

Naviga

Cerca

# ILGUSTO

[+ GUSTO A BOLOGNA](#) | [I PIACERI DEL GUSTO](#) | [VINI E SPIRITI](#) | [VIAGGI DI GUSTO](#) | [INGREDIENTI DI GUSTO](#) | [I VIDEO](#) | [CHI SIAMO](#)

## Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccellenza"



DI LARA LORETI

Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici"

31 MARZO 2024 ALLE 07:23

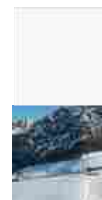
6 MINUTI DI LETTURA

**Il vino sta vivendo un momento di trasformazione.** Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfornimento in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della

### Leggi anche



Crisi climatica, in Italia a rischio il 90% della viticoltura in pianura e nelle coste



La nevicata sulle Alpi cancella la siccità? Tozzi: "Pazzesco, c'è ancora chi confonde il tempo col clima"

classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato.

È questa la filosofia di **Domori**, una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla **Edmond de Rothschild Heritage**. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo **Champagne Barons de Rothschild** per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese **Sori della Sorba**, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Moldavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut. Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, **Lamberto Gancia**, imprenditore, manager e wine expert, che è anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende.



Vino, è biologico un vigneto su cinque ma i consumatori non lo comprano



Lamberto Gancia

### **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda?

“Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza”.

#### **Carlo Mondavi: "Mio nonno Robert mi ha insegnato a proteggere la terra: ecco come"**

dalla nostra inviata Lara Loreti  
13 Gennaio 2022



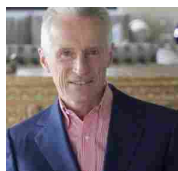
### **E in Italia?**

“In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con *Sori della Sorba*, progetto interessante, che vede il matrimonio fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto amico di mio padre e io ho studiato in California. L'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso “Solo per amore”, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sori della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con **Mura Mura** la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti

fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana **Mastrojanni**, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia **Illy** (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand”.

### **Riccardo Illy, l'imprenditore ribelle pronto ad allargare il suo Polo del Gusto**

di Teodoro Chiarelli  
19 Ottobre 2023



### **La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini.**

“Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un’offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un’accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l’unico sparkling al mondo a base di aceto, dell’azienda familiare Movia, che ben si presta all’abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojira Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall’infuso all’albicocca **Mura Mura** “Umura” fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c’è un’attenta ricerca: vogliamo sollecitare l’intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra”.

### **A Bordeaux c’è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino?**

“Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l’altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che

si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso”.

### Il cioccolato **Domori** alla conquista dell'alta cucina, dall'Asia all'Australia

di Lara Loreti  
08 Ottobre 2023



#### Qual è oggi il ruolo strategico di **Domori** all'interno del **Polo del Gusto**?

“L'obiettivo è consolidare un settore che ha enorme potenziale a livello nazionale e internazionale. L'alimentare è il core business del **Polo del Gusto** e **Domori** ha il compito di aumentare la sinergia sul mercato fra i prodotti, e il giro di affari. Il nuovo magazzino che abbiamo a None (Torino) ci aiuta proprio a dare questo servizio, che comprende gestire il magazzino dove teniamo i prodotti a temperatura controllata, dai succhi a cioccolato fino ai vini super pregiati: questo ci permette di dare un servizio logistico solido, che è uno dei nostri punti di forza”.

#### A livello di fatturato, che peso ha in **Domori** la produzione di cioccolato rispetto alla distribuzione?

“La parte più grande è rappresentata dal cioccolato, la distribuzione del vino è chicca, legata al desiderio di eccellenza che caratterizza l'azienda”.

#### Il costo del cacao è aumentato in misura esponenziale: questo trend pesa e peserà anche sul prezzo delle tavolette al consumatore?

“L'aumento del costo del cacao continua a essere elevato (le quotazioni sono cresciute del +200% rispetto allo scorso anno, calcolate in dollari, ndr): basti dire che il prezzo medio di alcune monorigine, meno prestigiose rispetto al nostro Criollo dell'Equador, si sta avvicinando ai prezzi delle piante delle nostre tenute. In questo contesto, chi punta sulla qualità vince. Noi stiamo lavorando su una gamma di prodotti monorigine e su una linea di tavolette sia per negozi sia per pasticcerie: stiamo diversificando l'offerta per andare incontro al consumatore e pilotare al meglio gli aumenti, puntando anche su una gestione razionale degli stock. I costi crescenti inevitabilmente pesano anche sul prezzo al consumatore, ma vediamo che cosa accadrà nel lungo periodo”.

