PAMBIANCO MAGAZINE

PAESE : Italia
PAGINE :38;39;40;41
SUPERFICIE :393 %

AUTORE : Di Alessandra Piub…

► **1 marzo 2022 - Edizione Wine and Food**

2021 ANNO RECORD PER LA FRANCIACORTA. SI STIMA DI ARRIVARE A 20 MILIONI DI BOTTIGLIE VENDUTE, CON SCORTE GIÀ FINITE A FINE OTTOBRE. I DATI DI NOVEMBRE DANNO UN +43,6% RISPETTO AL 2020 E UN +17,5 RISPETTO AL 2019, CON UN GIRO D'AFFARI DI 380 MILIONI DI EURO.

FRANCIACORTA CON IL VENTO IN POPPA

di *Alessandra Piubello*

A 60 anni dalla prima bottiglia, a 50 dalla Doc, a 25 dalla Docg e a 30 dalla fondazione del Consorzio, la Franciacorta sta vivendo un momento di crescita decisamente importante. L'ultimo quadrimestre del 2021 è stato il migliore che sia mai capitato, meglio del 2018 e 2019 (ovviamente il 2020 è stato un anno molto complicato). Nel novembre 2021 la Franciacorta è diventata per tre anni "Destination Partner" per la Michelin, promossa dalla rossa come luogo di destinazione attraverso tutti i suoi canali. "La valorizzazione del nostro territorio per la sua storia, per la sua ospitalità da parte della Michelin è stata un'opportunità importante", spiega **Silvano Brescianini** presidente del **Consorzio**. "Abbiamo anche voluto manifestare la nostra vicinanza e stima agli chef in questo periodo delicato e ringraziarli per essere gli ambasciatori nel mondo non solo del vino italiano ma di tutto il made in Italy".

I NUMERI DEL FRANCIACORTA

In Italia la suddivisione per canali è del 26,9% nell'horeca, il 25,3% nella gdo, il 21,1% ai grossisti, il 13,8% alle enoteche, l'11% vendita diretta e un 1,9% di 'altro'. All'estero c'è stato un incremento, la proiezione finale dovrebbe attestarsi sul

PAMBIANCO MAGAZINE

PAESE : Italia
PAGINE :38;39;40;41
SUPERFICIE :393 %

AUTORE : Di Alessandra Piub…

► **1 marzo 2022 - Edizione Wine and Food**

FRANCIACORTA I TOP 5 PER FATTURATO

	Azienda	2020
1	BERLUCCHI	45.122
2	CA' DEL BOSCO	36.142
3	TERRA MORETTI (BELLAVISTA E CONTADI CASTALDI)	31.094
4	MONTE ROSSA	5.846
5	BARONE PIZZINI	4.606

Fonte: Pambianco
Valori in milioni di euro

13%, con prevalenza di vendite in Svizzera, Giappone, Stati Uniti.
È interessante notare come in Franciacorta esista un Osservatorio economico (forse primo caso per un consorzio del vino in Italia) che, attraverso un software, acquisisce dati in modo anonimo dal registro Iva aziendale, riuscendo a ottenere informazioni preziose sulla merce spedita. "Una mole di dati - afferma Brescianini - che ci consente di vedere che il brut è la tipologia più venduta, con un 73%, il Rosé è al 13,6%, che la bottiglia da 0,75 è quella che fa il 94% dei volumi, che il prezzo medio di una bottiglia è 21,8 euro Iva inclusa, che la regione in cui vendiamo di più è la Lombardia, seguita dall'Emilia Romagna e dal Veneto".
Per il futuro la Franciacorta, "che ha un 65% di aziende in biologico, ha sul tavolo lavori che metteranno insieme i risultati sui livelli di biodiversità e un catasto storico delle vigne per capire le localizzazioni dei cru".

