

La News



DI Agosto, salta il bonus consumi?

Dopo settimane di trattative serrate, scontri e limature, il voto definitivo sul DI Agosto non è ancora arrivato: era atteso per ieri, ma il Consiglio dei Ministri ha deciso di rinviarlo ad oggi. Sciolti gli ultimi nodi, la brutta notizia, per la quale è giusto usare ancora il condizionale, arriverebbe dal fronte del bonus consumi: sembra destinato a saltare il rimborso del 20% sul conto al ristorante per pranzi e cene, da agosto ad ottobre. La trattativa è ancora in piedi, ma con flebili possibilità. Resta sul tavolo, invece, la proposta del Ministro delle Politiche Agricole Teresa Bellanova, che prevede incentivi per i ristoratori che acquireranno prodotti made in Italy.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Dazi, il vino aspetta e spera

Sono stati oltre 27.000 i commenti di sostegno alla revisione dei dazi aggiuntivi predisposti dall'amministrazione Trump sui prodotti europei negli Stati Uniti come effetto dell'indagine Airbus. Un numero di interventi addirittura superiore a quelli riscontrati nella prima public consultation dello scorso gennaio, che il presidente di Unione Italiana vini (Uiv), Ernesto Abbona, legge come un segnale "positivo e forte, dato sin qui sia dalla filiera del vino e dal suo indotto statunitense, che dalle diplomazie interessate, in primis dall'Ambasciata italiana a Washington. È stato fatto tutto quanto nelle nostre possibilità, e in ragione di ciò, pur nell'incertezza di scenari evidentemente influenzati da diversi fattori in gioco, è doveroso confidare in una soluzione positiva delle trattative e attendere la decisione prevista per il prossimo 12 agosto".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Venissa: altre vigne ed una nuova cantina

Venissa, Wine Resort con ristorante stellato nell'isola di Mazzorbo, nato nel 2002 da una felice intuizione di Gianluca Bisol, per continuare nel suo percorso di crescita ha deciso di aprire le porte a nuovi soci: si aggiunge oggi Francesca Pagnan, la cui famiglia, di origine trevigiana, ha una storica tradizione nel settore agricolo. Una operazione architettata da Orefin e sostenuta da Veneto Sviluppo, che mette assieme due importanti famiglie venete, e che porterà al recupero di altre vigne in laguna e alla creazione di una nuova cantina.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

La pandemia sparglia le carte: come cambiano i trend di Wine Intelligence per il 2020

Inutile girarci intorno, le previsioni su quello che sarebbe stato il 2020 del vino nel mondo, presentate da Wine Intelligence a dicembre 2019, sono state spazzate via dalla pandemia. Eppure, di previsioni ed analisi c'è ancora bisogno, forse più di prima, per comprendere l'impatto e gli effetti della crisi globale sul vino. E poi, qualcosa rimane delle cinque ipotesi per il 2020, non del tutto inficciate, ma sicuramente da "aggiornare". Il primo trend è quello di una diminuzione del consumo globale di vino: andrà così, senza dubbio, ma per motivi ben diversi da quelli attesi. Il vino però ha qualche punto di forza rispetto ad altre categorie merceologiche: con l'impossibilità di viaggiare e godere del proprio tempo libero, una bottiglia di vino è vista come un modo per evadere, in maniera edificante anche dal punto di vista intellettuale, pure se costretti in casa. A pagare lo scotto della crisi globale, invece, è l'attenzione alla sostenibilità. Non vuol dire che non sia un aspetto importante, a cui i consumatori di vino prestano sempre maggiore attenzione, ma nel contesto generale non è, almeno per il momento, tra gli argomenti in cima alla lista delle preoccupazioni. Resta, tra le previsioni di Wine Intelligence, la lenta avanzata dei vini infusi con il CBD, ossia il cannabidiolo, uno dei due cannabinoidi principali della canapa sativa. È una nicchia, come detto già a dicembre 2019, che avrà bisogno di anni per imporsi, ma il dibattito sull'argomento è sempre vivace ed aperto. A livello stilistico, Wine Intelligence suggeriva che il 2020 sarebbe stato l'anno in cui i consumatori avrebbero virato su vini generalmente più leggeri: previsione tutto sommato che resta in piedi, anche se tutta da verificare nei prossimi mesi. Infine, l'ultimo aspetto riguarda il packaging, ed è, in fin dei conti, una previsione ancora valida. Wine Intelligence aveva previsto una svolta verso contenitori più leggeri e dal minor impatto ambientale, a partire dalle bottiglie. In realtà, a cambiare sono soprattutto bag-in-box e lattine, i due formati resi più popolari, per trasportabilità, dal lockdown, con la bottiglia di vetro che, con locali e ristoranti chiusi, è passata in termini di innovazione in secondo piano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Antonio Scurati: dal vino al matrimonio tra cultura e natura

