caffè. Al palato è morbido, avvolgente e dal retrogusto fruttato.

SANTA CRISTINA

La cantina si trova a Cortona, un'antica città ricca di storia e arte nel cuore della Toscana. Nel tempo si è affermata come punto di riferimento per gli esperti di settore e non solo, grazie a un impegno costante per la qualità. La cura e la passione da sempre poste nel seguire i vigneti e il lavoro in cantina, sono state lo stimolo per continuare questo percorso. Santa Cristina racchiude in sé la storia di mezzo secolo di Toscana.

MIGLIORE SPECIAL EDITION VINI FERMI

"CALAFURIA – THE RAINBOW IS UNDERESTIMATED"

Questo vino prende il nome da una baia della Puglia, regione che vanta una lunga tradizione nella produzione di rosati ottenuti dal negroamaro, vitigno che esprime al meglio la sua potenzialità in prossimità del mare. Freschezza, frutto, sapidità e acidità: questo è il perfetto equilibrio, questo è Calafuria.

TORMARESCA

Passione, coraggio e qualità: ecco perché Antinori ha deciso di investire in Puglia e lo ha fatto nell'azienda Tormaresca, la cui filosofia è quella di produrre grandi vini da vitigni autoctoni pugliesi. Due sono le tenute che costituiscono Tormaresca: Bocca di Lupo nella Doc Castel del Monte, immersa nella selvaggia murgia barese, e Masseria Maime, nella zona del Salento.

MIGLIOR DESIGN BOTTIGLIA VINI BIANCHI FRIZZANTI

ORTRUGO DEI COLLI PIACENTINI DOC FRIZZANTE 'GLI SPAGHI' – IL POGGIARELLO

Vino realizzato con il 100% di uve Ortrugo, vitigno autoctono della provincia di Piacenza. Dopo una crio-macerazione pellicolare e la fermentazione con lieviti selezionati a 16°C, il vino viene messo in autoclave dove una lenta rifermentazione ne completa la fragranza donandogli un delicato petillant. La bottiglia è chiusa con la caratteristica legatura a spago, rigorosamente fatta a mano, che rappresenta uno dei più antichi sistemi per trattenere il tappo dei vini frizzanti. Lo spago, contrastando la pressione interna, permette la seconda fermentazione donando al vino nuova vita. Di colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, al naso presenta sensazioni di melissa, gardenia e sambuco con note di pesca e frutto della passione. Il profumo è intenso, il sorso fresco, con sentori di menta e fiori. Sapore delicato e caratteristico, con retrogusto amarognolo.

CANTINE QUATTRO VALLI

L'azienda, con sede a Piacenza e vigneti siti nelle valli dei Colli Piacentini, nasce negli anni '50 dall'incontro tra le famiglie Ferrari e Perini. Il progetto, come si evince dal nome stesso, è produrre vini con uve provenienti da tutte e quattro le valli piacentine: Val Trebbia, Val Nure, Val d'Arda, Valtidone. Non vini legati esclusivamente a una sola area, quindi, ma espressioni di tutta la provincia di Piacenza. Zona tradizionalmente vocata ai vini frizzanti, come Ortrugo, Gutturnio, Malvasia e Bonarda. Cinque i marchi che fanno oggi parte del Gruppo: Il Poggiarello, 4 Valli, Perini&Perini, Borgofulvia, Costa Binelli.

MIGLIOR MATERIALE POP
"COLLEZIONE ORO CHIANTI RISERVA"

CHIANTI RISERVA DOCG 'COLLEZIONE ORO'

Come evoca il nome, Collezione Oro è la linea premium di Piccini che esalta le eccellenze italiane del vino. Tra queste, non poteva certo mancare il Chianti Riserva, un vino tra i più conosciuti al mondo e da sempre caro all'azienda. Con il suo bouquet armonioso e intensamente fruttato, Collezione Oro Chianti Riserva si pone come moderno interprete del terroir toscano. Realizzato con uve Sangiovese (90%) e Cabernet (10%), il 70% del blend rimane nove mesi in botti di rovere mentre il restante 30% riposa nove mesi in barrique. Le sue tenui note di vaniglia, impreziosite da una punta speziata nel finale, riscaldano il palato. Caldo e avvolgente, Collezione Oro Chianti Riserva manifesta un carattere vellutato e ricco in struttura, che si protrae nel finale armonioso e persistente.

TENUTE PICCINI

La storia delle Tenute Piccini copre tre secoli, ergendosi a garanzia di una tradizione che dal 1882 fa del vino un'arte. È una lunga storia di famiglia costellata di sforzo paziente, di asperità superate e di traguardi ottenuti con sacrificio. Oggi l'azienda, guidata dall'abile mano di Mario Piccini, quarta generazione della famiglia, vanta una solida presenza in più di 80 paesi nel mondo e una produzione annua che supera le 16 milioni di bottiglie. A suon di successi Piccini si è così riservata un posto d'onore tra le aziende vinicole del panorama italiano e internazionale. I vini Piccini rivelano tutto l'amore e il rispetto per la tradizione, ma fanno anche bella mostra dell'anima dinamica e innovativa dell'azienda, costantemente tesa tra passato e futuro.

www.tenutepiccini.it

MIGLIOR CAMPAGNA STAMPA CONSUMER

"IL VINO COME LEONARDO COMANDA"

CHIANTI DOCG 2018 COLLEZIONE LEONARDO DA VINCI

Tra le tanti passioni coltivate da Leonardo Da Vinci, quella per l'agronomia e la viticultura è forse tra le meno note ma, non per questo, meno degna d'interesse. Complici le sue radici contadine, legate alle colline di Vinci, in Toscana, e al lungo soggiorno passato in Romagna, il mondo agricolo ha sempre esercitato una forte attrazione su Leonardo, che analizzò a fondo il benessere delle piante in relazione al loro habitat naturale. Tra invenzioni fantastiche e disegni di macchine per l'agricoltura, Leonardo ha intuito una serie di buone pratiche per la viticoltura che ancora oggi sono fondamento della filosofia produttiva di Cantine Leonardo da Vinci. Ne è un esempio il Chianti Docg, annata 2018, prodotto nelle zone collinari di Vinci, Cerreto Guidi e dei comuni limitrofi da uve Sangiovese (85%), Merlot (10%) e altre uve a bacca rossa (5%). Il vino si presenta di colore rosso porpora, con un aroma fruttato di ciliegia e il corpo vellutato e rotondo. Sulla bottiglia è raffigurato l'Uomo Vitruviano di Leonardo, ideato sui principi esatti di simmetria e proporzioni. L'unione perfetta tra arte e scienza.

CANTINE LEONARDO DA VINCI

Un'unione di cantine italiane impegnate nella riscoperta del contributo di Leonardo in enologia, che da tempo portano avanti con passione un importante lavoro di ricerca per la produzione di vino ispirato al Genio di Vinci. Le collezioni firmate Cantine Leonardo da Vinci sono infatti realizzate secondo il 'Metodo Leonardo', un protocollo di produzione esclusivo e riservato che raccoglie le pionieristiche intuizioni di Leonardo per ottenere vini eccellenti attraverso una meticolosa osservazione di tutti i fenomeni naturali che portano alla piena maturazione del frutto della vite e grazie all'invenzione di strumenti e tecniche per ottimizzare la trasformazione dell'uva in vino. Ogni collezione racconta un aspetto peculiare dello straordinario legame di Leonardo con il vino.

www.leonardodavinci.it

INIZIATIVA CHARITY

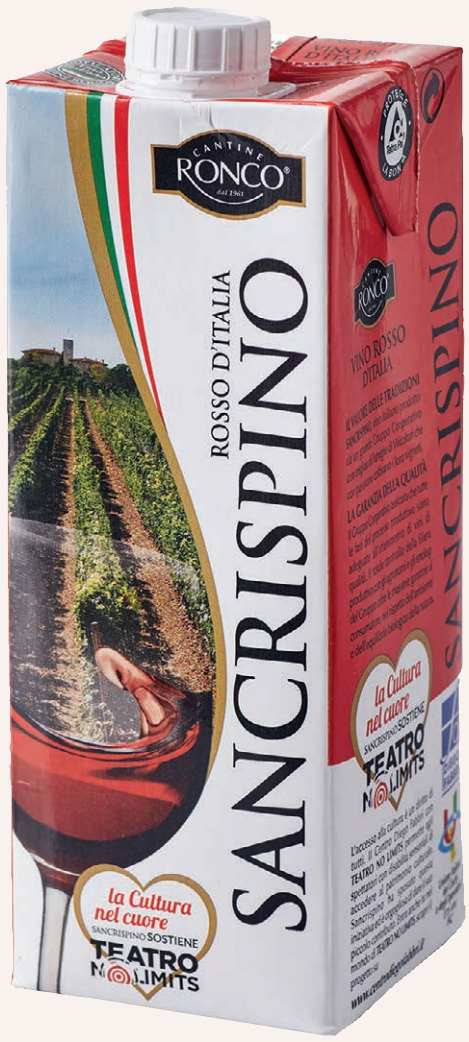
"LA CULTURA NEL CUORE. SANCRISPINO SOSTIENE TEATRO NO LIMITS"

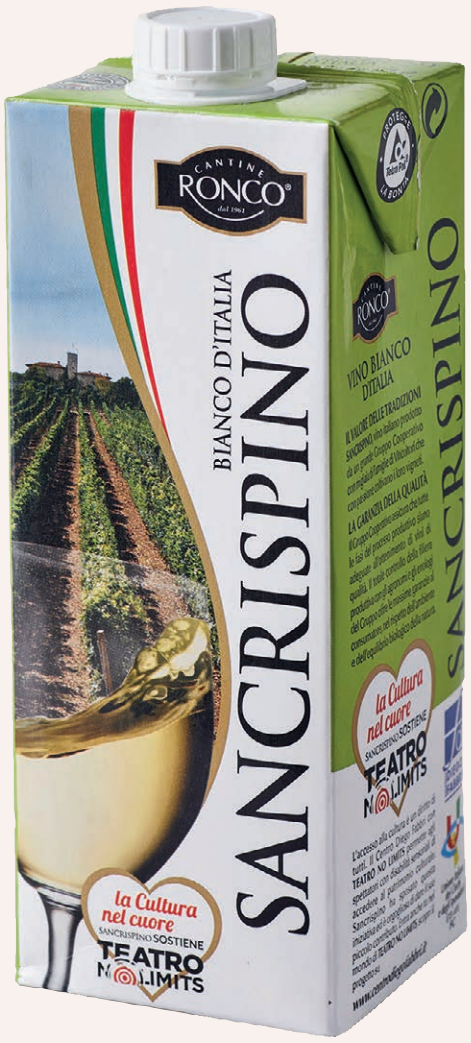
PROGETTO 'TEATRO NO LIMITS' PER NON VEDENTI

I nuovi brik dei vini Sancrispino sono portatori di un messaggio che sta molto a cuore al gruppo cooperativo romagnolo: il sostegno al Teatro No Limits del Centro Diego Fabbri di Forlì. Un progetto etico che vuole rendere la cultura accessibile anche a persone con disabilità sensoriali, non vedenti e ipovedenti, grazie a spettacoli teatrali audiodescritti capaci di rendere 'visibili' anche le scene, i costumi e i movimenti degli attori. Ossia quei particolari 'silenziosi' che permettono di godere appieno dell'esibizione. Il tour tattile prima dello spettacolo è invece un vero e proprio viaggio sul palco: guidati da attori e tecnici della compagnia, gli spettatori possono di toccare con mano scenografie, elementi di scena e costumi.

CANTINA DUE TIGLI

Sancrispino è un vino italiano prodotto dalla cooperativa agricola Terre Cevico, composta da migliaia di famiglie di viticoltori che, con passione e competenza, coltivano il loro vigneti con l'assistenza di esperti agronomi e enologi. Una filiera controllata e sostenibile che offre le massime garanzie al consumatore, nel rispetto dell'ambiente e dell'equilibrio biologico della natura. Sono vini dal gusto piacevole e dai profumi leggermente fruttati: ideali per accompagnare nella vita quotidiana i piatti della cucina italiana.





MIGLIOR CAMPAGNA RADIO

"STAPPA UN SORRISO"

PROSECCO DOC TREVISO EXTRA DRY

Vino di punta tra gli spumanti firmati Cantine Maschio, il Prosecco Doc Treviso Extra Dry si presenta con un pack elegante e distintivo. La bottiglia, personalizzata, mette in evidenza l'araldo con l'aquila e il cuore, da sempre elemento di forte riconoscibilità del brand Maschio. Per la sua produzione si utilizzano le basi della zona storica della Doc, che rappresenta il meglio del vasto territorio interessato alla coltivazione di uve Glera. Cantine Maschio ottiene il Prosecco direttamente dal mosto sottoposto a presa di spuma con lieviti selezionati per un mese a temperatura controllata di 12-15°C. La presa di spuma viene interrotta abbassando la temperatura dell'autoclave, per garantire il livello zuccherino residuo desiderato. Di colore giallo paglierino chiaro, questo spumante si distingue per il perlage finissimo e la spuma vivace. Il profumo è pronunciato, di frutta candita e fiori dolci. Il gusto è morbido e fruttato, con retrogusto aromatico.

CANTINE MASCHIO

Fondata nel 1904 da Antonio Maschio per la produzione di distillati, l'azienda entra nel mondo vinicolo nel 1973 su iniziativa del nipote, Bonaventura Maschio. Nasce così la Casa Vinicola Maschio, dal 1975 focalizzata sulla produzione di Prosecco, che diventerà presto uno dei suoi prodotti bandiera. Fresco e vivace, il Prosecco crea in poco tempo un nuovo stile di consumo. E il successo è tale, in Italia e nel mondo, da incoraggiare l'azienda a diversificare la produzione con l'inserimento dei vini varietali frizzanti. Di cui oggi Cantine Maschio vanta una leadership assoluta.

MIGLIOR PACKAGING VINI ROSSI

BARBANERA CELEBRATION

La linea Barbanera Celebration nasce per ricordare una storia fatta di dedizione e tradizioni, dove la passione per il vino ha unito nel corso degli anni le generazioni della Famiglia Barbanera. Ogni etichetta racconta un pezzo di storia del lungo percorso di un'attività che ha saputo restare al passo con i tempi; non solo si è adattata ma li ha anche anticipati offrendo prodotti di qualità ed innovativi.

MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: ROSSI FERMI

TOSCANA ROSSO IGT DA UVE LEGGERMENTE APPASSITE

Il leggero appassimento è una tecnica di produzione volta a rendere il prodotto più ricco, sia a livello aromatico che in termini di struttura, esaltando i sentori di frutta matura e varietali. È una tecnica radicata nella tradizione enologica italiana, non molto diffusa in Toscana. Credendo nella pratica dell'appassimento delle uve, la cantina Barbanera ha deciso di valorizzarne le caratteristiche applicandole ad un progetto che vuole stupire con le proprie peculiarità e pratiche adottate.

BARBANERA

L'azienda a carattere famigliare è stata fondata nel 1938 alle pendici del Monte Cetona. È una realtà moderna e dinamica operante prevalentemente sui mercati esteri, sebbene cominci a dimostrare una diversa apertura anche a livello nazionale. Inizialmente focalizzata sui prodotti tradizionali toscani, Barbanera ha poi sviluppato una propria impronta caratteristica volta ad abbracciare un approccio più moderno all'enologia.

MIGLIOR INNOVAZIONE DI PRODOTTO: SPUMANTI

PIEMONTE DOC PINOT NERO SPUMANTE ROSÉ – COLLI TORTONESI

Il Pinot Nero Rosato di Cantine Volpi nasce da un'attenta selezione di uve della stessa annata e di un unico vigneto a Pozzolgroppo, in provincia di Alessandra, a cavallo tra i Colli Tortonesi e l'Oltrepò Pavese. La raccolta delle uve inizia l'ultima settimana di agosto, quando hanno raggiunto il perfetto equilibrio tra contenuto zuccherino e acidità. Attraverso una vinificazione in rosato le uve sono soggette a crio-macerazione, rimanendo a contatto con le bucce a bassa temperatura. Dopo poche ore viene estratto il mosto, dal tipico colore rosato. La presa di spuma con metodo Martinotti avviene in autoclavi di acciaio, seguita da un affinamento sui lieviti per tre mesi. Il vino che ne risulta è caratterizzato da intensi profumi fruttati. La sua fragranza, unita alla finezza della spuma, lo rendono perfetto in ogni occasione di consumo.

CANTINE VOLPI

Cantine Volpi nasce oltre 100 anni fa quando, nel 1914, la famiglia Volpi rileva una vecchia osteria nel centro di Tortona, 'Il Cappel Verde', iniziando la vendita di vino al bicchiere. Tra gli anni '70 e '90, con il Cortese Doc dei Colli Tortonesi, si afferma con il 'vino bianco frizzante naturale', antesignano dei successi planetari del Prosecco e del Franciacorta. Nello stesso periodo vengono introdotte le barrique in cantina e si avvia la produzione e commercializzazione di Vino novello. Negli anni '90 è tra le prime aziende vinicole a sposare la scelta del biologico nei grandi numeri, che oggi rappresenta il 70% della produzione. Nel 2003, con l'acquisizione della Cascina agricola 'La Zerba' di Volpedo, l'azienda completa il processo di radicamento nel territorio dei Colli Tortonesi. Inizia anche l'attività di viticoltura con la produzione di Colli Tortonesi Doc Barbera Superiore e Colli Tortonesi Doc Timorasso - Derthona che ottengono premi e riconoscimenti internazionali. Assieme a Carlo Volpi e alla moglie Laura, nel 2020 fa il suo ingresso in azienda anche il figlio Marco, che rappresenta la quinta generazione di famiglia. La produzione ha raggiunto le 3 milioni di bottiglie circa, l'80% esportato in più di 30 Paesi.

www.cantinevolpi.it

MIGLIOR DESIGN BOTTIGLIA

VINI ROSSI FRIZZANTI

GUTTURNIO PODERE CANTAGALLO

Il 're' dei vini rossi piacentini, il Gutturnio, trova in Cantina Valtidone una nuova veste e la legatura a spago. Il sapiente blend di uve Barbera 55% e Bonarda 45% provenienti dalla zona classica, la più antica e vocata dei Colli Piacentini, si caratterizza per un vivace cenno di spuma rossa, colore porpora brillante e profumo fragrante di uva matura e frutti di bosco, con ricordo di fiori. Il gusto è secco, garbato, fresco e vivace, fruttato. Si consiglia di berlo entro un paio d'anni dalla vendemmia.

VINI SPUMANTI

ORTRUGO SPUMANTE BRUT DOC UNIC'O

Ortrugo è l'unico vitigno autoctono dei Colli Piacentini da cui si produce l'omonimo vino. Cantina Valtidone presenta la versione spumante Unic'o Brut Doc, che prevede una vinificazione in bianco con pigiatura soffice, prima fermentazione in tini d'acciaio a bassa temperatura (18°C), presa di spuma con metodo Martinotti-Charmat e passaggio in bottiglia senza perdita di pressione. Si presenta con una spuma bianca e perlage fine e persistente. Un profumo delicato ma bene espresso, con sentori di frutta bianca, fiori di campo e pane biscottato. Dal sapore asciutto e pulito.

