

PAMBIANCO

# WINE & FOOD

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

## DOSSIER

Estate compromessa, speranze per l'autunno

## INCHIESTA

Il secondo semestre dei wine leader

## INTERVISTA

Nicola Farinetti e i piani di Eataly

## FENOMENI

L'alta ristorazione rivede il modello di business

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.P. 70% L.O.M. - In caso di mancato recapito inviare al C.M.P. di Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento es. ANNO VI - N°3 - GIUGNO - LUGLIO 2020 - 8 EURO

# HORECA, RITORNO AL FUTURO

Available on the iPhone  
App Store

Google Play

COVER BY BETT NORRIS



*La Scolca guarda oltre l'emergenza e delinea un manifesto per la ripartenza dei consumi, horeca compreso. "Autenticità, qualità, sicurezza, valore del territorio sono i fondamenti della rinascita", afferma Chiara Soldati. Si all'eccellenza, no alla speculazione*

I vini de La Scolca e, in basso a sinistra, Chiara Soldati

## Il FUTURO inizia ORA

“La mia famiglia investe da 100 anni nel Gavi e continuerà a farlo, a maggior ragione oggi che si avvicina il momento dell’entrata in azienda della 5° generazione”, afferma Chiara Soldati, a capo de La Scolca, azienda-portabandiera della denominazione che fu, di fatto, creata dal padre Giorgio nel 1969, con la registrazione del marchio Gavi dei Gavi, arrivando nel 1974 a ottenere la doc e nel 1998 la docg. Una realtà, quella della famiglia Soldati, che guarda oltre il breve termine della fine dell’emergenza Covid, scommettendo su un domani che inizia dal presente. “Stiamo pensando a strategie e prodotti che guardino al futuro e ai millennials”, spiega Chiara Soldati, assicurando che La Scolca continuerà a investire negli standard di produzione e non cederà a speculazioni, perché è “importante mantenere i posti di lavoro, l’eccellenza e sostenere il tessuto rurale”. L’anello debole della catena, in questo momento, è rappresentato dall’horeca. “La ristorazione sarà l’ultima a riaprire – afferma – e in ogni caso molti esercizi non avranno questa possibilità. Per le enoteche vedo previsioni migliori, ma dovranno avere la capacità di attivare l’online, sviluppare l’email marketing e trasformarsi non solo in rivenditori ma anche in gestori delle cantine dei privati, essere un punto di riferimento per consigli e consulenze, ricette di abbinamento, mini corsi formativi”. Da dove ripartire?

“Autenticità, qualità, sicurezza, valore del territorio”, replica Chiara Soldati. “Bisogna fare sistema con tutto il nostro comparto e tutti i soggetti coinvolti. Vinceranno la professionalità e la serietà, la moderna autenticità, il valore della materia prima. Gli imprenditori capaci nel proprio lavoro ce la faranno, chi ha sempre lavorato bene in passato continuerà a farlo e potrà affrontare con sicurezza il futuro. Ci sarà più meritocrazia e meno pressapochismo. La rinascita è possibile”. Servirà il supporto di una politica lungimirante, in grado di premiare l’imprenditoria coraggiosa e di mettere bar e ristoranti in condizione di riaprire. Così come, per le aziende del vino, sarà bene “concentrarsi sui mercati che riusciamo a presidiare meglio, dove siamo stati in grado di generare i migliori profitti”. I marchi noti e consolidati saranno avvantaggiati perché, grazie alla loro fama, avranno bisogno di investimenti più contenuti per creare visibilità da parte di importatori, distributori e commercianti. Occorrerà investire in innovazione e in digitalizzazione, evitando al tempo stesso le promozioni eccessive. Infine, la ristorazione dovrà credere nel delivery, coinvolgendo il mondo del vino come aspetto esperienziale per offrire, direttamente a casa, il perfetto winepairing col proprio menù, fino a mettere a disposizione per le occasioni speciali sommelier e barmen a domicilio.