



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



ENOTECHES. DAL COVID UNA LEZIONE PER IL FUTURO

PROMOZIONE

Firmato il Patto per l'export da 1,34 miliardi. Nelle linee di intervento anche e-commerce e fiere



DAZI USA

Oltre la minaccia di carosello, arriva nuova indagine sulla web tax. Quanto rischia il vino italiano?



FOCUS

La Doc Fvg corre ai riparti: sì allo stoccaggio per il Pinot Grigio, nuovo disciplinare per la Ribolla



WORLDTOUR

Ripartono gli eventi internazionali del Gambero Rosso. Al via anche gli incontri b2b. Il calendario



CONSUMI

Italiani più attenti agli aspetti salutistici. I trend del post-Covid nel report di Wine Intelligence



La grandine flagella il Veneto: è stato di emergenza

Treviso, Padova, Verona: sono tra le province più colpite dalle grandinate che, tra domenica 7 e lunedì 8 giugno, hanno attraversato il territorio veneto senza risparmiare i vigneti. Le organizzazioni degli imprenditori agricoli stanno procedendo a fare un bilancio preciso, ma le prime stime sono pesanti. Nell'area della Valpolicella, secondo la Cia locale, le perdite vanno dal 20% al 30% del territorio di Fumane, mentre nelle zone di Cengia e Pedemonte il bilancio è durissimo con raccolti compromessi al 100% per diverse imprese, che si sono ritrovate coi tralci rasi al suolo. La grandine, purtroppo, ha colpito nella fase delicata dell'allegagione, quando l'acino è in formazione, danneggiando i tralci e mettendo a rischio anche la salute generale della pianta in vista della stagione 2021.

Il maltempo ha interessato anche il distretto del Prosecco Docg, soprattutto l'area attorno a Conegliano, e i diversi comuni della Marca trevigiana come Codognè o Godega, dove si coltiva glera per Prosecco Doc. In alcune zone, non sarà possibile effettuare la raccolta, come ha spiegato il vice presidente di Coldiretti Treviso, Angelo Facchin. Immediata la reazione della presidenza della giunta regionale: il governatore Luca Zaia ha dichiarato lo stato di emergenza, considerando che il territorio ha subito diffusi allagamenti, smottamenti e frane.

La Coldiretti Veneto ha ricordato agli agricoltori che il ricorso alle polizze assicurative è un percorso *"pressoché inevitabile in quanto strumento concreto di tutela nei confronti dei fenomeni ricorrenti del maltempo"*. Una alternativa, impegnativa dal lato economico per i viticoltori, frutticoltori e orticoltori, è rappresentata dai sistemi di difesa attiva come le reti protettive *"che consentono di evitare le perdite di raccolto anche in presenza di eventi particolarmente intensi"*. - G. A.

foto: Coldiretti Veneto

PAC. Bellanova al Consiglio Agrifish difende l'agricoltura italiana: "Risorse inadeguate"

Il Green deal europeo e le due strategie correlate come la sostenibilità dei sistemi alimentari (Farm to Fork) e la tutela della biodiversità sono obiettivi condivisibili per raggiungere i quali l'Italia è "pronta a fare la sua parte", ma poiché il percorso proposto da Bruxelles è molto complesso, bisogna considerare il ruolo strategico dell'agricoltura e, quindi, anche le risorse ad essa destinate. Teresa Bellanova, ministra per le Politiche agricole, è tornata a battere virtualmente i pugni al Consiglio dei ministri agricoli dell'Ue (Agrifish), svoltosi in videoconferenza, per sottolineare un aspetto imprescindibile per un'Italia che in Europa vanta un'agricoltura da primato: "Ritengo che la Commissione non abbia adeguatamente considerato l'importanza del settore agricolo sia nel garantire la sicurezza alimentare dei cittadini nel corso della pandemia, sia nel contributo che si chiede alle imprese nella transizione verde. Non capisco" ha sottolineato Bellanova

"come mai alla Pac sono destinati solo 15 dei 750 miliardi di euro che dovrebbero essere messi a disposizione attraverso il Recovery fund".

In merito alle strategie Farm to Fork e Biodiversità, **l'Italia condivide l'obiettivo di ridurre l'impronta ambientale e climatica dell'industria alimentare e di migliorare la qualità dei prodotti** "ma perché accada senza pesantissime penalizzazioni per le filiere agricole gli strumenti proposti devono essere pertinenti, efficaci e realizzabili. È assolutamente incoerente" ha sottolineato la ministra Bellanova "la scelta di rendere obbligatoria l'etichetta nutrizionale a fronte di troppo generici impegni sull'etichettatura di origine". La Commissione intende ar-



monizzare a livello globale gli standard di sostenibilità: "Ma come è possibile farlo" si chiede la ministra italiana "senza rendere obbligatoria l'indicazione dell'origine delle materie prime e senza clausole di questo tipo negli accordi commerciali tra Ue e Paesi terzi?". Senza, si rischia di far lievitare i costi di produzione dei prodotti agricoli europei, che diventerebbero sempre meno competitivi.

PROMOZIONE. Firmato alla Farnesina il Patto per l'export da 1,34 miliardi

Il vino italiano guarda con fiducia al Patto per l'export, un programma da 1,4 miliardi di euro che il ministro per gli Affari Esteri, Luigi Di Maio, ha presentato questa settimana. La crisi indotta dalla pandemia, che ha portato l'Ocse a stimare al ribasso il Pil italiano dell'11,3% nel 2020 e del 14% in caso di nuova ondata di Coronavirus, deve essere sconfitta, secondo Di Maio, grazie alla grande voglia d'Italia che c'è nel mondo. "Il periodo più buio è alle spalle e il Made in Italy è pronto a tornare a correre", ha detto l'esponente del Movimento 5 Stelle.

Il patto firmato alla Farnesina riflette le istanze presentate dalle 147 associazioni di categoria e da oltre 250

esponenti di tutti i settori produttivi, che hanno preso parte a 12 tavoli settoriali di ascolto e dialogo tra istituzioni e imprese, presieduti dal sottosegretario Manlio Di Stefano. Le linee d'intervento prioritarie, gli assi strategici del Patto, sono sei: comunicazione, promozione integrata, formazione/informazione, e-commerce, sistema fieristico e finanza agevolata.

"Mai come ora" commenta la Cia "è necessario tutelare e promuovere il valore del nostro export a livello internazionale, partendo proprio dall'agroalimentare, che nell'ultimo anno ha registrato l'ennesimo record sfiorando quota 45 miliardi di euro". Dallo scoppio della pandemia, come ha

ricordato la Coldiretti, il 74% delle imprese agroalimentari che esportano ha registrato una diminuzione delle vendite all'estero, per effetto di una pioggia di disdette provenienti dai clienti di tutto il mondo, secondo l'indagine Coldiretti/Ixè, da cui emerge che a pagare il conto più pesante sono stati il settore del vino e del florovivaismo.

Per la Confagricoltura, come sottolinea Giordano Emo Capodilista, componente di giunta con delega all'internazionalizzazione, l'export potrebbe contrarsi anche del 10%. "Con la ripresa, la concorrenza sui mercati sarà ancora più agguerrita. Per questo è importante farci trovare pronti. La crescita delle esportazioni di settore" conclude "avvantaggia anche l'agricoltura, considerando che oltre il 70% dei nostri prodotti è destinato alla trasformazione".



MODEL THREE



MODEL FIVE



MODEL SIX



MODEL SIX



MODEL SIX



MODEL ELEVEN



Esclusivo per HORECA

Sistema di Conservazione del Vino



Adesso, ancora più semplice da usare grazie alla tecnologia

SmartClamps™

OCM. L'Europa pronta a nuovo pacchetto di misure per il vino

Per ora è una promessa. Ma la Commissione Ue metterà mano presto ad altre misure per il vino per fronteggiare la crisi economica. Il commissario all'Agricoltura, Janusz Wojciechowski, ha anticipato le intenzioni dell'esecutivo in una riunione dei coordinatori dei gruppi politici della Commissione agricoltura dell'Europarlamento. Una settimana fa, proprio dalla Comagri era arrivata una sonora bocciatura del primo pacchetto di proposte. Ma le pressioni degli europarlamentari avrebbero indotto la Commissione europea a mettere a punto misure di emergenza supplementari, come hanno spiegato i deputati Herbert Dorfmann, Anne Sander e Norbert Lins (gruppo Ppe).

Tra le nuove proposte del nuovo pacchetto è probabile che l'Europa incrementi il contributo Ue per la promozione verso i Paesi terzi e introduca ulteriore flessibilità sui diritti di impianto e sulla ristrutturazione. Il comparto vitivinicolo, lo ricordiamo, non è rimasto soddisfatto dalle misure per il vino introdotte finora. Se, da un lato, hanno introdotto da subito una certa flessibilità sulle misure dei Piani nazionali di sostegno (ristrutturazione vigneti, autorizzazioni, investimenti, promozione), prevedendo dei fondi per la distillazione di crisi e la vendemmia verde, dall'altro lato, non hanno messo in cantiere quei fondi aggiuntivi necessari (come più volte richiesto dalle maggiori associazioni europee degli industriali, a cominciare da Efov e Ceev) ad affrontare l'emergenza a 360 gradi, per un settore che rischia di perdere entro l'anno oltre il 30% del suo volume d'affari. - G. A.

MERCATI. Tra le tensioni con gli Usa e la Brexit, quanto rischia il vino italiano?