CANTINA VALTIDONE

Dal 1966 la passione e l'innovazione raccontano una storia di vini sempre nuovi ma dai sapori antichi. Nel cuore della Val Tidone, immersa nei Colli Piacentini, a soli 60 chilometri da Milano, la cooperativa Cantina Valtidone lavora e trasforma le uve dei suoi 220 soci e ne commercializza il vino ottenuto. Cantina Valtidone si prende cura del grappolo d'uva dal vigneto per garantire la salvaguardia delle qualità organolettiche del prodotto fin sulla tavola, dando vita così a eccellenti vini piacentini.

di Annalisa Pozzoli

Il volantino delle feste

QBerg ha esaminato sui flyer di dicembre le offerte promozionali dedicate al pranzo di Natale e al cenone di Capodanno. Dal Nord al Sud Italia, l'analisi fa emergere significative differenze di prezzo. E c'è anche qualche sorpresa...

Natale in lockdown per tutta Italia, ma sempre all'insegna della tradizione. Nonostante le festività del 2020 siano state molto diverse rispetto al passato, con pranzi e cenoni fortemente sconsigliati, se non tra un numero ristrettissimo di persone, questo non sembra aver avuto particolari ripercussioni a volantino. Che, anzi, ha portato una ventata di normalità in una situazione, economica e sociale, ancora lontana dalla quotidianità a cui eravamo abituati.

QBerg, istituto di ricerca italiano specializzato nei servizi di price intelligence e strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), ha analizzato con Iri il comportamento di ipermarket, supermarket e superette nella formulazione delle offerte promozionali nel largo consumo nelle settimane 49-50-51-52-53 (30 novembre - 31 dicembre) del 2020 in tutte le province d'Italia. A tal proposito, Qberg ha composto un paniere di prodotti tipici che rappresentano ciò che in Italia viene tradizionalmente scelto per la tavola di Natale o di Capodanno. Il parametro utilizzato per l'analisi è il prezzo medio a volume dei prodotti appartenenti alle categorie legate alle ricorrenze del periodo natalizio, ovvero: gastronomia e pasta fresca; pescheria, tonno e altre conserve ittiche; zampone/cotechino, lenticchie; vino, spumante e Champagne; panettone, pandoro e prodotti forno.

Partendo dal totale paniere, il prezzo medio delle offerte è di 136,80 euro, anche se l'analisi evidenzia sensibili differenze fra le varie province. In Sardegna si spende la cifra decisamente più alta, con oltre 170 euro su tutto il territorio. I prezzi sono superiori alla media nazionale anche in molte province della Toscana (soprattutto a Firenze), della Puglia e del Piemonte. Al contrario, i prezzi più convenienti vengono proposti in Campania, in Sicilia (soprattutto nella parte orientale della regione), in Trentino-Alto Adige e nella provincia veneta di Belluno, dove non si spende più di 124 euro per preparare il cenone, con quasi 50 euro di risparmio rispetto alla Sardegna.

Ma quali sono i piatti del nostro pranzo di Natale o cenone di Capodanno che influenzano maggiormente i prezzi medi delle offerte a volantino?

I prezzi più alti per il primo piatto si trovano dove c'è una storica tradizione di gastronomia e di pasta fresca. In Emilia Romagna e in Liguria infatti, è difficile acquistare questi prodotti per meno di 28 euro, mentre la media nazionale si attesta intorno ai 24 euro. Molto cara anche la Sardegna nord orientale, mentre la maggior convenienza si riscontra in tutta l'Italia meridionale (in particolare Campania, Sicilia e Calabria), ma anche nel Lazio e in Trentino.

Se può essere comprensibile che in Campania ci siano prezzi molto bassi a volantino (circa 46 euro contro i 52 euro della media nazionale), più curioso appare invece che il primato del risparmio per la categoria del tonno e altre conserve ittiche appartenga al Trentino-Alto Adige. A Bolzano infatti le offerte complessive della categoria analizzata (44,85 euro) avevano un prezzo inferiore a quello di Napoli (45,99 euro). Molto care come sempre le promozioni in Sardegna (76 euro), ma prezzi più elevati della media vengono rilevati anche lungo la costa della Toscana e in molte province della Puglia (Bari, Foggia e Barletta-Trani-Andria).

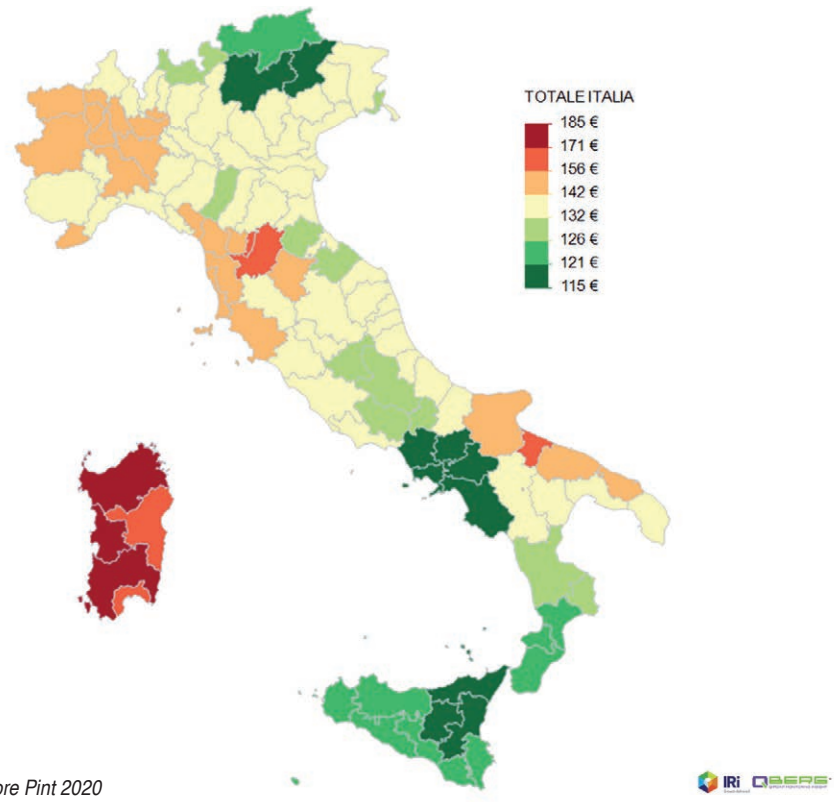
Nel menù delle offerte legate al periodo analizzato, non possono mancare quelle relative a zampone/cotechino e lenticchie. In queste categorie di prodotti, così come per la gastronomia e la pasta fresca, proprio nelle zone a maggior vocazione produttiva dell'Italia Centrale, i prezzi sono più alti rispetto alle altre località. Nelle Marche, in Abruzzo e in Umbria, i prezzi medi superano i 18,50 euro, contro la media nazionale di 14,72 euro.

Per spendere meno, bisogna invece visitare la Campania, la Calabria e ampie parti della Sicilia e della Puglia, dove i prezzi medi scendono sotto i 13 euro. Se parliamo invece di vini Doc/Docg/Igt, spumanti e Champagne, sicuramente risulta più conveniente acquistare questi prodotti in Trentino-Alto Adige o nella provincia di Belluno, così come nelle Marche e in Abruzzo, dove i prezzi si sono tenuti ben lontani (meno di 14,50 euro) dalla media nazionale (18,42 euro). Al contrario, i prezzi più alti si sono registrati in Puglia e nelle province di Milano e Firenze dove, per comprare questa tipologia di prodotti, si dovevano spendere almeno 25 euro. Considerando infine i prodotti appartenenti alla categoria panettone, pandoro, prodotti forno, è emerso che le offerte a volantino più convenienti si trovano nel Nordest, in particolare a Trento e Belluno, dove si risparmiano più di 7 euro rispetto alla media nazionale, che è di 27,24 euro. Al contrario, l'acquisto della stessa tipologia di prodotti fatta a Milano, Firenze, Bari e Torino ha fatto spendere almeno 30 euro ai cacciatori di offerte a volantino.

PREZZO MEDIO A VOLANTINO DEL PRANZO DI NATALE E CENONE DI CAPODANNO

Totale paniere

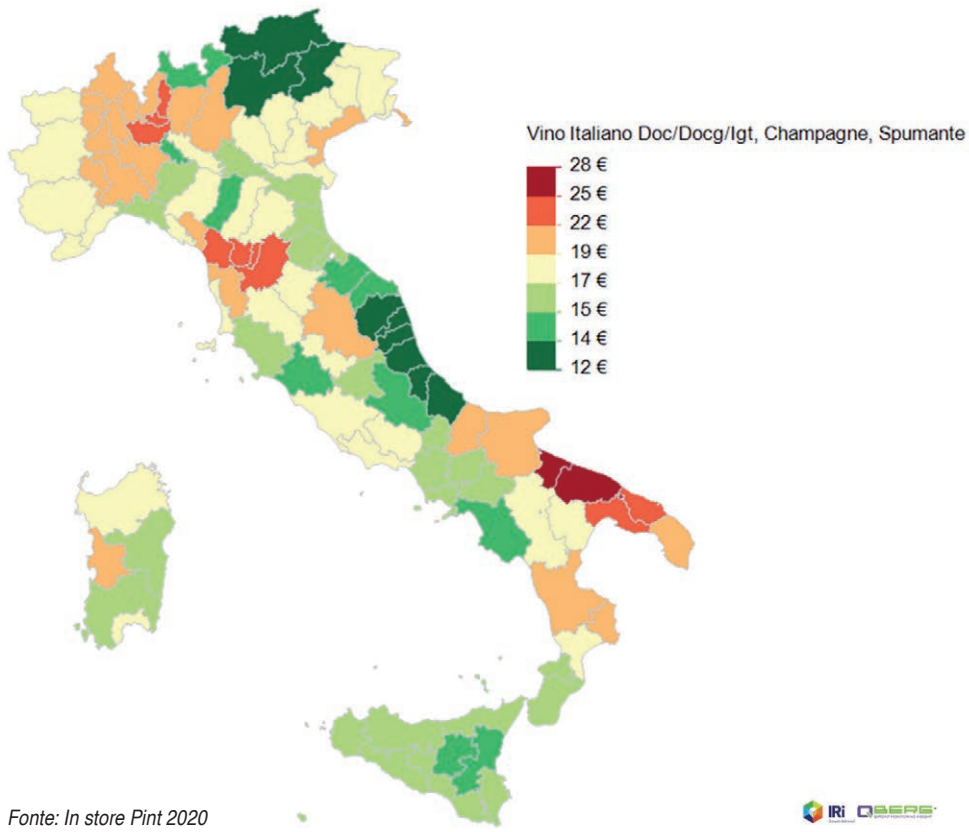
(30 novembre - 31 dicembre: prezzo medio volume kg o lt)



Fonte: In store Pint 2020

Vino, Champagne/Spumante

(30 novembre - 31 dicembre: prezzo medio volume kg o lt)



Fonte: In store Pint 2020

di Federico Robbe

"Siamo soddisfatti, ma non felici"

Francesco Pugliese

La leadership di mercato, l'operazione Auchan, gli investimenti, il ruolo strategico della Mdd. In un mercato con tante incognite, dove crescono discount e commercio online, l'amministratore delegato di Conad presenta i dati del 2020. E i progetti per il nuovo anno.

"Siamo soddisfatti, ma non felici". Lo ha ribadito più volte Francesco Pugliese, amministratore delegato di Conad, durante la consueta conferenza stampa di fine anno, trasmessa il 10 dicembre in streaming, con la presenza del direttore generale, Francesco Avanzini.

A tema l'andamento dell'insegna, che ha raggiunto un fatturato di 15,7 miliardi (+10,2% sul 2019), il ruolo strategico della Mdd (vale 4,5 miliardi), l'operazione Auchan, il contesto italiano al tempo del Covid e le tante incognite per il settore della distribuzione.

Il Ceo non può che essere soddisfatto per le performance di Conad, sempre più leader in Area Nielsen 3 e 4, e ben posizionata in Area 2, dove tallona Selex e Coop. Negli ultimi 10 anni, inoltre, l'insegna ha staccato tutti raggiungendo una quota del 14,8% nel primo semestre, con una crescita del 4,9% dal 2010, seguita da Eurospin, Lidl, Sun e Selex. Non c'è storia poi nel canale supermercati: Conad primeggia con una quota del 24,21%. Selex insegue a distanza di 10 punti percentuali.

Gdo in trasformazione

Dati ottimi, nulla da dire. Eppure Pugliese non è contento: "Non si può star bene in un contesto che non sta bene", precisa. "La Gdo sta vivendo un periodo difficile, tra percorsi di trasformazione e processi di ristrutturazione. Il Covid ha accelerato alcuni processi già in atto, come il buon andamento dei discount e dell'e-commerce. Ma ricordo sempre che il commercio online nell'alimentare, che pure ha messo a segno una crescita del +114%, vale l'1,66% del mercato. E questo è il risultato di una media che va oltre lo stereotipo Nord-Sud: a Milano ci sono anche picchi dell'8%, ma in altre zone del Nord Ovest la percentuale è bassissima".

Un canale, quello dell'e-commerce, dove Conad sta lavorando per lanciare una nuova piattaforma nella seconda metà del 2021, creando una infrastruttura logistica dedicata.

Vietare le aste al ribasso

A proposito dei discount, invece, in un'intervista al Corriere sempre del 10 dicembre, l'Ad sottolinea di non avere "nulla contro le insegne a basso costo". Ma occorre essere chiari e "vietare le gare al doppio ribasso di alcuni distributori che mettono sotto pressione i piccoli agricoltori. Bisogna normare le relazioni commerciali. Industria di marca e distribuzione hanno elaborato un documento congiunto su cui stiamo cercando una sponda con quello agricolo".

Altro tema caldo è quello dell'integrazione con Auchan: "La catena aveva un costo del personale alto, che incideva per il 18,4%, mentre un costo ragionevole è del 13% circa", nota Pugliese durante la conferenza stampa. "Già questo è un dato che fa pensare. Conad ha integrato 182 punti vendita, 101 sono stati ceduti ad altri operatori, 18 sono in dirittura d'arrivo per il passaggio a Conad o ad altre insegne. L'acquisizione di nuovi store ha consentito a Conad di aumentare la propria presenza in aree dove è storicamente debole: Lombardia, Marche, Veneto, Friuli e Piemonte".

Tra le criticità dell'operazione, la ricaduta sulla forza lavoro: "Gli esuberi dichiarati a maggio 2019 erano 6.200 su circa 16mila dipendenti. Poi, tra persone ricollocate, integrate nella nostra rete o che hanno aderito alla mobilità, siamo arrivati a 500. Sono persone per cui stiamo ancora lavorando e mi rendo conto che è un nodo irrisolto. Ad oggi non abbiamo licenziato nessuno. In questo scenario complicato, sottolineo però che ci sono 40 ex dipendenti Auchan che sono diventati soci Conad, iniziando a gestire i punti vendita dopo un'adeguata formazione".

La babele dei Dpcm

Ma dove Pugliese si scatena, è sull'attualità. In particolare sulla babele di norme introdotte dai vari Dpcm che si sono susseguiti: "Qualcuno a Palazzo Chigi ha deciso che non possiamo permettere ai clienti di acquistare detersivi, giocattoli o quaderni. Ma nei negozi di vicinato si può. Non ha alcun senso, perché così si moltiplicano gli assembramenti. E poi bisogna finirla con questo ginepraio di norme tra loro diverse da comune a comune, da regione a regione".

CONAD OGGI

Il posizionamento di Conad sul territorio

AREA 1

GRUPPO	%IP
ESSELUNGA	20,29
CARREFOUR	9,60
SELEX	9,50
COOP ITALIA	9,21
AGORA'	7,94
FINIPER	6,81
CONAD	6,11

AREA 2

GRUPPO	%IP
COOP ITALIA	16,65
SELEX	15,44
CONAD	13,81
ASPIAG	10,48
VEGE	6,71
LIDL	5,71
C3	5,29

AREA 3

GRUPPO	%IP
CONAD	24,20
COOP ITALIA	19,91
EUROSPIN	8,96
SUN	7,64
SELEX	6,64
ESSELUNGA	6,17
CARREFOUR	6,10

AREA 4

GRUPPO	%IP
CONAD	17,88
VEGE	15,98
EUROSPIN	10,01
SELEX	9,17
DESPAR	6,39
MD SPA	6,31
COOP ITALIA	6,05

Fonte: Guida Nielsen Largo Consumo – Quota indice di potenzialità aggiornata al I semestre 2020

Il posizionamento di Conad nei canali distributivi

IPER

GRUPPO	%IP
ESSELUNGA	26,74
COOP ITALIA	22,26
VEGE	9,31
SELEX	8,24
CONAD	7,95
CARREFOUR	4,78

SUPER

GRUPPO	%IP
CONAD	24,21
SELEX	14,59
COOP ITALIA	13,40
VEGE	7,85
CARREFOUR	6,85
SUN	5,91

LIBERO SERVIZIO

GRUPPO	%IP
CONAD	16,22
CARREFOUR	13,74
VEGE	13,17
CRAI	11,66
COOP ITALIA	9,86
SELEX	6,44

DISCOUNT

GRUPPO	%IP
EUROSPIN	31,37
LIDL ITALIA	21,87
MD SPA	15,19
REWE	6,52
SELEX	4,80
CONAD	4,07

Conad consolida la sua posizione di leader nel canale Super e Libero Servizio, che pesano per il 51,2% del mercato totale.

Fonte: Guida Nielsen Largo Consumo – Quota indice di potenzialità aggiornata al I semestre 2020

La rete canalizzata - Preconsuntivo 2020

INSEGNA RETE CONAD	N° PDV 2020	Delta vs.2019
CONAD CITY	1.032	46
CONAD	1.170	45
CONAD SUPERSTORE	236	-5
SPAZIO CONAD	77	46
MARGHERITA	426	-14
SAPORI & DINTORNI CONAD	21	2
TODIS	246	5
ALTRI (altre insegne, cash, tradizionali, spesa facile)	140	-15
SUBTOTALE	**3.348**	**110**
CONCEPT (parafarmacia, petstore, carburanti, ecc..)	468	95
TOTALE	**3.816**	**205**

Conad registra un forte incremento di rete di vendita, in particolare sull'ATTRAZIONE (Spazio Conad) e sui CONCEPT

Fonte: Elaborazione dati interni 2020

a cura di di Federica Bartesaghi e Tommaso Farina

Speciale vini premium

La grande distribuzione da molto tempo, enologicamente parlando, non è più una terra di nessuno, e certi pregiudizi sono davvero infondati. Molte aziende hanno cercato di sganciarsi dallo stereotipo del vino di basso prezzo, e magari di bassa qualità, che spesso è ancora collegato a questo canale, per proporre invece vini di un certo spessore, anche dai 10 euro in su, e in certi casi persino vini di lusso, più facili da trovare nel canale Horeca. Del resto, il Covid ha spinto a vendere qualcosa ai supermercati anche aziende finora dedite esclusivamente a ristoranti e negozi specializzati: il mercato di quel canale ha subìto una brutta battuta d'arresto, per cui occorreva correre ai ripari. Dunque, mai come in questo periodo la grande distribuzione organizzata è ricca di vini d'alta ambizione: è successo anche che certi produttori, con le cantine piene a causa delle mancate forniture ai ristoranti, per riuscire a salvare un anno di lavoro si sono trovati a vendere a qualche supermercato, a prezzi vantaggiosi, le loro rimanenze. Il saldo è favorevole anche per il consumatore, che dunque in questi mesi si trova a bere meglio, con prezzi più convenienti rispetto a quelli a cui era abituato. In certe catene, si sono visti dei Barolo di vignaioli d'alto profilo a prezzi di favore, anche meno di 30 euro, e gli intenditori non se li sono fatti scappare.

