

La News



Campari al 49% di Tannico per 23 milioni

Che il boom dell'e-commerce enoico legato all'emergenza Covid sia destinato a consolidarsi è convinzione di molti, ed ora in questo senso arriva un segnale che sembra destinato a spazzare via ogni dubbio: il colosso del beverage Campari Group ha acquistato il 49% di Tannico, piattaforma di e-commerce leader in Italia per la vendita online di vini e premium spirit. A confermarlo una nota ufficiale dove "Campari Group annuncia di aver siglato un accordo con tutti gli azionisti, inclusi i principali (il Ceo Marco Magnocavallo, P101 SGR e Boox srl) per acquisire una partecipazione pari al 49% di Tannico Spa", per una somma di 23,4 milioni di euro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Export, Covid freno ad un 2020 partito bene

Quanto sarà duro davvero l'effetto Covid sui mercati internazionali del made in Italy agroalimentare, si capirà dai dati che arriveranno nei prossimi mesi. Dati che saranno durissimi, e fonte di rammarico, per l'Italia, visto che il 2020 era partito decisamente bene. Perché se nei primi 4 mesi le esportazioni extra Ue sono addirittura cresciute del 3,7% sul 2019 (con il vino a +3,3%), anche a livello Ue, a gennaio e a febbraio, era stata crescita. Completamente annullata, però, da marzo 2020, quando il Covid era esploso in tutti i principali Paesi Ue. Con il saldo dei primi tre mesi 2020 in linea con il 2019, a -0,2%, a 4,85 miliardi di euro, nonostante il -12,8% del solo marzo sullo stesso periodo 2019. A dirlo Confagricoltura sui dati Istat e dell'Agenzia delle Dogane. Con il vino in linea con la media del settore, con un calo dello 0,5%, per 692,7 milioni di euro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Enoturismo, l'Italia riparte da qui

2,6 miliardi di euro di fatturato nel 2019 (+6% sul 2018): deve ripartire da qui l'enoturismo italiano, che può essere traino del turismo del Belpaese, grazie ai grandi spazi aperti dei vigneti e delle cantine d'Italia, sempre più impegnate sul fronte dell'accoglienza, contando, in media, oltre 3.700 visitatori ogni anno, ed un fatturato legato alle visite in cantina, tra vendite dirette e degustazioni, di 132.000 euro per cantina. A dirlo il "Rapporto sull'enoturismo nel Belpaese" n. 16, presentata dalle Città del Vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Coop: la spesa, prima, durante e dopo Covid, termometro socio-economico dell'Italia

Prima, nell'emergenza mai vissuta, siamo corsi al supermercato e nel carrello si è rivista una spesa "bunker" come non succedeva da decenni. Nel lockdown abbiamo capito che il cibo non sarebbe mai mancato, ma cucinare in famiglia è tornata ad essere un'abitudine, acquistando gli ingredienti indispensabili. Nella fase 2, anche la spesa ha iniziato il ritorno alla normalità, e nel carrello del post-lockdown si sono rivisti cibi di cui per un po' avevamo fatto a meno. È lo scenario visto da Coop, termometro socio-economico dell'Italia, che ha registrato un aumento del +5% di vendite nel lockdown (marzo-aprile 2020, sullo stesso periodo 2019) che continua anche nel post-lockdown, con un +4% (a maggio), con una lieve flessione sintomo di un rilassamento anche nel fare la spesa. Una crescita, legata soprattutto ai piccoli supermercati di vicinato (+25% a marzo-aprile e +14% a maggio, a +16% e +12% negli stessi mesi anche quelli di medie dimensioni, mentre iper e superstore crollano dell'11% e 8%). E se a marzo-aprile c'è stato un calo di ingressi (-40% di scontrini), contestualmente si è registrato un aumento dello scontrino medio (46 euro contro i 26 dei mesi precedenti), che vuol dire meno gente a fare la spesa ma carrelli più pieni, trend che prosegue anche a maggio. In aumento anche i prodotti a marchio (+25% a marzo-aprile, e +21% a maggio). Nella spesa "bunker" (febbraio-marzo) a crescere sono stati gli acquisti di lunga durata, con prodotti come farina e lievito (+120%), carne in scatola (+65%), conserve di pomodoro (+57%), pasta e riso (+50%), uova (+37%), olio (+35%) e creme spalmabili (+10%). Nel lockdown (marzo-maggio) ad aumentare ulteriormente sono stati gli ingredienti per i prodotti fatti in casa (+180% la farina, +170% il lievito, +50% le uova). Per contro, prodotti come il pesce (-8%) sono diminuiti, ma nella spesa del post-lockdown e della ripartenza anche tutti i prodotti ultra freschi e della dieta base stanno recuperando (+10% per il pesce a maggio, mentre il pane è passato dal -20% al -10%). Il vino? Dai dati analizzati da WineNews, il lockdown e le sue conseguenze hanno spinto molto la quotidianità, con il balzo dei vini da tavola, a fronte, però, di un acquisto di vini Doc, Docg e Igt in flessione seppur mantenendo un segno positivo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Meregalli, arriva l'e-commerce per l'Horeca

