

La News



**WS, l'Italia (ancora una volta) in copertina**

Domani, senza Coronavirus, sarebbe andata in scena "OperaWine", by "Wine Spectator", a Verona, prologo di Vinitaly. Due eventi che sono stati e resteranno fondamentali per l'immagine e per business del vino italiano. Intanto, come sempre ad aprile, è dedicata all'Italia la copertina di WS: "The Magic of Italy". Una magia fatta dal lavoro di tanti produttori che viaggiano nel mondo per portare nei mercati i loro vini. E con essi, l'Italia migliore. E nella speranza che presto tutto questo torni ad essere la normalità, domani, e nei prossimi giorni, WineNews pubblicherà due video dedicati ad OperaWine e Vinitaly, in una sorta di piccolo "amarcord" enoico.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

**La lenta ripartenza della Cina**

Piano, ma la Cina prova a muoversi. Anche sul fronte del vino italiano. Lo hanno testimoniato, con prudenza, i tanti produttori che abbiamo contattato in questi giorni. E lo racconta, a WineNews, la testimonianza di Silvana Ballotta, alla guida di Business Strategies, che, da anni, ha investito in progetti di comunicazione, formazione e supporto alle imprese del vino italiano in Cina (da ultimo con Winease, progetto di promozione digitale finalizzato alla commercializzazione, insieme a Value China, società del gruppo Neosperience quotato a Piazza Affari). "L'interesse degli italiani per il mercato è forte come non mai, dalla Cina qualche ordina torna ad arrivare, la ristorazione e la distribuzione, pur con tante difficoltà e precauzioni stanno ripartendo. E in questa emergenza tanti produttori hanno capito l'importanza delle soluzioni digitali per crescere".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**Il vino "take away" del Rinascimento**

Oggi, con il Coronavirus, molti dei locali che possono farlo, implementano soluzioni per l'asporto, come la vendita di prodotti con finestre che affacciano sull'esterno dei locali. Tutt'altro che una novità. Già nel Rinascimento le famiglie nobili fiorentine, per esempio, vendevano attraverso le "buchette", oltre 170, che dai palazzi si affacciavano sulle vie della città. Un patrimonio ritrovato, con alcune che sono state restaurate, come quella, qualche tempo fa, di Palazzo Antinori, che racconta un pezzo di passato e di "ingegno" che oggi, a suo modo, torna di grande attualità.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**8 misure urgenti per la sopravvivenza dei locali: i ristoranti d'Italia scrivono al Governo**

Cancellazione delle imposte nazionali e locali pertinenti (come Tari, Imu. affissione, occupazione suolo pubblico, e così via), credito per utenze relative alle attività commerciali e rateizzazione dei pagamenti degli acconti Ires, Irap previste a giugno e senza interessi; proroga della cassa integrazione straordinaria per il personale in forza al 23 febbraio 2020 fino alla fine dell'anno; sospensione di leasing, mutui e noleggio operativi fino a fine 2020, con il recupero delle mensilità congelate in coda al periodo previsto dalla relativa misura posta in essere; armonizzazione da parte dello Stato delle regole per l'accesso al credito; credito d'imposta al 60% riconosciuto al proprietario fino al 31 dicembre 2020 con il 40% dell'importo a carico del locatario e misura semplificata (come la cedolare secca); detassazione (straordinaria) sulle risorse umane in organico, detassazione degli oneri contributivi e assistenziali e dei benefit sino al 30 giugno 2021; possibilità estesa a tutto il comparto ristorazione di effettuare l'asporto; misure di sostegno a fondo perduto, ristori e indennizzi, per il periodo di chiusura obbligatorio imposto per legge dall'emergenza covid-19 (pari al 10% del fatturato in relazione allo stesso periodo di riferimento); sono le 8 misure chieste con forza alla politica dal mondo della ristorazione italiana, in ginocchio per la crisi imposta dal Coronavirus, che a ristoranti, bar e locali è già costata 12 miliardi di euro, con un conto che potrebbe arrivare a 28 miliardi di perdite a fine anno, a secondo la Fipe. A rimettere nero su bianco le misure necessarie per sopravvivere prima, e ripartire poi, è la "Rete della Ristorazione Italiana", realtà nata ad inizio aprile per riunire le voci del settore, e che oggi, riunendo più di 26 associazioni dell'imprenditoria (da Ambasciatori del Gusto a Federazione Italiana Cuochi, dai Jeunes Restaurateurs Italia a Le Soste di Ulisse all'Associazione), mette insieme oltre 34.000 associati tra cuochi, ristoratori, pizzaioli, pasticceri e responsabili di sala. Uniti nel chiedere al Governo l'adozione immediata delle seguenti misure proposte, ritenute essenziali per la sopravvivenza di moltissimi rappresentanti che operano nel settore. Che è fondamentale per il made in Italy, per il turismo, per il vino italiano di qualità, per l'alto artigianato enogastronomico e non solo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**Marketing del vino vs Coronavirus: vietato fermarsi**

