

La News



Fipe: aiuto del Governo per salvare il settore

Concentrare gli aiuti economici su chi ha perso di più nel corso del lockdown e dare il via a una stagione di riforme strutturali del settore del turismo e della ristorazione, che tocchino canoni di affitto e costo del lavoro. Sono queste le due direttrici lungo le quali, secondo la Fipe, la politica dovrà muoversi nei prossimi giorni per evitare il collasso di un comparto che, prima della crisi del Covid 19, contava 330.000 imprese con 90 miliardi di fatturato e 1,2 milioni di lavoratori, e che nel giro di tre mesi ha perso 34 miliardi di euro, mettendo a rischio 50.000 imprese e 350.000 posti di lavoro. E che oggi, a dieci giorni dalla riapertura, registra cali di fatturato nell'ordine del -70%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Alleati per la ripartenza

Non basta riaprire le serrande per tornare a vedere i ristoranti pieni. Ci vorrà del tempo, lo sanno bene gli imprenditori della ristorazione così come quelli del vino, che al canale Horeca, in molti casi, hanno legato buona parte dei propri fatturati. E allora, nella difficoltà si serrano le fila per superare, insieme, il momento. Perché dalle fortune di uno dipendono le fortune dell'altro, come sa bene Montelvi, griffe del Prosecco di Asolo Montello, che con il progetto "Alleati per la Ripartenza" ha stanziato 300.000 euro per un piano di aiuti, da elargire su base meritocratica, a vantaggio del canale Horeca, con l'obiettivo di essere vicini concretamente ai propri partner, grossisti, distributori di bevande, locali di consumo, e tenerli per mano in un momento difficile come quello che stiamo attraversando, per poter superare l'emergenza e tornare più forti di prima. [Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il lockdown rivoluziona la tavola

Non solo in Italia, il lungo confinamento tra le mura domestiche ha rivoluzionato le abitudini a tavola in tutto il mondo. Come racconta un'indagine dei ricercatori dell'Università di Anversa, in Belgio, su 11 Paesi (ma verrà estesa a 25 Paesi nelle prossime settimane), i consumatori hanno mangiato più frutta e verdura, e in generale alimenti più sani, hanno rinunciato a molti dei pasti pronti cui erano abituati, compresi snack e cibo da asporto, ricominciato a cucinare, sperimentato nuove ricette più salutari e sprecato di meno.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Il vino italiano ha scoperto l'e-commerce, e non ha nessuna intenzione di abbandonarlo

L'e-commerce è qui, ed ha tutta l'intenzione di restarci. Canale assolutamente marginale nelle vendite della stragrande maggioranza delle aziende del vino, nel lungo periodo di lockdown vissuto dagli italiani è stato capace di ritagliarsi un ruolo importante, a volte tenendo letteralmente a galla i fatturati, messi in grossa difficoltà dal fermo dell'Horeca. E attenzione a credere che si sia trattato di una soluzione tampone, o di una meteora: la verità è che tanti imprenditori studiavano da tempo lo sbarco online, chi attraverso un e-commerce dedicato, chi su una piattaforma esistente, e la pandemia non ha fatto che accelerare il processo ed i tempi, avvicinando milioni di consumatori ad un canale mai esplorato prima e che, in alcuni casi, ha pesato per il 10% dei fatturati. Nel complesso, in Italia, l'online, prima dell'emergenza, valeva tra l'1% ed il 2% delle vendite, ma sono i numeri della maggiori piattaforme di e-commerce a raccontare bene la crescita del canale: come rilevato da Tannico, il giro di affari ha fatto segnare un +100% nel primo mese di lockdown, in continua ascesa nelle settimane successive, mentre Vino75 è passato da 1.700 a 10.000 bottiglie vendute al giorno, per un volume di affari triplicato, grazie ad un numero di utenti cresciuto di ben 27 volte nel solo marzo 2020. Adesso il lockdown è quasi finito, si cerca di tornare, pur con tutte le precauzioni del caso, alla normalità, bar e ristoranti provano a riaprire, almeno in Italia, aspettando che riaprano le frontiere e che possa ripartire, così, anche il turismo. Sul lungo periodo, sarà però una normalità diversa, in cui l'e-commerce, uscito dalla nicchia, peserà almeno per il 5% dei fatturati delle grandi aziende del vino italiano. Senza per questo entrare in competizione con l'Horeca, il canale di riferimento per la maggior parte delle griffe del vino del Belpaese, ma costruendo semmai un nuovo equilibrio. Come hanno raccontato a WineNews, attraverso le loro case history, gli imprenditori alla guida di alcune delle più importanti cantine del Belpaese: da Feudi di San Gregorio a Zorzetti, da Bortolomiol a Alejandro Bulgheroni Family Vineyards, da Berlucchi a Velenosi, da Vigneti Le Monde alla Cantina del Morellino di Scansano, da Tommasi Family Estates a Umberto Cesari, fino a Monte Zovo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vendemmia: da dove arriva la manodopera?