I PRIMI CINQUE PER FATTURATO

In testa alla classifica la **Guido Berlucchi** che con il fondatore Franco Ziliani nel 1961 produsse la prima bottiglia franciacortina. L'azienda si estende su 115 ettari in bio certificato (ai quali vanno aggiunti i 70 ettari di viticoltori storici che seguono il protocollo aziendale). La vendita è sui 4 milioni di bottiglie, suddivise nei canali distributivi per i 2/3 in gdo, il restante in horeca. "Esportiamo in 26 Paesi - spiega **Arturo Ziliani** AD di Berlucchi - anche se ci focalizziamo soprattutto su Germania, Svizzera, Belgio, Usa e Giappone, con una quota export del 7,5% con un trend di crescita. Noi siamo andati bene nel 2020 con un +4% rispetto al 2019

In questa pagina, dall'alto in basso: Silvano Brescianini presidente del Consorzio Franciacorta e AD di Barone Pizzini, Arturo Ziliani AD di Berlucchi

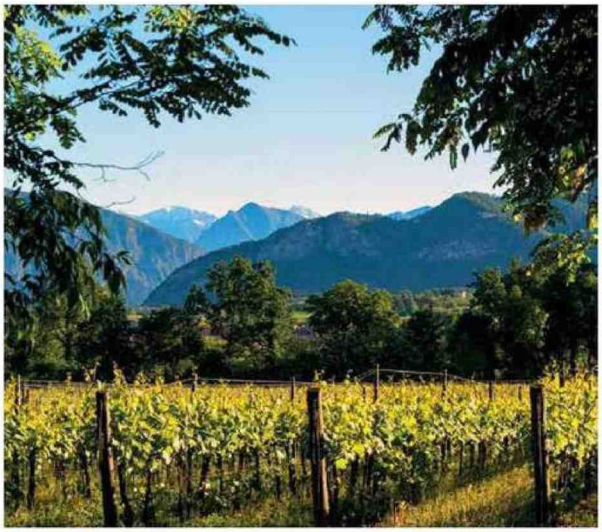
Nell'altra pagina, vigneti a Torbiato di Adro

PAMBIANCO MAGAZINE

PAESE : Italia
PAGINE :38;39;40;41
SUPERFICIE :393 %

AUTORE : Di Alessandra Piub…

► **1 marzo 2022 - Edizione Wine and Food**



Sopra e a lato: vigneti a Calino, frazione di Cazzago di San Martino

e si prevede almeno un +10% nel 2021. Per noi il 2021 è stato un anno particolare, sia per l'incremento di fatturato sia per le ricorrenze: i sessant'anni dall'uscita della prima bottiglia; il riconoscimento di cantina dell'anno per la guida Vini d'Italia Gambero Rosso 2022; i novant'anni di Franco Ziliani, artefice di questo importante traguardo e la sua morte a dicembre. Stiamo lavorando al bilancio di sostenibilità 2021 che conterrà anche un piano strategico per il futuro".

Ca' del Bosco, fondata nel 1964, si estende su circa 252 ettari, tra affitti e proprietà, con una vendita, come ultimo dato, di 2 milioni di bottiglie nel 2019. Attualmente la suddivisione del mercato italiano vede l'Horeca al 67,6%, vendite dirette al 5,9%, Gdo al 4,3%, enoteche al 20%, e-commerce al 2,2%. **Maurizio Zanella**, fondatore e presidente che ha ceduto nel '94 la quota maggioritaria del 60% a Santa Margherita, controllata dal gruppo Zignago, così si esprime: "Il 2021 è andato oltre le aspettative, abbiamo chiuso le vendite a fine ottobre, e per i prodotti di fascia più alta abbiamo finito le scorte a settembre. Prevediamo di chiudere il fatturato a oltre 44 milioni di euro, dei quali il 18% generato dall'export, con una presenza in 43 Paesi. Un record dovuto all'euforia delle persone che sono tornate ad uscire e a brindare, ma che presumo nel 2022 si ristabilizzerà. Termineremo nel 2022 anche un piano d'investimenti quadriennale di 76,5 milioni di euro, dei quali il 49% dedicato a vinificazione, stoccaggio e magazzino prodotto finito; il 44,5 % per terreni, vini e attrezzature agricole; il 6,5% per l'ospitalità".