In ogni caso, la fisionomia di un vino cosiddetto Premium è quella ben nota, e si riassume in una bottiglia di maggiore carattere e personalità, sia nel contenuto sia, tante volte, nel packaging stesso e nel design del contenitore.

CANTINA BOLZANO

www.kellereibozen.com/it

ALTO ADIGE CABERNET RISERVA DOC MUMELTER 2017

Vitigni
Blend di uve Cabernet Sauvignon, Cabernet e Cabernet Franc

Zona di produzione
Bolzano, Alto Adige

Gradazione alcolica
14% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve del Mumelter vengono vendemmiate da metà a fine ottobre. A seguito di un'accurata selezione dei grappoli e una pigio-diraspatura soffice avviene la fermentazione alcolica in botti di legno. Il vino subisce un affinamento di un anno in barrique francesi e botti grandi.

Descrizione e principali note organolettiche
Il Cabernet Mumelter è una tipica Riserva che unisce tutte le caratteristiche del Cabernet Sauvignon e del Cabernet Franc. È un vino elegante e armonico, con sentori di frutta e spezie. Colore rosso rubino scuro con riflessi violacei. Sapore armonico, intenso e elegante.

N. bottiglie prodotte
12mila

Formato
0,75 - 1,5 lt

CANTINA DI SOAVE

www.equipe5.it

EQUIPE 5 MILLESIMATO

Vitigni
80% Chardonnay, 20% Pinot nero

Zona di produzione
Monti Lessini

Gradazione alcolica
12% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve intere, tutte provenienti dal medesimo anno di vendemmia, vengono pressate in maniera soffice e viene utilizzata solo la parte di prima spremitura, il mosto-fiore. Dopo la prima fermentazione e l'aggiunta del liqueur de tirage si procede all'imbottigliamento. L'affinamento in bottiglia è sempre di oltre 36 mesi e il remuage avviene manualmente. Dopo la sboccatura si procede al dosaggio del liqueur d'expedition.

Descrizione e principali note organolettiche
Giallo paglierino brillante, con perlage fine e persistente. Al naso sensazioni di brioches con una delicata nuance fresca e fruttata. Al palato il sorso è morbido, cremoso e fragrante.

N. bottiglie prodotte
50mila

Formato
0,75 – 1,5 – 3 – 6 – 9 lt

CANTINA PRODUTTORI DI VALDOBBIADENE

www.cantinaproduttorivaldobbiadene.com

VALDOBBIADENE SUPERIORE DI CARTIZZE DOCG DRY

Vitigni
Glera

Zona di produzione
Valdobbiadene, Veneto

Gradazione alcolica
11,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Metodo Charmat.

Descrizione e principali note organolettiche
Prodotto da uve provenienti dalla zona di 'Cartizze', una piccola area del comune di Valdobbiadene delimitata nel disciplinare a 107 ettari di vigneto. Questo Cru si presenta di color giallo paglierino brillante, con perlage fine e persistente, bouquet elegantemente fruttato e sapore amabile.

N. bottiglie prodotte
64.950

Formato
0,75 lt

CANTINA TOLLO

www.cantinatollo.it

CAGIÒLO MONTEPULCIANO D'ABRUZZO DOP RISERVA

Vitigni
100% Montepulciano d'Abruzzo

Zona di produzione
Abruzzo

Gradazione alcolica
14,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Lunga macerazione delle bucce a temperatura controllata. Fermentazione malolattica. Affinamento minimo 12 mesi in barriques.

Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino intenso con riflessi violacei. Odore di frutti rossi maturi con note di amarena e more che si accompagnano a fini sentori speziati di cacao, vaniglia, liquirizia e cannella. Sapore pieno, di lunga persistenza, con tannini dolci e vellutati.

N. bottiglie prodotte
15mila

Formato
0,75 - 1,5 lt

CANTINE VOLPI

www.cantinevolpi.it

COLLI TORTONESI DOC TIMORASSO DERTHONA 'LA ZERBA'

Vitigni
100% Timorasso

Zona di produzione
Volpedo, Colli Tortonesi

Gradazione alcolica
13,0% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Uve provenienti dalla Cascina La Zerba. Vendemmia manuale, raffreddamento delle uve e pressatura soffice. Fermentazione svolta a bassa temperatura (15°C) in vasche d'acciaio, travaso e successivo affinamento sulle fecce fini per 12 mesi in acciaio. Fermentazione malolattica non svolta. Affinamento in bottiglia per tre mesi prima della vendita.

Descrizione e principali note organolettiche
Dal colore giallo paglierino. Al naso complesso ed equilibrato, con sentori di fiori bianchi e miele. Al palato di corpo pieno, strutturato e persistente con note minerali e una caratteristica nota di miele.

N. bottiglie prodotte
10mila

Formato
0,75 lt

CASTELLO DI CIGOGNOLA

www.castellodicigognola.com

CUVÉE 'MORE PAS DOSÉ MORATTI - DOCG OLTREPO' PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO

Vitigni
Pinot Nero e Pinot Meunier

Zona di produzione
Cigognola, Oltrepò Pavese

Gradazione alcolica
12% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
I vigneti sono gestiti combinando viticoltura di precisione e regime biologico, intervenendo il minimo possibile e solo dove necessario. Anche nella vinificazione si è ridotto al minimo l'utilizzo di altre sostanze nell'uva. Dai 18 ai 24 mesi sui lieviti.

Descrizione e principali note organolettiche
Perlage minuto e molto persistente. Color paglierino brillante. Note fresche ai frutti rossi, alla prugna, alla mela verde. Nel bicchiere corposità e freschezza si incontrano per esprimersi in maniera equivalente.

N. bottiglie prodotte
N/A

Formato
0,75 lt

CASTELLO DI FONTERUTOLI-MAZZEI

www.mazzei.it

CONCERTO DI FONTERUTOLI TOSCANA IGT

Vitigni
80% Sangiovese, 20% Cabernet Sauvignon

Zona di produzione
Chianti Classico, Toscana

Gradazione alcolica
14.10% vo.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
'Concerto' nasce nel 1981 sull'onda di una viticultura consapevole di un potenziale ancora inespresso, che sperimentava nuove forme di allevamento e nuovi uvaggi includendo anche varietà non autoctone. Fu uno dei precursori e dei primi 10 protagonisti del fenomeno dei cosiddetti Super Tuscans. Potenziale di invecchiamento di oltre 20 anni.

Descrizione e principali note organolettiche
Ricco e succoso, note di sottobosco e frutti neri, retrogusto potente ma fine.

N. bottiglie prodotte
26.500

Formato
0,75 lt

CAVIT

www.cavit.it

MÜLLER THURGAU SPUMANTE

Vitigni
Müller Thurgau

Zona di produzione
Val di Cembra, Valle di Cavedine, Altopiano di Brentonico in Trentino

Gradazione alcolica
11,50% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
La vendemmia viene effettuata manualmente. La pigiatura soffice con breve macerazione a freddo a contatto delle bucce. La vinificazione in bianco a temperatura controllata. Dopo breve periodo di stabilizzazione, la presa di spuma avviene in grande recipiente, con successivo affinamento.

Descrizione e principali note organolettiche
Spuma persistente con perlage a grana minuta, colore paglierino scarico con evidenti sfumature verdoline. Profumo delicato, leggermente aromatico con sottofondo fruttato. Sapore morbido, piacevolmente fresco, elegante e di ottimo carattere.

N. bottiglie prodotte
N/A

Formato
1,5 lt

segue

CIELO E TERRA

it.casadefra.com

ROSSO RISERVA DOC COLLI BERICI

Vitigni
Merlot e Cabernet
Zona di produzione
Colli Berici
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vendemmia fatta a mano. Fermenta e macera almeno otto giorni per la giusta intensità di colore. Viene stoccato e fatto maturare in serbatoi di acciaio per 18 mesi. Passa in botte grande tre mesi circa e affinamento in bottiglia per 24 mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Ampio e fragrante con tipici sentori di piccoli frutti rossi maturi. Leggere note speziate e di vaniglia.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

CANTINE COLOSI

www.cantinecolosi.it

SECCA DEL CAPO IGP SALINA

Vitigni
100% Malvasia
Zona di produzione
Capo Faro, Salina (Isole Eolie), Sicilia
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve raccolte tra la fine di agosto e la prima decade di settembre vengono sottoposte a pigiatura soffice e a crio-macerazione. Il mosto ottenuto viene sottoposto ad illimpidimento statico a freddo e lasciato a fermentare 14-16°C. L'affinamento avviene in vasche di acciaio inox a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
È un bianco giovane e fresco che nasce dalla selezione dei migliori vigneti Colosi di Capo Faro e Porri, dove le escursioni termiche arricchiscono in maniera unica il profilo organolettico delle uve. Grande eleganza e morbidezza al palato.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

CONTRADA CARRANCO

www.palmentocarranco.com

ETNA ROSSO DOC VILLA DEI BARONI 2017

Vitigni
100% Nerello Mascalese
Zona di produzione
Castiglione di Sicilia, Contrada Carranco
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione in cemento a temperatura di 24-26°C. Affinamento in grandi botti di rovere di Slavonia per 12 mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino non troppo intenso. Il naso è molto fine con chiari sentori di frutti rossi ma anche floreali, freschi ed eleganti. In bocca è strutturato ed equilibrato. Il tannino è sapido e setoso, con una bella persistenza. Con il tempo acquisisce sentori più animali ed emergono profumi terziari.
N. bottiglie prodotte
10mila
Formato
0,75 lt

DUCA DI SALAPARUTA - CORVO

www.duca.it

IRMÀNA

Vitigni
Frappato
Zona di produzione
Sicilia Centro-Sud
Gradazione alcolica
12,5-13% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Criomacerazione per favorire l'estrazione aromatica e cromatica, seguita da una fermentazione lunga a temperatura controllata. Matura in acciaio per più di due mesi. Dopo l'imbottigliamento, trascorre in cantina termocondizionata un mese in bottiglia per lo sviluppo del bouquet.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosso con intensi riflessi violacei. Al naso, un armonico equilibrio di note di rosa e viola. In bocca è vellutato, con tannini gentili, di grande persistenza aromatica.
N. bottiglie prodotte
35mila
Formato
0,75 lt

FEUDI DI SAN GREGORIO

www.feudi.it

TAURASI DOCG

Vitigni
Aglianico
Zona di produzione
Taurasi
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione alcolica e macerazione in serbatoi di acciaio per circa 3-4 settimane. Matura per circa 18 mesi in barriques di rovere francese di media tostatura. Affinamento minimo nove mesi in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino brillante con riflessi granati, profumi fragranti di visciola e marasca, cannella e noce moscata, vaniglia e anice. Al gusto è pieno ed equilibrato, con tannini dolci e morbidi che gli conferiscono una buona persistenza aromatica.
N. bottiglie prodotte
60mila
Formato
0,75 lt

FONTANAFREDDA

www.fontanafredda.it

BAROLO DOCG DEL COMUNE DI MONFORTE D'ALBA

Vitigni
Nebbiolo
Zona di produzione
Monforte d'Alba
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
La fermentazione è, secondo tradizione, effettuata a temperatura controllata (30-31°C) in tini di acciaio inox a cappello galleggiante, per 10-15 giorni. Al termine della fermentazione le bucce vengono affondate nel vino per un'ulteriore macerazione che può durare fino a un mese. Affinamento in barriques e in botti di rovere di Allier e di Slavonia. Dopo almeno due anni di affinamento, il vino viene imbottigliato.
N. bottiglie prodotte
13mila
Formato
0,75 lt

GRAVNER

www.gravner.it

RIBOLLA 2012 VENEZIA GIULIA IGT

Vitigni
100% Ribolla gialla
Zona di produzione
Oslavia, Gorizia.
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Da uve Ribolla, fermentate con lunga macerazione in anfore georgiane interrate, con lieviti indigeni e senza controllo della temperatura. Dopo la svinatura e la torchiatura ritorna in anfora per almeno altri cinque mesi prima di iniziare l'affinamento in grandi botti di rovere, dove rimane per sei anni.
Descrizione e principali note organolettiche
Giallo aranciato, luminosissimo. Al naso esprime note di erbe aromatiche, di cera d'api, di albicocca e di pesca in confettura e di acqua marina. Molto persistente, caratterizzato da una trama tannica appena accennata e di grande eleganza.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

LEONE DE CASTRIS

www.leonedecastris.com

RENA SALICE SALENTINO RISERVA DOC 2016

Vitigni
90% Negroamaro, 10% Malvasia nera di Lecce
Zona di produzione
Salice Salentino
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Alla diraspa-pigiatura delle uve segue la macerazione a temperatura controllata (20-22°C) per 8-12 giorni. Dopo la fermentazione malolattica il vino è messo ad affinare in botti di rovere di 30 hl per circa 12 mesi. Diventa 'Riserva' dopo due anni dalla data di vendemmia.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino rosso intenso con riflessi granati. Al naso si alternano sensazioni fruttate di mora e amarena, note di basilico e spezie dolci dovute all'affinamento in botte. In bocca è morbido ed equilibrato con un tannino deciso ma mai invadente. Finale lungo e persistente.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

LOSITO E GUARINI
www.lositoeguarini.it

BONARDA DELL'OLTREPÒ PAVESE DOC 'C'ERA UNA VOLTA'
Vitigni
85% Croatina e 15% altri vitigni ammessi da disciplinare
Zona di produzione
Oltrepò Pavese
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Pigiadiraspatura con macerazione prefermentativa delle uve, per estrarre colore e profumi, e fermentazione a temperatura controllata con lieviti selezionati. Affinamento in vasche di acciaio inox, a seguire macrossigenazione e fermentazione naturale in autoclave a 16°C.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino carico, con spuma violacea compatta e persistente. Al naso è intenso, con sentori di viola selvatica, ciliegia, frutti di bosco, note floreali di acacia, fiori bianchi e spezie. Sapore pieno e avvolgente, con retrogusto rotondo e tannino piacevolmente strutturato.
Formato
0,75 lt

CANTINE FERRARI
www.ferraritrento.com/it

FERRARI BRUT, TRENTO DOC
Vitigni
100% Chardonnay
Zona di produzione
Diversi comuni della Val d'Adige, Val di Cembra e Valle dei Laghi, in vigneti esposti a sud-est e sud-ovest alle pendici dei monti del Trentino
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Almeno 20 mesi sui lieviti selezionati in proprie colture.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore giallo paglierino con tenui riflessi verdolini. Perlage fine e persistente. Fresco e intenso al naso, con un'ampia nota fruttata di mela golden matura e fiori di campo, sottolineata da una delicata fragranza di lievito. Gusto armonico ed equilibrato, con un piacevole fondo di frutta matura e sentori di crosta di pane.
N. bottiglie prodotte
3 milioni
Formato
0,375 - 0,75 - 1,5 lt

MACULAN
www.maculan.net

FRATTA 2017
Vitigni
68% Cabernet Sauvignon, 32% Merlot
Zona di produzione
Breganze, Vicenza.
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vendemmia manuale, accurata selezione dei grappoli, fermentazione in piccoli tini di acciaio con frequenti follature durante gli otto giorni di macerazione. Affinamento per un anno in barriques di rovere francese, 80% nuove e 20% di secondo passaggio.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino ricchissimo con sfumature violacee. Al naso, profumo intenso di bacche rosse, mirtillo e lampone, particolari le note di spezie e i sentori di cacao e caffè. In bocca il vino è equilibrato, ricco di tannini dolci che si fondono a dare notevole struttura ed eleganza al vino.
N. bottiglie prodotte
7.041 (3.298 limited edition)
Formato
0,75 e 50 magnum di Fratta 2017 non limited edition

MANDI
www.mandiwines.it

REFOSCO DAL PEDUNCOLO ROSSO ISONZO DEL FRIULI DOC
Vitigni
Refosco dal Peduncolo Rosso
Zona di produzione
Isonzo del Friuli Doc
Gradazione alcolica
13% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Macerazione sulle bucce e fermentazione con lieviti selezionati in tini di acciaio inox con controllo della temperatura, nei quali rimane fino all'imbottigliamento. Può invecchiare quattro, cinque anni e oltre.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso carico tendente al granato. Ottima intensità all'olfatto con pronunciati sentori di viola e mora. Al gusto è vivace, schietto e consistente, con una piacevole armonia tra le note fruttate e la struttura. Molto buona la persistenza retro-olfattiva.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 lt

LA BRACCESCA
www.labraccesca.it

VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO DOCG 2017
Vitigni
Sangiovese, Merlot
Zona di produzione
Montepulciano, Siena.
Gradazione alcolica
14,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo circa 10 giorni di macerazione il vino ottenuto viene trasferito in botti grandi di rovere francese, dove ha luogo la fermentazione malolattica e dove inizia il suo processo di maturazione della durata di circa 12 mesi. A seguito dell'imbottigliamento, il vino affronta un ulteriore affinamento di circa un anno.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore rosso rubino. Al naso le note di frutta fresca rossa si uniscono a sentori di vaniglia. Al palato è ben equilibrato, morbido, contraddistinto da tannini setosi e da una buona freschezza. Lungo il finale.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

MIONETTO
www.mionetto.com

'PRESTIGE COLLECTION' VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG RIVE DI SANTO STEFANO MILLESIMATO BRUT
Vitigni
Glera
Zona di produzione
Rive di Santo Stefano, Prosecco Superiore Docg di Valdobbiadene.
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo una pressatura soffice delle uve, l'accurata vinificazione in bianco e la spumantizzazione secondo il metodo Charmat esprimono al meglio le caratteristiche tipiche del Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Rive di Santo Stefano Millesimato Brut.
Descrizione e principali note organolettiche
Spumante dal colore giallo paglierino accompagnato da lievi riflessi verdognoli, con un perlage fine e persistente. Sontuoso e complesso nei suoi sentori, che ricordano la mela verde e la pera, con intense note agrumate e di fiori bianchi. Acidità e sapidità risultano bene equilibrate con la giusta ricchezza zuccherina residua.
N. bottiglie prodotte
30.642 (nel 2019)
Formato
0,75 lt

MIRABELLA FRANCIACORTA
www.mirabellafranciacorta.it

DØM ROSÉ FRANCIACORTA DOSAGGIO ZERO RISERVA
Vitigni
60% Pinot Nero, 25% Pinot Bianco, 15% Chardonnay
Zona di produzione
Franciacorta, vigneti storici di Mirabella, i Cru di Paderno
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Pressatura soffice e progressiva. Fermentazione con lieviti selezionati in vasche di cemento. Lo Chardonnay fermenta e matura in piccole botti di rovere. Batonnage per 4/5 mesi. Affinamento sui lieviti per almeno 100 mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosa cipria che si arricchisce di riflessi ramati durante l'invecchiamento. Profumo ricco e pieno con un profumo tipico di lievito, frutti di bosco e pompelmo rosa. Elegantemente speziato con una nota di pepe bianco.
N. bottiglie prodotte
2mila
Formato
0,75 lt

MONTE ZOVO
www.montezovo.com

CALINVERNO ROSSO VERONESE IGT
Vitigni
70% Corvina e Corvinone, 20% Rondinella, 5% Croatina, 5% Cabernet Sauvignon
Zona di produzione
Caprino Veronese
Gradazione alcolica
15% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Al termine del periodo di appassimento, le uve vengono diraspate e pigiate. La temperatura durante la prima fase di macerazione è di circa 2-5°C. La fermentazione avviene a temperatura controllata (20-24°C) e dura circa 25/30 giorni. L'affinamento di 24 mesi viene effettuato in barrique e tonneaux. Seguono 12 mesi in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino intenso e brillante. Il frutto è integro, con evidenti note di ciliegia, spezie dolci, vaniglia e liquirizia. In bocca l'equilibrio tra l'acidità e il tannino, ancora giovane, mostra ottime prospettive di affinamento e tenuta nel tempo.
N. bottiglie prodotte
Tra le 30mila e le 40mila
Formato
0,75 - 1,5 - 3 lt

segue

MONTELVINI

www.montelvini.it

ASOLO PROSECCO SUPERIORE DOCG MILLESIMATO EXTRA BRUT – PLUMAGE

Vitigni
100% Glera

Zona di produzione
Zona della Docg Asolo Prosecco Superiore

Gradazione alcolica
11,50% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
La versione Extra Brut Millesimato è l'espressione massima dell'Asolo Prosecco Superiore Docg. Il mosto fiore è ottenuto con una spremitura soffice delle uve e viene lavorato con un attento controllo delle temperature, così da mantenere intatta l'aromaticità propria dell'uva. È vinificato con metodo Martinotti in autoclavi di acciaio.

