

La News



**L'enoturismo conquista un italiano su tre**

Un italiano su tre (38%) è interessato a vivere un'esperienza enoturistica, visitando vigne e cantine alla scoperta delle eccellenze vitivinicole italiane, e quasi uno su quattro (22%) non è interessato all'enoturismo estero, almeno fino a che non avrà visitato tutte le principali mete del Belpaese. Così l'Osservatorio Reale Mutua. Un dato importante, in vista dell'autunno, dopo le difficoltà del lockdown e della scarsa affluenza dall'estero. L'importanza del vino, per gli italiani, è da sempre un concetto chiaro: il 41% lo considera un elemento importante della convivialità, mentre il 37% si ritiene un appassionato o addirittura esperto.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

**La vendemmia in Europa**

La vendemmia 2020 nella Vecchia Europa segnerà un deciso balzo in avanti, in termini quantitativi, sulla 2019: +5,9 milioni di ettolitri. Se l'Italia produrrà l'1% in meno di vino, restando comunque, con 47,2 milioni di ettolitri, il primo produttore mondiale, la Francia va verso i 44,7 milioni di ettolitri (+3,1%), la Spagna si attesterà sui 43 milioni di ettolitri (+12,8%), la Germania sugli 8,7 milioni di ettolitri (+4,5%) e il Portogallo scenderà a 6,3 milioni di ettolitri (-5,7%). Così, dalla conferenza delle previsioni di Assoenologi, Unione Italiana Vini (Uiv) e Ismea, Ignacio Sánchez Recarte, segretario generale Ceev - Comité Européen des Entreprises Vins. E se in Francia lo Champagne taglia le rese ed è corsa alla distillazione d'emergenza, in Spagna, con le cantine piene, crollano i prezzi delle uve.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**Fantini, tra Lido e Tour de France**

Il Lido di Venezia regala uno squarcio di normalità e luce, srotolando il red carpet della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, dove, fino al 12 settembre nella Hollywood Celebrities Lounge, le star si riposeranno con un buon bicchiere di "Edizione Bianco", l'ultimo nato in casa Vini Fantini, che ha scelto la kermesse cinematografica per presentarlo. Ma il nome di Vini Fantini continua a fare il giro del mondo, anche su due ruote, da protagonista, al Tour de France, come sponsor della squadra Israel Start Up.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**In enoteca volano le vendite, e dopo il lockdown è boom di social e e-commerce**

Non hanno mai chiuso i battenti, in prima linea anche nelle dure settimane di lockdown, ultimo baluardo "umano" per gli enoappassionati, quando bar, ristoranti e cantine erano chiusi, ma anche le enoteche del Belpaese hanno pagato lo scotto dell'emergenza e della crisi economica, trovando ossigeno, dopo mesi di difficoltà, in un'estate decisamente positiva, come racconta a WineNews il presidente di Vinarius - Associazione Enoteche Italiane Andrea Terraneo. "Nei mesi di luglio e agosto 2020 la situazione in enoteca è cambiata molto e in positivo, seppure con delle differenze tra le zone turistiche e le zone meno turistiche, e tra chi fa mescita e chi no. I dati, da diverse zone d'Italia, sono tutti positivi, in alcuni casi molto positivi, non solo nel paragone con il mese precedente, ma anche con lo stesso periodo del 2019. Ovviamente - spiega il presidente di Vinarius - le zone turistiche, in questi due mesi, hanno avuto l'exploit maggiore, sia nella mescita che nell'asporto. Ottimi segnali arrivano dalla Puglia, dalla Sardegna, dalle Marche, le Regioni che ci hanno dato i feedback migliori, anche rispetto agli anni precedenti. In altre zone comunque andamento positivo, anche sul 2019, ma le grandi città e le città d'arte mandano segnali meno positivi". Una svolta importante, inoltre, arriva dal fronte della digitalizzazione, con tante enoteche che, in questi mesi, hanno scoperto i social e l'e-commerce, aprendo fronti nuovi e possibilità ancora, spesso, inesplorate. "Il segnale importante non è che il trend sia cresciuto o che si sia stabilizzato, ma l'avvicinarsi di chi non era avvezzo a queste realtà, al mondo dell'e-commerce e dei social. Tanti si sono avvicinati e stanno cercando di mettersi al passo con questo tipo di tecnologia - spiega Terraneo - e questo per un settore come l'enoteca, che storicamente è legato al negozio fisico, e meno predisposto ad investire in visibilità online, è un segnale importante. Non siamo fermi nei nostri negozi, ma cerchiamo di uscire per proporci ai nostri clienti ed al mondo globale. E questo lo abbiamo visto anche dentro Vinarius, dove causa lockdown abbiamo sospeso tutte le attività di formazione - conclude il presidente di Vinarius - facendo webinar con Consorzi e territori tra maggio e giugno".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**Sgarbi: "uomo e natura sono il patrimonio Unesco del Prosecco"**