"Sono cresciuto a Venezia, una città in cui si viene addestrati a bere sin dalla tenera età. Ricordo un episodio, che risale all'inizio degli anni Ottanta, quando ero un ragazzo, all'inizio di questa pestilenza del discorso super affettato sul vino e sul cibo: eravamo in un bacaro, all'epoca la città ne era piena, prima che l'orda turistica seppellisse tutto, e noi giovani partecipavamo a questa moda, discutevamo di vino analizzandolo in controluce, quando un signore che stava al fondo del bar si trascina faticosamente al bancone, viene da noi, ci batte una pacca sulla spalla e ci dice, in dialetto: "fioi, el vin se beve (ragazzi, il vino si beve, ndr)". Mettendo a tacere, con questo, ogni altro discorso sul vino, mi attengo alla massima di quel signore". Così Antonio Scurati, Premio Strega con "M. Il figlio del Secolo", racconta a WineNews il suo rapporto, intellettuale, con il vino. Riconoscendo però che "oggi il discorso su cibo e vino ha soppiantato in un certo senso quello su cinema a arte". Del resto, cibo e vino, al loro meglio, sono il risultato stesso dell'interazione tra uomo e natura, anche se "la natura non esiste, esistono i frutti del fecondo matrimonio tra natura e cultura: in tanti luoghi, è il lavoro dell'uomo che creato la bellezza che conosciamo".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

L'italianità in etichetta nel carrello vale oltre 7,4 miliardi di euro

I consumatori nel Belpaese sono guidati, nella scelta dei prodotti da portare dallo scaffale alla tavola, dal made in Italy: un prodotto alimentare su quattro venduto in supermercati e ipermercati sottolinea in etichetta la sua italianità, mentre le vendite di prodotti Dop e Docg, crescono rispettivamente del +7,1% e +4,8%. Quindi, stando ai numeri dell'Osservatorio Immagine di GSI Italy realizzato in collaborazione con Nielsen, l'Italia nel carrello vale oltre 7,4 miliardi di euro. Italianità del cibo e del vino, un plus per molti consumatori, espressa in etichetta soprattutto con la bandiera italiana, presente sul 14,8% dei prodotti, seguita dal claim "100% italiano" sul 6,6% dei prodotti, da cui deriva il 9,5% del giro d'affari. "Prodotto in Italia" è presente sul 9,1% delle referenze, il 5,7% delle vendite a valore, in calo di -1,2% sull'anno precedente.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Dignità e ottimismo, i produttori del Belpaese guardano con fiducia alla ripartenza

Più che piangersi addosso, c'è voglia di lavorare, cercando le risposte giunte per continuare a crescere in un mondo cambiato in breve tempo, che lavora per tornare alla normalità. Ecco la fotografia scattata dall'Italian Wine Tour di Wine Meridian, giro in camper lungo 5.000 chilometri, dal Sud al Nord del Paese, da Masciarelli a Caprai, da Lunae ad Apollonio, da Zaccagnini a Umberto Cesari, da Velenosi all'ultima tappa, Villa Sandi, raccontato a WineNews dal direttore di Wine Meridian, Fabio Piccoli.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)