Descrizione e principali note organolettiche
Al calice si presenta giallo paglierino tenue con riflessi verdi, visivamente il perlage appare fine con un'ottima costanza e persistenza. All'olfatto, dopo una iniziale sfumatura floreale, diventa ampio e fruttato. In bocca è intenso, di buona struttura e piacevole freschezza acida.

N. bottiglie prodotte
Circa 50mila bottiglie all'anno

Formato
0,75 lt

MONTEVERRO

www.monteverro.com

VERRUZZO

Vitigni
40% Merlot, 25 % Cabernet Franc, 25% Cabernet Sauvignon, 10% Syrah

Zona di produzione
Maremma Toscana

Gradazione alcolica
13,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione naturale in vasche di acciaio inox. Procedura 100% a caduta. Affinamento di 12 mesi in barrique di rovere francese.

Descrizione e principali note organolettiche
Al naso, splendida esplosione di ribes nero e melagrana con note di spezie, foglia di pomodoro e tabacco fresco. Al palato, ingresso fresco e rotondo su trama di ribes nero, lampone e lavanda con finale di ciliegia rossa e spezie.

N. bottiglie prodotte
30mila

Formato
0,75 lt

MOTTURA VINI DEL SALENTO

www.motturavini.it

ROSONE - NEGROAMARO DEL SALENTO IGT

Vitigni
Negroamaro

Zona di produzione
Provincia di Lecce, nel cuore del Salento, Puglia

Gradazione alcolica
14,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Macerazione pre-fermentativa a freddo con salasso. Successiva macerazione tradizionale con periodici rimontaggi a pioggia e un delestage. Fermentazione alcolica con lieviti indigeni a temperatura controllata. Invecchiamento 8/10 mesi in barrique di rovere francese di primo passaggio.

Descrizione e principali note organolettiche
Di corpo, robusto con finale morbido e persistente.

N. bottiglie prodotte
N/A

Formato
0,75 lt

NOTTE ROSSA

www.notterossa.wine

NOTTE ROSSA PRIMITIVO DI MANDURIA DOP RISERVA

Vitigni
100% Primitivo

Zona di produzione
Salento, Puglia.

Gradazione alcolica
14,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vendemmia manuale delle uve a leggera surmaturazione. Diraspa-pigiatura, macerazione pre-fermentativa a freddo e successivo avvio della fermentazione alcolica a temperatura controllata (24-26°C). Svinatura finale con presse soffici. Fermentazione malolattica in acciaio e successiva permanenza in barrique di rovere francese e americano per 18 mesi.

Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino molto carico. Profumo ampio e complesso, fruttato con sentori di prugne, confettura di ciliegia e note di tabacco, leggermente speziato. Al palato è morbido e ricco di tannini nobili, con un finale che regala note di cacao, caffè e vaniglia.

N. bottiglie prodotte
10mila

Formato
0,75 lt

PASQUA VIGNETI E CANTINE

www.pasqua.it

CECILIA BERETTA MIZZOLE VALPOLICELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA SUPERIORE

Vitigni
60% Corvina, 25% Corvinone, 10% Rondinella, 5% Oseleta

Zona di produzione
Mizzole, Valpantena

Gradazione alcolica
13% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo una pigiatura soffice, le uve effettuano la macerazione in presenza delle bucce per 8-10 ore a una temperatura di 10°C. La fermentazione a temperatura controllata dura 10-12 giorni. Ultimata la fermentazione il vino viene messo in serbatoi di acciaio dove svolge la fermentazione malolattica. A seguire, il 55% del vino viene trasferito in barrique e tonneaux di rovere, di cui il 30% legno nuovo, dove matura per circa nove mesi. Il resto matura in acciaio.

Descrizione e principali note organolettiche
Dal colore brillante con riflessi rosso corallo. Al naso presenta intensi aromi di marasca, sottobosco e sentori tostati. Rotondo e morbido al palato è supportato da una freschezza che lo rende piacevole e ben equilibrato.

N. bottiglie prodotte
17mila

Formato
0,75 lt

GEOGRAFICO

www.chiantigeografico.it

CONTESSA DI RADDA CHIANTI CLASSICO - CHIANTI CLASSICO DOC

Vitigni
95% Sangiovese, 5% Merlot

Zona di produzione
Chianti Classico

Gradazione alcolica
13,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Il Contessa di Radda custodisce la grande tradizione vitivinicola tramandata gelosamente dai viticoltori locali. Le uve Sangiovese e Merlot vengono vinificate separatamente con una macerazione di circa 14 giorni, quindi segue la fermentazione malolattica in vasche di cemento.

Descrizione e principali note organolettiche
Floreale e fruttato con note fresche di ciliegia e lamponi. Bocca agrumata ed elegante, piacevolmente speziata. Il finale è morbido e luminoso.

Formato
0,75 lt

SELLA & MOSCA

www.sellaemosca.com

TERRE BIANCHE CUVÉE 161 – ALGHERO TORBATO DOC

Vitigni
100% Torbato

Zona di produzione
Alghero, Sassari

Gradazione alcolica
13% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Macerazione prefermentativa a 10°C per 24 ore. Pressatura soffice di uva intera e diraspata, decantazione statica a freddo e fermentazione in acciaio inox a temperatura controllata di 18°C. Un 15% del mosto fermenta in barrique.

Descrizione e principali note organolettiche
La Cuvée 161 è la massima espressione del torbato di Sella & Mosca. Un lungo periodo di élevage sui lieviti, unito a una piccola quota fermentata in barrique, permette di ottenere un vino strutturato e complesso. Il colore paglierino carico, con sfumature dorate, rivela profumi di macchia mediterranea, cardo ed erbe officinali.

N. bottiglie prodotte
25mila circa

Formato
0,75 lt

KETTMEIR

www.kettmeir.com

PINOT BIANCO ALTO ADIGE DOC 2019

Vitigni
100% Pinot Bianco

Zona di produzione
Colline medio alte dell'Oltradige

Gradazione alcolica
13% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Tradizionale vinificazione in bianco con pressatura soffice delle uve e fermentazione in acciaio a temperatura controllata (17-19°C). L'affinamento avviene in acciaio sui lieviti fino alla fine di gennaio, quando il prodotto viene preparato per essere messo in bottiglia.

Descrizione e principali note organolettiche
Il colore giallo paglierino con leggeri riflessi verdognoli introduce profumi floreali di glicine e fruttati di mela verde. Il gusto è secco, di buona acidità, persistente e delicatamente minerale. Si è aggiudicato il 92esimo posto nella classifica 'Top 100 vini' del 2020 di Wine Enthusiast.

N. bottiglie prodotte
18mila

Formato
0,75 lt

CASA VINICOLA SARTORI

www.sartorinet.com

AMARONE DELLA VALPOLICELLA DOCG

Vitigni
50% Corvina Veronese, 30% Corvinone, 15% Rondinella, 5% Cabernet

Zona di produzione
Valpolicella

Gradazione alcolica
15% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve sono appassite per circa 3-4 mesi in locali asciutti e ben aerati. Al raggiungimento dell'ideale grado di appassimento sono pigiate e poste a fermentare in serbatoi d'acciaio termocondizionati. La fermentazione si prolunga per circa 30 giorni per consentire il totale sviluppo dell'alta gradazione del vino. L'affinamento in botti di rovere di medie e grandi dimensioni per circa tre anni.

Descrizione e principali note organolettiche
Vino di colore rosso intenso con riflessi granati. Profumo fruttato con note di spezie. Sapore pieno e vellutato.

N. bottiglie prodotte
100mila (per mercato Italia)

Formato
0,75 lt

CANTINE SETTESOLI

www.settesoli.it

SETTESOLI COLLEZIONE SICILIA DOC

Vitigni
50% Nero d'Avola, 50% Syrah

Zona di produzione
Menfi, Agrigento

Gradazione alcolica
13,5% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
La fermentazione avviene in silos di acciaio a temperature controllate. Affina in silos di acciaio e successivamente in bottiglia per almeno sei mesi.

Descrizione e principali note organolettiche
Equilibrio e struttura in un blend dalle avvolgenti note di frutti rossi e spezie.

N. bottiglie prodotte
30mila

Formato
0,75 lt

CASA VINICOLA POLETTI

www.vinipoletti.com

90° ANNIVERSARIO NOVEBOLLE DOC SPUMANTE

Vitigni
100% Trebbiano

Zona di produzione
Emilia Romagna

Gradazione alcolica
12% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione a bassa temperatura e rifermentazione con metodo Charmat.

Descrizione e principali note organolettiche
Spumante da uve Trebbiano caratterizzato da un'elegante freschezza, sapidità e persistenza. Sentori variegati di crosta di pane, fieno e fiori bianchi.

N. bottiglie prodotte
30mila

Formato
0,75 lt

VITICOLTORI PONTE

www.ponte1948.it

RABOSO MARCA TREVIGIANA IGT

Vitigni
Raboso

Zona di produzione
Provincia di Treviso, Veneto

Gradazione alcolica
12% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificazione con macerazione prolungata sulle vinacce. Fermentazione lenta condotta con lieviti selezionati e controllo di temperatura.

Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso intenso con riflessi violacei. Il profumo presenta sentori di frutti di bosco e mora selvatica mentre al palato risulta sapido e gradevolmente morbido.

N. bottiglie prodotte
190mila

Formato
0,75 lt

SCHENK ITALIAN WINERIES

www.schenkialia.it

MASSO ANTICO PRIMITIVO DEL SALENTO DA UVE LEGGERMENTE APPASSITE

Vitigni
100% Primitivo

Zona di produzione
Salento, Puglia

Gradazione alcolica
14% vol.

Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve vengono coltivate secondo un antico metodo chiamato 'Alberello', tipico dell'area mediterranea in Italia. L'appassimento dell'uva sulle piante, favorito dal vento di mare, e una lenta maturazione in botti di rovere francese per circa sei mesi si traduce in un vino corposo, con tannini morbidi che rilasciano note di vaniglia nel finale.

Descrizione e principali note organolettiche
Masso Antico Primitivo, con il suo colore rosso e il suo complesso bouquet, è caratterizzato da aromi intensi e fini, che vanno dalla frutta matura alle note speziate.

N. bottiglie prodotte
80mila

Formato
0,75 lt

segue

TENIMENTI CIVA

www.tenimenticiva.com

RIBOLLA GIALLA SPUMANTE EXTRA BRUT FRIULI DOC

Vitigni
100% Ribolla Gialla
Zona di produzione
Friuli Doc
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Metodo Charmat o Martinotti. Dopo la seconda fermentazione a temperatura controllata (16-18°C), il vino rimane almeno tre mesi in autoclave, durante i quali si arricchisce di sostanze e profumi rilasciati dalla lisi dei lieviti.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore giallo paglierino con perlage fine. Al naso è intenso, fresco e agrumato, con note di salvia fiori bianchi, pera e mela renetta. Al palato si distingue per la cremosità del perlage e la sapidità, aromi di pesca bianca, melone, agrumi e sambuco.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 - 1,5 lt

TENUTA SETTE CIELI

www.settecieli.com

SCIPIO 2016 IGT TOSCANA

Vitigni
100% Cabernet Franc
Zona di produzione
Bolgher
Gradazione alcolica
14,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione in acciaio a temperatura controllata, lieviti indigeni, 100% malolattica. Macerazione a freddo con ghiaccio secco per 6-7 giorni. Invecchia 24 mesi in rovere francese (40% nuovo).
Descrizione e principali note organolettiche
Al naso presenta aromi complessi di frutta e note speziate. La finezza ed eleganza, unite alla complessa struttura, ne fanno un vino dal carattere raro, da meditazione.
N. bottiglie prodotte
7mila circa
Formato
0,75 lt

UGGIANO

www.uggiano.it

PETRAIA – MERLOT DI TOSCANA IGT

Vitigni
85% Merlot, 15% Cabernet Sauvignon
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vino lungamente affinato in barriques francesi e botti di rovere.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso bordeaux scuro. Profumo complesso, elegante e armonico, con note di frutti rossi accompagnate da sentori dolci e speziati. Al palato è corposo, pieno e rotondo con retrogusto leggermente tannico.
N. bottiglie prodotte
10mila
Formato
0,75 - 1,5 lt con cassetta in legno

VALDO SPUMANTI

www.valdo.com

ORO PURO VALDOBBIADENE SUPERIORE DI CARTIZZE DOCG

Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Valdobbiadene
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Prodotto con Metodo Charmat lungo da tre a cinque mesi e successiva maturazione in bottiglia di almeno tre mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Le uve utilizzate provengono esclusivamente dalla scoscesa 'Collina del Cartizze' (107 ettari di vigneto a Valdobbiadene). L'eccellente microclima di questa collina, frutto della combinazione di un´eccezionale esposizione al sole durante il giorno con le fresche correnti d´aria notturne, abbinato ai terreni molto antichi e ai tradizionali metodi di vendemmia tardiva, danno vita a questo amabile vino spumante.
N. bottiglie prodotte
130mila
Formato
0,75 lt

VARVAGLIONE VIGNE E VINI

www.varvaglione.com

COLLEZIONE PRIVATA COSIMO VARVAGLIONE NEGROAMARO DEL SALENTO IGP

Vitigni
100% Negroamaro
Zona di produzione
Salento
Gradazione alcolica
15% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificazione con macerazione a temperatura controllata di 24-26°C. Affinamento in botta francese per sei mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Al naso di frutta rossa, pepe nero, cannella, tabacco e distinti sentori di liquirizia. Lascia al palato una persistente complessità balsamica.
N. bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 - 3 lt

SOC. AGR. VENTURINI BALDINI

www.venturinibaldini.it

RUBINO DEL CERRO - REGGIANO LAMBRUSCO SPUMANTE DOP

Vitigni
Lambruschi nelle varietà Montericco, Salamino, Grasparossa
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
12% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificato in rosso con fermentazione a temperatura controllata.
Descrizione e principali note organolettiche
Bouquet ampio, pulito e fruttato. Ricorda marasche, frutti di bosco e prugna matura con piacevoli note di spezie scure. Al palato risulta corposo, sapido e armonico. Di grande stoffa e lunga persistenza gusto-olfattiva.
N. bottiglie prodotte
24mila
Formato
0,75 lt

SERENA WINES 1881

www.serenawines.it

PROSECCO DOC ROSÉ EXTRA DRY SERENELLO

Vitigni
90% Glera, 10% Pinot Nero
Zona di produzione
Veneto
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o 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
18mila
Formato
0,75 lt

ZORZETTIG

www.zorzettigvini.it

I FIORI DI LEONIE DOC FRIULI COLLI ORIENTALI

Vitigni
50% Pinot Bianco, 30% Friulano, 20% Sauvignon
Zona di produzione
Vigneti di Spessa e Ipplis di Premariacco (Udine)
Gradazione alcolica
13% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Macerazione a freddo per 12 ore. Fermentazione in tank di acciaio sui lieviti per sei mesi con batonnage settimanale. A fine fermentazione, una parte del vino viene affinata in piccole botti di rovere per sei mesi. Il vino viene poi riassemblato e imbottigliato. Segue affinamento di sei mesi in bottiglia.
Descrizione e principali note organolettiche
Di colore giallo paglierino con leggeri riflessi dorati, note di frutta matura e freschezza agrumata. Intenso e armonico, equilibrato, con buona persistenza.
N. bottiglie prodotte
2.600
Formato
0,75 lt

ALOIS LAGEDER
www.aloislageder.eu

COR RÖMIGBERG CABERNET SAUVIGNON 2016
Vitigni
Cabernet Sauvignon, Petit Verdot
Zona di produzione
Il Maso Römigberg si estende a nord-ovest del lago di Caldaro
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione spontanea del pigiato, con diverse percentuali di grappolo intero in acciaio e legno. Maturazione in botti piccole e grandi di legno per alcuni mesi. Segue l'affinamento in bottiglia per circa un anno
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso ciliegia con riflessi rosso rubino. Aromi concentrati e fruttati (ciliegia, ribes nero), note speziate e floreali. Corpo vigoroso, elegante, ricco di tannini, speziato, fresco. Invecchiamento ottimale: 5-20 anni.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75. Disponibile la speciale edizione Rarum con 6 annate storiche in cassetta di legno (1996, 1998, 2003, 2006, 2008, 2010)

CASA VINICOLA E. ANTONUTTI
www.antonuttivini.it

POPPONE IGT TREVENEZIA
Vitigni
80% Merlot, 20% Pignolo
Zona di produzione
Friuli Venezia Giulia
Gradazione alcolica
15% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le migliori uve di Merlot, raccolte a mano, vengono sottoposte a un appassimento in speciali cassette forate per circa tre settimane. Si procede poi con la pigiatura soffice e con una lenta fermentazione in contenitori d'acciaio. Le uve di Pignolo maturano 12 mesi in tonneaux di rovere francese. Segue l'assemblaggio e l'affinamento in bottiglia per oltre 6 mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino. Profuma di ciliegia scura croccante, piccoli frutti di bosco e cioccolato fondente. Al palato si distingue per l'equilibrio ed una 'virile' piacevolezza.
N. bottiglie prodotte
20mila
Formato
0,75 - 1,5 lt

BANFI
www.banfi.it

CASTELLO BANFI BRUNELLO DI MONTALCINO DOCG
Vitigni
Sangiovese
Zona di produzione
Montalcino, Toscana
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione a temperatura controllata (27-29°C) in tini combinati in acciaio e rovere francese Horizon. Affinamento per l'80% in botti di rovere francese da 60 e 90 hl e per il 20% in barrique di rovere francese da 350 lt per due anni.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso profondo con nuance granato, al naso esprime la sua complessità con aromi di prugna, ciliegia matura e piccoli frutti rossi che si combinano perfettamente a quelli di liquirizia e tabacco. In bocca è corposo, con tannini piacevoli e morbidi. Finale intenso e grande persistenza.
N. bottiglie prodotte
580mila
Formato
0,375 - 0,75 - 1,5 - 3 - 6 lt