USA. Non c'è pace per il vino italiano. Il contenzioso commerciale tra Europa e Stati Uniti si complica dopo l'annuncio da parte del governo di Washington dell'apertura di nuove indagini sulla web tax, il prelievo fiscale che colpisce i ricavi dei giganti dell'online come Amazon, Google, Apple, Facebook. In Italia, la misura è stata inserita nella Legge di bilancio 2020 e prevede il prelievo del 3% sui ricavi superiori a 750 milioni di euro. Dopo una prima minaccia arrivata a dicembre direttamente dal presidente americano Donald Trump, l'Ustr (ufficio del rappresentante al commercio degli Usa) ha fatto partire un'indagine che potrebbe portare i prodotti italiani, anche agroalimentari, a entrare nell'elenco dei beni sottoposti a dazio, se sarà accertata una discriminazione a carico delle imprese

digitali. In questo modo, il vino Made in Italy, scampato alla tornata dei dazi a carosello di ottobre 2019 e di gennaio 2020, nell'ambito dell'applicazione della sentenza Wto sul contenzioso Boeing-Airbus, potrebbe trovarsi stretto a tenaglia. **Ad agosto, infatti, scatterà il terzo carosello, quella roulette russa che spaventa tutto il comparto.**

Altro elemento di tensione è legato alla decisione dell'Ue di applicare dazi doganali sulle aragoste in arrivo dagli Usa. Trump ha risposto con possibili dazi sulle auto europee. "Segnali preoccupanti" secondo la Confagricoltura, in un momento in cui c'è bisogno di distensione e di ripartire dopo il lockdown che ha già messo alla prova la tenuta delle imprese. Ad oggi, i dazi Usa (25%) colpiscono l'export italiano di formaggi, salumi, agrumi, succhi di frutta, liquori e cordiali per oltre mezzo miliardo di euro. "Le difficoltà economiche" commenta la Coldiretti "sembrano far riemergere tentazioni protezionistiche da parte di Trump, già in difficoltà per le proteste diffuse dopo la morte dell'afroamericano George Floyd".

REGNO UNITO. Altro capitolo da non sottovalutare è legato al tema Brexit e ai negoziati in corso. Qui, per il vino italiano ed europeo, in caso di mancato accordo entro ottobre, **si prospetta la possibilità di un incremento delle accise all'import dal 2021, nonostante la stessa filiera inglese degli importatori di vino abbia invitato il governo Johnson a ripensarci.** Il capo negoziatore per l'Ue, Michel Barnier, è uscito con un nulla di fatto dal recente incontro di venerdì 5 giugno con Londra. "L'Ue" ha detto l'ex ministro francese "resta calma, paziente e unita dietro alla Dichiarazione politica: vogliamo una partnership ambiziosa col Regno Unito, ma deve rispecchiare i nostri interessi di lungo termine". All'Europa, non piacciono le eccessive richieste del Regno Unito che, a detta di Barnier, sta scegliendo volta per volta (secondo la politica del cherry-picking) ciò che è più vantaggioso. - G. A.

Domande anticipo Pac 2020 aperte fino al 15 giugno

Scade il 15 giugno il termine per la presentazione delle domande, da parte delle aziende, dell'anticipo semplificato Pac 2020 che **consentiranno di ricevere un importo pari al 70% del valore del portafoglio titoli aziendali.** Lo ha reso noto il Mipaaf che, con il provvedimento, va incontro alla necessità di liquidità immediata da parte delle imprese agricole, in questo periodo di emergenza da Covid-19. Sul sito di Agea, dopo il Decreto Mipaaf n. 6250 del 5 giugno 2020, sono presenti la circolare di coordinamento e le istruzioni operative. Le domande sono disponibili in forma precompilata. Le aziende interessate dovranno confermare entro il 15 giugno la richiesta di anticipazione agli sportelli Caa abilitati, di cui ben il 77% con residui di origine agricola.

FOCUS PREZZI

Dop in flessione nei primi 5 mesi dell'anno



La ripartenza e la riapertura del canale Horeca, viste le molte restrizioni, non è stata all'altezza delle aspettative. Le cantine di molti esercizi erano già ben fornite e non c'è stato bisogno di nuovi ordini. A sostenere il mercato è quindi ancora la Gdo, che nel periodo marzo-maggio 2020 ha visto le vendite di vino crescere del 9% a volume rispetto a un anno fa, con un +8% a valore. A maggio, però, anche la Gdo, italiana ed estera, ha frenato le richieste probabilmente per l'eccessivo accumulo nei mesi precedenti. Non sono di conforto i dati di Cantina Italia, che al 4 giugno contavano ancora 52,8 milioni di ettolitri, tra vini e mosti, evidenziando che, nella settimana tra fine maggio e inizio giugno, i volumi movimentati sono inferiori al milione: al di sotto della media "ideale" che in condizioni normali è di circa 4 mln di hl al mese. Intanto, proseguono i ritiri di sfusi da tavola da parte di aziende che avevano effettuato contratti prima della pandemia, ma si sta diffondendo anche la richiesta di sconti su contratti già effettuati. In termini di prezzi, i primi 5 mesi 2020, secondo l'indice Ismea, hanno segnato per i vini comuni aumenti del 14% rispetto allo stesso periodo 2019, con una dinamica prevedibile, vista la minor produzione e non ascrivibile alla crisi che, comunque, ha inciso con una staticità della domanda, che non ha certo permesso ai listini di muoversi, come avrebbero fatto in condizioni normali. Di contro, e a ulteriore dimostrazione che non si deve parlare di mercato del vino ma di "mercati", per i Dop si nota una flessione sia nei bianchi (-4%) sia nei rossi (-6%). Nei bianchi pesa



la decisa flessione del Prosecco Doc e Docg (-14 e -9%). In aumento, invece, i bianchi di Alto Adige e Trentino, mentre calano quelli del Friuli Venezia Giulia. Tra i rossi, si registrano flessioni nei Chianti, nelle Barbera del Piemonte ma anche nei grandi rossi: Barolo, Brunello e Amarone, la cui domanda è più concentrata in Horeca.

- Tiziana Sarnari, Analista Ismea

Diventa un rivenditore Coravin.

Siamo sempre alla ricerca di nuovi partner.



Contatta il nostro servizio clienti per saperne di più: csr_eu@coravin.com

FOCUS

DOC FVG. "Il Pinot grigio va tutelato". Ok allo stoccaggio

a cura di Gianluca Atzeni

Più spettatore che protagonista, più passeggero che comandante della nave. Immagini che riflettono l'attuale condizione del Consorzio tutela vini Doc Friuli Venezia Giulia, nato a fine 2019 in rappresentanza di mille viticoltori, non ancora riconosciuto dal Mipaaf, e in mezzo alla pandemia e alle sue conseguenze senza armi a disposizione per correre ai ripari, considerando che il suo vino di punta, il Pinot grigio, rischia di perdere valore di mercato. I 25 soci del consorzio, con 1.700 ettari, producono 17 milioni di bottiglie annue.

LE MISURE. Per evitare che la sovrapproduzione e il generale rallentamento delle vendite portino a un generale squilibrio, il cda presieduto da **Giuseppe Crovato** (Cantina di Bertio) ha chiesto alla Regione Friuli e alle associazioni di categoria di consentire una produzione 2020 a 140 quintali per ettaro, secondo il disciplinare, e di attuare uno stoccaggio del 10% del prodotto, per agire sui prezzi con effetto calmierante. "Vogliamo dare un segnale alla politica sulla difficile situazione che stiamo vivendo" spiega Crovato a Tre Bicchieri, che ritiene "poco utile" la misura della vendemmia verde se si vuole risollevarli i termini economici la remunerazione dei produttori: "Bisognerebbe intervenire sui massimali di produzione delle Igt ancora troppo alti". L'appello di Crovato è stato condiviso da Fedagripesca Fvg, che ha garantito che le cantine cooperative regionali procederanno regolarmente coi ritiri delle

uve conferite dai propri soci. Via libera anche da Confagricoltura, a patto che la scelta sia condizionata all'eventuale sblocco della riserva, se le condizioni di mercato lo consentiranno.

I NUMERI. La denominazione, nata nel 2016, registra numeri crescenti: gli ettari sono passati dai 2.500 del 2018 a oltre 3.400 del 2019, con produzioni da

183 mila a 240

mila ettolitri e

un imbottigliato pari a 20 milioni di pezzi provenienti in gran parte dalle aree di Pordenone e Udine.

"Sono convinto che la Doc Friuli" osserva Crovato "abbia tutte le carte in regola per essere quella più rivendicata in tutto il territorio regionale. Si tratta, come spesso accade, di superare i provincialismi". Il Consorzio, che conta cantine medio piccole ma anche giganti come la cooperativa La Delizia, attende il riconoscimento Mipaaf per strutturarsi al meglio e aspetta quello, altrettanto importante, per la Doc Friuli su cui Bruxelles non si pronuncia da tre anni: "L'ulteriore ritardo causato dalla pandemia dovrebbe spostare il via libera entro settembre", si augura il presidente.

DOC FRIULI VENEZIA GIULIA

	Superficie (ha.)	Produzione (q.)	Imbottigliamento (hl.)
2016		102.637	
2017	2.381	238.714	45.979
2018	2.496	299.270	111.770
2019	3.440	364.973	139.813

fonte Consorzio Doc Friuli Venezia Giulia



I PIANI DI SVILUPPO. Non c'è solo il Pinot grigio nell'orizzonte del Consorzio. Tema altrettanto caldo è la difesa della Ribolla gialla che "da una produzione marginale è passata a 4 milioni di bottiglie con un potenziale da 18 milioni", ricorda Crovato. Nella Doc Friuli, è prevista solo la tipologia spumante "e occorrerà cambiare il nostro disciplinare" annuncia "inserendo la tipologia della Ribolla ferma". Infine, nonostante i contraccolpi della crisi economica, l'estero resta tra gli obiettivi primari: "Certamente l'Europa, con la Germania in primis, poi gli Stati Uniti, l'Inghilterra nonostante il punto interrogativo della Brexit, e il Giappone", conclude Crovato, secondo cui è più facile fare comunicazione con la forza di un brand (Fvg) identificativo dell'intero territorio regionale.

<https://www.docfriuli.eu/>

QUERELLE. Mozione di Taranto: "Dalla Sicilia minaccia per il Primitivo"

Il Consiglio provinciale di Taranto ha approvato all'unanimità una mozione presentata a difesa del Primitivo di Manduria, dopo il via libera alla coltivazione del vitigno pugliese in Sicilia. La mozione impegna l'organo politico a mettere in campo "qualsiasi iniziativa a tutela del vitigno simbolo della Terra Jonica, anche attraverso la verifica dei procedimenti amministrativi messi in campo dalla Regione Sicilia, che sembrano essere in contrasto con la normativa, comunitaria e nazionale, che prevede l'accertamento e il possesso di requisiti affinché un territorio possa essere autorizzato alla coltivazione di una determinata varietà di vite per uve da vino e, in particolare, un procedimento volto ad accertare il possesso delle caratteristiche vegeto-produttive".