Ristoranti chiusi, consumi fermi ed un flusso economico praticamente fermo per tantissime cantine d'Italia e del mondo. Eppure, chi può, fa bene a continuare ad investire nel marketing, che sovente, in fasi di crisi acute, è la prima voce di budget che viene ridotta, per far fronte alle spese vive per mandare avanti le attività in vigna e in cantina. Eppure, nella legge della giungla del mercato, cinicamente, un euro speso in comunicazione oggi, per chi può, vale più di un euro speso ieri. Semplicemente perché, purtroppo, qualche voce, anche da parte delle cantine del mondo, si spegnerà per un po', e semplicemente, saranno in meno quelli che dovranno dividere la fetta dell'attenzione mediatica dei consumatori. È una delle indicazioni di Wine Intelligence, che ha pubblicato una sorta di "breviario" del marketing del vino "durante e dopo" l'emergenza Covid-19. Altro punto suggerito, è quello di focalizzarsi sui marchi ed i prodotti più importanti di ogni portafoglio, semplicemente perché le persone tendono a cercare rassicurazione nei prodotti, vino incluso, e sono più inclini a comprare qualcosa che già conoscono. Ancora, è importante investire su innovazione di servizi al consumatore, nei mercati locali e nazionali e, non meno importante, non cedere alla scontistica, perché poi, nei prezzi, è difficilissimo tornare indietro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**Campari in trattativa esclusiva per acquisire Champagne Lallier**

Per la prima volta nella storia una grande multinazionale italiana potrebbe entrare nel mondo dello Champagne: si tratta di Campari, che ha annunciato oggi l'avvio di una negoziazione esclusiva con la società francese Sarl Ficoma, holding familiare di Francis Tribaut, per l'acquisizione di una partecipazione dell'80% e nel medio termine della totalità del capitale azionario di Champagne Lallier (e delle altre società del gruppo), brand fondato nel 1906 ad Aÿ, una delle rare località classificate come "Grand Cru" nello Champagne, chiara indicazione del livello di prestigio del prodotto. La società nel 2019 ha venduto un milione di bottiglie di Champagne, di cui 700.000 bottiglie a marca Lallier. La transazione include i brand, i relativi stock di liquido, le proprietà immobiliari (inclusi vigneti di proprietà e gestiti) e gli impianti produttivi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**"La ripresa? Passa dai piccoli borghi, da innovazione tecnologica e agricoltura di qualità"**

A WineNews il presidente della Fondazione Symbola Ermete Realacci: "tutti hanno capito che l'agricoltura garantisce la vita, e la qualità della vita. Dobbiamo essere bravi, mettere a sistema quello che l'Italia delle tradizioni, della qualità, dei territori, e l'agricoltura di qualità e il vino in questo sono pionieri. Ma serve anche innovazione e praticità: dalla banda larga anche nei territori rurali, e da meno burocrazia".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)