

La News



**Barolo al top nelle enoteche di Londra**

Il Regno Unito è uno dei mercati più importanti per il vino mondiale ed Italiano, e anche uno dei Paesi più colpiti dal Covid. Tanto che Londra medita di introdurre nuove misure che limiteranno l'accesso in pub e ristoranti. E il trade del vino corre ai ripari, con tanti brand che cercano di spostare parte del business dalla ristorazione al retail. A dirlo MiBD Wine Analytics, che ha messo in fila i territori e le cantine più presenti nei wine shop, almeno sul fronte dei vini rossi fermi. Per l'Italia, in top 15, tra i produttori spiccano Antinori e Allegrini, mentre tra le denominazioni, Barolo è sul podio (nel 78% delle wine list), seguita da Chianti Classico e Igt Toscana.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

**Ferrari e Fantini, eccellenze diverse**

Si possono prendere strade diverse per raggiungere uno stesso risultato: produrre eccellenza diventando un modello di riferimento. Un esempio concreto ci arriva proprio dal mondo del vino che è entrato, grazie a due aziende dai modelli di business opposti, tra le 59 "Deloitte Best Managed Companies", premio assegnato da una delle maggiori realtà di consulenza e analisi dei mercati del mondo, insieme ad Altis Università Cattolica, il programma Elite del London Stock Exchange Group e Confindustria. Le aziende enoiche in questione sono Cantine Ferrari, realtà di riferimento del Trentodoc, e saldamente nelle mani della Famiglia Lunelli, e Fantini Group (già gruppo Farnese), guidata da Valentino Sciotti, da sempre sostenuta dalla finanza (e oggi del fondo statunitense Platinum Equity). Modelli diversi, eccellenze diverse.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**Gancia, 170 di storia in un francobollo**

Nel 1850, Carlo Gancia, nelle "Cattedrali sotterranee" di Canelli, fondava la Fratelli Gancia, dove dopo 15 anni dopo sarebbe nato il primo spumante metodo classico italiano, segnando in maniera indelebile il futuro del territorio dell'Asti. Una storia che ora, come già accaduto spesso al mondo del vino, viene celebrata in un francobollo speciale di Poste Italiana, emesso oggi a Canelli. Che riproduce un manifesto d'epoca della Fratelli Gancia & C. S.p.A. Del 1922, denominato "Donna Farfalla", realizzato dall'illustratore e pittore Leonetto Cappiello.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**Fragile ma forte, resistente alla crisi, ma preoccupato: l'agroalimentare italiano in pandemia**

L'agroalimentare made in Italy è un settore forte, uno dei più importanti a livello di occupazione e produzione di valore aggiunto, e comparto della manifattura che, negli ultimi 10 anni, ha performato nettamente meglio della media. E ha resistito, finora, pur con grandi sacrifici, anche all'impatto della pandemia, con l'export nei primi 6 mesi 2020 che è addirittura cresciuto, nel complesso. Ma come è naturale, c'è grande preoccupazione per il futuro: per il 62% delle aziende del wine & food il fatturato 2020 si chiuderà in calo. Per 38 imprese su 100 sarà un calo superiore al -15%, per 16 su 100 tra il 5% ed il 15% (anche se non manca un 20% che prevede crescita). Previsioni sostenute, purtroppo, dai dati: -9,5% ad aprile 2020 (sullo stesso mese 2019), -5,8% a maggio e -1,1% sia a giugno che a luglio. La criticità più evidente, per il 37% delle imprese, sarà proprio sul mercato italiano, dove la crescita delle vendite in supermercati e negozi non ha compensato il calo forte della ristorazione, ed il cui stallo preoccupa di più dei mercati esteri, individuato come prima criticità dal 17% del campione. Nel medio termine, ovvero nei prossimi 2 anni, il 52% delle imprese prevede una riduzione del numero di ristoranti e bar attivi ed il calo del turismo gastronomico, il 43% una riduzione complessiva dei consumi fuori casa, il 41% un aumento delle vendite on line. E se solo il 31% di chi aveva preventivato investimenti nel 2020 li sosterrà comunque (soprattutto quelli per impianti e macchina e per il digitale), il 31% li ha posticipati, e il 38% li ha rimodulati, riducendo budget o rivedendo i progetti. È il quadro che emerge dal rapporto "L'industria alimentare italiana oltre il Covid19", redatto da Nomisma per Centromarca e Ibc (Industrie Beni di Consumo), presentato oggi da Denis Pantini di Nomisma, in un webinar a cui hanno partecipato la Ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova, l'eurodeputato Paolo De Castro, Francesco Mutti, presidente Centromarca e Ad Mutti, e Alessandro D'Este, presidente Ibc e Ferrero Commerciale Italia. Tante le criticità da risolvere, a partire dal nanismo delle imprese. Basti pensare che lo 0,1% del totale, ovvero le 49 imprese che hanno un fatturato superiore a 350 milioni di euro, da sole generano il 36% del fatturato del settore, ed il 52% dell'export.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**Vino, il "decalogo" per ripartire e guardare al futuro**

