

PAMBIANCO MAGAZINE

WINE & FOOD

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DEL VINO, DEL CIBO E DELLA RISTORAZIONE

ANNO VI - N°3 GIUGNO - LUGLIO 2023

Il caso del riciclaggio incapace: il caso del riciclaggio incapace: il caso del riciclaggio incapace

Il caso del riciclaggio incapace: il caso del riciclaggio incapace: il caso del riciclaggio incapace

ANALISI
Il 'Rinascimento'
della grappa

INTERVISTA
Enrico Crippa

SCENARI
Gavi, un cortese
nel mondo

MERCATO
Wine hospitality
Il fattore X delle cantine

A TAVOLA CON L'HOTELLERIE

COVER BY RAFA SILVARES

NEWS

ALL'ANTICO VINAIO FA TRIS A MILANO E PUNTA AI 50 MLN €



All'Antico Vinaio fa tripletta a Milano inaugurando il terzo locale, in via della Moscova, e salendo così a quota 15. E non si ferma qui. Il proprietario dell'Antico Vinaio Tommaso Mazzanti, infatti, ha dichiarato a Pambianco Wine&Food di prevedere "almeno altre due aperture nei prossimi 24 mesi su Milano e sarebbe un sogno riuscire ad avere solamente nel capoluogo meneghino quasi 100 collaboratori". L'espansione prosegue però anche fuori i confini milanesi. "Per quanto riguarda l'Italia - spiega Mazzanti - apriremo a Napoli verso settembre/ottobre 2023 e poi prevediamo altri locali a Los Angeles, Las Vegas e New York per gli Stati Uniti". Alle spalle di questo sviluppo da dicembre 2022 c'è la joint venture Av Retail, creata dalla società di sviluppo e gestione di reti commerciali in franchising Percassi insieme All'Antico Vinaio con l'obiettivo di promuovere il marchio su territorio nazionale e internazionale. Intanto le ambizioni di espansione si riflettono anche nei numeri di fatturato. Dopo aver registrato ricavi per 22 milioni di euro nel 2022 (considerando solo i locali italiani), il proprietario punta a chiudere l'anno in corso oltrepassando quota 23 milioni, esclusi i locali della jv con Percassi sotto la società Av Retail e quelli in America. "Il mio obiettivo - conclude - è quello di arrivare nel 2025 a sfiorare i 50 milioni di fatturato nel complesso globale di All'Antico Vinaio".

PLANETA APRE IL PRIMO BEACH CLUB A MENFI

Planeta, azienda vitivinicola siciliana con sette cantine dislocate in cinque territori, aggiunge un tassello alla sua proposta hospitality La Foresteria di Menfi (Sicilia) con l'apertura del Beach Club Insula. Firmato da **Planeta Estate** - il ramo Planeta dedicato all'ospitalità - il club è immerso nella natura, a pochi passi da Lido Fiori, ed è aperto dal mattino fino al tramonto per i clienti del Wine Resort La Foresteria e, su prenotazione, anche per gli esterni.



MIMMA POSCA PRESENTA CLASSY WINES

Importare e distribuire in Italia Champagne e fine wine nei segmenti ultra-premium & top range. È questa la mission di Classy Wines, il nuovo progetto imprenditoriale di Mimma Posca, ex AD - in carica sino al 2019 - della filiale italiana di Vranken-Pommery. Il progetto è stato avviato nel 2023 e comprende, a oggi, diverse realtà italiane e francesi che coprono i territori dallo Champagne al Bordeaux fino a Montalcino e Friuli. "Siamo partiti con cinque marchi e al momento siamo in trattativa con altri tre che riguardano Etna, Franciacorta e Fiano di Avellino", dice Mimma Posca. "Non solo, vorrei allargare il raggio includendo Barolo, Barbaresco e la Borgogna dello Chablis". E se al momento il focus è sui vini di Francia e Italia, non manca la volontà di lavorare con realtà provenienti da Paesi quali Usa, Grecia e Israele. Attualmente la distribuzione si concentra sull'Horeca, con un particolare focus sulla ristorazione d'élite, ma con il tempo "arriveranno anche altri canali, come il retail e la ristorazione collettiva, ma pur sempre con un posizionamento alto". In questo primo anno "conto di arrivare al milione di euro di fatturato. A tendere, questa azienda ha il potenziale di raggiungere quota 20-25 milioni".

