

Umani Ronchi crea DAVANTAGE, un nuovo modo di vivere la distribuzione dei grandi vini, fondato su affinità, visione e multi-geografia.

"Je t'aime chaque jour davantage", ti amo ogni giorno di più.

DAVANTAGE è un progetto, una dichiarazione d'amore per il vino, radicato nella condivisione di una filosofia, nell'energia di una passione e nell'armonia d'intenti. È **Umani Ronchi** a dar vita a questa nuova distribuzione scegliendo Torre a Cona, azienda vitivinicola toscana, come primo elemento chiave della sua visione.

Michele Bernetti (**Umani Ronchi**), convinto che il vino sia molto più di una bevanda - un'esperienza che si intreccia con il turismo, la natura e il vissuto diretto - ha concretizzato questo percorso in un nuovo progetto la cui pietra angolare è **Torre a Cona** di Niccolò Rossi di Montelera sita a pochi passi da Firenze nel cuore dei Colli Fiorentini. Umani Ronchi, protagonista della storia vitivinicola marchigiana, si apre così a un territorio d'eccellenza enologica come quello toscano, abbracciando una realtà di nicchia unica nel suo genere. Oltre alla produzione di vini pregiati in prevalenza da uve Sangiovese, qui si elabora un Vermouth, riconosciuto come una rarità nel contesto della produzione italiana contemporanea. L'ubicazione di **Torre a Cona**, al di fuori delle rotte convenzionali del vino toscano, e la sua perfetta contemporaneità nel contesto del cambiamento climatico, diventano fondamento di **DAVANTAGE** e il primo e più significativo tassello di un mosaico che, nel prossimo futuro, svelerà appieno la sua essenza e il suo percorso.

"Credo nelle affinità emozionali oltre che imprenditoriali. Di fronte a Torre a Cona, alla sua straordinaria bellezza e all'intesa immediata con Niccolò, ho capito che esistevano strade comuni e complementari da percorrere. Così è nata l'idea di DAVANTAGE, una distribuzione di cui Torre a Cona è l'elemento determinante" - Michele Bernetti.

"Ho sempre creduto che un cammino condiviso porti a risultati sorprendentemente migliori rispetto a un percorso in solitaria. Conoscere Umani Ronchi e il suo patron Michele, insieme alla sua straordinaria realtà, mi ha confermato che alcuni incontri qualificano la vita e che ci sono uomini capaci di rendere grandi i territori. Creare sinergie con Michele e il team di Umani Ronchi è stato un percorso cercato e voluto, nato dalla volontà condivisa di crescere e tracciare una nuova strada" - Niccolò Rossi di Montelera.

A costituire le fondamenta di questo nuovo progetto, oltre ai vini di Torre a Cona, un'altra perla enologica internazionale, si tratta di **Domaine Jean-Baptiste Ponsot**, un talentuoso artigiano vitivinicolo della CÔTE CHALONNAISE, che possiede un ventaglio di premier cru di assoluto valore nel comune di Rully, oltre ad una piccola meravigliosa parcella a Chassagne Montrachet. Si tratta di una Borgogna da scoprire, con pagine molto interessanti ancora da leggere e conoscere.

*"In un progetto dedicato all'eccellenza, non potevano mancare i vini francesi. Dopo lunghe ricerche abbiamo scoperto aziende che avessero i nostri valori e che rappresentassero un unicum nel loro genere, **Torre a Cona e Domaine Jean-Baptiste Ponsot** hanno le peculiarità perfette per rappresentare e concretizzare ciò che per Umani Ronchi significa "distribuzione". L'inizio di un percorso che andrà verso una sola direzione: quella dell'unicità senza compromessi" – Michele Bernetti.*

Inoltre, essendo ormai evidente che per il futuro enologico italiano le parole chiave sono *sostenibilità* ed *enoturismo*. **Umani Ronchi**, da sempre all'avanguardia, si è organizzata da anni per sviluppare questo trend. Se infatti il mantra ambientale-sociale è riconosciuto come leva strategica, la spinta sul rapporto con i territori è ormai essenziale per offrire un valore aggiunto al prodotto vino. Ed anche in questo la visione di Michele Bernetti combacia con quella di **Niccolò Rossi di Montelera**: entrambi vedono il vino e l'enoturismo strettamente uniti in un dialogo virtuoso alla ricerca della costante valorizzazione dell'uno e dell'altro.

"La Wine Hospitality è un mondo sempre più ampio e complesso: affonda le sue radici nell'accoglienza, sia essa trade o consumer, per poi intrecciarsi e fondersi con le strategie aziendali di marketing, comunicazione e vendita, diventando una vera e propria unità di business. Si tratta di un ventaglio di attività che, oggi più che mai, non possono più essere lasciate al caso. Chi si occupa di Hospitality dovrebbe lavorare sempre cercando l'equilibrio ottimale tra il raggiungimento dell'obiettivo aziendale (eno) e la leggerezza che un momento di relax deve saper donare (turismo)" - Michele Bernetti.