

La News



La "Barbera 2.0", verso la zonazione

Si chiama Barbera 2.0, ed è, di fatto, il primo grande passo verso una possibile vera e propria zonazione di uno dei territori più importanti del Piemonte, il progetto lanciato dal Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato guidato da Filippo Mobrì, in collaborazione con l'Università degli Studi di Torino. Un progetto dalla portata grandiosa, visto che il percorso, iniziato con uno studio iniziato nel 2017 e orientato a individuare le peculiarità enologiche della Barbera d'Asti, nelle sue vaste aree di coltivazione, tra degustazioni e microvinificazioni, coinvolge qualcosa come 5.425 ettari, che rappresentano il 12% di tutto il vigneto piemontese.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Gli affitti affossano i ristoranti

Il costo dell'affitto dei locali si mangia il 30% dei fatturati dei ristoranti italiani (solo 8 mesi fa, in era pre-Covid, incideva per poco più del 10%). Le cause di questa impennata sono tutt'altro che nascoste: il settore è destinato a chiudere l'anno con una flessione del volume d'affari di 24,1 miliardi di euro, -27% sul 2019. Mentre, per contro, i canoni di locazione sono rimasti invariati. Non è un caso, dunque, se quella contro il caro affitti è diventata una delle principali battaglie della Fipe/Confcommercio, la Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi. In attesa di provvedimenti, intanto, è arrivata nelle settimane scorse una sentenza del Tribunale di Roma, che ha imposto ad un proprietario di ridurre il canone d'affitto del 40% per i mesi di marzo e aprile 2020, in pieno lockdown, e del 20% per i mesi successivi, fino a marzo 2021 ...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

La Napa Valley in fiamme

La siccità e le raffiche di vento alimentano il fronte degli incendi in California, dove dalla fine di agosto continuano a bruciare ogni giorno centinaia di ettari. Avvolta dalle fiamme la Napa Valley, con il Glass Fire che ha letteralmente ridotto in cenere 11.000 acri di vigneti, cantine e strutture ricettive nei dintorni di Sant'Elena e di Calistoga. Tra le aziende andate praticamente distrutte, o gravemente danneggiate, Chateau Boswell e Castello di Amorosa. La minaccia, però, riguarda oltre 2.200 strutture, mentre 1.800 persone sono già state costrette ad evacuare.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Stentano gli e-shop, corre Instagram, si parla di sostenibilità: le cantine italiane online

Non è stata sufficiente la pandemia a spronare le aziende del vino italiano e convincerle ad aprire un canale di e-shopping. Nonostante i numeri - eccezionali - delle vendite online durante il lockdown, il settore enoico è ancora indietro. Come emerge dall'indagine "Il gusto digitale del vino italiano" firmata da Omnicom Pr Group Italia, che ha analizzato la presenza e le attività online delle prime 25 aziende vitivinicole italiane così come censite dal rapporto 2020 di Mediobanca, solo 6 su 25, meno di un quarto, ha un proprio shop online, ossia le stesse dello scorso anno. Parte delle cantine (8 sulle 19 non dotate di e-commerce proprietario) preferisce indicare sui propri siti enoteche, alcune delle quali dotate di wine shop online, presso le quali è possibile acquistare e degustare i prodotti. Pur rimanendo la volontà da parte dei brand di accompagnare il consumatore lungo tutto il percorso d'acquisto, quando questo non è possibile, vengono suggerite terze parti "qualificate". Di positivo, c'è stata invece la corsa alla solidarietà nel periodo di emergenza sanitaria di Covid-19, con le iniziative benefiche di 14 aziende su 25. La ricerca, che mette in fila le aziende in base al livello di digitalizzazione, mette al primo posto Frescobaldi (90 punti), seguita in top ten da Villa Sandi (88), Mezzacorona (86), Antinori (84), Santa Margherita (71), Mionetto (70), Cavit (69), Ruffino (65), Cantine Riunite & Civ (60) e Terre Cevico (49). Guardando la presenza social delle aziende del vino. Instagram è il preferito, con una crescita del numero dei follower del 51% sul 2019. Ad oggi, sono 16 su 25 le aziende ad avere un account ufficiale Instagram, con i contenuti legati al food pairing ed al volto degli influencer, imprescindibili anche nel vino, che riguardano la comunicazione Instagram del 50% delle cantine. Saturo, numericamente, Facebook, che cresce appena del +1,2% nel numero dei followers degli account dei marchi analizzati, mentre la frequenza di aggiornamento settimanale rimane invariata rispetto al 2019. YouTube risulta presidiato (con pochi contenuti aggiornati) da 11 aziende, Twitter solo da 9. Come nel 2019, il 100% delle aziende (76% nel 2018 e 37% nel 2017) tratta il tema sostenibilità menzionando certificazioni, efficienza energetica, gestione sostenibile delle risorse naturali e agricoltura priva di pesticidi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il Manifesto di Ca' del Bosco verso il futuro del vino