Nel 2019 le colline del Prosecco, e quindi di Conegliano e Valdobbiadene, testimonianza di come l'interazione tra uomo e natura sappia creare forme d'arte uniche e complesse, sono state riconosciute patrimonio dell'Umanità Unesco. Ma si può considerare il territorio come una forma d'arte? Secondo il critico d'arte Vittorio Sgarbi (nei prossimi giorni l'intervista su WineNews), che oggi ha tenuto una conferenza informale proprio alle pendici delle colline del Prosecco, a Pieve di Soligo, no, ma può essere contemplato solo come natura tout court, che, in quanto tale, è espressione diretta della volontà di Dio. "La natura parla da sola: dai filari, dalle vigne, dall'olio. L'uomo ha lasciato qui che la natura esprimesse se stessa al meglio. Non è un'opera d'arte, ma una testimonianza del rapporto tra uomo e natura. Qui l'arte è corale, creata da agricoltori e contadini che sentono la responsabilità di questo patrimonio. Questa relazione c'è anche nel Chianti o in Sicilia. Qui, nel Veneto, nelle opere ispirate ai paesaggi di Giorgione, Tiziano, e forse Veronese, c'è qualcosa di sensuale, erotico ed intenso. Solo questo paesaggio poteva ispirare quelle opere d'arte, ma queste sono ispirate da Dio. Perché la natura è più importante dell'arte".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**Il "Made in Veneto", con le sue eccellenze, entra nella Gdo, con il marchio "Land of Venice"**

Obiettivo, portare l'eccellenza nella grande distribuzione. Il marchio promozionale del Veneto "Land of Venice" entra nei supermercati e negli ipermercati a contrassegnare i prodotti di qualità del "made in Veneto". Lo prevede il progetto di filiera avviato tra Regione e Aspiag service, il gruppo della grande distribuzione titolare del marchio Despar. Il logo "Land of Venice" comparirà nei cartelli promozionali, sugli scaffali, nei volantini cartacei, nel web e nei cartelli pubblicitari dei 590 punti vendita della catena Aspiag, andando a contrassegnare e valorizzare i prodotti a marchio Dop, Igp e Stg ma anche le produzioni venete bio, i prodotti di montagna e quelli certificati con il disciplinare QV (Qualità Verificata).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**Lugana: alla scoperta di un territorio e di un vino antico. Che resiste alla crisi**

Quella che fu la selva lucana, una folta boscaglia ricca di acquitrini bonificata dalla svolta agraria voluta dalla Serenissima Repubblica di Venezia nel Quattrocento, oggi è una terra trapunta di vigneti, che si specchiano nella bellezza del lago di Garda. Miracolo del Lugana, raccontato, a WineNews, da Andrea Bottarel (direttore Consorzio Lugana Doc), Pierangelo Tommasi (Tommasi Family Estates), Nadia Zenato (Zenato) ed Ettore Nicoletto (presidente Consorzio Lugana e ad Bertani Domains).

[Approfondimento su WineNews.tv](#)