Per la Provincia, come si legge in una nota, la mossa siciliana è un'evidente minaccia all'unicità del vino pugliese. "Non si tratta" dice il presidente provinciale, Giovanni Gugliotti "difendere solo un vino di altissima qualità e il lavoro delle nostre aziende agricole, ma di tutelare l'identità della Terra Jonica".

SICILIA. L'assessore Bandiera alla Bellanovola: "Più fondi ai viticoltori"

Anche la Sicilia, tra le prime regioni produttrici di vino in Italia, si è appellata alla ministra per le Politiche agricole, Teresa Bellanova, per chiedere liquidità agli agricoltori. Lo ha fatto con l'assessore regionale all'Agricoltura, Edy Bandiera, che ha chiesto di estendere anche alle altre misure del Piano nazionale di sostegno (Pns), come la ristrutturazione dei vigneti e gli investimenti, il Regolamento Ue 592 del 30 aprile scorso, che prevede l'elevazione del contributo europeo dal 50% al 60%.



L'assessore Bandiera ha posto sul tavolo diverse altre questioni aperte: "Attendiamo da un mese le istruzioni operative per avviare il bando sulla vendemmia verde, che darà la possibilità ai nostri viticoltori di ottenere un contributo di 3 mila euro per ettaro". Infine, la Regione Sicilia ha sottolineato che i risparmi che saranno prodotti dalle altre misure del Pns "dovranno essere utilizzati in Sicilia".

Non possiamo consentire che queste risorse confluiscono sulla distillazione" ha detto Bandiera "che andrebbe a vantaggio esclusivamente di quelle poche Regioni che detengono giacenze maggiori".

CONSORZI. Fontana nuovo direttore del Brunello. E Pondini passa all'Asti

Da luglio **Michele Fontana** sarà il nuovo direttore del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino. Direttore amministrativo dell'azienda Castello di Meleto e con un'esperienza nel Consorzio del Vino Chianti Classico, Fontana raccoglierà il testimone da **Giacomo Pondini**, passato al Consorzio dell'Asti e



del Moscato d'Asti Docg (dopo il pensionamento di Giorgio Bosticco).

"Nel dare il benvenuto al nuovo direttore, siamo certi di inaugurare una collaborazione costruttiva in un momento di forte incertezza per tutto il settore" ha detto il presidente Fabrizio Bindocci "Ci attendono sicuramente tempi sfidanti ma anche di positiva prospettiva per Montalcino e per la denominazione".

VENETO. La Regione: insufficienti 50 milioni di euro per la distillazione

Risorse inadeguate per le filiere di vino, ortofrutta, latte, carni e floricoltura. Per la Regione Veneto, dal Dl Rilancio sono arrivate finora risposte insufficienti. L'assessore all'agricoltura, Giuseppe Pan, ha invitato la ministra per le Politiche agricole, Teresa Bellanova, a considerare che "450 milioni previsti per l'intero territorio nazionale per tutte le filiere si traducono in interventi di sostegno e indennizzo di poche centinaia di euro ad azienda". E nel settore vitivinicolo, in particolare, **50 milioni di euro di contributi statali per la distillazione di crisi "valgono appena 27 centesimi a litro"**, ha ricordato l'esponente della Lega, sottolineando come il sostegno sia "davvero scarso, quasi invisibile, per un settore che lo scorso anno ha esportato per 2,2 miliardi di euro". Resta aperto, secondo Pan, il nodo burocrazia e semplificazione "da tutti invocata, a cominciare dalla Ministra, ma nei fatti negata, come dimostra la vicenda della mancata concessione dei voucher semplificati in agricoltura".



Intanto, la Regione ha rimodulato i fondi 2021 (che valgono 40,3 mln di euro), spostando 8 milioni (20% delle risorse disponibili) per rafforzare le misure della promozione extra Ue, che avrà 16,5 mln di euro (quasi 3 in più), e degli investimenti per migliorare cantine e strutture, con un bando da 5 milioni in più (per un totale di 12,9 mln).

DEAL. Campari acquisisce il 49% di Tannico e dal 2025 potrà salire al 100%. Intanto, pronta l'apertura dei due winebar di Milano

Con una spesa di 23,4 milioni di euro, il Gruppo Campari ha acquisito il 49% di Tannico, società leader nel settore delle vendite online di vino e spirits, guidata da Marco Magnocavallo. L'intesa servirà a potenziare la crescita del canale e-commerce. **L'accordo prevede che Campari rilevi a fermo il 39% del capitale di Tannico e sottoscriva un aumento di capitale riservato per raggiungere il 49%.** Il corrispettivo sarà pagato in contanti. L'intesa apre le porte all'acquisizione completa di Tannico. Infatti, in base all'accordo, Campari avrà la possibilità di incrementare la partecipazione al 100%, a partire dal 2025, in base a determinate condizioni. Il perfezionamento della transazione è previsto entro fine luglio 2020. L'accordo è stato firmato con tutti gli azionisti principali: il ceo Magnocavallo, P101 Sgr e Boox srl. *"In questo periodo di grandi cambiamenti per le dinamiche di acquisto dei consumatori sempre più vicine al mondo*



online" secondo Magnocavallo *"è fondamentale avere le risorse necessarie per uno sviluppo ancora più accelerato, senza mai sacrificare la parte di curation che ci contraddistingue".* Campari Group, per il ceo di Tannico, rappresenta un *"partner ideale che potrà aiutarci a consolidare la leadership sul mercato italiano, così come a espandere in modo significativo la nostra attività all'estero e nel mercato b2b".* *"Quale parte essenziale del nostro percorso di trasformazione digitale, l'e-commerce costituisce un canale strategicamente rilevante per il nostro business",* commenta il ceo di Campari Group, Bob Kunze-Concewitz che considera Tannico una *"soluzione unica e strategica"* per lo sviluppo commerciale. *"Facendo leva sull'esperienza di Tannico, saremo in grado di accelerare i nostri piani di sviluppo nell'e-commerce, canale già in crescita, ma destinato a diventare ancora più strategico a seguito delle pro-*

babili durevoli modifiche nel comportamento dei consumatori indotte dall'emergenza Covid-19".

Fondata nel 2013, Tannico detiene il 30% delle quote nel mercato delle vendite online di vini e premium spirits in Italia. Con oltre 7 milioni di visitatori unici negli ultimi 12 mesi, la selezione di Tannico vanta 14 mila vini provenienti da oltre 2.500 cantine italiane ed estere. Nel 2019, Tannico ha fatturato 20,6 milioni di euro, con un tasso annuo di crescita composto (Cagr) delle vendite nette nel triennio 2016-2019 di circa il 50%. L'emergenza Covid-19 ha spinto i ricavi fino all'equilibrio di bilancio nel primo trimestre 2020. Dal 2017, Tannico ha ampliato la propria presenza a oltre 20 mercati, tra cui Stati Uniti, Germania, Regno Unito e Francia. A breve sono previste anche le inaugurazioni dei winebar fisici a Milano, rimandate a causa della pandemia: il primo al Mercato Centrale e il secondo in via Savona. Per entrambi è prevista solo la somministrazione, niente vendita che rimane appannaggio dell'online. - **G. A.**

E-COMMERCE. Migliora il grado di digitalizzazione nel b2b. Il rapporto Netcomm



Tre imprese b2b italiane su quattro, con fatturato sopra 2 milioni di euro, utilizzano i canali digitali in qualche fase o per qualche scopo del processo di acquisto. La percentuale è cresciuta rispetto al 2015, quando era del 65%. Ed è salita al 52% (+10%) la percentuale di quelle aziende b2b (o b2b2c) con più di 20 milioni di euro di fatturato che possiede un canale e-commerce b2b attivo. Il dato emerge dalla ricerca di Netcomm, presentata durante Netcomm focus b2b live - digital commerce, da cui si evince che il 40% delle imprese b2b ha attivato un e-commerce con sito proprio, mentre il 18% vende attraverso marketplace. Positiva anche la

riduzione al 26% di quelle società che non hanno nessuna attività di digital commerce. La percentuale del 2015 era del 37%.

"Buona parte prevede di iniziare a farlo entro un anno", scrivono i ricercatori sottolineando come **la principale barriera a un uso più intenso degli strumenti digitali è rappresentata dagli attuali rapporti coi fornitori tradizionali.** I marketplace (Alibaba, Amazon, eBay, Etsy, Flipkart) sono i nuovi protagonisti del commercio digitale nel b2b, ma anche nel b2c, come rileva il presidente Netcomm, Roberto Liscia, che ricorda come il fenomeno sia rilevante negli Usa, dominante in Asia, molto meno in Europa e in Italia "dove la diffusione dei marketplace b2b è solo agli inizi", rispetto all'uso del proprio sito e-commerce b2b (40%). Rispetto alla digitalizzazione dei processi commerciali, le difficoltà maggiormente percepite sono la complessità di integrazione con le applicazioni aziendali (18%), la mancanza di competenze interne (14%) e la complessità della logistica (13%). Ma il Covid-19 darà una accelerata a tale percorso.

VERONAFIERE. Ecco il calendario del secondo semestre e il protocollo #safebusiness.

Format agili, digitali e sicuri e manifestazioni orientate a salvaguardare il business delle aziende. È questo il modello a cui guarda Veronafiere nel presentare la sua Fase 3: 12 appuntamenti in Italia e 9 all'estero (dalla Fiera Cavalli a wine2wine) che animeranno il secondo semestre del 2020: **per wine2wine Forum&Exhibition confermata la tre giorni del 22-24 novembre** che al tradizionale business forum, affiancherà un momento espositivo che supplirà, in parte, al rinvio di Vinitaly n. 54. Si riparte anche con gli appuntamenti esteri. Tra quelli vitivinicoli: Bellavita Expo Bangkok (9-12 settembre); Vinitaly China Road Show - Shanghai, Xiamen, Chengdu (14-18 settembre); Wine South America (23-25 settembre); Vinitaly International Russia (26 e 28 ottobre); Vinitaly International Hong Kong (5-7 novembre); Wine to Asia (9-11 novembre); Bellavita Expo Città del Messico (2-4 dicembre). Mentre il calendario degli eventi e quello convegnistico, riparte il 18 giugno con il Vinitaly Design Int'l Packaging Competition.

