

CON IL PREZZO MEDIO A BOTTIGLIA A SCAFFALE PIÙ ALTO RISPETTO A TUTTE LE DENOMINAZIONI ITALIANE, BOLGHERI È TRA LE GEMME PIÙ PREZIOSE DELL'ENOLOGIA. APPREZZATA DA CRITICA, MERCATO E COLLEZIONISTI

BOLGHERI PRIMA A VALORE

di *Alessandra Piubello*

Bolgheri racconta di un successo mondiale. Una giovane Doc, nata nel 1994 per i vini rossi, con un consorzio di tutela nato un anno dopo, che dimostra come, sull'onda del prestigio del Sassicaia, altre aziende abbiano seguito la stessa filosofia: barra dritta verso la qualità. Le intuizioni del Marchese Mario Incisa della Rocchetta negli anni Quaranta e le sue preferenze per i vitigni francesi si rivelarono del tutto fondate e dimostrarono che i vini a taglio bordolese prodotti in questo territorio sono in grado di competere con i più famosi vini del mondo. Oggi alla guida del Consorzio di riferimento c'è **Albiera Antinori (Guado al Tasso)**, affiancata dalle due vicepresidenti **Cinzia Merli (Le Macchiole)** e **Priscilla Incisa della Rocchetta (Tenuta San Guido)**. “Il bilancio di questi 30 anni di attività è positivo oltre ogni aspettativa - dichiara Albiera Antinori - soprattutto se si pensa che, quando il Consorzio fu fondato, i soci erano solo sei e nessuno di loro era arrivato a Bolgheri con lo scopo di fare vino, ma i percorsi individuali di ciascuno confluirono in quella che è stata la prima associazione di produttori. Nessuno a quel tempo avrebbe potuto immaginare che da lì a 25 anni i vini di questa piccola e al tempo sconosciuta denominazione sarebbero arrivati a essere i più ricercati ad apprezzati del mondo, come è stato attestato dall'indice del Liv-ex 2020, quando tra i 10 produttori più scambiati nel mercato globale

dei fine wines, quattro erano di Bolgheri, denominazione che era così passata davanti a zone storicamente più radicate, quali la Borgogna, Bordeaux e la Champagne”.

I NUMERI DELLA DENOMINAZIONE

I produttori rappresentati dal consorzio sono 72 (nessuna cantina sociale presente sul territorio), su una superficie vitata a denominazione di 1.365 ettari, con una produzione di circa 7,3 milioni di bottiglie. “Ci sarà ancora una crescita fisiologica dovuta al raggiungimento della maturità delle ultime vigne piantate (l'albo dei vigneti è chiuso, ndr) - continua Antinori - ma la produzione Doc, alle condizioni attuali, difficilmente potrà superare otto milioni di bottiglie annue”. E se la variazione di produzione sostanzialmente dipende dall'annata (+10,5% nel 2021, +1% nel 2022), il valore è in aumento costante da almeno un decennio, con una crescita media annuale dell'otto per cento. Il giro d'affari è di circa 150 milioni di euro e i valori per un ettaro di vigna variano dai 500mila a un milione di euro. Bolgheri si conferma quindi una delle denominazioni più prestigiose a livello mondiale, ma saggiamente non ha mai trascurato il mercato italiano. In generale, l'export è al 50% grazie a una distribuzione in 100 Paesi mondiali con Usa, Svizzera, Germania e Canada in pole position. “Con un 40% dei vigneti potenzialmente rivendicabili in bio - afferma Antinori - il consorzio sta lavorando con Valoritalia per ottenere una certificazione di sostenibilità per l'intero territorio. La nostra storia, che vede tutte le aziende svolgere la filiera completa dalla cura del vigneto sino all'imbottigliamento, ci ha consentito di avere politiche comuni e sempre largamente condivise, mirate alla ricerca della massima qualità, basata sui principi di rispetto del territorio e dei suoi prodotti”.