Ed ecco nel dettaglio i tre nuovi Bordeaux  
EVE 2021, Château de Malengin

Questo vino porta il nome di Eve, una delle quattro figlie di Benjamin e Ariane de Rothschild, e testimonia il rinnovamento del Château de Malengin, le cui origini risalgono al 1330. Questo vino, composto principalmente da Merlot, rompe con la tradizione bordolese dell'affinamento in botti: è affinato in anfore per dodici mesi, conferendogli un profilo molto contemporaneo, fresco, fruttato e croccante. Una nuova espressione dei grandi terroir argillo-calcarei della Rive Droite.

### Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild

Il dominio delle Granges, una vasta proprietà che si estendeva un tempo su cinque comuni del Sud Médoc, apparteneva nel XII secolo ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil. I tre domini del Barone Edmond de Rothschild acquistati tra il 1973 e il 1979 sono frammenti di questa vasta proprietà. Il vino Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild è prodotto da vigneti di Moulis e Listrac ed è il risultato di una predominanza di Merlot associato al Cabernet Sauvignon su un terreno argillo-calcareo; successivamente viene invecchiato per un anno in tini e botti di rovere francese.

### Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild

La cuvée Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild proviene da una selezione di giovani vigne a Montagne Saint-Émilion, che si estendono su 45 ettari di vigneti. Il vigneto è idealmente situato su pendii di calcare e argilla esposti a sud. Un eccellente terroir che consente al Merlot di Saint-Émilion (70% dell'assemblaggio) di esprimersi pienamente, conferendogli complessità, morbidezza e rotondità.

#### Argomenti

Vini e spiriti

Le storie

Filiera

Aziende e produttori alimentari

© Riproduzione riservata

#### Raccomandati per te



La Pop Art e Andy Warhol: perché fu una rivoluzione del gusto



Le donne italiane? Si prendono cura degli altri ma non di loro

Seguici su:

CERCA

+ GUSTO A BOLOGNA

I PIACERI DEL GUSTO

VINI E SPIRITI

VIAGGI DI GUSTO

INGREDIENTI DI GUSTO

I VIDEO

CHI SIAMO

adv



# Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccellenza"



di Lara Loreti

Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici"

31 MARZO 2024 ALLE 07:23

6 MINUTI DI LETTURA

**GB** GREEN AND BLUE



Il vino sta vivendo un momento di trasformazione. Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

130142

mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfinimento in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato.

È questa la filosofia di **Domori**, una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla **Edmond de Rothschild Heritage**. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo **Champagne Barons de Rothschild** per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese **Sorì della Sorba**, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Moldavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut.

Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, **Lamberto Gancia**, imprenditore, manager e wine expert, che è

## Pasqua senza sprechi, app e consigli per risparmiare il cibo

A CURA DI REDAZIONE GREEN&BLUE



### Leggi anche

**Crisi climatica, in Italia a rischio il 90% della viticoltura in pianura e nelle coste**

**La nevicata sulle Alpi cancella la siccità? Tozzi: "Pazzesco, c'è ancora chi confonde il tempo col clima"**

**Vino, è biologico un vigneto su cinque ma i consumatori non lo comprano**

## IL GUSTO



**E dopo Pasqua attenti a non sprecare: 11 ricette per riciclare uova e colombe avanzate**

DI GIULIA MANCINI

**Studiava restauro, adesso riscopre le antiche varietà di frutta**

DI DEBORA SATTAMINO

**Picnic di Pasquetta, 11 ricette facili, veloci e gustose**

DI MARTINA LIVERANI

**Dal pranzo Mussolini-Hitler all'ultima cena sul Titanic: i menù in mostra**

DI FERDINANDO REGIS

[leggi tutte le notizie di Il Gusto >](#)



anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende.



▲ Lamberto Gancia

### **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda?

“Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più

accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza”.

### Carlo Mondavi: "Mio nonno Robert mi ha insegnato a proteggere la terra: ecco come"

dalla nostra inviata Lara Loreti  
13 Gennaio 2022

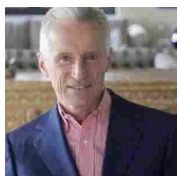


#### E in Italia?

“In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con *Sorì della Sorba*, progetto interessante, che vede il matrimonio fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto amico di mio padre e io ho studiato in California. L'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso “Solo per amore”, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sorì della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con *Mura Mura* la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana *Mastrojanni*, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia *Illy* (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand”.