La pandemia ha costretto anche Ca' del Bosco a fermarsi, eppure a sfruttare l'arresto in un'occasione di riflessione sulla propria storia e su come immagina questa stessa storia nel futuro (mai così incerto), a partire dai giovani. Il risultato è un concentrato di 4 punti - usare (e coltivare) senza consumare; equilibrio fra tradizione e innovazione; arte e cultura come valorizzazione; ecologia, etica, educazione - che vanno a comporre il Manifesto di Ca' del Bosco - Rinascimento, Cultura del Vino, Avanguardia (nell'approfondimento), che Maurizio Zanella ha presentato nel resort di lusso Borgo Egnazia, in Puglia. L'idea nasce per affrontare la paura che ha attanagliato tutti, e trasformarla in rinnovo propositivo. Ecco perché è stato chiesto il contributo delle nuove leve, nello specifico Federico Piva (commerciale Italia), Luca Cinacchi (commerciale estero), Monica Faletti (comunicazione), Laura Botta (marketing), coadiuvati dal filosofo Leonardo Caffo, che da qualche anno respirano l'aria e la filosofia aziendale di Ca' del Bosco, ma che ancora hanno la mente fresca per iniettare idee nuove. "Abbiamo voluto dare la parola ai giovani perché in tutti i processi artistici ed industriali il tempo a volte gioca a sfavore, quando ti appanna gli occhi da visioni diverse", ha spiegato a WineNews Maurizio Zanella.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Lotta agli sprechi alimentari, Massimo Bottura nominato nuovo ambasciatore Onu

Nella "Giornata internazionale della consapevolezza della perdita e dello spreco alimentare", Massimo Bottura è stato nominato "Goodwill Ambassador" dall'Onu nell'ambito del Programma per l'ambiente (Unep). Ai vertici nel mondo con la sua Osteria Francescana, da tempo è impegnato nel sociale e nella lotta agli sprechi, soprattutto con "Food for Soul", l'organizzazione no profit fondata con la moglie Lara Gilmore (progetto per il quale è stato di recente insignito anche del prestigioso premio Compasso d'Oro, firmato Adi-Associazione per il Disegno Industriale). "Un grande onore", ha commentato Bottura. E il suo, magari, sarà un contributo decisivo su una causa importante come la lotta allo spreco di cibo, su cui ancora molto c'è da fare: secondo un'indagine di Coldiretti ed Ixè, ancora quasi un italiano su due non adotta comportamenti virtuosi nel fare la spesa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

L'Asti, dalle cantine storiche di Canelli ai "sori" raccontati da Beppe Fenoglio

Territorio storico, dove è nato lo spumante italiano, vino dolce che ha conquistato appassionati, Capi di Stato e star, e che oggi progetta il domani recuperando le radici e guardando all'innovazione, anche in comunicazione. Come raccontano il suo "chef ambassador" Alessandro Borghese, il Consorzio dell'Asti diretto da Giacomo Pondini, e produttori come Giorgio Rivetti (Contratto), Luigi Coppo (Coppo), Paolo Ricagno (Cantina Alice Bel Colle) e Andrea Alpiste (Terrabianca).

[Approfondimento su WineNews.tv](#)