

La News



Usa, i dining bond per salvare i ristoranti

Anche gli Usa varano misure drastiche per combattere il Coronavirus: ristoranti e bar chiusi e città deserte per evitare ogni contatto. E gli effetti si fanno sentire, con le Borse che crollano e imprenditori e lavoratori che chiedono aiuto. La ristorazione, però, sembra aver trovato un modo - "dal basso" - di rialzarsi, una volta che sarà conclusa l'emergenza. Con i "dining bond", dei mini bond culinari. Buoni per pranzi e cene che funzionano come obbligazioni di risparmio, da riscuotere quando gli esercizi potranno riaprire, con un premio per il sottoscrittore (ovvero il cliente futuro) del 25% rispetto al valore reale al momento dell'acquisto.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

In "clausura", italiani chef e pizzaioli

Italiani chef, panettieri e pizzaioli al tempo del Coronavirus: crescono le vendite di farine, lieviti e mozzarelle e calano i take away, i prodotti da rosticceria e i servizi assistiti, rallentano pasta e olio, mentre crescono i vini per lo smart-happy hour e non accennano a scendere le vendite di disinfettanti. Spesa sì, quindi, ma con moderazione e senza più assalti agli scaffali, come raccontano i dati delle vendite medie di Coop - leader di settore con il 14,2% del mercato ed un fatturato di 14,8 miliardi di euro, per il 70% dal comparto food - di queste ultime tre settimane, che segnano un +12,8% sulla media dello stesso periodo, ossia la stessa crescita già registrata nei primi 14 giorni di pandemia, e che tiene conto anche dei picchi massimi di vendite raggiunti soprattutto nella prima settimana.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Tra spesa ed emergenza nei campi

Non bastano gli appelli, i decreti e le ordinanze: gli italiani, più di tre giorni senza uscire di casa a fare la spesa, non sanno stare e, come emerge da un'indagine Coldiretti/Ixé, il risultato è che nel 38% delle case si accumulano scorte in maniera ingiustificata, dalla pasta al vino. Mettendo sotto pressione un settore, quello agroalimentare, che in campagna, dopo la chiusura delle frontiere alle persone, dovrà fare i conti con la mancanza di mano d'opera straniera, con le associazioni agricole che chiedono con urgenza il ritorno dei voucher.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Flessibilità, risorse, promozione, comunicazione: le richieste del vino a Roma ed a Bruxelles

La filiera del vino (che riunisce le principali organizzazioni del settore: Confagricoltura, Cia - Agricoltori Italiani, Copagri, Alleanza delle Cooperative Italiane, Unione italiana Vini, Federvini, Federdoc e Assoenologi) mette nero su bianco le proposte da presentare a Governo ed Unione Europea per superare le difficoltà che il mondo vitivinicolo sta vivendo a causa della grave crisi legata alla diffusione della Covid-19. In uno scenario in cui il perdurare dell'emergenza in Italia, e la sua diffusione a livello globale, determina una situazione di rilevante difficoltà, per l'inevitabile contrazione dei consumi, la chiusura dei pubblici esercizi, la logistica che rallenta qualsiasi tipo di pianificazione, anche di promozione sui mercati internazionali, e lo stop del turismo, la filiera vino ha proposto alla Ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova, nel più ampio spirito di collaborazione, una prima serie di misure. In vista del prossimo Consiglio dei Ministri dell'Agricoltura a Bruxelles, la richiesta è di elaborare una strategia comune di sostegno straordinario al comparto agroalimentare con gli altri partner europei, mentre per il settore vitivinicolo si deve partire con una forte iniezione di flessibilità nelle misure già esistenti, tra cui il sistema delle autorizzazioni per gli impianti, la ristrutturazione dei vigneti, investimenti e promozione per liberare risorse a favore del settore, in modo che possa dare un contributo per il sostegno ed il rilancio dell'economia. A livello nazionale la filiera ha avanzato alla Ministra Bellanova la convocazione del tavolo vino perché operi come cabina di regia del settore per le iniziative urgenti di supporto. Per il mondo del vino italiano è necessario prevedere un "Piano Strategico di sostegno all'export vitivinicolo nazionale" articolato su missioni di settore, piani di comunicazione integrata sui mercati internazionali più ricettivi con previsione di misure straordinarie promozionali e di sostegno alla domanda di vino, sia per il mercato estero che interno, da strutturare con testimonial, opinion leader e "ambasciatori" a livello nazionale ed internazionale, oltre che iniziative volte a garantire liquidità alle imprese e snellimento burocratico.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il 2019 (ottimo) degli spumanti italiani. Ma il 2020 è un'incognita

Non si arresta la crescita dello spumante italiano, che chiude il 2019 con l'ennesimo dato positivo della domanda estera, che, per la prima volta, ha superato i 4 milioni di ettolitri (+8%), a fronte di un +5% dei corrispettivi introiti. Bene anche i consumi interni, +6% complessivamente, e produzione che cresce proporzionalmente per arrivare a superare i 760 milioni di bottiglie, di cui i due terzi prendono la via dell'estero, per un valore stimato di 3,3 miliardi di euro, come raccontano i dati elaborati da Ismea. In termini di destinazioni si registra una decisa progressione (+14%) delle spedizioni di spumanti negli Stati Uniti, accompagnata da una crescita meno che proporzionale, ma sempre a due cifre (+12%) degli introiti. Nel Regno Unito, invece, ad una sostanziale stabilità dei volumi si aggiunge una riduzione del 10% dei corrispettivi. Decisa flessione in Germania, terza destinazione delle bollicine italiane (-4,2% a valore). Un dato curioso è quello della Francia, dove è stato spedito il 28% in più di spumante (+25,5% a valore), quasi per intero Prosecco. Il futuro, invece, si fa sempre più indecifrabile, con l'impatto della Brexit, la minaccia continua dei dazi Usa e, adesso, la pandemia di Covid-19 che si sono abbattuti su economia e consumi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Eco & Biodiversity-friendly, sostiene cultura e giovani: il bilancio di sostenibilità di Ruffino

Ha adottato un manuale di buone pratiche agricole ecosostenibili, è certificata "Biodiversity Friend", si impegna a difendere e custodire la biodiversità del territorio, ricicla il 75% dei rifiuti che produce, promuove la cultura del vino italiano, a partire dai giovani, basata sulla convivialità e sul consumo consapevole e, last but not least, investe gli utili della produzione dei vini, che la rendono famosa e che esporta in tutto il mondo, sul territorio, sostenendone le eccellenze culturali e sociali, da Dynamo Camp all'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze. Ecco Ruffino, griffe simbolo del vino italiano, di proprietà del colosso americano Constellation Brand, ritratta nel suo "Bilancio di Sostenibilità", edizione n. 2, cuore del progetto "Ruffino Cares" e dell'impegno della griffe nella responsabilità sociale di impresa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il Coronavirus, gli alimenti, il vino: a WineNews il professore Luigi Moio

"Il virus non è un organismo, è semplicemente materiale genetico all'interno di un involucro proteico. Materiale privo di enzimi e di qualsiasi cosa necessaria per svolgere azioni biochimiche, quindi ha bisogno di una cellula ospite per vivere. Questo virus, come quasi tutti, si trasmette attraverso l'uomo. Per gli alimenti non c'è alcun motivo di allarme, a patto che vengano rispettate le comuni norme igieniche. Per quanto riguarda il vino, non esiste alcun rischio: l'ha detto Pasteur 175 anni fa, quando si beveva il vino perché, a livello igienico, era più sicuro dell'acqua".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)