BARBANERA
www.barbaneravini.it

VECCIANO - TOSCANA ROSSO IGT 'DUCA DI SARAGNANO'
Vitigni
Cuveé
Zona di produzione
Toscana
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve vengono sottoposte a una macerazione pre-fermentativa a freddo (0-4°C) per 4/6 giorni a seconda del vitigno lavorato. Segue il processo di fermentazione alcolica a temperatura controllata ad un massimo di 24°C per 10-14 giorni, per permettere alle componenti più fruttate di esprimersi al meglio.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino caratterizzato da un profondo color rosso dove spiccano i tipici riflessi violacei. Il profumo è avvolgente e la percezione di piccoli frutti rossi maturi si accompagna a quella altrettanto netta di spezie dolci e vaniglia. Elegante e raffinato al palato, dove gli aromi si sprigionano armonicamente. Dal finale persistente e vellutato.
N. bottiglie prodotte
250mila
Formato
0,75 lt

BELLUSSI SPUMANTI
www.bellussi.com

BELLUSSI CUVÈE PRESTIGE VINO SPUMANTE BRUT
Vitigni
Pinot Nero
Zona di produzione
Oltrepò Pavese
Gradazione alcolica
12% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificazione in bianco con pressatura soffice. Spumantizzazione con metodo Charmat lungo. Tutte le operazioni di trasformazione sono eseguite riducendo al massimo l'uso di solfiti, cercando di mantenere il più possibile la naturalità del prodotto.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino bianco spumante ottenuto da uve Pinot Nero, coltivate in collina e raccolte esclusivamente a mano. Il colore è giallo paglierino scarico. Al naso si caratterizza per il sofisticato bouquet aromatico, dove risaltano note di mela, frutta a polpa bianca e fiori. In bocca risulta armonico e pulito.
N. bottiglie prodotte
120mila
Formato
0,75 - 1,5 lt

BORTOLOMIOL
www.bortolomiol.com

B-BORTOLOMIOL VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT
Vitigni
100% Glera
Zona di produzione
Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificazione mediante pressatura soffice, fermentazione a temperatura controllata con lieviti selezionati.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore giallo paglierino, perlage fine e persistente, bouquet e sapore delicato, fruttato e aromatico.
N. bottiglie prodotte
N/A
Formato
0,75 lt

BOTTEGA
www.bottegaspa.com

BOTTEGA ROSE GOLD - PINOT NERO SPUMANTE BRUT ROSÉ
Vitigni
Pinot Nero
Zona di produzione
Lombardia
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve vengono vendemmiate manualmente e il mosto viene lasciato a contatto con le bucce per 24 ore a 5°C. Dopo la macerazione a freddo, il mosto rosato viene separato dalle bucce e fatto fermentare a temperatura controllata (18°C). Durante l'anno successivo alla vendemmia, si procede alla rifermentazione (spumantizzazione) in autoclave secondo il metodo Martinotti a una temperatura controllata di 14°C utilizzando lieviti selezionati.
Descrizione e principali note organolettiche
Color rosa pesca con perlage fine e persistente. Al naso prevalgono i sentori di frutti di bosco, soprattutto ribes e fragoline di bosco. Il sapore è fresco, con una buona acidità, armonico, delicato e persistente.
N. bottiglie prodotte
230mila
Formato
0,2 - 0,75 - 1,5 lt

BULICHELLA
www.bulichella.it

HIDE IGT COSTA TOSCANA
Vitigni
Syrah
Zona di produzione
Suvereto, Toscana
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo un'attenta selezione delle uve, fermentazione alcolica in botti di legno e successiva macerazione sulle bucce dai 18 ai 24 giorni, affinamento in barriques di rovere francese per 18 mesi.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino intenso con riflessi violacei. Ricco di sentori speziati e piccoli frutti a bacca rossa. Pieno e succulento, tannini fitti e vellutati, finale lungo e scorrevole.
N. bottiglie prodotte
2.500
Formato
0,75 lt

fine

di Tommaso Farina

Wine2wine, la maratona corre sul web

L'ormai tradizionale business forum veronese si è svolto in videoconferenza. Dalle conclusioni, emerge l'exploit della Gdo, che in epoca Covid conquista terreno sul campo dei vini di qualità, degli spumanti e anche dei rosati.

È stato un wine2wine Forum diverso, quello organizzato a Verona gli scorsi 23 e 24 novembre del 2020. Stevie Kim, direttore operativo di Vinitaly International, aveva in animo di arricchire il parterre business con lo svolgimento concomitante di wine2wine Exhibition, uno spazio espositivo collaterale che, nelle intenzioni, avrebbe dovuto fungere un po' da sostituzione in piccolo del Vinitaly 2020, che per le ben note ragioni non si è mai svolto. La seconda ondata del Coronavirus ha mandato tutto a carte quarantotto: l'esposizione fisica dei vini è stata annullata e convertita in ciclo di presentazioni e conferenze, e lo stesso Forum ha dovuto spostarsi sul digitale. Allo scopo, Veronafiere ha schierato un apparato informatico davvero ben congegnato: gli iscritti alle sezioni hanno potuto seguire gli approfondimenti in streaming, e anche fissare appuntamenti e colloqui d'affari tramite la piattaforma, che acquisiva dunque anche i caratteri di una specie di social network per professionisti del mercato vinicolo. La risposta degli operatori a questi sistemi a cui le circostanze ci hanno costretto è stata buona. Ciononostante, tutti si augurano che l'edizione 2021 di wine2wine, che a questo punto sarà l'ottava, si svolgerà consentendo a tutti di presenziare e interagire di persona. Del resto, il menù dell'edizione 2020 è stato come sempre pregnante, vista la partecipazione di sommelier, ricercatori, esperti di marketing, Master of Wine, rappresentanti di aziende da ogni angolo del globo.

Il focus sulla Grande distribuzione

Al mercato della Grande distribuzione organizzata era orientato uno degli incontri più interessanti, svoltosi peraltro non in seno al wine2wine Forum ma al ciclo di approfondimenti che impreziosivano la wine2wine Exhibition. Lunedì 23 novembre Luigi Rubinelli, giornalista ed esperto del mondo retail, ha presentato la tavola rotonda dal titolo "Vino e Grande distribuzione di fronte al cambiamento", appuntamento ormai quasi consuetudinario. Obbiettivo: presentare la ricerca Iri per Vinitaly sui primi 10 mesi del 2020, relativa ai consumi del vino. Responso? Secondo i dati aggiornati all'8 novembre scorso, le vendite di vino nella Grande distribuzione sono aumentate nel 2020 del 6,9% a valore, e del 5,3% a volume rispetto all'anno precedente. La crescita, sospinta dalle vendite eccezionali nel trimestre primaverile del lockdown e dalle chiusure di bar, ristoranti e affini, si è tradotta in una buona performance degli spumanti e dei vini Doc, e in una discreta progressione dei vini da tavola. I relatori hanno sottolineato gli aumenti dei vini di categoria medio/alta, con la crescita del 13,6% nella fascia di prezzo tra 7 e 10 euro e dell'8,7% nella fascia di prezzo tra 5 e 7 euro. Gli spumanti sono aumentati del 10,4%, nonostante il crollo nel mese di aprile. Sono cresciuti il vino comune (4,2% a volume) e il vino a Marchio del distributore che è aumentato, a valore,

dell'8,7% nel comparto vino e del 10,8% nel comparto spumante. I vini biologici, una categoria di nicchia nella Grande distribuzione, hanno confermato la stessa crescita del 2019: +12,5%, a volume. L'analisi dell'Iri ha altresì evidenziato un generale aumento dei prezzi (+1,4%) e calo delle promozioni (-3%). L'elemento determinante è stato l'andamento della pandemia: dopo la stabilizzazione del periodo estivo, le vendite di vino hanno ripreso a correre in coincidenza della seconda ondata, in ragione del +2,8% in ottobre e del +6,7% nelle prime due settimane di novembre.

Le nuove abitudini d'acquisto

Le linee guida che condizionano certi consumi sembrano essere quelle di salutismo, qualità, gratificazione e sostenibilità, ma anche di convenienza. Infatti, sono aumentati i vini di qualità a denominazione d'origine, ma nel contempo si sono registrate crescite anche per il vino comune da tavola: dunque, una forchetta che privilegia fasce alte e basse allo stesso modo. Infine, nei primi 10 mesi del 2020 sono aumentate del 122% le vendite di vino on line e del 200% quelle dei market di piccole dimensioni.

Una simile fotografia della realtà attuale in un anno tanto particolare non poteva non imporre, giocoforza, una riflessione sul futuro e sulle strategie da mettere in atto. Virgilio Romano, business insight director di Iri, proprio questo ha voluto fare: "In estate abbiamo registrato un ritorno dei consumatori alle consuete abitudini di acquisto. Ma il 2021 non potrà essere uguale al 2020. Certamente non potrà toccare gli stessi picchi di vendita, ma vedrà anche tanti consumatori fidelizzati agli acquisti da casa e agli acquisti on line come pure alle piccole superfici di vendita 'di prossimità'. Bisognerà saper decodificare i diversi segnali trasmessi dagli shopper".

Come si muovono i retailer

Dal canto loro, gli operatori economici coinvolti hanno confermato i trend esposti da Iri. Alessandra Corsi, direttore marketing dell'offerta e Mdd di Conad, ha enfatizzato soprattutto il dato dei vini di segmento premium e spumanti, promettendo di implementare innovazioni per il cliente: "In Conad crescono a doppia cifra i vini di qualità (Igp, Doc, Docg) mentre il vino comune ha arrestato la flessione degli anni passati. Nel campo degli spumanti è interessante notare la crescita della spumantizzazione di vini tipici del territorio. Stiamo lavorando per creare, nei nostri punti vendita, enoteche di concezione innovativa, che integreranno l'elemento fisico a quello digitale".

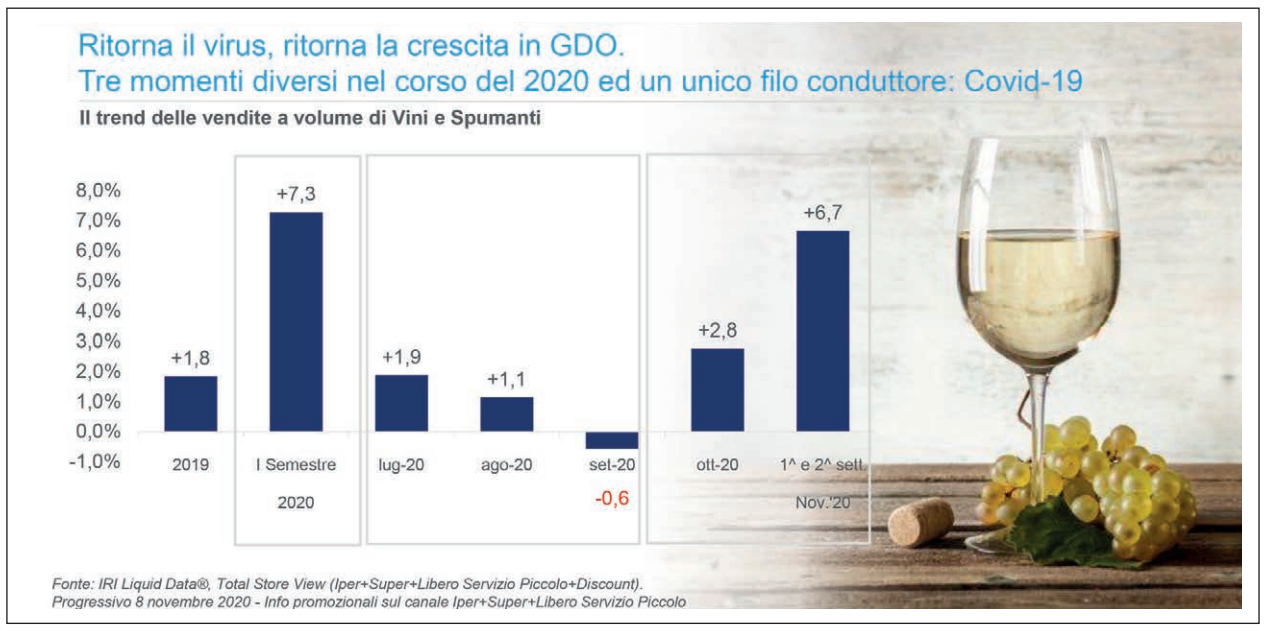
Anche Coop Italia è impegnata a migliorare informazione e comunicazione, come ha riferito Francesco Scarcelli, responsabile vini, birre e bevande alcoliche, fautore di una linea di promozioni da attuarsi con criterio rigoroso: "Stiamo formando figure professionali in grado di consigliare i consumatori sui vini in offerta e sull'abbinamento cibo vino. Quando possibile impieghiamo anche sommelier. I consumatori amano le promozioni, ma va detto che una promozionalità sana guida il consumo consapevole, mentre quella eccessiva fidelizza all'occasione ma non al prodotto".

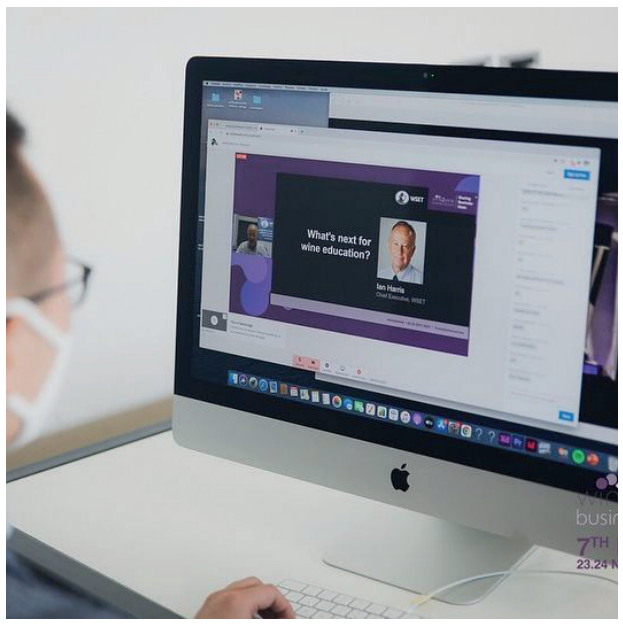
Carrefour, per bocca del suo responsabile beverage Gianmaria Polti, ha messo in luce la strategicità del momento per tutto il comparto di questo mercato, sottolineando il mutamento di vedute di molti fornitori, che prima giudicavano la grande distribuzione come figlia di un Dio minore: "L'emergenza della pandemia ha incrementato l'attenzione nei confronti della Gdo da parte di quelle cantine che storicamente erano presenti solo nel canale Horeca. Puntiamo a creare forti sinergie a livello locale, con un'attenzione particolare alle realtà dei fornitori regionali italiani".

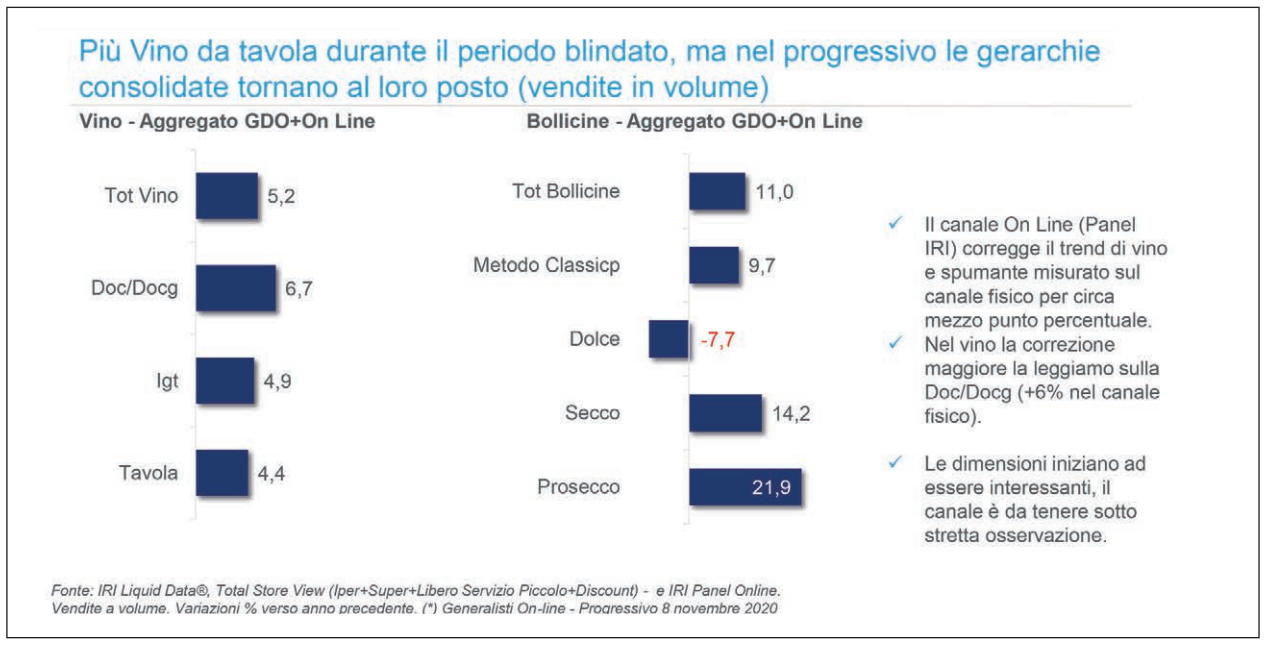
I rappresentanti delle insegne hanno evidenziato poi la crescita dei vini a marchio del distributore, le cosiddette private label, come non ha mancato di rimarcare Fabio Sordi, direttore commerciale del Gruppo Selex: "Per questi vini prevediamo una chiusura a fine anno con crescita a doppia cifra rispetto al 2019, con aumenti rilevanti nella fascia di prezzo superiore ai 6 euro. Registriamo anche l'aumento delle vendite del vino on line, con 2.492 referenze in offerta".