### Riccardo Illy, l'imprenditore ribelle pronto ad allargare il suo Polo del Gusto

di Teodoro Chiarelli  
19 Ottobre 2023



La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini.

“Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte

legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un'offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un'accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l'unico sparkling al mondo a base di aceto, dell'azienda familiare Movia, che ben si presta all'abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojiru Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall'infuso all'albicocca **Mura Mura** "Umura" fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c'è un'attenta ricerca: vogliamo sollecitare l'intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra".

### **A Bordeaux c'è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino?**

"Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l'altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso".

## Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccell"

di Lara Loreti Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici" Il vino sta vivendo un momento di trasformazione. Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfinimento in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato. È questa la filosofia di **Domori** una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla Edmond de Rothschild Heritage. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo Champagne Barons de Rothschild per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese Sorì della Sorba, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Mondavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut. Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, Lamberto Gancia, imprenditore, manager e wine expert, che è anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende. Lamberto Gancia **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda? Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza. E in Italia? In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con Sorì della Sorba, progetto interessante, che vede il matrimonio fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto





amico di mio padre e io ho studiato in California. L'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso Solo per amore, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sorì della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con **Mura Mura** la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana **Mastrojanni**, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia **Illy** (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand. La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini. Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un'offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un'accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l'unico sparkling al mondo a base di aceto, dell'azienda familiare Movia, che ben si presta all'abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojiro Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall'infuso all'albicocca **Mura Mura** Umura fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c'è un'attenta ricerca: vogliamo sollecitare l'intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra. A Bordeaux c'è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino? Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l'altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso. Qual è oggi il ruolo strategico di **Domori** all'interno del **Polo del Gusto**? L'obiettivo è consolidare un settore che ha enorme potenziale a livello nazionale e internazionale. L'alimentare è il core business del **Polo del Gusto** e **Domori** ha il compito di aumentare la sinergia sul mercato fra i prodotti, e il giro di affari. Il nuovo magazzino che abbiamo a None (Torino) ci aiuta proprio a dare questo servizio, che comprende gestire il magazzino dove teniamo i prodotti a temperatura controllata, dai succhi a cioccolato fino ai vini super pregiati: questo ci permette di dare un servizio logistico solido, che è uno dei nostri punti di forza. A livello di fatturato, che peso ha in **Domori** la produzione di cioccolato rispetto alla distribuzione? La parte più grande è rappresentata dal cioccolato, la distribuzione del vino è chicca, legata al desiderio di eccellenza che caratterizza l'azienda. Il costo del cacao è aumentato in misura esponenziale: questo trend pesa e peserà anche sul prezzo delle tavolette al consumatore? L'aumento del costo del cacao continua a essere elevato (le quotazioni sono cresciute del +200% rispetto allo scorso anno, calcolate in dollari, ndr): basti dire che il prezzo medio di alcune monorigine, meno prestigiose rispetto al nostro Criollo dell'Equador, si sta avvicinando ai prezzi delle piante delle nostre tenute. In questo contesto, chi punta sulla qualità vince. Noi stiamo lavorando su una gamma di prodotti monorigine e su una linea di tavolette sia per negozi sia per pasticcerie: stiamo diversificando l'offerta per andare incontro al consumatore e pilotare al meglio gli aumenti, puntando anche su una gestione razionale degli stock. I costi crescenti inevitabilmente pesano anche sul prezzo al consumatore, ma vediamo che cosa accadrà nel lungo periodo. Ed ecco nel dettaglio i tre nuovi Bordeaux EVE 2021, Château de Malengin Questo vino porta il nome di Eve, una delle quattro figlie di Benjamin e Ariane de Rothschild, e testimonia il rinnovamento del Château de Malengin, le cui origini risalgono al 1330. Questo vino, composto principalmente da Merlot, rompe con la tradizione bordolese dell'affinamento in botti: è affinato in anfore per dodici mesi, conferendogli un profilo molto contemporaneo, fresco, fruttato e croccante. Una nuova espressione dei grandi terroir argillo-calcarei della Rive Droite. Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild Il dominio delle Granges, una vasta proprietà che si estendeva un tempo su cinque comuni del Sud Médoc, apparteneva nel XII secolo ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil. I tre domini del Barone Edmond de Rothschild acquistati tra il 1973 e il 1979 sono frammenti di questa vasta proprietà. Il vino Les



Granges des Domaines Edmond de Rothschild è prodotto da vigneti di Moulis e Listrac ed è il risultato di una predominanza di Merlot associato al Cabernet Sauvignon su un terreno argillo-calcareo; successivamente viene invecchiato per un anno in tini e botti di rovere francese. Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild La cuvée Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild proviene da una selezione di giovani vigne a Montagne Saint-Emilion, che si estendono su 45 ettari di vigneti. Il vigneto è idealmente situato su pendii di calcare e argilla esposti a sud. Un eccellente terroir che consente al Merlot di Saint-Émilion (70% dell'assemblaggio) di esprimersi pienamente, conferendogli complessità, morbidezza e rotondità.

## Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccell"

Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici" Il vino sta vivendo un momento di trasformazione. Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfinito in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato. È questa la filosofia di **Domori** una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla Edmond de Rothschild Heritage. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo Champagne Barons de Rothschild per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese Sorì della Sorba, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Mondavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut. Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, Lamberto Gancia, imprenditore, manager e wine expert, che è anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende. **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda? Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza. E in Italia? In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con Sorì della Sorba, progetto interessante, che vede il matrimonio fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto amico di mio padre e io ho studiato in California. L





l'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso Solo per amore, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sorì della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con **Mura Mura** la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana **Mastrojanni**, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia **Illy** (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand. La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini. Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un'offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un'accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l'unico sparkling al mondo a base di aceto, dell'azienda familiare Movia, che ben si presta all'abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojiro Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall'infuso all'albicocca **Mura Mura** Umura fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c'è un'attenta ricerca: vogliamo sollecitare l'intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra. A Bordeaux c'è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino? Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l'altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso. Qual è oggi il ruolo strategico di **Domori** all'interno del **Polo del Gusto**? L'obiettivo è consolidare un settore che ha enorme potenziale a livello nazionale e internazionale. L'alimentare è il core business del **Polo del Gusto** e **Domori** ha il compito di aumentare la sinergia sul mercato fra i prodotti, e il giro di affari. Il nuovo magazzino che abbiamo a None (Torino) ci aiuta proprio a dare questo servizio, che comprende gestire il magazzino dove teniamo i prodotti a temperatura controllata, dai succhi a cioccolato fino ai vini super pregiati: questo ci permette di dare un servizio logistico solido, che è uno dei nostri punti di forza. A livello di fatturato, che peso ha in **Domori** la produzione di cioccolato rispetto alla distribuzione? La parte più grande è rappresentata dal cioccolato, la distribuzione del vino è chicca, legata al desiderio di eccellenza che caratterizza l'azienda. Il costo del cacao è aumentato in misura esponenziale: questo trend pesa e peserà anche sul prezzo delle tavolette al consumatore? L'aumento del costo del cacao continua a essere elevato (le quotazioni sono cresciute del +200% rispetto allo scorso anno, calcolate in dollari, ndr): basti dire che il prezzo medio di alcune monorigine, meno prestigiose rispetto al nostro Criollo dell'Equador, si sta avvicinando ai prezzi delle piante delle nostre tenute. In questo contesto, chi punta sulla qualità vince. Noi stiamo lavorando su una gamma di prodotti monorigine e su una linea di tavolette sia per negozi sia per pasticcerie: stiamo diversificando l'offerta per andare incontro al consumatore e pilotare al meglio gli aumenti, puntando anche su una gestione razionale degli stock. I costi crescenti inevitabilmente pesano anche sul prezzo al consumatore, ma vediamo che cosa accadrà nel lungo periodo. Ed ecco nel dettaglio i tre nuovi Bordeaux EVE 2021, Château de Malengin. Questo vino porta il nome di Eve, una delle quattro figlie di Benjamin e Ariane de Rothschild, e testimonia il rinnovamento del Château de Malengin, le cui origini risalgono al 1330. Questo vino, composto principalmente da Merlot, rompe con la tradizione bordolese dell'affinamento in botti: è affinato in anfore per dodici mesi, conferendogli un profilo molto contemporaneo, fresco, fruttato e croccante. Una nuova espressione dei grandi terroir argillo-calcarei della Rive Droite. Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild Il dominio delle Granges, una vasta proprietà che si estendeva un tempo su cinque comuni del Sud Médoc, apparteneva nel XII secolo ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil. I tre domini del Barone Edmond de Rothschild acquistati tra il 1973 e il 1979 sono frammenti di questa vasta proprietà. Il vino Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild è prodotto





da vigneti di Moulis e Listrac ed è il risultato di una predominanza di Merlot associato al Cabernet Sauvignon su un terreno argillo-calcareo; successivamente viene invecchiato per un anno in tini e botti di rovere francese. Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild La cuvée Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild proviene da una selezione di giovani vigne a Montagne Saint-Emilion, che si estendono su 45 ettari di vigneti. Il vigneto è idealmente situato su pendii di calcare e argilla esposti a sud. Un eccellente terroir che consente al Merlot di Saint-Émilion (70% dell'assemblaggio) di esprimersi pienamente, conferendogli complessità, morbidezza e rotondità.

## Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccell"

Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici" Il vino sta vivendo un momento di trasformazione. Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfinimento in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato. È questa la filosofia di **Domori** una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla Edmond de Rothschild Heritage. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo Champagne Barons de Rothschild per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese Sorì della Sorba, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Mondavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut. Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, **Lamberto Gancia**, imprenditore, manager e wine expert, che è anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende. **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda? Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza. E in Italia? In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con Sorì della Sorba, progetto interessante, che vede il matrimonio fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto amico di mio padre e io ho studiato in California. L



l'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso Solo per amore, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sorì della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con **Mura Mura** la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana **Mastrojanni**, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia **Illy** (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand. La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini. Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un'offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un'accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l'unico sparkling al mondo a base di aceto, dell'azienda familiare Movia, che ben si presta all'abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojiro Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall'infuso all'albicocca **Mura Mura** Umura fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c'è un'attenta ricerca: vogliamo sollecitare l'intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra. A Bordeaux c'è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino? Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l'altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso. Qual è oggi il ruolo strategico di **Domori** all'interno del **Polo del Gusto**? L'obiettivo è consolidare un settore che ha enorme potenziale a livello nazionale e internazionale. L'alimentare è il core business del **Polo del Gusto** e **Domori** ha il compito di aumentare la sinergia sul mercato fra i prodotti, e il giro di affari. Il nuovo magazzino che abbiamo a None (Torino) ci aiuta proprio a dare questo servizio, che comprende gestire il magazzino dove teniamo i prodotti a temperatura controllata, dai succhi a cioccolato fino ai vini super pregiati: questo ci permette di dare un servizio logistico solido, che è uno dei nostri punti di forza. A livello di fatturato, che peso ha in **Domori** la produzione di cioccolato rispetto alla distribuzione? La parte più grande è rappresentata dal cioccolato, la distribuzione del vino è chicca, legata al desiderio di eccellenza che caratterizza l'azienda. Il costo del cacao è aumentato in misura esponenziale: questo trend pesa e peserà anche sul prezzo delle tavolette al consumatore? L'aumento del costo del cacao continua a essere elevato (le quotazioni sono cresciute del +200% rispetto allo scorso anno, calcolate in dollari, ndr): basti dire che il prezzo medio di alcune monorigine, meno prestigiose rispetto al nostro Criollo dell'Equador, si sta avvicinando ai prezzi delle piante delle nostre tenute. In questo contesto, chi punta sulla qualità vince. Noi stiamo lavorando su una gamma di prodotti monorigine e su una linea di tavolette sia per negozi sia per pasticcerie: stiamo diversificando l'offerta per andare incontro al consumatore e pilotare al meglio gli aumenti, puntando anche su una gestione razionale degli stock. I costi crescenti inevitabilmente pesano anche sul prezzo al consumatore, ma vediamo che cosa accadrà nel lungo periodo. Ed ecco nel dettaglio i tre nuovi Bordeaux EVE 2021, Château de Malengin. Questo vino porta il nome di Eve, una delle quattro figlie di Benjamin e Ariane de Rothschild, e testimonia il rinnovamento del Château de Malengin, le cui origini risalgono al 1330. Questo vino, composto principalmente da Merlot, rompe con la tradizione bordolese dell'affinamento in botti: è affinato in anfore per dodici mesi, conferendogli un profilo molto contemporaneo, fresco, fruttato e croccante. Una nuova espressione dei grandi terroir argillo-calcarei della Rive Droite. Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild Il dominio delle Granges, una vasta proprietà che si estendeva un tempo su cinque comuni del Sud Médoc, apparteneva nel XII secolo ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil. I tre domini del Barone Edmond de Rothschild acquistati tra il 1973 e il 1979 sono frammenti di questa vasta proprietà. Il vino Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild è prodotto



da vigneti di Moulis e Listrac ed è il risultato di una predominanza di Merlot associato al Cabernet Sauvignon su un terreno argillo-calcareo; successivamente viene invecchiato per un anno in tini e botti di rovere francese. Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild La cuvée Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild proviene da una selezione di giovani vigne a Montagne Saint-Emilion, che si estendono su 45 ettari di vigneti. Il vigneto è idealmente situato su pendii di calcare e argilla esposti a sud. Un eccellente terroir che consente al Merlot di Saint-Émilion (70% dell'assemblaggio) di esprimersi pienamente, conferendogli complessità, morbidezza e rotondità.

