

## La News



### Vallepiciola, investimenti in accoglienza

Una nuova cantina che apre è sempre un segno di vitalità, un segnale di fiducia nel mondo del vino. Tanto più prezioso in questo periodo. È il caso, per esempio, della nuova cantina di 6.000 metri quadrati inaugurata da Vallepiciola, cantina di Bruno Bolfo (imprenditore del settore siderurgico), nel cuore del Chianti Classico, 105 ettari vitati, a Castelnuovo Berardenga. Firmata da Margherita Gozzi, "è un investimento (da 20 milioni di euro, ndr) che migliora la gestione della produzione, perché noi lavoriamo solo con uve di proprietà, ma soprattutto mirato a crescere sul fronte dell'enoturismo e della ricettività", spiega a WineNews l'ad Alberto Colombo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

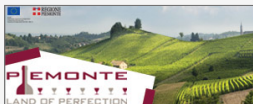


## SMS

### Amarone, allarme prezzi allo scaffale

Il mercato del vino sta affrontando la peggiore crisi dei consumi dal Secondo Dopoguerra, eppure, Consorzi e Denominazioni finora sono riusciti a resistere, sia sul fronte dei volumi venduti che dei prezzi. Con qualche scricchiolio, dovuto alla necessità, ma anche a politiche commerciali aggressive che non tengono conto delle conseguenze a lungo termine di un repentino abbassamento dei prezzi. È il caso della Valpolicella, dove Amarone e Ripasso, allo scaffale, registrano in molti casi un preoccupante abbassamento dei prezzi al pubblico, nonostante una certa stabilità dei valori degli sfusi (tra 700 e 750 euro ad ettolitro). Da qui, il monito di Andrea Sartori, presidente del Consorzio della Valpolicella: "l'atteggiamento di pochi rischia di provocare una reazione a catena, in cui a pagarne le spese sarà tutta la Denominazione".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Cronaca

### Ecco il "Sorè Wine Garden"

"Un 'temporary wine garden', che farà tappa, in estate ed in inverno, in quei luoghi simbolo dell'Italia che vuole ripartire con entusiasmo, unendo glamour, comunicazione e vendita, in partnership con le imprese del territorio: è l'ultima idea di Dominga, Enrica e Marta Cotarella, alla guida del gruppo di famiglia, Famiglia Cotarella. La prima esperienza del "Sorè Wine Garden" è quella di Riccione (con Pietro Careri dell'Enoteca Il Vicolo), con la benedizione del sindaco Renata Tosi, e tanti vip nell'inaugurazione, con la cena firmata da Cracco.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Primo Piano

### Fipe: a due mesi dalla riapertura fatturati di bar e ristoranti al -41% sul periodo pre-Covid

Ancora molte ombre e troppe poche luci, a due mesi dalla riapertura di bar e ristoranti, in un Paese che ha nel turismo uno dei suoi capisaldi e che deve ancora fare a meno di buona parte della presenza straniera che, in estate, riempie ed anima i locali. Così, come emerge dal report curato da Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi/Confcommercio), "Secondo mese dalla riapertura: il bilancio delle imprese di ristorazione", il calo medio del fatturato passa dal 50,3% del primo mese di apertura al 41,1% del secondo, e pur essendo un segnale positivo, non è sufficiente a sostenere le imprese. Il sentiment è tutt'altro che positivo tra gli imprenditori della ristorazione del Belpaese, ed infatti, rispetto al mese scorso, diminuisce la percentuale chi dà una valutazione positiva sull'andamento dell'attività: se dopo un mese il giudizio positivo era dato dal 22,2% delle imprese, queste scendono al 18,1% nel secondo mese, con i giudizi negativi che tornano a salire, dal 51,61% del primo mese al 53% di giugno 2020. Preoccupante il dato degli incassi: nel periodo di riapertura bar e ristoranti lamentano un calo di fatturato medio del 41,1% rispetto al periodo pre-Covid. Solo il 7,2% degli imprenditori ha confermato fatturati in linea con il periodo precedente, mentre il 30,3 ha incassato tra il 50% ed il 60% in meno. Ciò nonostante, ad essere soddisfatti di aver riaperto sono il 61% degli imprenditori (erano il 52% dopo il primo mese), che hanno dovuto affrontare anche un altro problema, il taglio del personale impiegato, che segna una flessione media del 19,8%. Un quadro a tinte fosche, quello dipinto dai dati Fipe/Confcommercio, in cui cresce lo sconforto, testimoniato dalla percentuale di chi ritiene che non riuscirà a tornare ai livelli di attività precedenti il lockdown: il 68%, contro il 66,5% del primo mese dalla riapertura, segno di un sentiment di forte preoccupazione delle aziende per il futuro. In sostanza, nonostante siano soddisfatti di aver potuto riaprire, gli imprenditori vedono chiaramente la difficoltà di tornare ai ritmi pre-Covid in tempi rapidi, e le motivazioni sono molteplici, ma prima fra tutte è la carenza di turisti. La domanda da porsi, a questo punto, è: quanto può resistere una azienda che fattura il 41% in meno?, si chiede la Fipe.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