LE MODALITÀ. Se questo è il quando, per quanto riguarda il come, si sta aspettando la validazione da parte delle istituzioni al nuovo protocollo #safebusiness per la tutela della salute di espositori e visitatori, sviluppato insieme ai principali operatori fieristici italiani. Tra le misure di prevenzione: biglietteria esclusivamente online e ingressi giornalieri contingentati; filtri ai cancelli con termoscanner; nuova architettura interna degli spazi per dirigere i flussi di visitatori in entrata ed uscita; interventi di sanificazione degli ambienti; formazione del personale; presidi medici permanenti, protocolli di emergenza appositi e collaborazione con le migliori realtà sanitarie del territorio. Allo studio anche rassegne più smart, grazie alla tecnologia. Un po' quel processo che Veronafiere aveva già avviato, investendo nella digital transformation. Il sito web di Vinitaly, ad esempio, diventerà una directory interattiva e multilingua, affiancata ad agende digitali per programmare appuntamenti b2b, webinar per la formazione permanente e app di geolocalizzazione con cui muoversi agilmente e in sicurezza tra gli stand.

"In questi mesi" sottolinea il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani *"abbiamo lavorato pensando già alla Fase 3, con la formulazione delle manifestazioni secondo un perimetro straordinario per un tempo eccezionale che non consentirà per tutto il 2020 di progettare fiere secondo gli standard che conosciamo. Tuttavia, il mercato ha bisogno di un motore già acceso per garantire la ripartenza ma soprattutto rilancio, nuovi posizionamenti internazionali in una road map dell'export stravolta dall'emergenza sanitaria globale".*



Il primo modello esclusivo per la ristorazione



Coravin Model Five

L'aspetto elegante e la facilità d'uso del Model Five lo rendono il dispositivo ideale ed esclusivo per il canale Horeca. La confezione include tre capsule Coravin ed un Tappo a vite Coravin.

EVENTI. Dal 14 giugno in Abruzzo torna l'appuntamento con Vini e Cammini

A distanza di 3 anni dalla prima edizione, torna "Vini e Cammini" il format di eventi di Abruzzo Esperienciale che ha l'obiettivo di far conoscere i più importanti percorsi a piedi presenti nella regione declinati in chiave enoturistica. "Da diverse



settimane i massimi esperti di turismo in Italia indicano nei cammini e nell'enoturismo i settori chiave dai quali ripartire dopo la pandemia" spiega l'ideatore Fausto Di Nella "e i motivi sono da ricercare nella necessità se non addirittura obbligo in questo momento di un turismo di prossimità, nella possibilità di una libera fruizione della natura e infine negli ampi spazi a disposizione all'esterno delle cantine". La seconda edizione prevede, infatti, una serie appuntamenti on the road: passeggiata pomeridiana lungo i percorsi più belli dell'Abruzzo con aperitivo al tramonto in cantina. **Si parte il 14 giugno con una passeggiata lungo la Via Verde della Costa dei Trabocchi e l'aperitivo finale da Cantine Mucci a Torino di Sangro.** Il 21 giugno, invece, sarà la volta della provincia di Teramo con la Valle delle Abbazie e Tenuta Cerulli Spinuzzi a Canzano. Infine, il 4 luglio, si andrà alla scoperta di un tratto del Cammino di San Tommaso, con accoglienza alla Fontana del Vino di Dora Sarchese a Ortona. Possibili nuove date in arrivo.

Per info e prenotazioni su www.amorosoviaggi.com

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, William Pregentelli,

Lorenzo Ruggeri, Tiziana Samari

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

12 GIUGNO

❖ IN VIAGGIO PER LE CITTÀ DEL VINO

Il Comune di Tollo: progetti e buone pratiche per il territorio
diretta Facebook
ore 19.30 / 20.00
www.facebook.com/citta.delvino.3

13 GIUGNO

❖ #STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta Gianni Doglia - Moscato d'Asti docg Casa di Bianca 2018
ore 18 account Instagram e web tv del Gambero Rosso

14 GIUGNO

❖ VINI E CAMMINI PASSEGGIATE E DEGUSTAZIONI

varie sedi in Abruzzo fino al 4 luglio
www.amorosoviaggi.com

15 GIUGNO

❖ #STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta Due Palme - Selvarossa Riserva
ore 18
account Instagram e web tv del Gambero Rosso

16 GIUGNO

❖ #STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta Pasqua (Cecilia Beretta) - Mizzole Valpolicella Sup.
ore 18
account Instagram e web tv del Gambero Rosso

18 GIUGNO

❖ #STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta La Versa - Pinot Nero La Versa Selezione Cotarella
ore 18
account Instagram e web tv del Gambero Rosso

4 LUGLIO

❖ PALIO DEL CHIARETTO

Bardolino (Verona) centro storico fino al 5 luglio
bardolinotop.it

2 AGOSTO

❖ CALICI DI STELLE

in tutta Italia fino al 16 agosto
movimentoturismovino.it

SETTEMBRE E OTTOBRE

❖ CANTINE APERTE IN VENDEMMIA

in tutta Italia
movimentoturismovino.it

11 SETTEMBRE

❖ VINOFORUM

Roma fino al 20 settembre
vinoforum.it

20 SETTEMBRE

❖ UN MARE DI CHAMPAGNE

Diana Grand Hotel Alassio fino al 21 settembre
unmaredichampagne.it/

1 OTTOBRE

❖ FESTA DELL'UVA E DEL VINO BARDOLINO

Bardolino (Verona) lungo lago e centro storico fino al 5 ottobre

2 OTTOBRE

❖ MILANO WINE WEEK

Milano fino all'11 ottobre
milanowineweek.com/

18 OTTOBRE

❖ ROMA CHAMPAGNE EXPERIENCE

Fiera Roma fino al 19 ottobre
champagneexperience.it/

GRANDI CANTINE ITALIANE. Toscana/3

Le grandi cantine della Toscana



RIDOLFI
MONTALCINO

LOC. MERCATALI | MONTALCINO (SI) | WWW.RIDOLFIMONTALCINO.IT | ☎ 0577 1698333

Località Mercatali, Montalcino: è qui che sorge Ridolfi. La tenuta, già appartenuta alla famiglia fiorentina di cui porta il nome e il blasone in etichetta, è stata acquistata nel 2011 dall'imprenditore Giuseppe Valter Peretti, già proprietario anche della tenuta Rocchetto, a Larciano in Chianti, una ventina di chilometri a sud di Pistoia. L'azienda sorge sul versante nord di Montalcino, quello generalmente più fresco, a circa 300 metri d'altitudine nei pressi della Strada del Brunello: sono 35 ettari, di cui 19 vitati. Le uve di questi vigneti sono trasformate dalle sapienti mani di Gianni Maccari, in azienda dal 2014.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Fiero '17

Merlot dal Chianti, 60% completato da sangiovese da Montalcino: due vitigni, due zone toscane, un unico grande vino. Dopo circa venti mesi di barrique di secondo passaggio, questo rosso mescola liquirizia, pepe nero e prugna che fanno da preludio a una bocca cremosa, dal tannino setoso, di grande intensità. Portatelo in tavola con l'anatra arrosto.

Brunello di Montalcino '14

Il Brunello di Ridolfi è frutto di una vinificazione abbastanza classica e tradizionale: lunghe macerazioni che possono arrivare ai due mesi, poi 36 mesi in botti di rovere di Slavonia da 25 e 35 ettolitri; infine un lungo affinamento in bottiglia. Ciliegia croccante, un tocco di spezie, una certa fragranza floreale: questo profilo aromatico anticipa una bocca fresca, sottile ed elegante. Meraviglioso sul filetto ai funghi porcini.



Rosso di Montalcino '17

Fragrante al naso con bei sentori di frutti rossi maturi, sfoggia una bella bocca slanciata, tesa e golosa, perfettamente armonica ed equilibrata. L'ideale per l'abbinamento con ragù di carne o con arrostiti di carni bianche.



WORLDTOUR. Ripartono gli eventi internazionali del Gambero Rosso e debuttano gli incontri b2b

a cura di Lorenzo Ruggeri



Tempo di ripartenza per il mondo del vino italiano che si appresta ad affrontare una tra le stagioni

più complesse ed articolate della sua storia recente. Il Gambero Rosso scende a fianco dei produttori e raddoppia i suoi impegni per accompagnare nel mondo le migliori cantine italiane che nell'ultimo decennio hanno costruito le basi per una crescita eccezionale, culminata nel 2019 con l'ennesimo record delle esportazioni di vino che hanno strappato i 6,43 miliardi di euro. Ora la strada è da rilanciare per recuperare il terreno perso e rafforzare il rapporto con importatori e distributori, iniettando nuova energia e coraggio anche nel mondo della ristorazione da sempre nostro canale di riferimento, in Italia e ancor di più nel mondo. Si comincia con un nuovo format, il **Tre Bicchieri Web Show**, per ottimizzare

le occasioni di business in questo momento ancora difficile soprattutto in chiave mobilità estera. I migliori vini italiani che quest'anno

non sono potuti essere presentati degnamente nelle fiere italiane e internazionali, saranno inviati direttamente a un target miratissimo di buyer e professionisti del settore nel mondo, accuratamente selezionati dal network del Gambero Rosso. **Le sessioni b2b interattive saranno delle masterclass condotte da Marco Sabellico e da chi scrive, con la presenza di un massimo di 10 cantine e 30 invitati** per un racconto approfondito dei territori, delle cantine e delle etichette in assaggio. Le degustazioni saranno trasmesse in diretta online sui canali internazionali del Gambero Rosso. Si parte dall'Europa, con le tappe in programma a luglio sul mercato svizzero, tedesco e scandinavo, per poi spostar-

ci in Usa, Canada e Russia. Parallelamente sono state annunciate alcune delle nuove tappe del **Gambero Rosso World Tour 2020/2021**. I primi grandi eventi dopo il lockdown saranno in Canada, con un tris di tappe tra Montreal, Calgary e Vancouver (vedi calendario nella pagina a fianco). In attesa delle nuove date del Rodashow 2020/2021 che saranno comunicate a breve, il calendario si annuncia intenso per un anno senza pause. Le principali attenzioni del tour saranno negli Stati Uniti con ben 5 tappe in calendario, e Asia con al momento altrettanto eventi tra i quali l'evento all'interno del Vinexpo Hong Kong, con cui prosegue la collaborazione proficua. Tra le prime novità c'è Kiev, con il mercato ucraino che ha lanciato ottimi segnali di crescita negli ultimi 3 anni, mentre del tutto nuovo sarà il format in programma a Dubai, con un grande manifestazione che coinvolgerà i migliori ristoranti della città. Confermatissima la partecipazione a ProWein.