## Domori, dal cioccolato alla distribuzione di fine wine. Gancia: "La crisi? Si sconfigge con l'eccell"

Parla il vicepresidente del brand, all'interno del **Polo del Gusto**, che punta su etichette top: agli champagne si aggiungono Bordeaux, Barolo e Brunello: "Vogliamo offrire prodotti unici" Il vino sta vivendo un momento di trasformazione. Il calo dei consumi, con il crollo dei rossi, e la flessione dell'export, dati alla mano, ne sono un vivo esempio. Molti sostengono che i fine wine, i vini di pregio, non siano toccati dalla crisi. Ma la qualità da sola basta? Quali sono gli altri elementi che fanno grande un vino e lo rendono appetibile, al di là del tempo e dei trend? Una formula per raggiungere il successo esiste. Non si tratta di tirar fuori la bacchetta magica ma di mettere insieme un serie di caratteristiche uniche, in grado di passare al di sopra delle mode. Un po' come quando si guarda il discobolo di Mirone o le Ninfee di Monet: la statua greca è stata realizzata intorno al 455 a.C. eppure la sua bellezza disarmante è senza tempo. Lo stesso vale per l'opera impressionista: sebbene l'artista francese abbia ridipinto il soggetto allo sfinimento in cerca della perfezione, possiamo affermare che di certo ci è andato molto vicino. Quali sono dunque le caratteristiche della classicità o per meglio dire i segreti del successo di un vino? La qualità certo, ma anche la Storia (quella con la S maiuscola, spesso secolare) che c'è dietro, il progetto di una famiglia, il territorio, l'obiettivo del produttore che spesso trascende il tempo e va a sollecitare l'intelletto ancora prima del palato. È questa la filosofia di **Domori** una delle aziende del **Polo del Gusto** (PdG) di **Riccardo Illy**, realtà che mette insieme top brand nel settore agroalimentare. Tra questi, c'è **Domori**, nota nel mondo per la produzione di cioccolato di altissima qualità a base di Criollo, varietà rarissima che è stata riscoperta proprio grazie all'azienda. Ma **Domori** fa rima anche con distribuzione di grandi vini. Ed è proprio in questa veste che il marchio del **Polo del Gusto** allarga gli orizzonti, siglando un nuovo accordo di distribuzione che va a rafforzare la collaborazione tra lo stesso Polo e la famiglia de Rothschild: **Domori** sarà il distributore in esclusiva per l'Italia di tre raffinati Bordeaux, prodotti dalla Edmond de Rothschild Heritage. La partnership di distribuzione va ad aggiungersi al primo accordo (datato febbraio 2023) siglato tra il **Polo del Gusto** e lo Champagne Barons de Rothschild per la distribuzione in esclusiva per l'Italia degli champagne della Maison. A questi si aggiungono un'intesa con **Mastrojanni**, produttore di Brunello di Montalcino, oltre che con la nuova partnership con la cantina piemontese Sorì della Sorba, produttrice di vini biologici e biodinamici, nata dall'unione di due grandi famiglie di winemaker, Giovanna Bagnasco e Carlo Moldavi. Per la tenuta piemontese, **Domori** distribuirà in esclusiva per l'Italia il Nebbiolo e il Langhe Rosso e un'Alta Langa Brut. Di questo e di come superare lo stallo che il mondo del vino sta vivendo, abbiamo parlato con il vicepresidente di **Domori**, Lamberto Gancia, imprenditore, manager e wine expert, che è anche l'artefice del patto di collaborazione fra le aziende. Lamberto Gancia **Domori** è nota per il cioccolato, da dove nasce il progetto di distribuzione all'interno dell'azienda? Il **Polo del Gusto** riunisce eccellenze legate a una materia prima, nel caso del cioccolato è la pianta del cacao, che si sviluppa e trasforma. I nostri clienti hanno un target elevato, apprezzano prodotti di altissima qualità. Da qui nasce l'idea di stringere nuove alleanze con brand forti, nostri partner di lungo periodo, consolidando il marchio **Domori** non solo come produttore, ma anche come distributore. Questo progetto va di pari passo con la nostra filosofia: offrire ai clienti un panel di prodotti super scelti, che abbiano storia e qualità e che si prestino anche agli abbinamenti, dall'aperitivo fino a digestivo. E stiamo constatando che il mercato premia i prodotti che hanno una bella storia da raccontare. Va in questa direzione lo champagne Baron de Rothschild, un progetto di tre famiglie che abbiamo in portafoglio già dallo scorso anno e a cui ora abbiamo aggiunto altre etichette prodotte da un ramo della stessa famiglia, Edmond Heritage. In tutto abbiamo selezionato tre Bordeaux, non certo vini standard, ma etichette molto particolari e innovative: Eve 2021 Château de Malengin, affinato in anfora, che prende il nome dalla figlia del produttore; Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild, prodotto da uve coltivate in una tenuta che nel XII secolo apparteneva ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil, e Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild, etichetta più accessibile e di ampio respiro. Tutti prodotti che non erano ancora distribuiti in Italia e di cui stiamo costruendo il brand. Abbiamo poi i vini provenzali di Château Maïme (sopra Saint Tropez), territorio che ha un grande appeal sul mercato italiano. Un listino che sul fronte francese in tutto comprende sette champagne, tre Bordeaux e due vini di Provenza. Carlo Mondavi: "Mio nonno Robert mi ha insegnato a proteggere la terra: ecco come" dalla nostra inviata Lara Loreti 13 Gennaio 2022 E in Italia? In Piemonte abbiamo una bella novità: un accordo con Sorì della Sorba, progetto interessante, che vede il matrimonio





