



Il vino non si ferma

Pesantemente colpito dall'emergenza Covid-19, il settore si è però distinto per vitalità, tra proposte virtuali e iniziative di beneficenza

Il mondo del vino è stato colpito duramente dal Covid-19, sia perché l'80% delle bottiglie viene venduto in hotel, bar e ristoranti, sia perché si prospetta complicata la prossima vendemmia per questioni di sicurezza. Non si può però dire che il mondo enologico sia rimasto inattivo. Non si contano le iniziative commerciali rivolte ai consumatori, come le casse miste dei viticoltori di Radda in Chianti e sconti speciali che comprendevano un versamento in beneficenza per gli ospedali, come quelli di Fattoria Sardi o Umberto Cesari. La stessa Umberto Cesari ha lanciato un kit speciale per gli appassionati, contenente tre mezze bottiglie di vino, due bicchieri, una tovaglietta, un cavatappi e la possibilità di degustare i vini in collegamento con un som-

melier della cantina. La stessa idea è stata proposta da Montelvini con Montelvini Loves Italy, che ha portato l'aperitivo all'italiana tra le mura domestiche in collaborazione con dieci influencer.

Per la prima volta nella sua storia, anche Krug ha presentato la nuova edizione della Grande Cuvée 168 in versione "virtuale" e ha attivato Krug Connect, un format digitale che permette di supportare le Krug Ambassade (ristoranti ambasciatori di Krug) organizzando conferenze e training online. Modalità simili per Mondo del Vino e Poderi dal Nespole, che hanno coinvolto decine di cronisti e influencer in una presentazione multimediale intrigante e che sono a disposizione per visite virtuali e video degustazioni. Torre a Cona, bellissima tenuta nel Chianti in

procinto di aprire un wine resort, ha deciso di proporre un cofanetto speciale dei suoi vini in abbinamento alla prenotazione di un pernottamento in struttura (o in appartamento a Firenze) da usufruire nel 2021: il cliente a

L'80% della produzione è venduta nei locali pubblici, tra bar e hotel



In alto, l'iniziativa organizzata dalla cantina Umberto Cesari, che ha realizzato un kit per appassionati con la possibilità di degustare i vini in collegamento con un sommelier della cantina. A destra, una selezione di bottiglie della Cantina Tollo, che permette ai clienti di acquistare anche poche bottiglie senza pagare il trasporto

casa inizia così a scoprire quei vini di cui approfondirà la conoscenza una volta arrivato. Parte del ricavato sarà offerto in beneficenza a Dynamo Camp, una struttura per bambini bisognosi di socialità. Dievole e le consorelle aziende toscane di Alejandro Bulgheroni hanno invece lanciato il format #lavignanon-siferma, dirette live che mostrano le bellezze delle tenute e delle vigne. In effetti, il vino ha continuato a correre online, con gli e-commerce attivissimi e un aumento di fatturato record. Come Tannico, che ha lanciato un'iniziativa di beneficenza in collaborazione con diverse cantine. Sempre per beneficenza, è stato un successo anche TogetherWeWine con tante cantine piemontesi di grande profilo pronte a etichettare alcune loro referenze in maniera speciale e destinare il 50% a aspe-



dali e strutture in prima linea contro il Covid. Nell'Oltrepò Pavese, Castello di Cigognola della famiglia Moratti ha imbastito un calendario di degustazioni nelle quali l'a.d. Gian Matteo Baldi guida gli interlocutori nell'assaggio, raccontando la storia dell'azienda e le particolarità del territorio. Annalisa Zorzettig ha organizzato una raccolta fondi per sostenere il reparto di terapia intensiva dell'ospedale Santa Maria della Misericordia di Udine, mettendo in vendita una riserva di bottiglie di Refosco dal Peduncolo Rosso con un'etichetta che riporta la frase "Andrà tutto



Con l'iniziativa TogetherWeWine, diverse cantine piemontesi di alto profilo hanno realizzato delle bottiglie speciali delle loro maggiori referenze per devolvere il 50% dei ricavi agli ospedali e alle strutture impegnate a fronteggiare la pademia

Riporta la frase "Andrà tutto bene" tradotta in otto diverse lingue, l'edizione speciale del Refosco dal Peduncolo Rosso voluta da Annalisa Zorzettig per finanziare l'ospedale di Udine



bene" in otto diverse lingue. In Franciacorta Mirabella ha realizzato delle video degustazioni in diretta per presentare loro il nuovo Pinot Bianco Brut Nature. Cantina Tollo ha deciso di abolire il porto franco per il settore Horeca, così che i clienti possono acquistare anche poche bottiglie senza pagare il trasporto. Il Consorzio di tutela del chieretto e del Bardolino ha inaugurato una campagna social per dare una visibilità alle iniziative dei singoli produttori, promuovendo la consegna a domicilio, così come ha fatto il Consorzio del Chianti Classico Gallo. **7**