

La News



Slow Wine 2021, oltre le Chioccioline

Slow Wine 2021, la guida curata da Fabio Giavedoni e Giancarlo Gariglio, che declina nel mondo del vino i principi di Slow Food, arriva in libreria nonostante il Covid-19, confermandosi utile strumento di promozione e conoscenza dell'Italia del vino. Pur senza entrare in cantina o camminare tra i filari, sono 1.900 le aziende recensite, e 940 rimandano a tour virtuali in azienda. Per sottolineare l'eccezionalità di questa edizione, non sono state assegnate le "chioccioline", ma non mancano i Premi Speciali: a Giulia Negri (Giovane Vignaiolo), Tenuta Terraviva (Viticultura Sostenibile) e Maurizio Zanella, fondatore di Ca' del Bosco (Carriera).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Porsche: la sostenibilità del vino "paga"

La sostenibilità del vino è etica e virtuosa, e anche conveniente, perché un approccio strutturato al tema può portare ad una riduzione fino al 20% dei consumi, un "premium price" del 50% superiori ed una maggiore attrattività dei talenti: a dirlo Porsche Consulting, agenzia di consulenza legata al celebre brand dell'automobile, in un'analisi per la "Milano Wine Week". "L'approccio strategico alla sostenibilità in ogni suo aspetto, ambientale, sociale ed economico - ha detto Giulio Busoni di Porsche Consulting - permetterà alle aziende vinicole italiane di competere con successo nel futuro, grazie al maggiore valore generato per la tutta collettività: per i clienti, per gli azionisti, per i dipendenti, in ultima istanza per il nostro pianeta".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

D&G e Donnafugata, insieme per Tancredi

La partnership tra due eccellenze del buone e del bello del made in Italy, come la griffe del vino siciliano Donnafugata, la cantina della famiglia Rallo, guidata da Antonio e José Rallo, e il marchio di alta moda Dolce & Gabbana, si arricchisce di un nuovo capitolo: dopo il "Rosa", vino sartoriale, sotto ogni punto di vista, ovviamente rosato, figlio di due simboli della viticoltura siciliana come il Nerello Mascalese e il Nocera (lanciato a metà maggio e andato sold out in una settimana, ndr), ecco l'edizione limitata e numerata del Tancredi 2016.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Consumatore finale, senza intermediazione: il target dei produttori di vino in era post Covid

Innovazione, coraggio, opportunità da cogliere in tempo di crisi e soprattutto un target chiarissimo: il consumatore finale, che i produttori di vino d'Italia e del mondo, devono e vogliono raggiungere in maniera sempre meno mediata, e sempre più diretta, con tutti i mezzi fisici e digitali che oggi sono a disposizione. Il tutto in un quadro in cui le imprese del vino di tutto il mondo hanno risposto all'impatto del Covid e ora guardano al futuro con qualche differenza nelle priorità, a seconda del Paese, ma con tratti comuni: prima una riduzione dei costi in vigna e in cantina, dove possibile, poi un rilancio degli investimenti in digitale ed in comunicazione, per cercare di superare un guado, quello della pandemia, che segnerà la differenza tra aziende capaci e strutturate e altre meno preparate, e lascerà un mondo in buona parte diverso da quello che abbiamo vissuto fino ad oggi. Il tutto in uno scenario economico difficilissimo: tra marzo e giugno 2020, sul 2019, gli scambi mondiali di vino hanno lasciato sul terreno 1,8 miliardi di euro, il -17%. Eppure, secondo i produttori, le priorità sono fare sistema per affrontare i mercati internazionali valorizzando le identità e le "storie" dei territori per mantenere il valore; garantire l'occupazione nel settore; consolidare i mercati stranieri senza abbandonare il mercato interno; sostenere l'horeca. È il messaggio, in estrema sintesi, che emerge dal "Wine Business Forum", firmato da Business Strategies di Silvana Ballotta, che, sul palco della "Milano Wine Week", ha riunito studiosi, produttori e critici da ogni angolo del mondo, con personalità come il critico e fondatore di Vinous Antonio Galloni, vertici di cantine italiane come Riccardo Pasqua, ad di Pasqua Vini, Cristina Ziliani della griffe franciacortina Berlucchi, Chiara Soldati de La Scolca, riferimento storico del Gavi, Armando Serena, alla guida di Montelvi, e ancora, Aurélie Ringeval-Deluze (Università di Reims), Gilles Brianceau, proprietario di Château de Plassan a Bordeaux, Daniel Daou, proprietario di Daou Family Estates a Paso Robles, in Usa, Rafael del Rey, dg dell'Osservatorio Spagnolo del Mercato del vino, Armando Maria Corsi (Università di Adelaide), Jean-Marie Cardebat (Università di Bordeaux) e Davide Gaeta (Università di Verona), vertici della "European Association of Wine Economists".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