fra la famiglia di Giovanna Bagnasco e quella di Carlo Mondavi, a cui mi sento legato: suo nonno Robert era molto amico di mio padre e io ho studiato in California. L'azienda produce vini biodinamici fra cui il Langhe Rosso Solo per amore, che celebra il sentimento, il Langhe Nebbiolo Sori della Sorba, e un'Alta Langa millesimato, 85% Pinot Nero e 15% Chardonnay. Stiamo inoltre consolidando la partnership con **Mura Mura** la cui produzione spazia dal Barolo al Barbaresco, dalla Barbera d'Asti al Grignolino d'Asti fino ai bianchi, Timorasso e Favorita in testa. Tutte produzioni particolari e di altissimo livello. A queste si aggiunge la toscana **Mastrojanni**, una volta di proprietà del PdG, oggi appartenente sempre a un ramo della famiglia **Illy** (la proprietà ilcinese è di Francesco, fratello di Riccardo, ndr), con cui manteniamo una continuità di partnership sul fronte della distribuzione e della costruzione del brand. **Riccardo Illy**, l'imprenditore ribelle pronto ad allargare il suo **Polo del Gusto** di Teodoro Chiarelli 19 Ottobre 2023 La maggior parte dei prodotti in listino sono rossi, scelta coraggiosa vista la crisi di consumo di questo tipo di vini. Il nostro progetto è focalizzato su fine wine che abbiano un forte legame col territorio e che vantino una proposta unica sul mercato. Sono vini che si distinguono per terroir, che hanno uno storytelling accattivante e una famiglia solida alle spalle, tutti elementi che permettono un ottimo posizionamento. Sono 5 i fattori che determinano il successo del vino: marca, territorio, vitigni particolari che danno vita a prodotti unici, annate in assegnazione, rapporto qualità/prezzo. In un settore dove la crisi riguarda i vini mainstream e di largo consumo, **Domori** propone un'offerta diversa. Seguendo lo stesso schema del cioccolato che produciamo: una monorigine, il Criollo, che deriva da un'accurata ricerca sul campo. Lo stesso vale per il nostro prodotto analcolico, il free alcohol Mazzalù: non un semplice dealcolato, ma l'unico sparkling al mondo a base di aceto, dell'azienda familiare Movia, che ben si presta all'abbinamento con i nostri prodotti. Non a caso nella gamma abbiamo spirits perfetti col cioccolato: dal liquore giapponese Gojiro Umeshu a Domorum, il liquore di cioccolato, dall'infuso all'albicocca **Mura Mura** Umura fino a Ofelia, il Moscato passito sempre di **Mura Mura**. Dietro ogni prodotto c'è un'attenta ricerca: vogliamo sollecitare l'intelletto, oltre che il gusto, sempre partendo dalla terra. A Bordeaux c'è chi estirpa le vigne per contrastare malattie e gestire i costi aziendali, in che direzione sta andando il mondo del vino? Il problema più grande coinvolge i vini di base, non i fine wine. In Italia, anche le denominazioni più importanti, come il Prosecco per fare un esempio, pur dando importanza ai volumi, stanno crescendo anche e soprattutto in valore, e questo è un segno di ricerca di qualità. In generale, il vino vive di alti e bassi sul lungo periodo, ma la qualità vince sempre. Non a caso il prezzo medio è aumentato, e si dà meno rilevanza alla quantità, che negli ultimi anni fra l'altro, è diventata un problema a livello europeo, per via delle eccedenze in cantina. In questo contesto, a complicare le cose ci si mette anche la crisi climatica, con i patogeni che si porta dietro, e contro cui l'unica chance sta nel curare al meglio la pianta. La vigna è e deve essere un giardino. Il distretto enologico italiano è fra i più importanti al mondo, e se si lavora con serietà e lungimiranza andremo sempre avanti. Ci vuole costanza qualitativa. E credo che il futuro