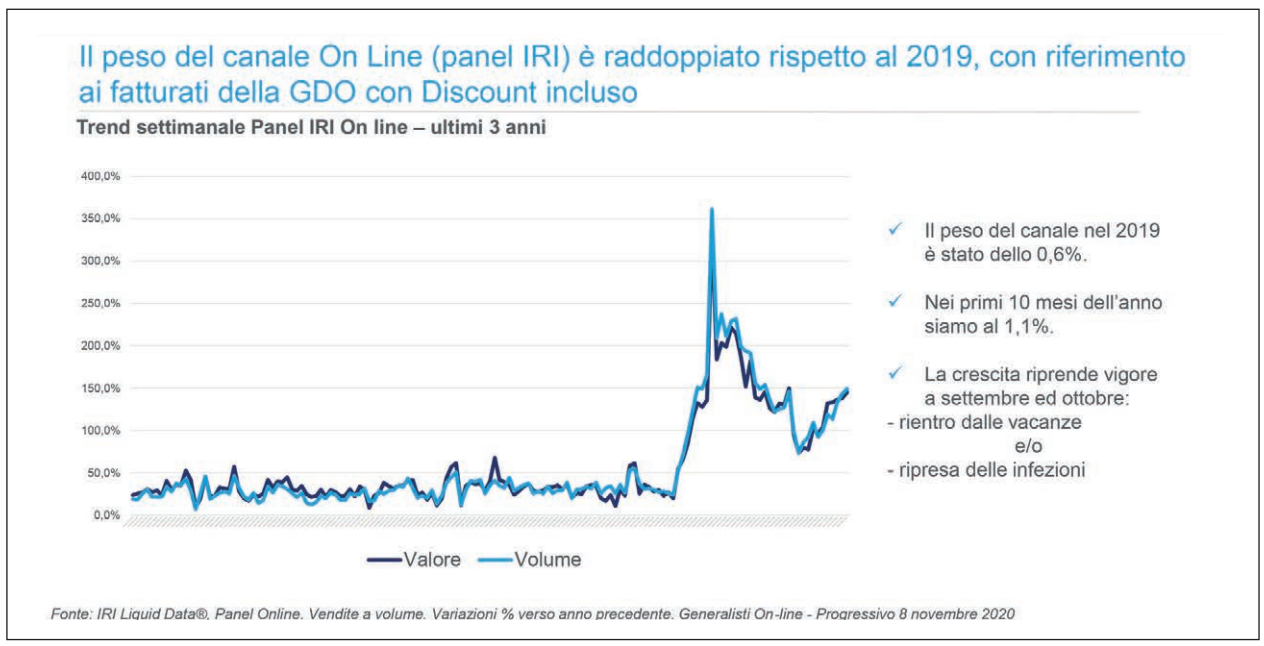
La strategia giusta è multicanale

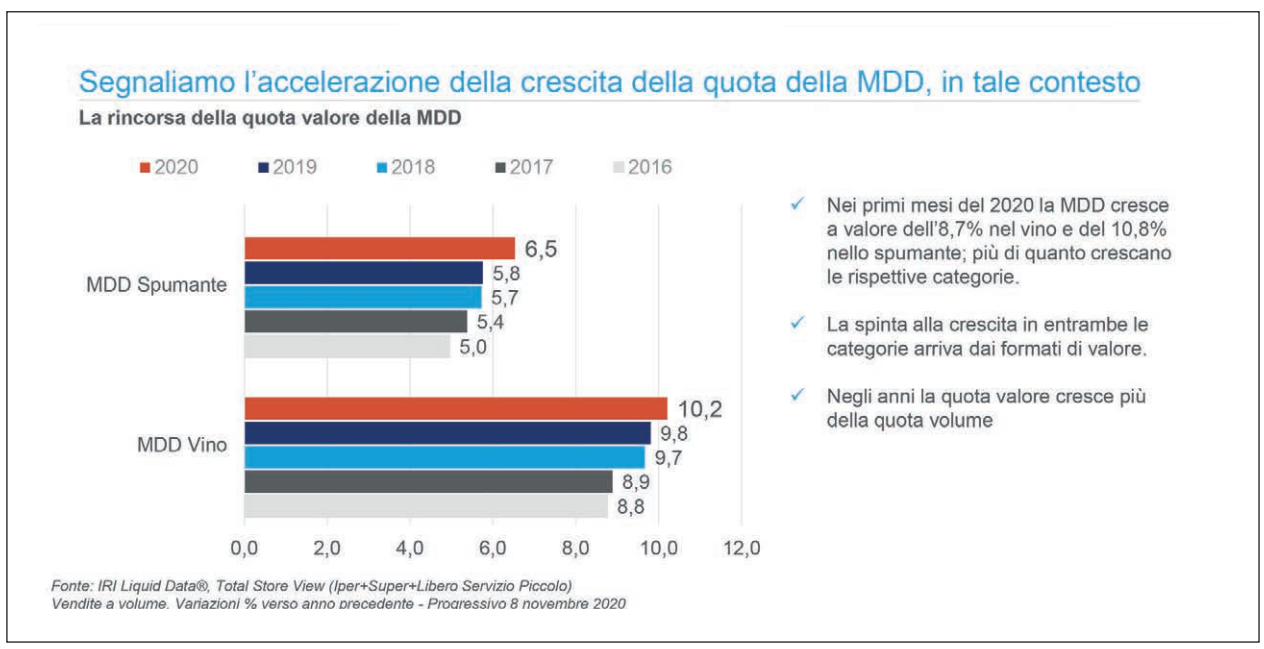
Alla tavola rotonda è intervenuto chi il vino lo fa, oltre a venderlo. Dunque anche Mirko Baggio, responsabile vendite canale Gdo Italia di Villa Sandi e rappresentante di Federvini: "La sfida del futuro per le cantine sarà quella di differenziarsi, per andare incontro ai cambiamenti richiesti dal mercato. Villa Sandi ha saputo differenziarsi negli anni, costruendo una proposta con marchi diversi e tipologie di prodotto diverse per affrontare una pluralità di mercati: off trade, on trade e on line, sia in Italia che nel mondo". Enrico Gobino, direttore marketing del Gruppo Mondodelvino Spa e rappresentante di Unione Italiana Vini, ha invece invitato a studiare attentamente i comportamenti dei consumatori: "Il modo di consumare si adatta alle limitazioni del momento. L'unica cosa alla quale non ci si può adattare è la diminuzione del potere d'acquisto. Nel nuovo contesto, la Gdo può operare come elemento virtuoso nel mercato del vino, creando una catena di valore. Le cantine devono disporre di una distribuzione multicanale: non esistono











canali di serie A e di serie B".

Nei supermercati spopola il rosa

Molte e molte altre sono state le videoconferenze succose di wine2wine, sia Forum che Exhibition. Un'istantanea dei consumi del vino rosè, per esempio, è stata fornita dalla tavola rotonda "L'Italia alla prova del Rosé, tra nuove bollicine e mercati", che ha presentato un'analisi di Wine Intelligence e Osservatorio del Vino by Unione Italiana Vini (Uiv), assieme a Rosautoctono-Istituto e Consorzio Valtenesi, quest'ultimo rappresentato da Mattia Vezzola, enologo nonché produttore di alcuni di quelli che molti ritengono i rosati migliori del Garda. E che si è concluso? Il Covid non sembra aver pregiudicato chissà che. Anzi, si sono registrate persino crescite. A dominare è la Gran Bretagna, il Paese con il maggior numero di amanti dei rosati (incremento dal 50% del 2019 al 52% a luglio 2020), seguita dalla Germania (dal 45% al 48%), Canada (stabile al 39%) e Usa (in crescita dal 35% al 37%). Secondo la relazione, gli acquirenti sono perlopiù donne, fanno acquisti soprattutto al supermercato (dato oltremodo interessante) e consumano il vino dalle due alle cinque volte a settimana. E guai a sottovalutare le giovani generazioni: sono i cosiddetti Millennial a guidare l'aumento dei consumi, sull'onda di una tendenza che li accomuna un po' in tutto il mondo.

Il boom del Pinot Grigio

"Da commodity a vino domestico: il successo del Pinot Grigio in Usa nell'era del lockdown": questo il titolo di un altro incontro, anch'esso imperniato su una rilevazione di Wine Intelligence e presenziato da Albino Armani, presidente Consorzio delle Venezie Doc. Proprio quest'ultimo consorzio ha promosso il convegno: del resto, proprio la zona Doc delle Venezie è quella che si identifica maggiormente col Pinot Grigio, producendo circa il 50% delle tirature mondiali dei vini realizzati con questo vitigno.

Nicholas Paris, director of global sourcing di un nome come E&J Gallo Winery, da vent'anni importa vino dall'Italia, e cominciò proprio con un'etichetta di Pinot Grigio: l'Ecco Domani. Ebbene: nell'epoca del Covid, le vendite di Ecco Domani in America sono schizzate in su del 300%. Perché? Prova a spiegarlo lui stesso: "In Usa, col Covid, in realtà molte persone hanno iniziato a comprare di più il vino. Ci siamo resi conto che non era un semplice desiderio di fare scorte: le persone bevevano di più, avevano voglia di consumo. Il Pinot Grigio è andato bene perché la gente lo conosceva, e si voleva affidare a marchi di cui si fidava. Non è un vino di lusso, ed è un vino versatile. Questo ne ha aiutato le performance". La tendenza sull'intero comparto vino è confermata da Wine Intelligence: negli Stati Uniti i consumi di vino da marzo 2019 ad agosto 2020 sono cresciuti del 19%, il tasso maggiore nei mercati sondati.

a cura di di Federica Bartesaghi e Tommaso Farina

Emilia Romagna

Da un punto di vista vinicolo, quando ci si occupa dell'Emilia Romagna si preferisce trattare Emilia e Romagna quasi come due regioni separate. È facile capire il perché: la pianeggiante Emilia è solitamente regno di vini mossi o frizzanti, comunque semplici, mentre in Romagna è il vino fermo a prevalere. In ogni caso, ambedue i territori sono caratterizzati da una varietà produttiva in grado di offrire dei vini capaci di interessare il consumatore a 360 gradi, dall'antipasto al dolce.

Partendo dall'Emilia, arrivando da Nord, è quasi ovvio cominciare citando i Colli Piacentini. Situati in stretta continuità territoriale col lombardo Oltrepò Pavese, i Colli che racchiudono le vallate dell'Arda, del Trebbia, del Nure e del Tidone, sono culla di una tradizione enologica in grado di non far rimpiangere i vicini. Su queste colline si possono trovare alcune vere e proprie esclusive: in primis, l'Ortrugo, un bianco frizzante dall'uva omonima, caratterizzato da profumi di erbe aromatiche e fiori di montagna, vivace e beverino, perfetto in accostamento ai salumi locali, come la coppa. Poi, il vino più famoso, il Gutturnio: un rosso da uve barbera e croatina, in cui l'acidità della prima si contrappone ai tannini vividi della seconda. Il Gutturnio si vinifica anche lui in versione mossa, ma esiste pure nella declinazione di vino fermo, e anzi molte aziende da anni ne hanno assodato le potenzialità anche dopo un buon periodo di affinamento in botte. Comunque, la Doc Colli Piacentini comprende davvero di tutto: Malvasia frizzante o spumante sia secca che dolce, Pinot Nero, Chardonnay e altro, tra cui alcune curiosità come il Monterosso Val D'Arda e il Trebbianino Val Trebbia.

Scendendo a Sud, incominciano i Lambruschi: Parma, Reggio Emilia e Modena sono le loro terre d'elezione, capaci di darci vini che, malgrado la matrice comune, sanno farsi molto diversi. Il Lambrusco reggiano, per esempio, sia esso sotto la Doc Reggiano oppure senza denominazione, tende a essere di colore più denso e scuro, spesso caratterizzato dall'aggiunta di piccole quote di uva ancellotta, un vitigno ricco di pigmento. A Modena, i vini saranno più colorati se a maggioranza di uva lambrusco salamino, mentre tenderanno allo scarico se ottenuti da lambrusco di Sorbara, che dà anche il nome a una notissima Doc: i Sorbara vengono spesso vinificati addirittura in rosato, mentre i lambruschi più scuri hanno quasi sempre un pizzico di residuo zuccherino in più.

Più avanti ancora, dopo la Doc Colli Bolognesi, denominazione di collina in cui si trovano i vini più ambiziosi dell'intera regione, incomincia la Romagna. In Romagna, il Sangiovese è il re. Il vino ottenuto dall'omonimo vitigno, l'autoctono più importante d'Italia, è da sempre notissimo per tradizione e anche per la pubblicità televisiva, al punto che a molti la parola Sangiovese ricorda anzitutto la Romagna, prima ancora che i grandi rossi toscani che hanno la stessa base. Gli altri grandi nomi sono quelli di due bianchi: l'Albana, che ha diritto alla Romagna Albana Docg, e il Trebbiano, più semplice ed elementare.

CA' DE' MEDICI
www.cademedici.it

La 'Remigio Medici e Figli' viene fondata a fine Ottocento e il suo successo viene sancito nel 1911 con l'attribuzione, all'Esposizione Internazionale di Roma, della Menzione d'onore e della Medaglia d'oro Croce al merito. Tra gli anni '60 e '80 l'azienda cambia nome in Ca' De' Medici e amplia i propri commerci all'estero ottenendo grandi successi soprattutto negli Stati Uniti, in Germania e in Belgio. Oggi la casa vinicola, giunta alla quinta generazione di famiglia, vanta rapporti commerciali in oltre 30 Paesi. A un secolo dalla fondazione, in occasione del Centenario della vittoria all'Expo di Roma e in onore del suo capostipite, Remigio Medici, Ca' de' Medici ha creato la linea 'Remiglio Family Lambrusco'.

GRASPAROSSA DEI COLLI DI SCANDIANO E CANOSSA DOC 'REMIGIO 100'
Vitigni
100% monovitigno di Grasparossa dei colli di Scandiano e Canossa
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Mono-fermentazione lunga (50 giorni) in autoclave partendo da mosto fiore.
Descrizione e principali note organolettiche
Lambrusco raffinato e dalla bollicina molto sottile, dedicato al fondatore. Sentori tipici di sottobosco e frutti di bosco. Un lambrusco sincero, quasi 'selvatico' sotto certi aspetti.
N. bottiglie prodotte
15mila
Formato
0,75 lt

REGGIANO LAMBRUSCO DOC 'PIAZZA SAN PROSPERO'
Vitigni
60% Lambrusco Salamino, 35% Lambrusco Montericco, 5% Ancellotta
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Rifermentazione lunga in autoclave. Metodo Charmat-Martinotti.
Descrizione e principali note organolettiche
Intenso profumo di frutti rossi (frutti di bosco, fragola, ciliegia). Spiccata acidità, ben bilanciata con un gusto persistente.
N. bottiglie prodotte
50mila
Formato
0,75 lt

LAMBRUSCO DELL'EMILIA IGT (CUVÉE) 'TERRA CALDA'
Vitigni
70% Lambrusco Salamino, 15% Malbo Gentile, 10% Ancellotta, 5% Cabernet Dell'Emilia
Zona di produzione
Reggio Emilia
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Rifermentazione lunga in autoclave con lieviti selezionati a 18°C
Descrizione e principali note organolettiche
Un lambrusco molto scuro, robusto. Forti note di frutti rossi, specialmente di lampone. La percentuale di cabernet ne aumenta il corpo rendendolo più rotondo al palato.
N. bottiglie prodotte
10mila
Formato
0,75 lt

CANTINE RIUNITE & CIV
www.cantineriunite.com

Il modello aziendale di Cantine Riunite & Civ, specializzata nella produzione di vini frizzanti territoriali quali Lambrusco, Pignoletto e Prosecco, si fonda su una base sociale composta da oltre 1.500 soci viticoltori e diverse cantine associate in Emilia Romagna e Veneto. La sede amministrativa è a Campegine, dove si trova anche uno degli stabilimenti produttivi. Le aree di vinificazione, le cantine conferitrici e gli stabilimenti produttivi sono collocati nelle zone Docg, Doc e Igt delle province di Reggio Emilia, Modena e Treviso. L'azienda detiene marchi come Riunite e Albinea Canali, Cantine Maschio e Maschio dei Cavalieri, Righi e Gaetano Righi.

RIGHI 'NOTTURNO' LAMBRUSCO DI MODENA DOC - SPUMANTE DRY
Vitigni
Lambrusco Grasparossa e Lambrusco Salamino
Zona di produzione
Vigneti collocati nelle province di Modena
Gradazione alcolica
10,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve sono sottoposte a una macerazione delle vinacce a 10°C per 2-3 giorni, segue pressatura soffice. Il mosto è fermentato a bassa temperatura (16-18°C) con lieviti selezionati. Spumantizzazione con metodo Charmat: in fase di presa di spuma in autoclave, la cuvée viene posta in rifermentazione a bassa temperatura (12°C). Segue la maturazione sulle fecce fini per circa 30 giorni in continua agitazione. L'elaborazione prosegue per altri 60 giorni al fine di accentuarne le caratteristiche di finezza e aromaticità. Previa stabilizzazione, lo spumante viene imbottigliato in via isobarica.
Descrizione e principali note organolettiche
La cura posta in fase di rifermentazione conferisce al vino un perlage fine e persistente e una spuma di colore rosso intenso. Il vino è di colore rosso rubino carico, caratterizzato da un aroma fruttato e sentori speziati. Un'acidità ben equilibrata a una struttura tannica importante, unitamente a un residuo zuccherino ben bilanciato, garantiscono pienezza di gusto e persistenza.
N. bottiglie prodotte
50mila
Formato
0,75 lt

RIGHI PIGNOLETTO DOC SPUMANTE BRUT
Vitigni
85% Grechetto Gentile, 15% vitigni complementari ammessi dal disciplinare
Zona di produzione
Vigneti di Modena e Bologna
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve sono sottoposte a vinificazione in bianco, con macerazione delle vinacce a 10°C per 12 ore e successiva pressatura soffice. Il mosto è fermentato a bassa temperatura (18-20°C) con lieviti selezionati. Spumantizzazione con metodo Charmat: in fase di presa di spuma in autoclave, la cuvée viene posta in rifermentazione a bassa temperatura (12°C) con lieviti selezionati. Segue una fase di maturazione sulle fecce fini per circa 30 giorni in continua agitazione. L'elaborazione prosegue per altri 60 giorni al fine di accentuarne le caratteristiche di finezza e aromaticità. Previa stabilizzazione, lo spumante viene imbottigliato in via isobarica.
Descrizione e principali note organolettiche
Il perlage è molto fine e persistente. Il colore è giallo paglierino scarico e il bouquet intenso, elegante e floreale, con note di frutta.
N. bottiglie prodotte
220mila
Formato
0.75 lt

RIUNITE 'CUVÉE 1950' REGGIANO LAMBRUSCO DOC
Vitigni
Lambrusco Marani, Lambrusco Salamino, Lancellotta
Zona di produzione
Provincia di Reggio Emilia.
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
Vino frizzante dal colore rosso intenso con riflessi violacei. Ha un gusto fresco, corposo e piacevole. Il profumo è fruttato di sottobosco con sentori di lampone, mora e fragola.
N. bottiglie prodotte
15mila
Formato
0,75 lt

segue

CANTINE 4 VALLI
www.fpwinegroup.it

L'amore per la terra e la passione per il vino hanno accompagnato le diverse generazioni delle famiglie Ferrari e Perini che, nel 1952, danno vita a Cantine 4 Valli. L'obiettivo, semplice quanto ambizioso, è rappresentare al meglio le caratteristiche e tipicità dei vini dei Colli Piacentini. La sede sorge a Montale, nel comune di Piacenza, su un'area di circa 5mila metri quadrati, 2mila dei quali coperti dallo stabilimento produttivo. Cantine 4 Valli è parte di F&P Wine Group, che comprende i marchi Il Poggiarello, 4 Valli, Perini&Perini, Borgofulvia, Costa Binelli.