Il **Gruppo Terra Moretti** in Franciacorta possiede **Bellavista** e **Contadi Castaldi**. La prima, su 203 ettari di proprietà e una produzione di circa un milione e seicentomila bottiglie, esporta all'estero per il 16% in 54 Paesi. I canali di distribuzione sono per 82% horeca, 10 gdo e 8% e-commerce. Contadi e Castaldi su 174 ettari in gestione produce un milione e duecentomila bottiglie, destinati all'export per un 8% in 36 Paesi. Il mercato italiano si suddivide in un 75% di horeca, 17 % gdo e 8% e-commerce. "Il 2021 - spiega **Massimo Tizzi** AD di Terra Moretti - è stato un anno straordinario per i nostri Franciacorta. Sin dall'inizio dell'estate avevamo poche scorte e abbiamo esaurito alcune referenze già da settembre. I fatturati del 2021 mostrano un deciso incremento: per Bellavista siamo a 32,9 milioni e per Contadi e Castaldi a 14 milioni. Per il 2022 prevediamo una domanda sempre maggiore. Ci focalizzeremo sul posizionamento e sulla multicanalità, privilegiando l'horeca. Stiamo lavorando su nuove referenze e stiamo sviluppando nuovi progetti sull'agricoltura di precisione, in collaborazione con Istituti di ricerca e atenei universitari".

Monte Rossa, 75 ettari e circa 500mila

PAMBIANCO MAGAZINE

PAESE : Italia

PAGINE :38;39;40;41

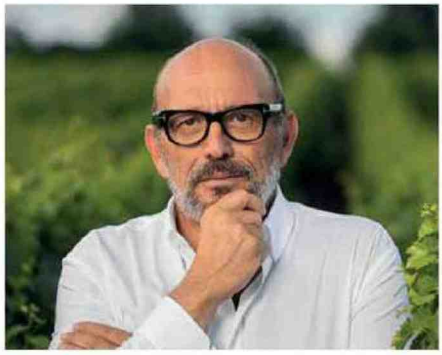
SUPERFICIE :393 %

AUTORE : Di Alessandra Piub…

► **1 marzo 2022 - Edizione Wine and Food**

bottiglie prodotte, esporta circa il 10% in 12 Paesi. La suddivisione fra i canali distributivi è all'80% in horeca, 10% in e-commerce, 7% in gdo e 3% di vendite dirette. "L'anno passato - spiega **Emanuele Rabotti,** amministratore unico di Monte Rossa - è stato l'anno record: siamo arrivati a 8,5 milioni di fatturato. Siamo rimasti senza scorte, ed è la prima volta che ci capita in 50 anni di attività". Il 2021 è stato "un anno particolare anche per l'acquisto della più grande vigna urbana d'Europa, Pusterle, del 1037. Vorremmo farne un gioiello nel cuore di Brescia: verrà inaugurata quest'anno, in occasione del nostro cinquantesimo. Prevedo che il 2022 sarà un anno meno euforico del precedente. Come seconda generazione, dopo papà che è stato co-fondatore del consorzio e primo presidente, dal quale ho ereditato passione e tenacia, sono contento che la terza sia al lavoro. Riteniamo da sempre che il contatto con il consumatore finale sia fondamentale, anche durante il lockdown abbiamo potenziato i social e i canali digitali. Guardiamo con molta attenzione all'enoturismo promuovendolo territorialmente".

"Siamo la prima azienda biologica della Franciacorta - afferma **Silvano Brescianini**, co-fondatore e AD di **Barone Pizzini** – operando in biologico fin dagli inizi degli anni Duemila, quando ancora non esisteva la legge sulla certificazione biologica europea". Barone Pizzini fu fondata nel 1870 anche se la prima bottiglia di Franciacorta venne prodotta nel 1971. L'azienda, da sempre all'avanguardia sul tema oggi molto sentito della sostenibilità, fu tra le prime aziende in Italia ad aderire al protocollo Ita.Ca per abbattere l'indice di produzione dell'anidride carbonica; la cantina è stata progettata in bioarchitettura con pannelli fotovoltaici e attualmente sta lavorando sulla biodiversità funzionale. Da Barone Pizzini è uscito anche il primo Franciacorta prodotto con un 3% di Erbamat (uva autoctona riscoperta). L'azienda si estende su 54 ettari e produce circa 370mila bottiglie, con un export di circa il 15% su 34 Paesi. Il canale preferenziale è l'horeca con un 53%, 14% di gdo, 20% enoteche, il resto vendite dirette. "Anche per noi il 2021 è stato un anno formidabile, con un fatturato di previsione di 6,8 milioni, ma non ci illudiamo che sarà così anche quest'anno".



Dall'alto in basso: Maurizio Zanella presidente Ca' del Bosco, Massimo Tizzi AD di Terra Moretti, Emanuele Rabotti, amministratore unico di Monte Rossa