GAMBERO ROSSO

CALENDAR

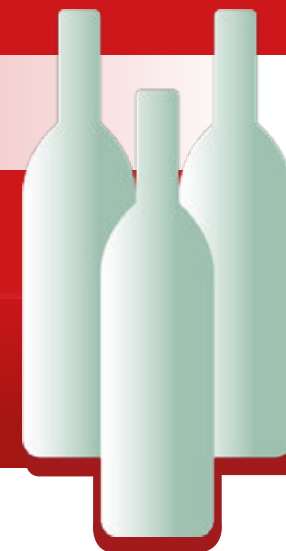
WORLDTOUR



2020

2021

GamberoRossoInternational



2020



JULY

01 SWITZERLAND	trebicchieri WEB SHOW
08 GERMANY	trebicchieri WEB SHOW
15 SCANDINAVIA	trebicchieri WEB SHOW
22 USA	trebicchieri WEB SHOW
27 CANADA	trebicchieri WEB SHOW
30 RUSSIA	trebicchieri WEB SHOW

SEPTEMBER

14 MONTREAL - Canada	trebicchieri
16 CALGARY - Canada	Top Italian Wines Roadshow
18 VANCOUVER - Canada	Top Italian Wines Roadshow

OCTOBER

19 BEIJING - China	trebicchieri
21-23 SHANGHAI - China	trebicchieri VINEXPO Special
ROME - Italy	trebicchieri
26 SEOUL - Korea	trebicchieri
29 TOKYO - Japan	trebicchieri

NOVEMBER

04 KIEV - Ukraine	Top Italian Wines Roadshow
16-19 DUBAI - UAE	Gambero Rosso Food&Wine Week
26 MOSCOW - Russia	trebicchieri
30 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia

2021

JANUARY

19 MUNICH - Germany	trebicchieri
21 BERLIN - Germany	Vini d'Italia
25 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
27 COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia

FEBRUARY

15-17 PARIS - France	trebicchieri VINEXPO Special
23-26 HONG KONG - China	trebicchieri VINEXPO Special

MARCH

02 LOS ANGELES - USA	trebicchieri
04 SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri
05 NAPA VALLEY - USA	trebicchieri
08 NEW YORK - USA	trebicchieri
10 CHICAGO - USA	trebicchieri
20 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special

APRIL

18-21 VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special
----------------------	-------------------------------

Sponsor

A DHL company
GORI
Wine and spirits logistics

Surgiva
WINE AND SPIRITS LOGISTICS

Esclusivo per HORECA

MODEL THREE



MODEL FIVE



Sistema di Conservazione del Vino

MODEL SIX



MODEL SIX



MODEL SIX



MODEL ELEVEN



Adesso, ancora piu' semplice da usare grazie alla tecnologia

SmartClamps™

DAL MONDO

IL MIO EXPORT

Elisabetta Gnudi Angelini - Tenuta Caparzo



1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Nel 2019 la proporzione era 70% export e 30% mercato italiano. Al momento (dall'inizio del 2020) la percentuale è 85% export e 15% per il nostro Paese.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

I nostri mercati di riferimento su cui è possibile contare quanto a serietà e affidabilità sono al primo posto gli Stati Uniti, al secondo posto Germania e Canada e al terzo posto Danimarca e Svizzera. Il Paese che mostra maggiori criticità è la Cina: gli importatori cinesi cercano sempre di abbassare i prezzi e con loro è necessario fare diverse trattative sul listino. Invece, con i Paesi emergenti, come il Brasile, lavoriamo bene perché ci pagano in anticipo..

3 Come sono andate le esportazioni durante e dopo il lockdown?

Non possiamo lamentarci dell'export, che sta andando comunque bene. Per quanto riguarda il territorio italiano, invece, le vendite sono quasi assenti: situazione determinata sia dalla chiusura di ristoranti e alberghi (i nostri vini non sono presenti in Gdo, ma solo nei canali specializzati come enoteche e wine bar) e anche dal fatto che mancano tutte le vendite dirette che facevamo in cantina sia ai turisti di passaggio, sia ai molti stranieri che venivano a fare enoturismo in Toscana e magari soggiornavano proprio a Borgo Scopeto Relais.

4 Come va con la burocrazia?

In questo momento la burocrazia è sicuramente aumentata. Per esempio, per fare due domande di cassa integrazione per due persone che lavorano nel punto vendita, che non ho modo di reimpiegare, i tempi sono stati molto lunghi a causa del continuo aggiornamento dei moduli.

5 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

Alcuni Paesi hanno cambiato atteggiamento nei nostri confronti. Fin dall'inizio della pandemia Cina, Olanda, Belgio e Svizzera hanno chiuso le frontiere e annullato le spedizioni. La Germania e gli Stati Uniti, invece, ci hanno dato grande supporto.

6 Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Il mio nome in America diventa "Elizabeth Knudi". Per anni il mio importatore è stato convinto che fossi di origini tedesche. Ho provato in tutti i modi a dirgli che ero emiliana al 100%, ma non c'è stato verso.

❖ Tenuta Caparzo - Montalcino - Siena - www.caparzo.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA SAN DONACI

L'EMERGENZA COVID SPINGE GLI ITALIANI VERSO I VINI ALTERNATIVI

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Biologici, sostenibili, senza solfiti, naturali. Adesso i wine drinker sono pronti per provare nuove tipologie di vino e consumarli in maniera regolare. Secondo gli esperti di Wine Intelligence, la strategia vincente per le aziende vitivinicole è intercettare la domanda e puntare su donne e giovani



Chi saranno i futuri consumatori e cosa influenzerà il rapporto con il vino? La domanda è quanto mai attuale e la risposta è di alto interesse per i produttori vitivinicoli italiani, alla luce del nuovo contesto economico e in vista dell'elaborazione di una strategia per la ripartenza nel breve periodo e della crescita nel lungo periodo. Gli acquirenti, influenzati più che mai dall'esperienza unica e straordinaria del prolungato lockdown e dalle nuove disposizioni sanitarie, stanno ulteriormente orientando le proprie scelte verso prodotti salutari, naturali e adeguati a un nuovo stile di vita che pone al centro il benessere personale. Di fatto, l'emergenza Covid-19 ha accelerato quel percorso di innalzamento qualitativo che abbiamo visto affermarsi gradualmente negli ultimi anni, mediante una nuova forma di consapevolezza attorno ai prodotti agroalimentari e, nel nostro caso, attorno al vino. Lo conferma anche il recente rapporto Italy Landscapes, realizzato da Wine Intelligence, società inglese specializzata in ricerche di mercato che, per la prima volta, ha passato in rassegna consumatori e operatori del panorama italiano, indicando le principali tendenze future. Un futuro che vedrà sempre più determinante il ruolo dei cosiddetti "vini alternativi", a cui stanno guardando con crescente interesse soprattutto le giovani generazioni. Il country manager per l'Italia di Wine Intelligence, **Pierpaolo Penco**, non ha dubbi. "È questa una delle grandi novità del nostro report".

GIOVANI SPERIMENTATORI CRESCONO

In Italia, su una popolazione adulta di 49,7 milioni, i consumatori di vino sono 34 milioni, il 90% di questi (31 milioni) è considerato regolare (almeno una volta al mese), mentre i consumatori settimanali sono 27,9 milioni. Tra i regolari, il 51% è di sesso maschile, il 49% femminile. Oltre metà tra quelli regolari in Italia (55%) ha mostrato, nella ricerca di Wine Intelligence su un campione di mille abitanti rappresentativo della popolazione, un atteggiamento "avventuroso" e disposto alla sperimentazione. Sono soprattutto le fasce più giovani (tra 18-34 e tra »

Horeca. Spesa per il vino sotto 12,5 euro

La maggior parte dei consumatori regolari di vino italiani (oltre il 50%) spende meno di 12,5 euro per una bottiglia di vino nell'Horeca. Ma sono disponibili a pagare di più per eventi formali o sociali. Gli over 55 tendono a consumare meno vino rispetto agli altri consumatori regolari. Al ristorante, il 72% dei 18-34enni e il 66% acquista vino, rispetto al 50% degli ultra 55enni.

» 35 e 54 anni) a voler provare nuovi e diversi stili di vino, con percentuali comprese tra il 69% e il 64%, rispetto alla fetta degli ultra 55enni per i quali questa percentuale scende al 41 per cento. La curiosità è la molla che spinge il cliente italiano, e specialmente il Millennial, a provare stili differenti. «Questo è uno specifico elemento che notiamo emergere anche nell'Horeca, nel fuori casa, in modo particolare nella dimensione delle enoteche e dei wine bar» sottolinea Pierpaolo Penco, che ricorda come, ovviamente, ci sia anche una clientela più tradizionale che resta fedele, cerca e acquista i marchi che conosce bene.