## Focus

### Piccoli borghi, il futuro. Attraverso tutela e innovazione

L'Italia dei piccoli borghi "è un immenso museo diffuso e far ripartire il turismo, inevitabilmente, passa da qui. E dagli agricoltori, che per anni sono stati custodi di economia e cultura di questi luoghi". Così Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, in un webinar che sottolinea ancora di più come in tanti, per il post Covid, scommettono sui borghi rurali d'Italia. Secondo Lorenza Bonaccorsi, Sottosegretario del Ministero dei Beni Culturali e del Turismo, "il post-Covid è un'occasione di progettazione e ridefinizione, fondamentale per ripensare ai modelli turistici, soprattutto dal punto di vista delle infrastrutture e della digitalizzazione". Esemplare, in questo senso, la storia di Sambuca di Sicilia, 9.000 abitanti, nei pressi di Menfi, praticamente abbandonato fino al 2016, e poi rinato dopo essere stato nominato "Borgo dei Borghi nel 2016". "Da allora, sono nati bed & breakfast, ristoranti, botteghe, e a beneficiarne è stata anche una delle nostre cantine lì vicino - ha detto Francesca Planetta, alla guida di una delle aziende simbolo del rinascimento della Sicilia - così come altre imprese e altri paesi. Questo è il senso della valorizzazione dei piccoli borghi: si tratta di salvare un patrimonio culturale e tradizionale, ma anche dare nuove possibilità imprenditoriali ai giovani. Non c'è preservazione senza innovazione".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Wine & Food

### "Save the Brand": Ca' del Bosco, Fontanafredda e Alois Lageder i marchi del vino al top

Ca' del Bosco, griffe simbolo della Franciacorta guidata da Maurizio Zanella, parte di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, si aggiudica il premio "Brand Hero" di "Save the Brand" - Web Edition, organizzato da Foodcommunity con l'obiettivo di riconoscere e premiare il merito dei migliori imprenditori italiani del wine & food. Ma non c'è solo la cantina franciacortina, per la "Valorizzazione e Sviluppo del Brand" ad avere la meglio è Fontanafredda, storico marchio delle Langhe di proprietà di Oscar Farinetti, per essere riuscita a "promuovere una filosofia del brand basata sulla sostenibilità a 360 gradi". E poi, per il "Passaggio Generazionale", la spunta Alois Lageder, una delle famiglie più longeve della viticoltura altoatesina, portata avanti oggi dalla quinta e dalla sesta generazione, con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## WineNews.tv

### "Enoturismo, tanti passi avanti, ma c'è ancora un enorme potenziale per i territori del vino"

"Enoturismo, fatti tanti passi avanti, ma c'è ancora un enorme potenziale per i territori del vino". Le riflessioni di Magda Antonioli, pioniera del turismo del vino e direttore Acme (Economics and Management in Arts, Culture, Media and Entertainment) della Bocconi. "Ora si deve ritrarre l'offerta: meno assalti di massa e ancora più qualità per un turismo sempre più esperienziale. Che offre sviluppo anche ai territori meno conosciuti e blasonati".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)