I ristoranti top d'Italia ripartono dalla sala, con ottimismo

Con l'organizzazione e la flessibilità i ristoranti più consolidati e da anni presenti nelle maggiori Guide gastronomiche sono riusciti a tenere botta al lockdown ed a convivere con un'emergenza ancora attuale, riparando alle perdite economiche con nuove iniziative e valorizzando più che mai l'accoglienza del cliente. Si tratta, ovviamente, di case history solide e di eccellenza, in un panorama della ristorazione che è in grandissima difficoltà, con perdite stimate di oltre 23 miliardi nel 2020 su un giro di affari di 86 miliardi di euro nel 2019, e decine di migliaia di imprese che rischiano di chiudere definitivamente. Eppure, proprio nell'era Covid, il personale di sala, ha dimostrato di essere importantissimo, più che mai per far star bene il cliente, farlo sentire a suo agio e al sicuro. È il messaggio di grandi personaggi della ristorazione, come Joe Bastianich, Andrea Berton (Ristorante Berton), Rossella Cerea (Da Vittorio) e Alessandro Pipero (Pipero) e sommelier come Marco Reitano (La Pergola del Rome Cavalieri di Heinz Beck) e Marco Amato (Imago dell'Hotel Hassler di Roma), espresso a Winenews, nella tavola rotonda "Il ruolo della sala nel rilancio della ristorazione", organizzato dall'Associazione Noi Di Sala nella seconda edizione del convegno "Pass" (Professionalità, Accoglienza, Servizio, Squadra).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Carlo Ferro (Ice): "nel Patto per l'Export tante azioni per il vino, dall'e-commerce alle fiere"

Se il vino è al centro per il "Patto per l'Export", l'Ice è tra i protagonisti, come ricordato dal presidente Carlo Ferro, che dalla Milano Wine Week ha sottolineato, tra gli altri, investimenti importanti sul fronte e-commerce ma non solo. "A fine anno - ha detto Ferro - avremo 24 accordi con piattaforme come Amazon, Aliababa e non solo, di cui 16 coinvolgeranno anche il vino. E presto chiuderemo un accordo con Tannico (di recente divenuto di proprietà del gruppo Campari, ndr), per portare il vino italiano in 18 Paesi del mondo, a costo zero per le imprese. E, inoltre, stiamo lavorando molto sul sostegno per le mini-fiore, eventi di tagli nazionale che abbiamo voluto portare a livello internazionale. Faccio l'esempio di Wine2Wine, sui cui abbiamo messo risorse simili a quelle che mettevano su Vinitaly, soprattutto per l'incoming".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"I driver che hanno reso il vino italiano protagonista nel mondo resistono alla pandemia"

A WineNews Roberta De Sanctis, direttrice dell'Osservatorio Wine Management della Sda Bocconi, protagonista alla Milano Wine Week con "Shaping Wine (8 ottobre)". "Il vino italiano negli ultimi anni ha saputo riorganizzarsi, puntare sulle proprie eccellenze e produrre valore. È una storia di successo nel mondo. Chi guida una cantina, oggi, deve avere le competenze giuste per restare connesso ad un concetto di business allargato di dimensione globale. Il prodotto sarà sempre alla base, ma va inserito in un contesto più ampio".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)