Tecnologia ed e-commerce cambieranno anche il mondo della distribuzione del vino. Dove gli agenti saranno ancora punto di contatto tra enoteche, ristoranti e distributori, ma in modo diverso, con un funzione più di consulenza, di formazione, con un ruolo quasi da "brand ambassador", piuttosto che da "raccoltori di ordini", che possono tranquillamente passare da internet. Almeno, è la visione del Gruppo Meragalli, tra i leader storici della distribuzione di vini di alto livello (brand come Tenuta San Guido, Ciacci Piccolomini d'Aragona, Argiolas, Di Majo Norante, Bollinger e Chateau d'Yquem, per citarne solo alcuni), che sta per lanciare il primo e-commerce destinato proprio all'Horeca. Che sarà una piattaforma per gli ordini di vino, ma anche di analisi di mercato a disposizione degli utenti, e che non bypasserà, come detto, gli agenti, che avranno la loro commissione. E qualcosa di simile ci sarà anche per i privati, in futuro, mettendo in rete centinaia di enoteche, come spiega a WineNews Marcello Meragalli. Che registra anche i primi segnali di ripartenza: "qualcosa si sta muovendo, soprattutto con i vini italiani di denominazioni e marchi più conosciuti. Nell'ultima decade di maggio, con tanti esercizi ancora chiusi, abbiamo fatto -12% sul 2019, che era stato da record. vista la situazione è un bel segnale".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"Identità Golose" si farà. In autunno (24-26 ottobre), nel rispetto delle regole e in digitale

Impossibile, o quasi, rinunciare all'esperienza diretta, ingrediente che fa dell'alta cucina dal vivo dei più grandi chef un momento di formazione, ma anche, perché no, di spettacolo. Ma lo scenario che si apre anche per gli eventi nel dopo emergenza Covid, non può fare a meno del digitale, per consentire comunque nuove e importanti possibilità di interazione al più ampio pubblico possibile. È la formula di "Identità Golose", il Congresso internazionale di cucina d'autore, che, nel 2020, anno sabbatico senza tanti grandi eventi wine & food, ci sarà, in un'edizione n. 16 in versione autunnale, di scena dal 24 al 26 ottobre al Mi.Co di Milano. A cambiare è, però, il tema: a "Il Senso di responsabilità" si aggiunge "costruire un nuovo futuro". Perché, spiega l'ideatore Paolo Marchi, "va ridiscusso l'intero mondo della ristorazione".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Cremona, viaggio dove la vigna ed il vino abbattano le frontiere e uniscono religioni e culture

Curato dai Salesiani, nella terra difficile tra Israele e Palestina, tra Betlemme e Gerusalemme, un progetto culturale che racconta di un vino che nasce dal lavoro spalla a spalla e solidale tra popoli diversi, tra religiosi e laici, con la vigna ed il suo frutto che uniscono dove storia e religione ancora oggi dividono, e dove i filari diventano presidio fisico e simbolico di pace, fratellanza e speranza nel futuro.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)