premierà il trend del lusso. Il cioccolato **Domori** alla conquista dell'alta cucina, dall'Asia all'Australia di Lara Loreti 08 Ottobre 2023 Qual è oggi il ruolo strategico di **Domori** all'interno del **Polo del Gusto**? L'obiettivo è consolidare un settore che ha enorme potenziale a livello nazionale e internazionale. L'alimentare è il core business del **Polo del Gusto** e **Domori** ha il compito di aumentare la sinergia sul mercato fra i prodotti, e il giro di affari. Il nuovo magazzino che abbiamo a None (Torino) ci aiuta proprio a dare questo servizio, che comprende gestire il magazzino dove teniamo i prodotti a temperatura controllata, dai succhi a cioccolato fino ai vini super pregiati: questo ci permette di dare un servizio logistico solido, che è uno dei nostri punti di forza. A livello di fatturato, che peso ha in **Domori** la produzione di cioccolato rispetto alla distribuzione? La parte più grande è rappresentata dal cioccolato, la distribuzione del vino è chicca, legata al desiderio di eccellenza che caratterizza l'azienda. Il costo del cacao è aumentato in misura esponenziale: questo trend pesa e peserà anche sul prezzo delle tavolette al consumatore? L'aumento del costo del cacao continua a essere elevato (le quotazioni sono cresciute del +200% rispetto allo scorso anno, calcolate in dollari, ndr): basti dire che il prezzo medio di alcune monorigine, meno prestigiose rispetto al nostro Criollo dell'Equador, si sta avvicinando ai prezzi delle piante delle nostre tenute. In questo contesto, chi punta sulla qualità vince. Noi stiamo lavorando su una gamma di prodotti monorigine e su una linea di tavolette sia per negozi sia per pasticcerie: stiamo diversificando l'offerta per andare incontro al consumatore e pilotare al meglio gli aumenti, puntando anche su una gestione razionale degli stock. I costi crescenti inevitabilmente pesano anche sul prezzo al consumatore, ma vediamo che cosa accadrà nel lungo periodo. Ed ecco nel dettaglio i tre nuovi Bordeaux EVE 2021, Château de Malengin Questo vino porta il nome di Eve, una delle quattro figlie di Benjamin e Ariane de Rothschild, e testimonia il rinnovamento del Château de Malengin, le cui origini risalgono al 1330. Questo vino, composto principalmente da Merlot, rompe con la tradizione bordolese dell'affinamento in botti: è affinato in anfore per dodici mesi, conferendogli un profilo molto contemporaneo, fresco, fruttato e croccante. Una nuova espressione dei grandi terroir argillo-calcarei della Rive Droite. Les Granges des



Domaines Edmond de Rothschild Il dominio delle Granges, una vasta proprietà che si estendeva un tempo su cinque comuni del Sud Médoc, apparteneva nel XII secolo ai monaci cistercensi dell'Abbazia di Vertheuil. I tre domini del Barone Edmond de Rothschild acquistati tra il 1973 e il 1979 sono frammenti di questa vasta proprietà. Il vino Les Granges des Domaines Edmond de Rothschild è prodotto da vigneti di Moulis e Listrac ed è il risultato di una predominanza di Merlot associato al Cabernet Sauvignon su un terreno argillo-calcareo; successivamente viene invecchiato per un anno in tini e botti di rovere francese. Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild La cuvée Les Lauriers des Domaines Edmond de Rothschild proviene da una selezione di giovani vigne a Montagne Saint-Emilion, che si estendono su 45 ettari di vigneti. Il vigneto è idealmente situato su pendii di calcare e argilla esposti a sud. Un eccellente terroir che consente al Merlot di Saint-Émilion (70% dell'assemblaggio) di esprimersi pienamente, conferendogli complessità, morbidezza e rotondità.