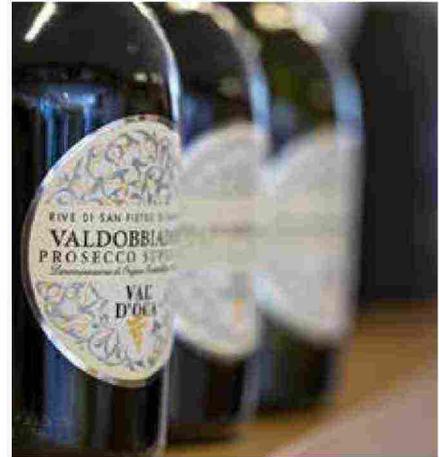


Mimma Posca

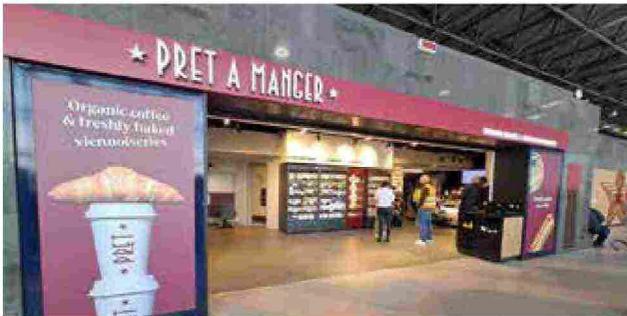
CANTINA VALDOBBIADENE STIMA RICAVI A 60 MLN €. TRAINANO LE RIVE

Cantina Produttori di Valdobbiadene stima di chiudere l'esercizio fiscale 2022-23 (il prossimo 30 giugno) con 60 milioni di euro di fatturato, in crescita sui 55 milioni dell'anno precedente. Con questi numeri la realtà veneta conferma l'andamento positivo del primo semestre, quando aveva registrato una crescita del 10% delle vendite di imbottigliato. La realtà veneta, cui fa capo il marchio Val D'Oca, riunisce 1000 ettari di vigneto gestiti da circa 600 soci viticoltori. Protagonista

dell'offerta Val D'Oca è il prosecco, in particolare il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, il Valdobbiadene Prosecco Docg Le Rive e il Superiore di Cartizze. A trainare la crescita dei ricavi di questo esercizio "sono state le Rive che in volume non giocano una grande parte della produzione, contando solo circa 600mila bottiglie (sui 15 milioni e mezzo di bottiglie vendute lo scorso anno in totale, ndr), ma sono in continuo aumento", ha riferito il direttore commerciale Tito Campesan.



Pret A Manger arriva in Italia

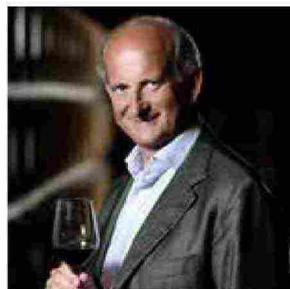


Pret A Manger sbarca in Italia. La celebre catena britannica, già presente in 12 Paesi con oltre 550 locali, ha infatti aperto il suo primo punto vendita nella Penisola, presso il Terminal 2 dell'aeroporto di Milano Malpensa. Lo store è situato nell'area partenze, ha 15 posti a sedere e occupa 25 persone. L'arrivo in Italia di Pret A Manger è stato reso possibile grazie all'accordo con Chef Express, società che gestisce tutte le attività di ristorazione del Gruppo Cremonini, che si occuperà dello sviluppo della catena nel Belpaese. Entro l'anno, infatti, sono previste altre tre aperture: una al Terminal 1 di Malpensa e due nel cir-

cuito di Grandi Stazioni Retail. Inoltre "stiamo individuando una location in centro città a Milano dove, se riusciamo, apriremo entro la fine dell'anno", spiega Cristian Biasoni, AD di Chef Express, società a oggi licenziataria anche dei marchi McDonald's e Wagamama. Per il futuro "abbiamo un piano di espansione piuttosto aggressivo che prevede l'apertura di almeno 30-40 punti vendita nell'arco di 15 anni. Questa però sarà la seconda fase di sviluppo di Pret A Manger in Italia", specifica Biasoni. La prima fase comprende le prime 3-4 aperture del 2023 che "ci consentiranno di mettere a punto la formula per il mercato italiano".