IL BOOM DEI VINI ALTERNATIVI E DEI VINI "SENZA"

Già nel 2018, per i vini alternativi, i cosiddetti "Sola" (che sta per *sustainable, organic, low-alcohol, alternative*), si sono aperte ufficialmente le porte per un futuro in crescendo. Oggi, la preferenza per tale categoria ha subito un'accelerazione, registrata da Wine Intelligence nel sondaggio realizzato a metà marzo, in pieno lockdown. L'indagine, infatti, svela uno spaccato della società che coinvolge in maniera stretta gli aspetti culturali del consumatore regolare italiano di vino. Infatti, l'indice di opportunità per i vini alternativi del 2020 (vedi BOX sopra) nelle prime cinque posizioni vede in testa alla classifica il vino senza solfiti, seguito a breve distanza dal vino biologico (l'Italia tra i leader mondiali per la categoria), da quello naturale, poi da quello sostenibile e, infine, da quello senza conservanti. In particolare, se il senza solfiti ha il più alto indice di opportunità, il biologico detiene la massima riconoscibilità e, allo stesso tempo, risulta particolarmente alta la percentuale di coloro che prenderebbero in considerazione

Indice di opportunità dei vini alternativi 2020

TIPO DI VINO	indice
Vino senza solfiti	51,8
Vino biologico	50,8
Vino naturale	47,7
Vino sostenibile	43,5
Vino senza conservanti	40,7
Vino ecologico-rispettoso dell'ambiente	38,1
Vino da cantina a emissioni zero	37,1
Vino low alcohol	31,2
Vino equo e solidale (fair trade)	29,9
Vino biodinamico	27,9
Orange wine/macerato	23,6
Petillant naturel (Pet nat)	22,6
Vino analcolico	19,6
Vino vegano	13,9
Vino vegetariano	12,8

fonte: Italy wine landscapes 2020

ne l'acquisto futuro di un vino di un'azienda vinicola a emissioni zero assieme a un vino naturale. «Entrambe le categorie del biologico e del senza solfiti rappresentano oggi una fetta importante nei consumi, con percentuali intorno al 20% ciascuna tra i bevitori regolari», sottolinea Penco che aggiunge: «Anche nel resto del mondo, il biologico è più riconoscibile, ma quello con più potenzialità di sviluppo è il vino sostenibile, perché porta con sé una serie di elementi valoriali culturali particolarmente sollecitati in questo momento di emergenza sanitaria. Col Coronavirus» prosegue «i consumatori dimostrano di avere un interesse a sperimentare nuove tipologie che non siano quelle classiche e mostrano un'attenzione maggiore a tutto ciò che è salubre e più sicuro, associando la salubrità al rispetto dell'ambiente». La concentrazione sugli elementi salutistici è dimostrata dal fatto che nelle prime cinque posizioni della graduatoria ci sono

ben due categorie di vini "senza". Sarà interessante vedere se anche nel consumo fuori casa del post-Covid questo trend rimarrà inalterato e se le giovani generazioni avranno introiettato i valori che questi prodotti portano con sé.

I CONSUMI PRE E POST-COVID

Tra pre e post-Covid l'atteggiamento sociale degli italiani risulta ben diverso. In particolare, chi guarda alla fase di ripresa si dice meno disposti a viaggiare per lavoro, ad andare in vacanza all'estero e a prendere parte a eventi sociali di grandi dimensioni; più propenso a spendere meno soldi e a risparmiare, così come a provare nuovi piatti o nuove tipologie di cucina. Rispetto alle nuove bevande alcoliche, il consumatore italiano appare prudente, tranne per la fascia d'età compresa tra 18 e 34 anni. «Per gli imprenditori

Spritz pigliatutto



Il 70% dei consumatori regolari di vino in Italia, sotto i 55 anni, ha bevuto uno Spritz nell'ultimo anno. Il cocktail è il quarto drink più popolare dopo vino rosso, vino bianco e birra.

ri vitivinicoli questo è un elemento importante della ricerca» sottolinea Penco «perché ci dice che i giovani sono la categoria su cui occorre lavorare di più a livello di comunicazione. L'uso di questi valori legati alla sostenibilità, alla salubrità e al rispetto dell'ambiente, potrà essere una chiave di interesse non solo per i giovani ma anche quando ci si rivolge alle consumatrici». Secondo l'indagine, infatti, la donna si dichiara meno informata e meno sicura di fronte al vino, denotando un bisogno di ricevere più informazioni e più mirate. «C'è spazio per raccontare loro i prodotti e, in particolare, la categoria dei Sola, che stanno incontrando l'interesse di questa fascia». Questo trend non è solo italiano ma attraversa i confini: «Ad esempio, in Cina, la consumatrice donna della categoria Millennial o della generation Z apprezza molto i vini alternativi. Una grossa parte dei 52 milioni di cinesi sono donne particolarmente attente agli aspetti salutistici», sottolinea Penco. I vini Sola rappresentano una ghiotta opportunità per il canale e-commerce, decollato da marzo in poi. Il motivo è semplice: «Si tratta di prodotti che hanno bisogno di più spazio per essere spiegati e l'online offre questa opportunità a un consumatore attento e desideroso di informazioni. Ed è molto probabile che anche in questo canale si osserverà una tendenza positiva delle vendite».

Conversione all'acquisto delle 5 principali Dop

Prosecco Doc	47%
Conegliano Valdobb. Docg	39%
Montepulciano d'Abruzzo	39%
Sicilia Doc	39%
Lambrusco Doc	38%

I brand più forti in Italia

BRAND	indice*
1 Ferrari spumanti	99
2 Berlucchi	84,8
3 Fontanafredda	68,5
4 Donnafugata	68
5 Ca' del Bosco	59,4
6 Mionetto	58,7
7 Feudi di San Gregorio	58,5
8 Valdo spumanti	54,2
9 Sella & Mosca	52,4
10 Antinori	50,9
11 Zonin	50,5
12 Mastroberardino	50,5
13 Sassicaia	50,1
14 Duca di Salaparuta	50
15 Marchesi di Barolo	48,1

*L'indice è ottenuto sommando diversi parametri tra cui reputazione, riconoscibilità, acquisto e conversione all'acquisto, connessione coi consumatori.

IL BINOMIO VINCENTE? BOLLICINE E SOSTENIBILITÀ

Il rapporto di Wine Intelligence ha confermato ancora una volta il ruolo trainante della spumantistica sul mercato nazionale. La classifica dei brand più forti (vedi BOX sopra) dice che Ferrari, Berlucchi e Fontanafredda sono sul podio ma soprattutto che cinque brand tra i primi dieci appartengono alla spumantistica. Prosecco Doc, Conegliano Valdobbiadene Docg e Lambrusco sono nelle top 5 per capacità di convertire in acquirenti i consumatori che le conoscono (vedi BOX a lato). «Bollicine e sostenibilità sarebbe certamente un binomio vincente sul mercato» commenta Penco «anche se va detto che l'Italia dovrà mettere in campo e sviluppare un protocollo unico, coinvolgendo gli enti di certificazione, che non si riduca a un tecnicismo ma che sia comprensibile ai consumatori, riconosciuto dai Paesi clienti del vino italiano e che possa, in questo modo, essere un vero valore aggiunto per le aziende che sceglieranno di essere sostenibili». ❖

fonte: Italy wine landscapes 2020



Il vino senza compromessi.

IL FUTURO DELL'ENOTECA? NEI SERVIZI ONLINE, MA NON SOLO

▲ a cura di Loredana Sottile

Già a maggio gli esercizi erano tutti aperti, per l'80% con servizio delivery. Ecco come il comparto ha reagito alla crisi e come l'e-commerce ha salvato le vendite. La fotografia di Vinarius e le testimonianze dei premiati della nuova guida Enotecche d'Italia del Gambero Rosso

arrivo in libreria, il prossimo 18 giugno, della nuova guida Enotecche d'Italia del Gambero Rosso segna l'inizio della nuova fase per un settore che muove qualcosa come 280 milioni di euro e fornisce – proprio in virtù di questa ripartenza – una mappa dei migliori indirizzi dello Stivale (vedi pag. 25): dalle enoteche classiche, a chi fa anche servizio alla mensa o ha adottato la formula wine bar, senza trascurare anche i migliori corner della grande distribuzione organizzata e i wine shop on-line che, mai come in questi mesi, hanno vissuto il loro “stato di grazia”. Nel presentare questo nuovo lavoro, ne approfittiamo per fare il punto sulla salute del comparto relativo al post emergenza e sui progetti per il futuro.

IL SONDAGGIO DI VINARIUS: IL 60% DELLE ENOTECHE È SEMPRE RIMASTO APERTO

Rispetto ad altre attività (tra cui bar e ristoranti) e dopo un primo periodo di assestamento, le enoteche seppur con tutti i limiti del caso, hanno cercato di essere attive anche durante il lockdown con il servizio di vendita o con il delivery. Infatti, secondo un sondaggio realizzato su 130 esercizi nel mese di maggio da Vinarius, l'Associazione delle Enotecche Italiane, il 60% delle enoteche è sempre rimasto aperto mentre un 15% ha aperto dopo l'1 aprile e solo il 25% ha atteso il 3 maggio per ripartire. Oltre l'80% delle enoteche aveva già un servizio delivery attivo o lo ha attivato in questo periodo di lockdown, mentre meno del 20% non ha attivato il servizio. Sulla tecnologia in uso il trend è inverso: oltre il 67% non aveva sito web o e-commerce e non lo ha attivato, mentre 23% lo aveva già o lo ha attivato durante il lockdown.

Dalla fotografia scattata da Vinarius emergono anche i trend di vendita che, seppur lontani dai livelli del pre-lockdown, stanno ricominciando a mettersi in moto. Dopo le due settimane iniziali, il trend di calo si è mantenuto per oltre il 61% delle enoteche intervistate, mentre per il 39% il lavoro è ripreso. Di chi ha registrato cali nelle vendite, il 70% ha segnalato decrementi oltre il 15-30% e solo il 30% ha avuto lo stesso lavoro delle prime 2 settimane senza ulteriori riduzioni.

Tra chi ha ripreso le attività a regime, invece, il 62% indica un aumento di lavoro dopo le prime 2 settimane intorno al 15%, il 38% indica, invece, aumenti intorno al 30% o oltre. Ovviamente ci vorrà ancora tempo prima di riprendere a pieno ritmo. Ma in che modo?