GUTTURNIO DOC FRIZZANTE 'GLI SPAGHI' - IL POGGIARELLO

Vitigni
60% Barbera, 40% Bonarda
Zona di produzione
Colli Piacentini
Gradazione alcolica
12,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo una pigiatura soffice e una macerazione a temperatura di 23°C, il vino esaurisce la sua fermentazione lentamente a 18°C per mantenere inalterati gli aromi fruttati. Inizia quindi la rifermentazione in autoclave per completare con un delicato petillant la sua gradevole e rustica tipicità.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino brillante di varie intensità. Sapore consistente, fresco, giovane e persistente. Profumo ampio e fragrante con note di frutti di bosco.
N. bottiglie prodotte
150mila
Formato
0,75 lt

GUTTURNIO SUPERIORE DOC PERTICATO VALANDREA - IL POGGIARELLO

Vitigni
55% Barbera, 45%Croatina (Bonarda)
Zona di produzione
Colli Piacentin
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo la pigiatura, macerazione per alcuni giorni con rimontaggi giornalieri. Fermentazione con lieviti selezionati a temperatura di 28-30°C. Il vino è stato messo in barrique di secondo e terzo passaggio per 12 mesi. Assemblaggio, leggera chiarifica e filtrazione finale.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino intenso, profumo fresco e maturo al tempo stesso, con la frutta e il cuoio che si fondono. Sapore consistente e ricco di frutta, la potenza alcolica si fonde nel finale di legno e liquirizia.
N. bottiglie prodotte
30mila
Formato
0,75 lt

ORTRUGO DEI COLLI PIACENTINI DOC FRIZZANTE 'GLI SPAGHI' - IL POGGIARELLO

Vitigni
100% Ortrugo
Zona di produzione
Colli Piacentini
Gradazione alcolica
12% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Dopo una crio-macerazione pellicolare e la fermentazione con lieviti selezionati a temperatura di 16°C, il vino viene messo in autoclave dove una lenta rifermentazione completa la sua fragranza donandogli un delicato petillant.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore paglierino tendente al verdognolo, sapore delicato e caratteristico con retrogusto amarognolo, profumo intenso, molto fresco, con sentori di menta e fiori freschi.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

DUE TIGLI
www.sancrispinovino.it

LA FACCIA AMICA DI SANCRISPINO

Il popolare vino commercializzato da Due Tigli si affida ancora a Cesare Bocci per la campagna promozionale televisiva. Proponendo al contempo alcune novità: il vino e l'aperitivo in lattine da 200 ml, dedicati ai giovani.

Squadra che vince non si cambia. Anche nel 2021 Sancrispino, il brand più famoso di Due Tigli, società commerciale della cooperativa agricola romagnola Terre Cevico, in televisione verrà presentato dal volto simpatico e rassicurante di Cesare Bocci.

L'attore marchigiano, da sempre dichiarato amatore del vino anche da un punto di vista culturale, è ritornato a essere protagonista degli spot televisivi del Sancrispino, in un ruolo che aveva già ricoperto con sicuro successo negli anni scorsi. "Oggi più che mai abbiamo bisogno di sentire che la vita continua e che è giusto celebrarla ogni giorno": questo il senso della nuova pubblicità, realizzata insieme alla casa di produzione FilmGood, con l'apporto del famoso regista Luca Lucini. Lo spot si è già visto sulle emittenti Rai e Discovery, in un primo flight che è durato dal 20 dicembre 2020 fino al 9 gennaio scorso.

Il senso delle brevi scene e il messaggio che vogliono veicolare è chiaro: Sancrispino è l'abbinamento perfetto alle emozioni di tutti i giorni. I filmati partono da un interno di convivialità, come un pranzo informale tra amici, una rivelazione di gioia tra ragazze e la riunione appassionata tra amici intorno a una partita di calciobalilla, per terminare con un esterno nel vigneto, la grande tavolata tra amici. Obiettivo: raccontare il sapore della vita, vissuto però attraverso gli occhi dei consumatori, che scelgono Sancrispino per la tavola di tutti i giorni o per celebrare l'amore e l'amicizia.

Per questi racconti vivaci e capaci di esprimere l'identità più autentica del brand, è stata dunque confermata l'interpretazione di Cesare Bocci: bravissimo attore ma, ancora prima, persona autentica. Il testimonial guida con la sua voce suadente e amichevole le azioni che si susseguono fino alla scena dell'allegra tavolata finale. A completare il tutto è stata scelta una colonna sonora d'eccezione: "Can't take my eyes off you". Grazie al famoso ritornello "I love you baby", lo spettatore si trova subito coinvolto nel clima di festa, e può sperimentare quasi in prima persona i valori del brand.

Oltre alla conferma di una certezza di sicuro appeal come quella di Cesare Bocci, Due Tigli però non poteva mancare di proporre qualche novità inedita nel suo repertorio. Anzitutto, il Sancrispino Frizzante in lattina. Due Tigli si è proposta di combattere gli atavici pregiudizi nei confronti di questo contenitore proponendo un rosso e un bianco, ambedue frizzanti, e caratterizzando la lattina d'alluminio con una grafica altrettanto frizzante e giovanile. Del resto, proprio ai giovani è rivolto il nuovo Sancrispino: la versione in lattina ben si accosta all'esuberanza tipica del divertimento di gruppo, per i ragazzi che cercano novità e seguono le mode.

I punti di forza di questo formato sono legati alla qualità, con un buon vino frizzante bianco e rosso, fresco e piacevole, ma anche alla praticità d'uso della lattina, che la rendono perfetta per il consumo, con comodità e in tutta sicurezza, in luoghi aperti come parchi, spiagge e barche, oppure durante le grigliate in giardino o nelle feste. Si tratta di un pack monodose, con una battuta di cassa piuttosto bassa, per un piccolo formato da soli 200 ml, che può rappresentare una porzione singola perfetta. La lattina può essere inoltre un'opportunità di ampliare i consumi del vino nel mercato attuale senza cannibalizzare le vendite del vino in bottiglia, ma andando piuttosto a sostituire altre bevande come la birra in lattina.

Visto il target di riferimento, i social media avranno un ruolo importante nel promuovere la conoscenza del vino in lattina, e Sancrispino ha preparato un piano di comunicazione sul canale digitale, che parte dal sito web e si diffonderà sui principali social network come Facebook, Instagram e Youtube.

Un altro prodotto dallo spirito simile, fresco e giovane, è rappresentato da Spritz Mix e Bellini Mix, aperitivi frizzanti pronti da bere, anche loro in lattina da 200 ml. Vivaci, freschi e leggeri, comodi e pratici da utilizzare, gli aperitivi sono costituiti da una base di vino aromatizzata alla frutta. Una novità cool, un rituale per ogni occasione, per gli aperitivi più buoni e gustosi del momento, da preparare e bere in casa propria e fuori casa. Piacevoli, facili, gustosi e frizzanti.

CHIARLI
www.chiarli.it

Un secolo e mezzo di vini, la stessa famiglia, milioni di bottiglie prodotte. Nel 2000, a 140 anni dalla fondazione, i fratelli Chiarli hanno dato vita a una nuova modernissima cantina all'interno degli edifici che formano il complesso di Villa Cialdini, storica tenuta di famiglia sita a Castelvetro, in provincia di Modena. Qui la tecnologia più avanzata, usata sempre nel rispetto delle specificità delle singole varietà, consente di esprimere massimi livelli qualitativi ai vini da uve Sorbara, Grasparossa e Pignoletto.

VECCHIA MODENA NERO, LAMBRUSCO DI MODENA DOC ABBOCCATO
Vitigni
50% Lambrusco Grasparossa e 50% Lambrusco Salamino
Zona di produzione
Lambrusco Doc, provincia di Modena
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Metodo Charmat, rifermentazione a freddo in autoclavi in acciaio a tenuta di pressione.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino, spuma di colore violaceo. Sentori di frutti rossi come prugne e more. Morbido, leggermente tanninico e fresco.
N. bottiglie prodotte
180mila
Formato
0,75 lt

VECCHIA MODENA ORIGINALE, LAMBRUSCO DI MODENA DOC SECCO
Vitigni
100% Lambrusco di Sorbara
Zona di produzione
Lambrusco di Sorbara Doc, provincia di Modena
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Metodo Charmat, rifermentazione a freddo in autoclavi in acciaio a tenuta di pressione.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso chiaro brillante, sentori di frutti di bosco come ribes e lampone, spiccata freschezza e sapidità.
N. bottiglie prodotte
450mila
Formato
0,75 lt

VECCHIA MODENA PIGNOLETTO LEGATO SPAGO, PIGNOLETTO DOC FRIZZANTE
Vitigni
100% Pignoletto
Zona di produzione
Lambrusco Pignoletto Doc, provincia di Modena
Gradazione alcolica
11% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Metodo Charmat, rifermentazione a freddo in autoclavi in acciaio a tenuta di pressione.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore giallo chiaro paglierino. Sentori fiori bianchi. Spiccata aromaticità e rotondità.
N. bottiglie prodotte
450mila
Formato
0,75 lt

CAVIRO
www.caviro.it
www.vignetiromio.it

Caviro nasce nel 1966 a Faenza, nel cuore dell'Emilia Romagna, per valorizzare le uve dei soci in una terra ricca di identità e ad alta vocazione vinicola. Oggi, a distanza di 50 anni dai primi conferimenti, il Gruppo esporta in oltre 70 Paesi e rappresenta, con la realtà Caviro Sca, la prima azienda per volumi di vino prodotti del nostro Paese. Per la linea Romio, Caviro ha selezionato con cura i viticoltori romagnoli più esperti e i vitigni migliori, affidandosi a cantine che affiancano ai processi produttivi più moderni l'esperienza maturata da generazioni. Ogni bottiglia racconta un pezzo di storia della Romagna, così come il vino che contiene.

VIGNETI ROMIO ROMAGNA DOC SPUMANTE BIANCO EXTRA DRY
Vitigni
75% Trebbiano, 20% Chardonnay, 5% Famoso
Zona di produzione
Romagna
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
La vinificazione avviene attraverso una soffice pressatura per separare la parte solida dal solo mosto liquido limitando la macerazione sulle bucce e il contatto con l'aria per evitare eccessive ossidazioni e viraggio del colore. La fermentazione a temperatura controllata di 15-18°C permette di sviluppare aromi fruttati e floreali. La presa di spuma avviene in autoclave a temperatura e pressione controllata per circa 30 giorni, dando origine al tipico perlage dello spumante e a tutte le note terziarie ricercate di questo vino.
Descrizione e principali note organolettiche
Giallo vivace e brillante, al naso rivela note fruttate di agrumi e frutti esotici che affiancano sentori floreali per un assaggio preciso, netto ed elegante. Fresco e sapido al palato, il perlage è fine e piacevole.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

VIGNETI ROMIO ROMAGNA DOC SANGIOVESE SUPERIORE RISERVA
Vitigni
85% Sangiovese, 15% Syrah
Zona di produzione
Romagna
Gradazione alcolica
14% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve di Sangiovese destinate a diventare riserva vengono raccolte manualmente tra metà settembre e inizio ottobre. La vinificazione in rosso prevede diraspatura, soffice pressatura e fermentazione a temperatura controllata di 25°C, seguita da frequenti rimontaggi e delestage sulle bucce per favorire la dissoluzione dei composti antocianidici. L'affinamento prevede una fermentazione malolattica con batteri selezionati, per conferire al palato morbidezza ed eleganza, per un periodo minimo di 12 mesi in barrique.
Descrizione e principali note organolettiche
Rosso rubino molto intenso, con sentori tipici di ciliegia e mora seguiti da note dolci vanigliate e speziate. Al palato è complesso e avvolgente con un'acidità equilibrata. Finale molto lungo, elegante e caldo.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

VIGNETI ROMIO ROMAGNA DOC TREBBIANO
Vitigni
85% Trebbiano, 15% altre varietà a bacca bianca
Zona di produzione
Romagna
Gradazione alcolica
12% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Le uve sono vinificate in bianco, attraverso una lieve pressatura per separare la parte solida dal mosto liquido ed evitare la macerazione sulle bucce. La fermentazione avviene a temperatura controllata di 12-15°C seguita da attività di chiarifica che conferiscono aromi freschi e floreali sviluppando un'acidità gradevole al palato. La vinificazione termina a fine marzo in vasche termo condizionate.
Descrizione e principali note organolettiche
Si presenta con un colore giallo paglierino deciso e riflessi tendenti al verde. Al naso rivela profumi floreali delicati e persistenti dove prevale la nota di mela seguita da fiori di acacia. Al palato è fresco, minerale e sapido.
N. bottiglie prodotte
100mila
Formato
0,75 lt

segue

CANTINA VALTIDONE
www.cantinavaltidone.it

La realtà cooperativa di Borgonovo Valtidone (Piacenza), con i suoi 53 anni di attività, 220 soci e 90mila quintali di uva conferiti ogni anno, è una delle grandi aziende vitivinicole del comprensorio dei Colli Piacentini. La produzione comprende i più noti vini del territorio e spazia dal Gutturnio al Barbera, dal Bonarda al Pinot Grigio, dal Malvasia al Chardonnay, dal Sauvignon al Pinot Nero e all'Ortrugo.

UNIC'O - ORTRUGO DEI COLLI PIACENTINI BRUT VINO SPUMANTE DOC

Vitigni
100% Ortrugo
Zona di produzione
Colline della Val Tidone
Gradazione alcolica
11,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vinificazione in bianco con pigiatura soffice. Prima fermentazione in tini d'acciaio a bassa temperatura (18°C) per mantenere intatti i profumi. Presa di spuma in autoclave col metodo Martinotti-Charmat. Passaggio in bottiglia senza perdita di pressione (imbottigliamento isobarico).
Descrizione e principali note organolettiche
Spuma bianca, perlage fine, continuo, persistente. Profumo delicato ma bene espresso, con sentori di frutta bianca, fiori di campo e pane biscottato. Sapore asciutto, pulito e garbato, con un bel fondo fruttato che si sofferma giustamente in bocca.
Formato
Bottiglie Spumante Plavis 0,75 lt

PODERI DAL NESPOLI - MONDODELVINO
www.poderidalnespoli.com

Poderi dal Nespoli si trova nella Valle del Bidente, sulle colline forlivesi, a circa 177 mt sul livello del mare. Storico crocevia tra gli Appennini, la Romagna e la Toscana, offre luoghi d'interesse naturalistico come il Parco delle Foreste Casentinesi e caratteristiche pedoclimatiche eccellenti per la produzione di vini di alta qualità. La tenuta fa parte del gruppo Mondodelvino, insieme ai marchi: Cuvage, Acquesi, Ricossa e Barone Montalto.

NESPOLINO RUBICONE IGT TREBBIANO CHARDONNAY

Vitigni
50% Trebbiano, 50% Chardonnay
Zona di produzione
Valle del Bidente
Gradazione alcolica
12% vol.
Descrizione e principali note organolettiche
Fresco e beverino, dal colore giallo paglierino con leggere sfumature tendenti al verde. Al naso le note agrumate del Trebbiano si fondono con gli aromi più maturi dello Chardonnay, come frutta esotica quale ananas, papaya e mango. Il tutto in una complessiva sensazione di piacevole equilibrio.
N. bottiglie prodotte
80mila
Formato
0,75 lt

NESPOLINO RUBICONE IGT SANGIOVESE MERLOT

Vitigni
70% Sangiovese, 30% Merlot
Zona di produzione
Valle del Bidente
Gradazione alcolica
13.5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Affinamento del Merlot in barrique.
Descrizione e principali note organolettiche
Dal colore rosso rubino intenso, è un vino morbido e piacevole grazie anche all'affinamento del Merlot in barriques di legno. Predominano sentori di ciliegia e viola tipici del Sangiovese, uniti alle note erbacee e di cioccolato del Merlot. Asciutto, armonico ed equilibrato nella struttura.
N. bottiglie prodotte
80mila
Formato
0,75 lt

MONTE DELLE VIGNE
www.montedellevigne.it

Monte delle Vigne affonda le sue radici sulle colline che, dalla Pianura Padana, portano alle vette più alte dell'Appennino Tosco-Emiliano. L'antico percorso seguito dai pellegrini fa da spartiacque tra i vigneti a bacca bianca di Malvasia e Sauvignon esposti a Est e quelli a bacca rossa di Barbera, Croatina e Lambrusco esposti a Ovest. Intervallate da siepi e da boschi, alcune aree semi pianeggianti ospitano Merlot e Chardonnay. Al centro, nel cuore della proprietà, la nuova cantina ipogea che permette la pigiatura gravitazionale.

CALLAS EMILIA IGT

Vitigni
100 % Malvasia di Candia aromatica
Zona di produzione
Collecchio, Parma
Gradazione alcolica
13,5% vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Vendemmia con raccolta manuale con selezione dei grappoli. Fermentazione a 18°C della durata di 20 giorni circa. Affinamento di sei mesi in acciaio con bâtonnage.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore giallo paglierino carico con riflessi verdognoli. Bocca di ottima struttura, morbida ed equilibrata con aromi intensi e bene espressi. Naso ampio e intenso, su note floreali di violetta bianca e biancospino.
N. bottiglie prodotte
23mila
Formato
0,75 lt

NABUCCO EMILIA IGT

Vitigni
70% Barbera, 30% Merlot
Zona di produzione
Collecchio, Parma
Gradazione alcolica
14,5 % vol.
Caratteristiche di vinificazione e/o invecchiamento
Fermentazione a temperatura controllata sotto i 32°C per 40 giorni con macerazione sulle bucce. Affinamento di 12 mesi in barriques di rovere francese di Allier, segue affinamento in bottiglia di tre anni.
Descrizione e principali note organolettiche
Colore rosso rubino carico con riflessi violacei. Al palato è un vino di grande struttura, avvolgente ed equilibrato, fruttato, con tannini morbidi e setosi. Naso ampio e intenso, su note di frutta rossa, liquirizia e sottobosco.
N. bottiglie prodotte
42mila
Formato
0,75 lt

fine

di Federica Bartesaghi

Benvenuti al Nord

Una guida dell'Ice Agenzia offre un quadro dettagliato del mercato delle bevande alcoliche in Norvegia. Dove a fare i bello e il cattivo tempo, per privati e aziende, è il monopolio di stato. E dove l'Italia è il primo fornitore di vini rossi e spumanti.

Per vendere alcolici in Norvegia, la sola strada perseguibile passa dall'unico organismo statale autorizzato alla vendita al dettaglio di questi prodotti in regime di monopolio: il Vinmonopolet. La sua area di competenza va dalle birre con gradazione superiore al 4,75% fino ai superalcolici e si estende a tutto il territorio norvegese. Controlla infatti oltre l'80% delle vendite di bevande alcoliche del Paese.

Nel 2019, come riporta una Guida al mercato norvegese pubblicata dall'Ice Agenzia, il Vinmonopolet ha venduto 82,5 milioni di litri di bevande alcoliche, in aumento di 500mila litri rispetto al 2018, generando ricavi per un valore di 1,4 miliardi di euro. Si tratta, in dettaglio, di 67,5 milioni di litri di vino, 11 milioni di litri di superalcolici e 600mila litri di birra a gradazione alcolica superiore al 4,75%. Il 2020, dal canto suo, è stato un anno anomalo per gli acquisti di alcolici del Paese, ma nel complesso molto lucrativo per il Vinmonopolet, che ha visto crescere del 100% le vendite nella regione di Viken e del 70% in altre regioni. Il motivo è presto detto: la chiusura dei confini con i Paesi limitrofi, dove i dazi doganali sono più bassi - vedi Svezia e Danimarca - ha costretto i consumatori norvegesi ad acquistare vino e alcolici al monopolio di stato invece che 'migrare' oltreconfine. Il fisco norvegese impone infatti imposte molto elevate sugli alcolici per ridurne i consumi. Tali imposte fanno sì che la Norvegia (insieme all'Islanda) abbia le bevande alcoliche con i prezzi più alti d'Europa. Ciononostante nella prima metà del 2020, secondo i dati Ice, si è registrato un aumento notevole dei consumi: +34% il vino, +22% la birra, +23% i superalcolici. Nel segmento vini, la vendita dei bianchi è praticamente raddoppiata, mentre i rossi registrano incrementi tra il 20 e il 30%. Ottime anche le performance dei prodotti italiani, in tutte le categorie: +32% i rossi, +37% i bianchi, +17% i frizzanti e +50% i rosé.