Frescobaldi cresce in Maremma

Marchesi Frescobaldi ha acquisito Poggio Verrano, cantina di Magliano in Toscana nata nel 2000 sotto la guida della famiglia Bolla. L'operazione aggiunge un ulteriore tassello per Frescobaldi in Maremma, dove è già presente con la Tenuta Ammiraglia. "Il nostro stile è fare parlare la terra e la diversità dei territori", spiega Lamberto Frescobaldi, presidente di Marchesi Frescobaldi. "I differenti terreni, le cui caratteristiche variano da tenuta a tenuta, e perfino all'interno di ognuna di esse, vengono scelti sulla base della vocazione".



Lamberto Frescobaldi

L'Antica Pizzeria Da Michele approda in Gdo con Roncadin

La margherita de L'Antica Pizzeria Da Michele arriva per la prima volta nei supermercati. La storica pizzeria di Napoli, che conta 38 location in Italia e nel mondo, sbarca in versione surgelata nella Gdo italiana. Un debutto reso possibile dalla partnership con Roncadin, azienda di Meduno (Pn) specializzata nelle pizze surgelate.

Julius Meinl supera il 2019. Q1 a +35%

Julius Meinl ha chiuso lo scorso bilancio superando il 2019. Il gruppo austriaco del caffè, infatti, ha archiviato il 2022 con ricavi per 212 milioni di euro a livello globale contro i 185 milioni dell'anno pre-pandemico. In Italia il gruppo ha registrato un turnover di 24 milioni, contro i 20 dello scorso esercizio. "Siamo soddisfatti dell'anno passato, sia sul mercato locale che a livello internazionale", ha dichiarato Andreas Hosp, managing director Italy di Julius Meinl. "Il 2022 è stato condizionato da variazioni di prezzi e la ripartenza è arrivata quest'anno, portandoci a registrare una crescita nel primo trimestre 2023 del 35 per cento".



Gallo: "Italicus oltre i 10 mln € di fatturato"

Cresce la sete di rosolio. Lo dimostra Italicus, il rosolio di bergamotto super premium creato nel 2016 dall'imprenditore ed esperto di mixology Giuseppe Gallo, le cui vendite si preparano a superare nel 2022-23 quota 10 milioni di euro, dai circa 6 milioni dell'anno precedente. Nel 2020 arriva la partnership con Pernod Ricard che diventa socio al 50-50 con Gallo. Il player francese da oltre 10 miliardi di euro si occupa quindi della distribuzione del prodotto in Paesi quali Uk, Germania, Italia, Francia (è il primo mercato in Europa e quest'anno ha triplicato il fatturato) che complessivamente rappresentano quasi il 70% delle vendite totali in tutto il mondo, e Stati Uniti, primo mercato in assoluto di Italicus. Il prossimo anno, proprio in Francia e Usa "vogliamo aprirci anche nella grande distribuzione specializzata". In generale "l'obiettivo è quello di crescere il più possibile soprattutto nei Paesi di esportazione. In termini di volumi, quest'anno siamo arrivati a un milione di bottiglie e vogliamo crescere del 50% l'anno per i prossimi 5 anni".