“Probabilmente dovremo offrire più servizi cui magari non eravamo abituati” è il commento del presidente Vinarius **Andrea Terraneo** “o per i quali non eravamo organizzati: consegna a domicilio, orari diversi e più ampi almeno nelle grandi città e, perché no, anche l'enotecario professionista che partecipa a cene dei clienti per parlare di vino. Dalle macerie dovremo ripartire per ritrovare un ordine accettabile con l'idea di che da



Dal 18 giugno arriva la guida Enotecche d'Italia



Un lavoro complesso, date le molteplici sfaccettature del settore, nel quale il Gambero Rosso ha deciso di investire compiendo un'indagine a tappeto lungo lo Stivale. Al di là delle enoteche classiche, entrano in guida anche quegli

esercizi nei quali alla vendita al dettaglio si è affiancata la mescita: sono molte le attività che nel corso degli anni hanno cambiato pelle trasformandosi da bottiglierie a enoteche con mescita; per non parlare dei wine bar, di fatto oggi dei veri e propri ristoranti, che però in alcuni casi sono stati inseriti, proprio in virtù dell'estrema ibridazione degli esercizi. Ma i cambiamenti non fanno parte soltanto del mondo delle botteghe: il vino è prodotto multiforme che si è fatto strada sempre più prepotentemente sui diversi piani dei canali distributivi. Ecco allora che accanto agli esercizi classici, alle bottiglierie storiche, o ai negozi a tema "vini naturali" figurano, opportunamente segnalati, anche i migliori corner della grande distribuzione organizzata che operano in vari modi: alcuni hanno forme centralizzate di acquisto per cui l'assortimento è identico in ogni punto vendita; altre catene affidano al singolo retailer parte della selezione delle etichette da mettere a scaffale. Le schede sono state quindi modulate di volta in volta a seconda delle varie realtà. Infine, i wine shop on-line, entità che non hanno negozi fisici ma che vendono vino esclusivamente sulle loro piattaforme digitali. La guida include oltre 430 indirizzi di grande affidabilità fra i quali abbiamo individuato 54 punte d'eccellenza, che sono contraddistinte da un nuovo simbolo, i Tre Cavatappi. Ma siamo solo all'inizio: il lavoro continua per offrire ad appassionati ed operatori uno strumento agile e utile per diffondere sempre più la cultura del bere bene, a cominciare dalla bottiglia da mettere in tavola ogni giorno.

William Pregentelli, curatore guida Enotecche d'Italia

» questa crisi si debba cogliere l'opportunità per ricominciare correggendo gli errori del passato, che ci sono stati e che senza questa sventura difficilmente sarebbe stato possibile andare a rivedere. La parola d'ordine è il nuovo assetto all'interno della filiera vino all'insegna della professionalità e del rispetto dei ruoli".

AEPI: IL RUOLO DELL'ENOTECARIO E L'IMPORTANZA DELL'ONLINE

E di insegnamenti da cogliere da questa crisi ce ne sono tanti, anche secondo **Francesco Bonfio**, presidente di Aepi, l'Associazione degli Enotecari Professionisti Italiani nata nel 2016 e riconosciuta dal Mise, che oggi conta su 53 iscritti tra consulenti, periti, organizzatori di eventi e di corsi di degustazione, redattori di carte dei vini ed enotecari. "Il mestiere di enotecario oggi racchiude tanti aspetti" ci spiega Bonfio "è un comunicatore e lo è in modo sartoriale; è degustatore nelle commissioni dei concorsi enologici; è consulente sia quando si rivolge ai clienti sia quando redige una carta dei vini; è docente, quando tiene i corsi di degustazione per il pubblico; è divulgatore quando tiene degustazioni monotematiche per piccoli gruppi o per singoli che vogliono una assistenza personalizzata". Di certo questo 2020 ha bloccato gran parte di queste attività, eccezion fatta per la di vendita, ma ha anche dato dei nuovi input a tutto il settore. "Questa crisi ci insegna che dobbiamo recuperare dimestichezza con il digitale" continua il presidente "in questi mesi c'è stata una notevole accelerazione, ma solo perché eravamo notevolmente indietro. Molte enoteche, infatti, che non avevano l'e-commerce lo hanno introdotto, altre lo hanno potenziato. Ma tutto questo da solo non basta: non bisogna trasformarsi un supermercato virtuale, ma continuare a curare, anche a distanza, il rapporto diretto con il cliente. E questo vale anche per l'enotecario divulgatore, anche se è purtroppo chiaro che molte attività - penso ad esempio alla consulenza privata per cene o eventi - non riusciranno a ripartire a breve, complice la mancanza di turismo straniero che è quello più propenso a spendere. Bisognerà, probabilmente, archiviare il 2020 e guardare avanti". Intanto, gran parte degli enotecari ha attinto alle misure messe a disposizione dal Governo: "C'è chi ha utilizzato il bonus per partite Iva" dice Bonfio "o la cassa integrazione e tra questi chi l'ha ottenuta subito e chi sta ancora aspettando". Sono, invece, ripartiti i corsi per il conseguimento dei crediti professionali: quattro appuntamenti da aprile e giugno tutti da remoto. D'altronde è proprio l'online la freccia nell'arco della ripartenza.

LA FASE 2 DELLE ENOTECHICHE PREMIATE

Lo sanno bene le enoteche - dai grandi gruppi alle piccolissime - che in questi mesi sono sopravvissute proprio aggrappandosi all'ancora dell'online e lanciando nuove formule ad esso connesse. Da notare che per molti si trattava di un servizio nuovo, ma presente nel cantiere delle potenzialità già tempo. Il Covid ha praticamente fatto da acceleratore.

TRE CAVATAPPI. Le migliori Enotecche d'Italia.



LE MIGLIORI ENOTECHICHE DELLE GRANDI CATENE, DELLA GDO E ONLINE

- Eataly
- Signorvino
- Esselunga
- Metro Italia
- Tannico
- Callmewine
- Vivino
- xtraWine



Signorvino

La catena di negozi di vino specializzati del Gruppo Calzedonia (nel 2019 un giro d'affari complessivo di circa 35 milioni di euro per il food&wine), è stata la prima enoteca a chiudere lo scorso 10 marzo e la prima a riaprire non appena le condizioni lo hanno permesso, con nuove formule adatte alla situazione attuale: dal take away al food delivery con Deliveroo, fino ad arrivare all'e-commerce, lanciato lo scorso 28 maggio che prevede la spedizione gratuita in tutta Italia con l'acquisto di almeno 6 bottiglie. A partire dall'estate, poi, sarà utilizzato il metodo O2O (On Line To Off Line), ovvero si potrà acquistare sia dal sito che ordinando direttamente in negozio, ricevere le bottiglie a casa oppure andare a ritirarle nello store.

"L'apertura del canale e-commerce" dichiara **Federico Veronesi**, parte della proprietà del Gruppo "è per noi un ulteriore mezzo per poter far vivere l'esperienza Signorvino anche a casa. Crediamo molto infatti nel concetto di omnicanalità. In questo modo, vogliamo mettere a disposizione dei nostri clienti, in maniera semplice, una grande ricerca fatta negli anni dando la possibilità di farsi assistere direttamente dai nostri esperti". Ogni soluzione d'acquisto, infatti, così com'è nello stile Si-

Il punto di vista del distributore: "Le enoteche vincono per il loro ruolo sociale"

Credo che in futuro l'enoteca avrà un ruolo differente dal passato, ponendosi come una sorta di opinion leader credibile, per la propria zona/territorio. Il vino è e resta un fenomeno sociale e, seppur gli shop on-line cresceranno guadagnando quote di mercato, anche le enoteche potranno crescere, avvantaggiandosi rispetto ad altri canali sia per il valore medio dei prodotti proposti, sia sfruttando tutte le opportunità "sociali" che la loro attività permette, caratterizzando la loro territorialità, raccontando tutte quelle etichette che lo necessitano. Da parte nostra, riteniamo che le enoteche siano fondamentali e il nostro principale lavoro verte proprio sulle relazioni che l'azienda direttamente o tramite i propri collaboratori ha con le stesse; il nostro ruolo non è quello di mediatori ma soprattutto di consulenti, la conoscenza del tessuto sociale di una area, delle mode, dei consumi, delle tendenze sono elementi fondamentali per potere avere un dialogo con i nostri partners. Investiamo sempre più in servizi mirati alle esigenze di ogni singolo cliente: consegne veloci, precise, riassortimenti "just in time", riordini frequenti etc... Abbiamo un ottimo rapporto con i nostri clienti e questo ci permette di poter ascoltare ed essere ascoltati, la fidelizzazione è la chiave.

Corrado Mapelli, Gruppo Merregalli

L'importanza di rischiare

Come attirare i consumatori nello spazio fisico di un'enoteca mentre si esce dal distanziamento sociale? Non basteranno gli scaffali. I consumatori che sono stati messi in quarantena cercheranno esperienze personali e un senso di comunità, ovvero luoghi dove l'ambiente fisico sia realmente superiore a quello virtuale. Promuovere degustazioni tra varietali, annate, territori, produttori e prezzi è un fattore chiave di differenziazione dall'online. I rivenditori che avranno successo nel mondo post-Covid saranno quelli in grado di sfruttare la loro impronta fisica per offrire esperienze enologiche e la loro impronta digitale per espandere il commercio. Coloro che si adattano rafforzeranno le loro imprese a lungo termine. Coloro che non rischiano, rischiano l'estinzione.

