

PAMBIANCO MAGAZINE

# WINE & FOOD

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

ANNO VI - N°3 GIUGNO - LUGLIO 2023

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.B. 70% L.O.M. - in caso di mancato recapito inviare al CMP di Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi

## 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



## 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 economica legata all'inflazione, un turista italiano su tre dichiara di avere un budget superiore al 2022 da dedicare all'acquisto di esperienze gastronomiche.