L'HOTELLERIE METTE IL F&B AL CENTRO E L'OFFERTA DIVENTA 'ALL DAY DINING'

Il food al centro dell'offerta alberghiera. È quanto emerge dall'osservatorio 'L'evoluzione del ruolo del food&beverage nell'hotellerie' realizzato da Augusto Contract con Coqtail Milano. L'indagine ha messo in luce il trend dell'All day dining che prevede di far vivere l'hotel 24/24 anche nella dimensione F&B. "Per concedere a tutti di consumare sempre un pasto o fare un break, gli spazi si sono

dovuti modificare insieme alle offerte", afferma Roberto Frugis, COO di Ho Hotels Collection in Puglia. "Guardando al domani, l'utilizzo di questi spazi nell'arco della giornata si deve ampliare, aumentando la flessibilità nell'offerta. Non più breakfast, lunch e dinner stabiliti e non più una carta rigida, ma una proposta dinamica da gustare in ambienti fluidi durante tutto l'arco della giornata".

Castello del Terriccio, 12 mln € per l'ospitalità

Dodici milioni di euro in otto anni. È questo l'investimento che Castello del Terriccio, tenuta della Maremma Toscana (in provincia di Pisa), sosterrà per potenziare la propria ospitalità attraverso il recupero di 14 unità, tra casali e altri edifici. Lo scorso anno la tenuta guidata da Vittorio Piozzo ha registrato un fatturato di 4,2 milioni di euro così ripartiti: 3,2 milioni generati dalla parte vinicola, 150mila euro dall'ospitalità, 450mila dalla ristorazione e i restanti 400mila euro da altre attività.



Vittorio Piozzo

IL MUDEC DI BARTOLINI DEBUTTA NELLA WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS

Enrico Bartolini fa il proprio debutto nella World's 50 Best Restaurants 2023, la classifica dei migliori ristoranti al mondo. Bartolini, che con 12 stelle Michelin è il più premiato chef italiano della rossa, ha fatto il suo ingresso all'85esimo posto con il ristorante Mudec, unica insegna con tre stelle Michelin a Milano. Bartolini conta attualmente otto ristoranti in Italia tra Lombardia, Piemonte, Toscana, Veneto e Sardegna.

9,6 MILIONI I TURISTI ENOGASTRONOMICI IN ITALIA (+13% SUL 2019)

Cresce nel 2023 la vacanza alla ricerca di esperienze legate al mondo food. Come spiega il 'rapporto sul turismo enogastronomico italiano', curato da Roberta Garibaldi, i turisti italiani che hanno compiuto almeno un viaggio con principale motivazione legata all'enogastronomia sono nel 2023 il 58%, in crescita del 37% rispetto al 2016 e del 13% sul 2019. In termini assoluti, la stima della ricerca è che siano circa 9,6 milioni gli italiani che partono con motivi enogastronomici. Senza contare che la ricerca di esperienze a tema 'cibo, vino e birra' non è una peculiarità solo di questi viaggiatori, ma interessa ormai tutti i turisti del Belpaese: nel 2022 il 67% degli italiani ha svolto almeno cinque esperienze legate al mondo food nel corso dei viaggi più recenti. E anche per il prosieguo del 2023 le prospettive restano positive: nonostante la crisi conomica legata all'inflazione, un turista italiano su tre dichiara di avere un budget superiore al 2022 da dedicare all'acquisto di esperienze gastronomiche.

NEWS

ARRIVA BOEM, L'HARD SELTZER FIRMATO FEDEZ E BERNABEI

Bernabei, Del Vecchio, Fedez e Lazza. Sono questi i nomi 'big' dietro Boem, la nuova bevanda ready to drink disponibile nel mercato italiano. Si tratta di un hard seltzer caratterizzato da un basso contenuto alcolico (4,5%) e calorico. Il progetto è nato dall'incontro tra il cantante Fedez e Camillo Bernabei, quarta generazione del gruppo Bernabei (attivo nella distribuzione nel settore beverage), a cui si sono affiancati Leonardo Maria Del Vecchio, imprenditore

erede dell'impero Luxottica ed attuale chief strategy di EssilorLuxottica, e il cantante Jacopo Lazzarini (in arte Lazza). Un team imprenditoriale riunito nella Tubo, società composta da Happy Seltz (joint venture delle società Zedef di Annamaria Berrinzaghi e Roma&More di Camillo Bernabei e Massimo Benetello), Lmdv Capital (di Leonardo Maria Del Vecchio) e J project (di Jacopo Lazzarini). Il drink per il momento verrà distribuito esclusivamente nel canale Horeca italiano.