Greg Lambrecht, Coravin

gnorvino è affiancata dalla consulenza del wine specialist, raggiunto in store oppure telefonicamente, per consigliare in base ad abbinamento o budget. La parola d'ordine della ripartenza è ovviamente sicurezza: dall'attenzione al numero di persone da far accedere ai locali all'uso dei dispositivi di protezione, fino alla costante attività di igienizzazione. E, fanno sapere dal gruppo, l'affluenza di queste settimane è stata buona, ma principalmente legata all'acquisto oppure al momento dell'aperitivo. La scommessa tuttavia, è tutta rivolta a quel che resta di quest'anno: l'obiettivo è passare dai 17 store attuali a 25 entro il 2020. Confermate, quindi, tutte le nuove aperture già in programma: due nuovi store a Milano (Navigli e zona Corso Como), uno a Parma nel centro commerciale La Galleria e in autunno altri due a Roma (piazza Barberini e nel nuovo centro commerciale di Laurentina). "Stiamo continuando ad investire in nuove aperture e nuovi canali di vendita e siamo impegnati in nuove assunzioni" rivela Veronesi "speriamo che questo sia anche un messaggio positivo ed incoraggiante per una ripresa che non può tardare. Oggi la sfida per tutti noi è molto dura: il coraggio, lo stile, l'ingegno imprenditoriale italiano non possono che rispondere con prontezza e serietà".

Rossorubino

Anche per Rossorubino, l'enoteca di **Edoardo Gazzera** a Torino, il lockdown è stato il momento per avviare un progetto nel cassetto da tempo: oltre all'e-shop dal sito anche un e-commerce innovativo e interattivo con videochiamata su Whatsapp o Skype, dal nome Drink@Home. "Ciò permette di far vedere lo scaffale al cliente e consigliarlo nella scelta come se fosse nel negozio" spiega a Tre Bicchieri Gazzera "nell'ottica di un incontro tra esseri umani: tra una persona che cerca e una persona che risponde. L'idea c'era già, ma l'emergenza ci ha



#stappacongamberorosso



**Barolo Docg Monvigliero 2016
BEL COLLE**

La sottozona di Verduno denominata Monvigliero è un anfiteatro naturale esposto a sud-ovest dove il particolare microclima esalta la produzione di un vino Barolo molto profumato e delicato. Con Marco Sabellico assaggiamo il Monvigliero '16 della cantina Bel Colle. Colore rubino granata e un naso di ciliegia croccante, liquirizia e una sfumatura di cioccolato. Una bocca elegante, verticale e rinfrescata sul finale da una bella vena acida. Un rosso di grande persistenza e struttura che ben si abbina a carni rosse, selvaggina e formaggi stagionati.

Scopri di più: www.belcolle.it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/p/CBLhOCCo_Su/



#stappacongamberorosso



**Hey French. You could have
made this but you didn't
PASQUA**

Con Marco Sabellico assaggiamo un vino fuori dagli schemi e con un nome molto particolare, quasi una provocazione nei confronti dei grandi nomi della tradizione vitivinicola internazionale. Un vino della cantina Pasqua che proviene dal Monte Calvarina ed è un blend delle migliori quattro annate dell'ultimo decennio ('13, '15, '16, '17). Un colore giallo paglierino intenso e un naso di frutta bianca matura, note floreali e di vaniglia. Un bianco cremoso e sapido rischiarato da una bella acidità e toni di erbe aromatiche. Perfetto con zuppe, baccalà mantecato, pesce affumicato e paste ripiene.

Scopri di più: www.pasqua.it/it/home/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/p/CBOGA6pDafM/



#stappacongamberorosso



Friulano "I Ferretti" DOC
Friuli Isonzo 2017
TENUTA LUISA

In questo episodio assaggiamo un vino rappresentativo della qualità eccelsa dei vini friulani: Il Friulano '17 "I Ferretti" della cantina Tenuta Luisa. La particolarità di questo vino è data da un leggero appassimento delle uve in pianta per concentrarne maggiormente gli aromi. Un naso intenso di frutta gialla, erbe aromatiche e una delicata nota floreale. La ricca invece è ricca, polposa e dotata di grande freschezza e struttura. Un bianco armonico sorretto da una bella vena acida che lo rende straordinariamente fresco e bevibile. Provatelo con primi piatti della tradizione, salumi e formaggi saporiti.

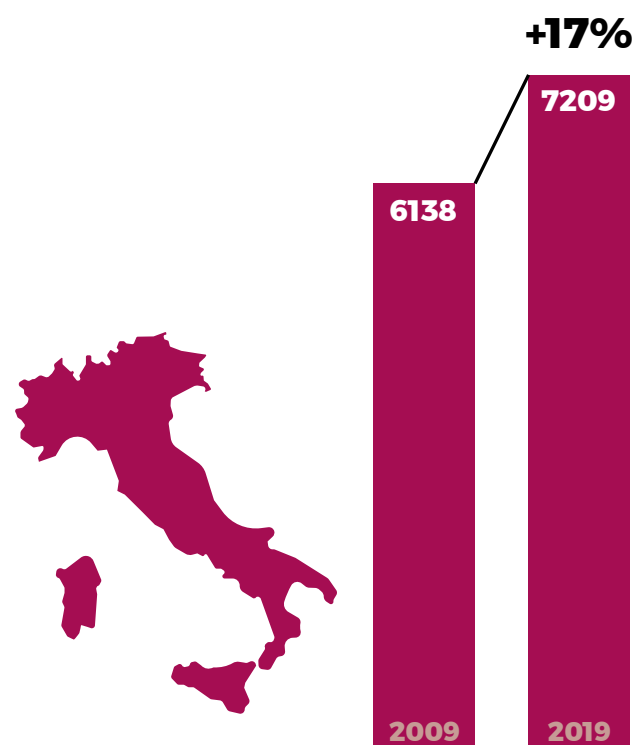
Visita la cantina: www.tenutaluisa.it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/p/CBTPi-8iH8Z/

LE STORIE

spinto a metterla in pratica nel giro di pochissimi giorni. Il successo che ha avuto ha sorpreso anche noi, tanto che abbiamo deciso di lasciare il servizio anche per il futuro". L'intenzione è di allargare anche alle zone limitrofe a Torino, mentre in città sta per partire la consegna per circoscrizioni, in modo da renderla gratuita (al momento lo è solo per una spesa superiore a 100 euro). Accanto a questo servizio, Rossorubino nei mesi scorsi è rimasto sempre aperto come punto vendita, rinunciando però alla somministrazione che è stato riattivata nelle ultime settimane ma solo per il vino alla mescita. "Riprenderemo con un'offerta più completa il prossimo 25 giugno" spiega il proprietario "ma per la parte ristorazione vera e propria dovremo attendere settembre, considerati anche i nostri spazi ridotti e l'impossibilità di avere un dehors". Rimarrà, invece, ancora in standby il punto vendita all'interno dell'aeroporto di Caselle, dove la riduzione dei voli (fino ad ora uno solo al giorno) non consente al momento di stabilire un piano di riapertura dei negozi lì presenti. Relativamente alle richieste dei clienti, l'emergenza ha fatto emergere nuove tendenze che sembrano non fermarsi neppure adesso, come ad esempio il boom del bag-in-box: "Il picco di vendite di questo formato lo abbiamo avuto durante il lockdown" spiega Gazzera "ma tutt'ora, sebbene ridimensionate, le richieste restano molto più alte rispetto al pre-Covid. Ciò dimostra una maggiore propensione verso il bere quotidiano a prezzo contenuto, mentre al contrario c'è stato un crollo delle bottiglie importanti, a fronte di una buona tenuta dei vini di fascia media".

Addetti al settore enoteche



ENOTECHICHE

Città col maggior numero di enoteche

- 1 ROMA**
(345 enoteche, + 35% in dieci anni)
- 2 NAPOLI**
(221 enoteche)
- 3 MILANO**
(142 enoteche, +72% in dieci anni)

fonte: Camera di Commercio di Milano, Monza, Brianza, Lodi

Vino Veritas

Non si è fermato neppure durante il lockdown **Giuseppe Lisciandrello** di Vino Veritas (Palermo) che ha limitato i danni concentrando tutta l'attività in uno dei due punti vendita (oggi è tornato operativo anche il secondo): "Il Coronavirus ha certamente creato a tutti noi notevoli problemi e disagi, mettendoci di fronte a una situazione nuova che sarà necessario affrontare in maniera innovativa e con rinnovati strumenti. Io ho reagito rafforzando il servizio di consegna a domicilio (delivery), a fronte di una più accentuata attività sui social e incrementando lo shop on-line attivo già da due anni, ma che non era mai decollato fino a quando l'emergenza non ha costretto tutti a casa. In sostanza, ho rafforzato i servizi alla clientela, una novità dalla quale non si tornerà più indietro. In questo modo, sono anche riuscito a garantire il personale, sotto il profilo economico". Personale, di cui oggi il 70% è di nuovo al lavoro, mentre il resto è in cassa integrazione in attesa che si ritorni ai ritmi pre-Covid. Infatti, la riapertura dell'attività ristorativa, a partire dal 18 maggio, ha comportato chiaramente una riduzione dei coperti di oltre il 50% che sta rallentando la ripresa: "Diciamo che il 2020 è andato così, sperando di recuperare nella seconda parte dell'anno" continua Lisciandrello "l'e-commerce ci ha permesso di pareggiare le perdite della vendita in negozio che per noi vale il 30% dell'attività, ma la mescita, in tutti questi mesi, ci è mancata parecchio. Adesso abbiamo ricominciato anche con gli ordini delle nuove annate procedendo, però, con i piedi per terra e attenendoci anche a quelle che sono le tendenze e le richieste arrivate in queste quattro settimane: maggiore attenzione per i prodotti nazionali e soprattutto locali. Difatti è come se si fosse affermata una maggiore propensione al campanilismo e questo, senz'altro, ridisegnerà la mappa dei consumi dei mesi a venire". ❖



#stappacongamberorosso



Lugana Riserva 2017
ZENATO

In questa puntata assaggiamo uno dei vini più rappresentativi della cantina Zenato: il Lugana Riserva '17 dedicata al fondatore Sergio Zenato. Colore paglierino brillante e un naso elegante di fiori bianchi, frutta gialla e scorza d'agrumi. La bocca invece è dominata da note sapide e da una vena acida che dà slancio, progressione e vitalità al vino. Un bianco di grande eleganza, struttura e pienezza perfetto per accompagnare specialità della cucina marinara, primi piatti saporiti e formaggi freschi.

Visita il sito: www.zenato.it/it/storia.html

Per guardare la puntata
www.instagram.com/p/CBGXpb_j_FI/