Sarà un'estate anomala, difficilissima dal punto di vista economico, complessa da quello lavorativo. Specie in vigna, dove regna ad ora una grande confusione. Da una parte, infatti, c'è l'appello - provocatorio ma non troppo - di Marco Simonit, a capo della Simonit&Sirch, azienda leader nella formazione del trattamento delle vigne e nella potatura, che qualche giorno fa invitò gli italiani a prepararsi ed imparare, perché il lavoro in vigna non manca. Tanti, nei giorni successivi, sono stati i commenti che abbiamo ricevuto sui nostri canali social alle parole di Marco Simonit, quasi tutti per chiedere lavoro. Segno che la necessità e la volontà ci sono. Quello che manca, semmai, è la capacità di mettere a sistema le esigenze delle aziende con quelle di chi cerca lavoro, magari semplificando le modalità di collaborazione, ad esempio reintroducendo i voucher, come sostiene da tempo la Coldiretti. D'altro canto, per imprenditori la manodopera specializzata straniera resta vitale, e lo dicono i numeri: ogni anno sono 65.000 le persone impegnate nella vendemmia, di cui un quarto stranieri. Insomma, il problema esiste, ma ci sono anche degli elementi positivi, come la riapertura delle frontiere a giugno e la opportunità di un lavoro stagionale per tanti giovani del Belpaese.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

L'identikit del consumatore di Morellino? Appassionato e attento alla sostenibilità

Non si acquista per caso, ha una sua identità precisa e piace particolarmente a trentenni e quarantenni. È il Morellino di Scansano, tra i vini italiani con il più alto tasso di conversione in acquisto e che esercita un certo fascino nel Centro-Nord del Paese. Sono le caratteristiche di chi sceglie abitualmente la denominazione simbolo del Sud della Toscana, emerse da una ricerca di Wine Intelligence, che ha monitorato i comportamenti di acquisto dei consumatori regolari di vino in Italia, ossia 28 milioni di persone. "È un dato certamente molto positivo e per noi un buon punto di partenza, se consideriamo che in questa classifica troviamo denominazioni che producono quantitativi decisamente superiori rispetto alla nostra", commenta Alessio Durazzi, direttore del Consorzio del Morellino di Scansano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il mercato del vino sfuso, tra cantine piene, distillazione di crisi e vendemmia verde

A WineNews Andrea Verlicchi, nuovo presidente Med. & A. Scambi fermi, aspettando la difficile ripartenza del settore. "La situazione è complessa perché si rischia di arrivare alla vendemmia con le cantine piene di vino. Guardando ai vini a denominazione, il problema è più serio. Le scorte sono alte, nonostante in certi casi sensibili cali di prezzo. Per quanto riguarda la distillazione di crisi, il prezzo è troppo basso, inferiore alle quotazioni pagate per il vino per aceto. Si parla di 25-30 centesimi al litro, non ripaga neanche le spese sostenute dai viticoltori".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)