Fedez e Lazza

Portofino Dry Gin verso i 4 mln €

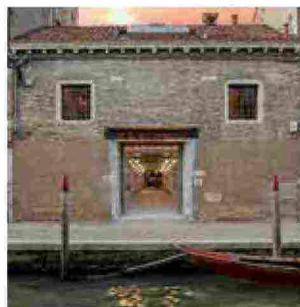


Tre amici, una passione in comune e un luogo del cuore. È questa la 'formula magica' con cui, nel 2019, è nato Portofino Dry Gin. Nel giro di pochi anni, il brand fondato da Ruggero Raymo, Alessandro Briola e Chris Egger ha raggiunto le 200mila bottiglie vendute nel 2022 per un fatturato di 3 milioni di euro, di cui il 65% generato dall'Italia, dove il brand è distribuito da Velier, e il restante 35% dai 39 Paesi esteri in cui il marchio è presente, in primis Messico, Us (nel solo stato di New York e presso i punti vendita Eataly su tutto il territorio americano), Uk, Francia, Austria e Australia. L'estero è nelle mire di

Portofino Dry Gin che punta a espandersi soprattutto tra Stati Uniti e Messico. Nel Paese a stelle e strisce, il distillato conta di incrementare la propria presenza prediligendo una crescita organica e sostenuta e quindi in non più di 1-2 nuovi stati nel corso del 2024, anno in cui ha in progetto di aprire una filiale a New York. Inoltre, "puntiamo tanto sul Messico anche per via della sua affinità con gli Stati Uniti e prossimità", raccontano i founder. Per l'anno in corso, Portofino Dry Gin stima di vendere 250mila bottiglie e di raggiungere un fatturato di circa 4 milioni di euro. Sempre nel 2023, verrà lanciato il formato da 1,5 litri.

Select apre a Venezia

Select sceglie la sua città natale per aprire il primo spazio a insegna. Il brand del Gruppo Montenegro ha inaugurato Ca' Select, un ambiente polifunzionale nato all'interno di un ex laboratorio industriale di 700mq situato nel sestiere di Cannaregio. Al suo interno si sviluppano quattro aree: la zona bar-mixology, l'area eventi, quella produttiva dove avviene la macerazione delle erbe e spezie e infine un percorso espositivo che rappresenta un viaggio nel tempo tra Europa e Oriente. Per il momento Ca' Select sarà aperto solo per eventi privati ma l'idea è aprire al grande pubblico a partire dal prossimo anno.



Rémy Cointreau chiude il 2022-23 con vendite a 1,5 mld € (+18%)

Il gruppo francese Rémy Cointreau, a cui fanno capo brand quali Champagne Telmont, Cointreau, il greco Metaxa, il rum Mount Gay e il brandy francese St-Rémy, archivia l'anno fiscale 2022-23 con vendite nette a 1,5 miliardi di euro, in crescita del 18% sul 2021-22 e del 10% su base organica (+43,6% su base organica rispetto al 2019-20). Un risultato che, specifica l'azienda, riflette un aumento dei prezzi del 10%, in linea con una strategia basata sul valore, a fronte di volumi costanti.

Tommasi Family Estates entra nella cantina Nicolis al 50%

Altro tassello per Tommasi Family Estates che entra al 50% in Nicolis, cantina della Valpolicella situata a San Pietro in Cariano dal 1951. Secondo quanto riportato da Il Sole 24 Ore, Nicolis manterrà la propria autonomia e non rientrerà nel perimetro di Tommasi in quanto "Tommasi entra in Nicolis affiancando la famiglia originaria in una posizione paritaria per condividere un nuovo percorso di sviluppo".



