



**U**n 2024 di conferme per Sarzi Amadè, realtà distributiva fondata nel 1966 e oggi un punto di riferimento nella proposta di vini delle migliori cantine italiane, francesi e internazionali. Ad Alessandro Sarzi Amadè, titolare dell'azienda con la sorella Claudia (in foto) e il padre Nicola, abbiamo domandato un bilancio sull'ultimo anno dell'Horeca italiano e sulle performance della distribuzione milanese.

#### Che 2024 è stato per l'Horeca e per Sarzi Amadè?

È stato un 2024 che ha visto il canale Horeca pagare un'estate "corta", più complicata della precedente, già difficoltosa: è iniziata tardi e finita presto, tra una Pasqua molto anticipata e un clima davvero inclemente. Quest'ultimo ha molto penalizzato anche l'andamento degli affari lungo il corso della bella stagione: con i primi ordini spostati in avanti di oltre un mese, quando di solito a marzo sono definiti, con conseguenti implicazioni anche sui successivi riordini estivi. La seconda metà dell'anno, invece, si è rivelata decisamente più brillante. Per noi, gli scorsi, sono stati 12 mesi di consolidamento, che ci hanno

portato ad assestarci sugli stessi livelli dei due anni precedenti, quelli del 2022 da record. La speranza e la volontà sono sempre quelli di crescere, però siamo estremamente soddisfatti di come abbiamo chiuso il 2024, con un fatturato attorno ai 12 milioni di euro.

#### Quali sono stati i trend registrati lo scorso anno e quali obiettivi vi prefissate per il 2025?

Abbiamo registrato un calo di vendite sui vini di fascia media, quelli legati alla quotidianità, cui ha fatto da contraltare un aumento importante del prezzo medio: un euro a bottiglia, che ci ha portati a superare i 24 euro. Nel 2025, l'obiettivo sarà proprio quello di riportare a crescere i volumi sui prodotti di maggiore rotazione, con una particolare attenzione alle



#### Cosa si è venduto e bevuto di più nel 2024?

Continua il periodo d'oro dei vini bianchi, che hanno sorpassato i rossi nelle richieste del mercato. Poi, il 2024 non è stato un anno particolarmente favorevole all'affermarsi di nuovi trend: sono stati 12 mesi in cui si sono

ricercate garanzie, che fossero Denominazioni o marchi conosciuti, più agevoli da proporre al consumatore finale.

#### Sul fronte Champagne, che anno è stato per Sarzi Amadè?

Per noi lo Champagne ha un'incidenza limitata, attorno all'8% del nostro fatturato, anche per via del fatto che lavoriamo con piccole realtà di Récoltant. Davanti a un andamento generale in calo per la bollicina francese, in Italia e nel mondo, abbiamo saputo mantenere volumi e cifra d'affari invariati. Ha inciso molto il lavoro commerciale e di promozione realizzato sull'ultimo ingresso a catalogo nella categoria, Alexandre Bonnet, che ha compensato il calo registrato con i Vigneron meno noti.

#### Che novità riserva a catalogo il 2025?

Abbiamo aperto l'anno annunciando la grande novità della collaborazione che da questo 2025 ci legherà a Castello di Volpaia. Arricchiamo così il volto italiano del nostro portfolio con una partnership strategica che si pone l'obiettivo di rafforzare la presenza nel mercato italiano di alta gamma di quella che è una realtà simbolo del Chianti Classico. Non avremo, però, altre new entry per l'anno, perché abbiamo la necessità di concentrarci sulle aziende che oggi abbiamo a catalogo. Se, poi, nascerà un'opportunità, ovviamente la sapremo cogliere.

#### Da sempre specialisti della Francia, come legge Sarzi Amadè la crescita inarrestabile dei prezzi dei vini di Borgogna?

Sulla Borgogna, assistiamo a un allargamento dell'offerta a zone e appellation meno conosciute. Una dinamica figlia della minore capacità di spesa del consumatore finale; dunque, della necessità di ricercare etichette dal costo minore rispetto ai vini delle Denominazioni più importanti, su cui si comincia ad avvertire un segnale di "inaccessibilità" per via di prezzi in continuo e significativo aumento. Non a caso, fatta eccezione per i Domaine più ricercati, che non conoscono mai flessioni, altre realtà meno affermate sulle appellation più celebri hanno visto un rallentamento nelle rotazioni: questo significa che la Borgogna funziona ancora bene, però il costo delle bottiglie li sta portando a un generale rallentamento delle percentuali di crescita rispetto al passato, cosa a cui non erano abituati.

#### Che futuro, invece, per i vini di Bordeaux?

Su Bordeaux vedo un po' di risveglio. Hanno finalmente capito di aver sbagliato; quindi, ora stanno cominciando a cambiare lo stile dei vini e assistiamo anche a una dinamicità sul mercato che prima non c'era. Oggi, quasi quotidianamente, arrivano proposte anche dagli Château bordellesi più importanti di organizzare eventi e presentazioni. Sono molto più attivi rispetto a prima e non trascurano più alcuno sbocco, anche i mercati secondari come può essere l'Italia. A breve, quindi, credo che questo lavoro pagherà e Bordeaux tornerà a rivestire il ruolo primario che gli spetta con la sua storia plurisecolare; perché oggi, in rapporto alla qualità, anche i prezzi risultano molto più sensati di altre Denominazioni sulla cresta dell'onda, vedi Borgogna.

#### Il sistema delle distribuzioni si confermerà protagonista del canale Horeca anche nel 2025?

Oggi, sempre più, si osservano la centralità e l'importanza del sistema delle distribuzioni all'interno dell'universo Horeca. Rappresentiamo tanto una garanzia di solvibilità per il produttore, quanto di servizio per il cliente. Soprattutto per la ristorazione, in questo frangente è fondamentale avere un supporto come quello che gli possiamo assicurare noi distributori di fare ordini più cadenzati e dal minore impatto finanziario, permettendogli così di avere una gamma ampia in carta vini con continuità.

DI MATTEO BORRÈ E ROBERTA RANCATI

## Sarzi Amadè: stabilità da record

Dopo un 2024 di conferme nel giro d'affari, Castello di Volpaia importante new entry a catalogo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

197690