DOMANDA IN CRESCITA

Tenuta San Guido è un'icona enoica: la consacrazione ufficiale del vino Sassicaia avviene nel 1978 quando la rivista *Decanter* pubblica una degustazione comparata di cabernet del mondo e il Sassicaia si piazza al primo posto. L'azienda si estende su circa 115 ettari vitati con una produzione di circa un milione di bottiglie destinate per l'80% all'export, con l'Italia come primo mercato, seguito da Usa e Asia. Il fatturato del 2022 è di 42,3 milioni, in crescita sul 2021 del 6% circa. “La domanda di

prodotto che eccede il volume di produzione è per noi una costante - commenta **Alessandro Berlingieri**, AD e presidente - e la gestiamo attraverso un'attenta allocazione (riescono a soddisfare solo il 70% delle richieste, ndr), selezionando i clienti più in linea con il nostro progetto enologico, che richiede la massima qualità e il rispetto dell'identità del vino oltretutto del territorio. Il canale principale è l'Horeca, ma lasciamo che siano i nostri storici partner commerciali (distributori e importatori) a gestire il mercato, noi ci concentriamo sull'eccellenza della produzione”. Per Berlingieri, la Doc è un marchio di qualità che si è sviluppato insieme a quella che è la Doc Bolgheri Sassicaia, all'origine della storia del vino bolgherese. “La Doc Bolgheri è cresciuta molto in questi anni - afferma Berlingieri - e non è sempre facile gestire una crescita veloce. È fondamentale conservare



Dall'alto, Albiera Antinori, presidente Bolgheri, e Alessandro Berlingieri, AD e presidente Tenuta San Guido

In apertura, la vigna di Argenteria

l'equilibrio dell'ecosistema bolgherese, mantenendo quella biodiversità che caratterizza la nostra terra e che è, a nostro giudizio, anche il valore che si rispecchia nei nostri prodotti. È molto importante anche investire nelle nuove generazioni per passare il corretto approccio: per noi la squadra aziendale è l'investimento primario”.

Guado al Tasso, con i suoi 320 ettari vitati e 1,5 milioni di bottiglie prodotte, è la più estesa azienda vinicola bolgherese ed è una delle Tenute dei Marchesi Antinori, gruppo da 245 milioni di euro di fatturato (il dato riguardante la sola tenuta di Guado al Tasso non è disponibile né comunicato dall'azienda). La cantina investe in modo prevalente sulla parte produttiva, con la finalità di mantenere la cura dei vigneti e le tecnologie di cantina in linea con i livelli necessari per la qualità. Ne è un esempio la ristrutturazione della cantina di Guado al Tasso, ultimata pochi mesi fa. “La domanda per i nostri vini di Bolgheri - spiega **Renzo Cotarella** CEO ed enologo di Marchesi Antinori - è in crescita, anche nel 2023”. Il canale Horeca è il principale, raggiungendo una quota di oltre il 60 per cento. La presenza nelle enoteche specializzate è del 25%, mentre il restante 15% è ripartito tra e-commerce, privati, grossisti e B2B. La quota export è del 50% con una presenza in 137 Paesi. “Bolgheri è certamente una delle Doc più in fermento



Sopra, Renzo Cotarella, CEO ed enologo di Marchesi Antinori.
A lato, Giovanni Geddes, CEO di Ornellaia e Masseto

(come vedremo nel successivo articolo di approfondimento, sta attirando altri produttori ndr) - afferma Cotarella - e soprattutto la qualità media dei vini trova un ottimo riscontro e incontra i gusti del consumatore di vini di qualità in tutto il mondo. Per il futuro, vediamo un buon potenziale di crescita in tutti i mercati, sia i più tradizionali, sia quelli emergenti”. Tra questi ultimi, rientra il Sud America, come afferma **Giovanni Geddes da Filicaja**, CEO, fino alla fine del 2023, di **Ornellaia** e **Masseto**, cantine della holding **Tenute di Toscana**, controllata dal gruppo **Frescobaldi**. “Esportiamo il 75% della produzione in 95 mercati e Messico, Brasile e Colombia sono attualmente per noi dei Paesi emergenti per l'export”, afferma Geddes da Filicaja. “Ritengo che la denominazione sia cresciuta moltissimo da un punto di vista di riconoscibilità e di valore. I principali critici di vino dedicano un report annuale ai vini di Bolgheri, sottolineandone l'importanza ottenuta presso i consumatori”. Il fatturato 2022 delle due tenute è stato di quasi 60,5 milioni di euro (fonte Aida) in crescita sul 2021 del 12 per cento. Ornellaia si estende su 115 ettari vitati con una produzione di un milione di bottiglie (fonte guida Vini d'Italia Gambero Rosso 2022), mentre Masseto, su 11 ettari vitati, ha una produzione di 33mila bottiglie (fonte guida Vini d'Italia Gambero Rosso 2023).