It Restaurants, nuova location a Porto Cervo

Nuova casa a Porto Cervo per It Restaurants, il gruppo di ristorazione che con le sue location di Milano, Sardegna, Londra, Ibiza e Tulum punta a realizzare circa 19 milioni di euro di fatturato nel 2023. Il pop up It Porto Cervo cambia casa all'interno della Promenade du Port, trasferendosi proprio al suo ingresso su una terrazza di oltre 700mq che si affaccia sulla banchina del porto vecchio. "Questa è una location più bella e ampia rispetto a quella delle due stagioni passate", racconta a Pambianco Wine&Food Ferruccio De Lorenzo, proprietario del gruppo insieme ad Alessio Matrone. "Puntiamo a fare 150-180 coperti al giorno per un fatturato che dovrebbe aggirarsi tra gli 850mila euro e 1,1 milioni di euro per la stagione". Sempre a proposito di location prettamente vacanziera, "stiamo valutando un ristorante anche a Capri", prosegue De Lorenzo. "Si tratterà di un locale fisso, e quindi non un pop up come Porto Cervo, e vorremmo aprirlo il prossimo anno".

SAGNA, FATTURATO A 36 MLN € (+17%)

Francia e Italia trainano le vendite di Sagna. L'importatore e distributore piemontese, nato nel 1928 per iniziativa del Barone Amerigo Sagna, ha chiuso il 2022 con un fatturato di circa 36 milioni di euro (+17%) e un milione e 50mila bottiglie vendute (+200mila sull'anno precedente) di circa 40 realtà vinicole, e guarda ora a un 2023 sì incerto ma iniziato con una crescita in doppia cifra. "Il 2022 è stato un anno estremamente positivo, il migliore della nostra storia",

racconta Carlo Alberto Sagna. "I risultati complessivi sono stati ottimi in termini di volume e valore, e anche a livello di qualità di lavoro sul territorio, ovvero di posizionamento e salute del mercato. Ciò non toglie che l'anno sia stato comunque complesso per diverse ragioni, in primis per quanto riguarda la fornitura di prodotti, su cui ha inciso la drammatica scarsità di materie prime che ha comportato out of stock molto prolungati durante l'anno".

Red Circle investe in Poke House

Renzo Rosso scommette sulle bowl di Poke House. Red Circle Investments, la società di investimenti privati dell'imprenditore veneto, amplia il suo portfolio food con un round di investimenti nella catena Poke House. Le parti non hanno reso nota la cifra dell'operazione pur specificando che si tratta di un investimento a doppia cifra, e quindi nell'ordine delle decine di milioni di euro. Red Circle entra inoltre nel board della società. I proventi del nuovo round daranno ulteriore slancio allo sviluppo internazionale di Poke House.



Renzo Rosso

LEONE ALATO COMPRA DUEMANI

Nuova acquisizione per Leone Alato che mette piede in Toscana. Il gruppo veneto spin off di Genagricola, braccio agroalimentare di assicurazioni Generali, ha infatti rilevato il 100% di Duemani, azienda della costa toscana fondata nel 2000 da Elena Celli e dall'enologo Luca D'Attoma. La tenuta conta 13 ettari totali, di cui circa 7,5 ettari ad Ortacavoli (Riparbella) e circa 4,5 a Bagnoli (Castellina Marittima), lungo i quali vengono realizzati cabernet franc, merlot, syrah e grenache con metodo biodinamico certificato Demeter. Duemani ha una capacità produttiva di 60mila bottiglie.

BONACINA DIVENTA AD DI BAGLIO DI PIANETTO

Baglio di Pianetto ha nominato Dante Bonacina come nuovo amministratore delegato, dopo l'improvvisa scomparsa di Francesco Tiralongo lo scorso marzo. In precedenza, Bonacina è stato alla guida di Ca' del Bosco per oltre 25 anni.

FEDEGROUP RILEVA IL MARCHIO GOLOCIOUS

Fedegroup rileva il marchio di ristorazione Golocious, con l'obiettivo di portare nuove aperture in Italia e all'estero nei prossimi mesi. La sinergia tra Fedegroup, azienda attiva nei servizi di ristorazione in outsourcing, e Golocious, che sotto di sé raccoglie diversi format (Burger & wine, Pizza in teglia, Sbam, Pizza e cucina, Golocious) ha avuto inizio nel 2020 dando vita alla prima dark kitchen in hotel, nello specifico al Nyx Hotel Milan di Leonardo Hotels, partner di Fedegroup.