Il mercato norvegese del vino

Posizionamento dei principali paesi produttori di vino

Guardando alla ripartizione della domanda tra i principali Paesi produttori, l'Italia si conferma leader del mercato norvegese per volumi di vino venduti (19,4 milioni di litri nel 2019, in calo di 300mila litri sul 2018), pari a circa un terzo dei litri venduti da Vinmonopolet. Segue, a una certa distanza, la Francia, con 15,6 milioni di litri (+3 milioni sul 2018). Più in generale, il mercato norvegese dei vini presenta un'elevata concentrazione dal punto di vista geografico: l'84% dei litri venduti nel 2016 proveniva infatti dai primi cinque Paesi produttori: Italia, Spagna, Francia, Cile, Australia.

Il posizionamento dei Paesi nei singoli segmenti è molto diversificato: l'Italia è prima con i rossi e i frizzanti, seconda con i rosé e terza con i bianchi. Insieme alla Francia, l'Italia è l'unico Paese a occupare uno dei primi tre posti in ciascuno dei quattro segmenti individuati.

Preferenze nei consumi

Con una quota di mercato del 38% sulle vendite totali, l'Italia continua a mantenere il suo ruolo di leader nella categoria dei vini rossi. Nel 2019, le vendite di vini rossi italiani hanno raggiunto i 14,5 milioni di litri, di cui 5 milioni di litri di provenienza veneta. Le vendite di vini rossi francesi, nello stesso periodo, ammontavano a 5,1 milioni di litri.

Sebbene il vino rosso continui a rappresentare la bevanda alcolica preferita dalla popolazione norvegese (60% del consumo totale di vino), è cresciuto molto nell'ultimo periodo l'apprezzamento per bianchi, frizzanti e rosé. Per i vini frizzanti, l'Italia è in testa alla classifica dei paesi importatori, con 2,5 milioni di litri nel 2019, pari al doppio della Francia che, tuttavia, ha incrementato le vendite del 17% tra il 2018 e il 2019. Anche i vini frizzanti spagnoli hanno registrato un aumento delle vendite pari al 5%.

Cresce nel Paese la richiesta di vino bianco italiano, anche se le grandi denominazioni tedesche e francesi restano saldamente in testa al ranking dei consumi. Si aggiudicano crescenti quote di mercato i vini bianchi provenienti da altri Paesi europei - come Portogallo (+24% tra 2018 e 2019) e Ungheria - e da Paesi extra-europei come Nuova Zelanda, Sud-Africa e Argentina.

L'unica nota negativa è rappresentata dai vini rosé che, negli ultimi anni, hanno visto l'Italia perdere quote di mercato a vantaggio della Francia.

Formati e materiali: plastica e bag in box

A causa della pesante tassazione cui sono soggette le bevande alcoliche, la domanda norvegese di vini si caratterizza per un forte peso dei bag in box, ovvero i brick da tre litri. Le ragioni di questa predilezione sono anche di carattere pratico: i consumatori norvegesi devono andare nelle rivendite del monopolio per comprare gli alcolici, e quindi per ottimizzare tendono ad acquistarne volumi maggiori.

Una menzione particolare va poi alla plastica, materiale meno energivoro rispetto al vetro in fase produttiva e di più facile trasporto (la differenza nelle emissioni di gas per bottiglia corrisponde a 10 chilometri in auto). Sulla base di queste considerazioni, nel 2020 il Vinmonopolet ha deciso di introdurre sul mercato bottiglie di plastica per il vino, che possono essere riciclate tramite il sistema della plastica a rendere in appositi contenitori collocati nei supermercati, che restituisce ai consumatori 0,3 euro per bottiglia.

segue

Il Vinmonopolet

Uno dei principi cardine della politica norvegese per quanto concerne la vendita di bevande alcoliche è la rimozione delle logiche di profitto privatistiche nell'esercizio di un'attività.
Per questa ragione le autorità norvegesi hanno deciso l'istituzione di un monopolio pubblico per la vendita al dettaglio degli alcolici, gestito attraverso una società statale denominata Vinmonopolet (www.vinmonopolet.no). Il Vinmonopolet conta una rete di 323 negozi specializzati nella vendita di bevande alcoliche capillarmente diffusi sull'intero territorio nazionale, in misura proporzionale alla distribuzione della popolazione e al consumo di bevande. La società impiega più di 3mila dipendenti e ha un catalogo di oltre 20mila prodotti (dati 2018-2019). Il limite di età per l'acquisto di alcolici con gradazione fino al 22% è 18 anni, mentre è 20 anni per alcolici di gradazione superiore. È inoltre proibita nel Paese ogni tipo di pubblicità di bevande alcoliche.
Nel 1994 il regime di monopolio norvegese è stato dichiarato contrario alle norme Efta (l'associazione europea di libero scambio). Di conseguenza nel 1996 l'Efta ha proibito al Vinmonopolet il monopolio sull'importazione e l'ingrosso, aprendo il business a grossisti e privati. Il Vinmonopolet è stato a questo punto diviso in due, con la creazione della società per azioni statale Arcus. Quest'ultima ha rilevato tutte le attività di importazione e all'ingrosso detenute da Vinmonopolet, nonché il diritto esclusivo di produzione di alcolici e imbottigliamento. Vinmonopolet ha quindi oggi solamente il monopolio sulla vendita al dettaglio e non può avere contatti diretti con i grossisti.

Accordi di fornitura

In base alla 'Legge sulle licenze per la vendita di bevande alcoliche' solo le società registrate presso il Direttorato norvegese per le Dogane e l'amministrazione fiscale, e quelle in possesso di regolare licenza per la produzione di bevande alcoliche (da richiedere al Direttorato per la Salute) possono richiedere al Vinmonopolet di sottoscrivere un accordo-quadro di fornitura e ottenere una licenza d'importazione. All'atto della richiesta di sottoscrizione dell'accordo, il grossista-importatore dichiara di accettare integralmente le clausole contrattuali stabilite dal Vinmonopolet. Che vertono, in particolare, su tempi e condizioni di consegna della merce molto stringenti. Il grossista-importatore deve essere infatti in grado di fornire, nei tempi prestabiliti, l'intera rete del monopolio, accollandosi i rischi e il costo del trasporto fino al punto vendita. Ciò ha favorito nel tempo la delega dell'attività distributiva ad aziende specializzate. Il 99% della distribuzione delle bevande alcoliche è oggi effettuato da poche società. I grossisti-importatori con cui il Vinmonopolet ha accettato di sottoscrivere un accordo erano 619 nel 2020.

Procedure d'acquisto

Vinmonopolet lancia nuovi prodotti sei volte all'anno - in gennaio, marzo, maggio, luglio, settembre e novembre. Le procedure d'acquisto sono complesse e volte ad assicurare un assortimento sempre aggiornato. Tramite comunicati stampa Vinmonopolet richiede la presentazione di vini particolari o provenienti da Paesi o aree specifiche. Una volta definiti i prodotti, viene elaborato un piano di lancio per i successivi sei mesi. Sulla base delle specifiche del prodotto nel piano di rilascio, Vinmonopolet organizza gare d'appalto aperte rivolte ai grossisti. I campioni di vini vengono testati alla cieca da una giuria. La scelta avviene sulla base di: qualità sensoriale, rapporto qualità/prezzo, capacità di garantire le

Analisi dei consumi per tipologia

Categoria	2018	2019
Vino	**66.984.818**	**67.161.008**
Vino rosso	38.684.022	38.580.980
Vino bianco	19.062.606	19.030.134
Vino frizzante	5.211.539	5.494.954
Vino rose'	2.792.987	2.754.762
Vino perlato	676.57	677.652
Vino aromatico	285.208	321.168
Sidro	213.364	235.703
Vino di frutta	58.521	65.654
Superalcolici	**11.222.493**	**11.409.343**
Vodka	3.321.463	3.354.002
Liquore	1.384.514	1.424.073
Grappa e simili	1.485.138	1.417.111
Whisky	1.341.422	1.373.399
Acquavite	1.296.817	1.330.132
Altro	749.227	78.542
Bitter	656.064	655.952
Gin	554.554	596.463
Neutrale	181.475	215.096
Rom	172.284	177.342
Alcolici a base di frutta	64.867	66.646
Genever	14.668	13.708
Birra	**2.766.736**	**2.947.806**
Alcopops*	**551.659**	**595.849**
Vino ad alta gradazione	**480.507**	**477.582**
Totale in litri	**82.006.213**	**82.591.587**

Vini piu' venduti nel 2020 in Norvegia*	Tipo	Provenineza	Regione	Litri
Marqués de Nombrevilla Garn.	Rosso	Spagna	Aragona	381114
Falling Feather Ruby Cabernet	Rosso	USA	California	352773
TommasiGraticcio Appassionato	Rosso	Italia	Veneto	259173
Gato Negro Cabernet Sauvignon	Rosso	Cile	Central Valley	224397
Castelforte Rosso Veneto	Rosso	Italia	Veneto	179928
ViñaMaipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon	Rosso	Cile	Central Valley	164742
Pietro di Campo Silenzio Barbera	Rosso	Italia	Piemonte	160377
Ruby Zin	Rosso	USA	California	159525
EscadaTouriga Nacional	Rosso	Portogallo	Lisbona	155058
ViñaMaipo Mi Pueblo SauvBl	Bianco	Cile	Central Valley	143880

*Questi vini sono tra i più economici dell'assortimento del monopolio. Il loro prezzo si aggira sui 9-13 euro alla bottiglia. In molti casi si possono anche acquistare come bag in box.

DOVE ACQUISTARE ALCOLICI IN NORVEGIA

La vendita di bevande alcoliche in Norvegia è strettamente regolamentata e sottoposta a una pesante tassazione. L'acquisto di alcolici è consentito esclusivamente attraverso i seguenti canali:

1. Grande distribuzione organizzata: è permessa solo la vendita di birre con gradazione inferiore a 4,75%.
2. Vinmonopolet: vendita al dettaglio in regime di monopolio delle bevande alcoliche (dalle birre con gradazione superiore al 4,75% fino ai superalcolici) in tutto il territorio norvegese.
3. Hotel, ristoranti e catering (Horeca): la vendita delle bevande alcoliche è consentita soltanto a seguito di concessione di licenza da parte del ministero della Salute norvegese.
4. Duty free presso i terminal portuali e aeroportuali: la gestione dei punti duty free è affidata a grandi gruppi internazionali che procedono all'acquisto cumulativo per tutta la rete. Le imposte sulle vendite di alcolici ammontano a circa il 54% del valore.

Dati di Vinmonopolet per il 2018 e 2019. I dati non comprendono il consumo di bevande come succhi di frutta, bibite analcoliche, latte, birra a bassa gradazione alcolica, ecc.

consegne. Il Vinmonopolet acquista cinque distinte categorie di prodotti: Assortimento base, Assortimento a lotti, Assortimento su ordinazione, Assortimento per tasting, Assortimento aggiuntivo. Nelle prime due categorie sono presenti le bevande acquistate dal Vinmonopolet attraverso gare d'appalto stabilite in base a piani promozionali e di sviluppo semestrali, e dunque ufficialmente inserite nel catalogo. Il testo delle gare d'appalto è pubblicato in un portale dedicato ai fornitori qualificati. Questi ultimi sono chiamati a presentare proposte in linea con le specifiche del bando (tipologia di vino, provenienza geografica, ripartizione delle uve e prezzo) nelle scadenze prestabilite. I campioni rispondenti a tali requisiti sono ammessi a una selezione, consistente generalmente in blind tasting condotti da un panel di esperti chiamati ad esprimere un giudizio qualitativo e di congruenza di prezzo. Una volta selezionato, il Vinmonopolet si impegna a tenere il prodotto nel suo catalogo per almeno 12 mesi (Assortimento base). Talvolta il monopolio si riserva la facoltà di limitare la quantità acquistata di alcune bevande (Assortimento a lotti): questo vino rimane pertanto nel catalogo fino a esaurimento e non per un periodo prefissato.

L'Assortimento su ordinazione include invece quei prodotti non inseriti nel catalogo base e per lotti, ma disponibili nel negozio online del Vinmonopolet. I singoli punti vendita possono decidere di inserire tali bevande nei loro local range. Nel richiedere l'inserimento nel sito del prodotto l'importatore si impegna a effettuare le consegne per conto del Vinmonopolet, anche di singole bottiglie, e a detenere nei propri magazzini in Norvegia un quantitativo di merce sufficiente a soddisfare la domanda prevista per quella tipologia di bevanda.

Infine, nell'Assortimento per tasting sono inseriti un ristretto numero di prodotti che il Vinmonopolet non intende acquistare nel breve termine, ma ai quali intende assicurare l'accesso al mercato in regime di conto vendita per verificarne la rispondenza o meno con i gusti dei consumatori norvegesi. Anche in questo caso, il monopolio procede all'emissione di una gara con delle specifiche. I prodotti scelti sono immessi nel sistema Vinmonopolet per sei mesi, al termine dei quali l'invenduto viene restituito all'importatore.

Lancio di nuovi prodotti e permanenza sul mercato

Le nuove bevande inserite nell'assortimento base del monopolio sono suddivise in gruppi, segmentati a loro volta in base al prezzo. Scaduto il periodo di prova obbligatorio (12 mesi), per ciascun segmento di prezzo il monopolio decide la quantità di merce che sarà detenuta in magazzino e di conseguenza il numero massimo di bevande che permarranno nel catalogo. La permanenza nel catalogo di un prodotto rispetto a un altro è decisa unicamente dal mercato (il Vinmonopolet si ritiene infatti un neutral retailer): ogni mese viene aggiornata per ogni segmento di prezzo la classifica semestrale delle vendite e, sulla base dei dati ottenuti, i vini meno performanti sono esclusi ogni due mesi.

Importazione privata o invio di campionature

In Norvegia i privati possono importare vino senza passare dal monopolio, ma devono garantire che la merce importata sia ad uso esclusivamente privato. Non esistono limiti specifici, ma se la quota importata è di dimensione sospetta, la dogana può trattenerla e fare dei controlli. I privati, se non incaricano un trasportare, devono sdoganare personalmente la merce recandosi all'Ufficio doganale. I produttori italiani di vino possono inviare campioni sia a importatori con licenza che a privati in Norvegia.

La procedura di sdoganamento può però essere molto laboriosa, soprattutto per un privato.

fine

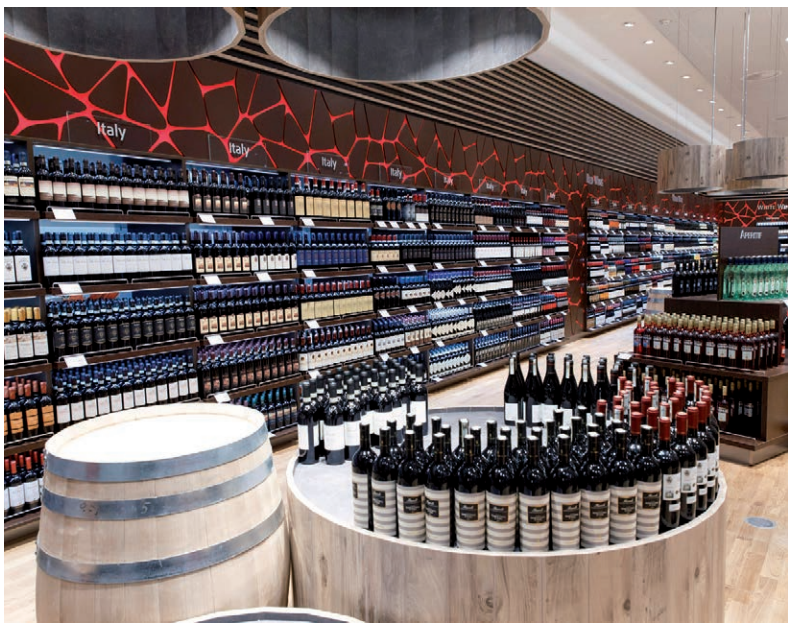
Analisi dei consumi per paese di provenienza

Vino (litri)	2018	2019
Vino rosso (totale)	**38.684.022**	**38.580.980**
Italia	14.639.122	14.523.249
Spagna	5.772.459	5.690.598
Francia	4.893.709	5.152.119
Cile	3.571.927	3.317.094
USA	2.984.258	3.222.148
Vino bianco (totale)	**19.062.606**	**19.030.134**
Germania	5.289.415	5.235.158
Francia	4.736.955	4.815.137
Italia	2.044.994	1.888.337
Cile	1.631.695	1.662.718
Australia	1.333.860	1.126.021
Vino frizzante (totale)	**5.211.539**	**5.494.954**
Italia	2.523.001	2.512.043
Francia	1.294.425	1.519.444
Spania	1.157.998	1.217.894
Australia	125.955	121.180
Germania	42.504	43.030
Vino rose' (totale)	**2.792.987**	**2.754.762**
Francia	1.471.848	1.499.107
Italia	533.772	528.825
USA	352.569	285.752
Spania	208.490	209.981
Germania	90.989	84.269

Dati di Vinmonopolet per il 2018 e 2019. L'Italia è al primo posto sia per i vini rossi (1/3 del consumo) che per i frizzanti (1/2 del consumo).

Vini rossi italiani piu' venduti nel 2020
Tommasi Graticcio Appassionato
Castelforte Rosso Veneto
Pietro di Campo Silenzio Barbera
Montalto Passivento
Wongraven Alleanza Langhe Rosso
Doppio Passo Salento Primitivo
Barbera Piemonte Selezione Luca Roagna
Vini bianchi italiani piu' venduti nel 2020
Mezzacorona Pinot Grigio
Povero Bella Fiore Piemonte Chard
Tamellini Soave
Valpantena Garganega
Prà Soave
Vigna Paradiso Soave
Tavernello
Vini frizzanti italiani piu' venduti nel 2020
Valdobbiadene Prosecco Sup Brut
Albino Armani Prosecco
Angelino Treviso Prosecco Brut
Pizzolato Prosecco Brut

Fonte della statistica: Vinmonopolet, 2020



Consumo di vino 2016-2019 (litri)

	2016	2017	2018	2019	Differenza 2016-2019
Vino rosso	40.572.505	39.780.207	38.684.022	38.580.980	**-5%**
Vino bianco	17.958.187	17.880.809	19.062.606	19.030.134	**+6%**
Vino frizzante	4.797.271	4.846.146	5.211.539	5.494.954	**+15%**
Vino rose'	2.104.035	2.214.887	2.792.987	2.754.762	**+31%**
Vino perlato*	591.001	609.289	676.570	677.652	**+15%**

*pétnat

Fonte: ICE Agenzia - Guida all'esportazione di vino e bevande alcoliche

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

25th INT.L PACKAGING COMPETITION
vinitalydesign
2021

INTERNATIONAL
PACKAGING
COMPETITION
vinitaly.it

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

VERONAFIERE.IT

FERRICOM