FATTORE ACCOGLIENZA

Argentiera è stata fondata nel 1999 e nel 2016 è avvenuto il cambio di proprietà, con



Da sinistra, Leonardo Raspini, DG di Argentiera, e Marilisa Allegrini, proprietaria di Poggio al Tesoro



l'acquisto da parte di Stanislaus Turnauer, che ha mantenuto un 'continuum' manageriale. Attualmente vengono prodotte circa 500mila bottiglie su 85 ettari vitati. “L'azienda - commenta **Leonardo Raspini**, direttore generale - ha chiuso il 2022 con un fatturato di 9,4 milioni, in crescita del 25% sul 2021. Nel 2023 stiamo andando verso una previsione di incremento del 10%, che se dovesse rivelarsi esatta, equivarrebbe ad un +35% di fatturato in tre anni”. Argentiera ha un proprio shop interno e un'accoglienza sempre pronta e disponibile per l'enoturista. Proprio per i visitatori della tenuta è stato da poco approntato uno spazio e-commerce a loro riservato, dove possono acquistare vini 'en primeur', formati speciali e annate storiche. “Sono loro gli Argentiera Ambassador - continua Raspini - perché crediamo che i nostri ospiti possano raccontare lo spirito del luogo nel modo più autentico”. Attualmente i canali distributivi sono al 90% Horeca, Gdo 5% e presso il negozio 5%, ma presumono di espandersi anche attraverso l'e-shop degli Ambassador. L'azienda ha sempre valorizzato il mercato italiano, dove è presente al 50%, mentre il restante è destinato all'export in 60 Paesi, con al primo posto la Svizzera, poi Canada, Usa e Germania. “Abbiamo un piano d'investimenti - prosegue Raspini - che prevede l'ampliamento della cantina, dello spazio per l'accoglienza al pubblico, anche per consentirci da fare più informazione all'enoturista di passaggio e più formazione con le degustazioni ai winelover. Inoltre vorremmo aumentare il parco macchine con quelle di ultima

generazione che sfruttano l'ia”. Lo sviluppo dell'accoglienza è anche tra i piani di **Poggio al Tesoro**. “Uno dei progetti che stiamo ultimando è l'ospitalità, con una diecina di stanze”, dice infatti la proprietaria **Marilisa Allegrini**. Questa cantina, con i suoi 70 ettari vitati, produce circa 540mila bottiglie, in crescita del 19,5% sul 2021. L'export vale il 68%, spalmato su 50 Paesi, anche se i principali sono Svizzera, Usa, Sud-est asiatico. “È fondamentale per noi - spiega Allegrini - la presenza in Italia: è stato il turismo a far conoscere Bolgheri all'estero (ovviamente escludendo i brand già affermati)”. Il fatturato aziendale del 2022 è di 6,2 milioni, in crescita sul 2021 del 25 per cento. “Nel 2023 - afferma Allegrini - assistiamo a un leggero calo, ma prevedo che nell'ultima parte dell'anno lo recupereremo. L'inflazione pesa sugli investimenti e i parametri finanziari mal si applicano alle aziende agricole che devono lavorare sul lungo termine”. I canali di distribuzione sono 67% Horeca, 22% enoteche, 5% Gdo e 6% e-commerce. “Bolgheri è una denominazione piccola, con poche aziende, qualità eccellente dei vini e una grande biodiversità: è nostro compito continuare a proteggerla. Qui non esiste il mercato dello sfuso, non ci sono cantine sociali, non ci sono speculazioni. Esiste una coalizione di forze mirata alla qualità e ognuno è di stimolo all'altro per fare sempre meglio”, conclude Allegrini. Guardando al futuro, anche Guado al Tasso sta ponendo attenzione e risorse all'ospitalità, sia per la parte di ristorazione sia di accoglienza in tenuta.