Valutare il proprio portafoglio clienti; investire in sostenibilità; sviluppare o potenziare il commercio ed il marketing online; diversificare la fonte di ricavi puntando, ad esempio, sul turismo di prossimità; utilizzare ogni opportunità che la finanza offre per ottimizzare i flussi di cassa; valutare l'ampliamento del numero dei mercati di sbocco; in comunicazione, puntare sulla tradizione e l'identità del prodotto; cercare di sviluppare, nel breve periodo, il canale di consumo domestico rispetto all'out-of-home; puntare su produzioni di qualità per differenziarsi dalla crescente concorrenza internazionale; analizzare il proprio modello di business e puntare sull'innovazione tecnologica. Ecco il decalogo della ripartenza del settore enoico italiano emerso dal focus sull'enoindustria di Repower e "Il Sole 24 Ore". Un settore strategico del made in Italy, una filiera lunga, dalla vigna al calice, che a causa dell'emergenza Covid, però, rischia una contrazione di ricavi di circa 4,7 miliardi di euro per il 2020, ma che, secondo l'analisi di Statista, può ipotizzare una ripresa piena, secondo lo studio, già nel 2022.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**In tempo di Covid il welfare aziendale si reinventa e punta su cibo e agricoltura di qualità**

In tempi di Covid e di smart working anche il welfare aziendale si reinventa e punta su cibo e agricoltura di qualità. Ne è una prova la nuova collaborazione tra Foodelizia.it, l'e-commerce sviluppato da Confagricoltura Emilia Romagna che raccoglie in una vetrina virtuale, pronta all'acquisto e in consegna a domicilio, diverse eccellenze agroalimentari del territorio, e due tra i principali provider di welfare aziendale italiani, Eudaimon Spa, che lavora per oltre 550 aziende e offre servizi a oltre 600.000 lavoratori, e Double You, che ha in portafoglio oltre 1.500 imprese e piani attivi a favore di 200.000 dipendenti. Un accordo che consentirà, da ottobre, di usufruire di voucher aziendali totalmente defiscalizzati e, nello stesso tempo, promuovere la diffusione di uno stile alimentare genuino, sostenibile e che fornisca un sostegno concreto all'economia locale.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**Il vino italiano torna a promuoversi nel mondo, ancora in pandemia. In tour in Europa con Iem**

Si riparte dalla Norvegia, ad Oslo, con i vini del Belpaese ospiti dell'Ambasciata guidata da Alberto Colella, in un mercato piccolo, ma sorprendente. "Qui il vino italiano è leader, soprattutto per bianchi e bollicine, con le importazioni dal Belpaese che nel 2019 hanno toccato 79 milioni di euro. E l'effetto Covid, qui ha portato ad aumento dei consumi di vini italiani del 20%, anche grazie al lavoro dei monopoli".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)