wine2wine exhibition DIGITAL EDITION REGISTRATI

WineNews
LA PRIMA DI WINENEWS
N. 3.035 - ore 17:00 - Venerdì 20 Novembre 2020 - Tiratura: 31.087 enonauti, opinion leader e professionisti del vino

Umberto Cesari VINO TERRA ANIMA

La News

Wine2Wine al via in versione digitale

"Wine2Wine 2020", il cui programma, tutto digitale, parte da domani (sabato 21 novembre), con l'International Summit sul Vino e le cantine di Opera Wine 2021 by Wine Spectator). Winenews lo seguirà, come sempre anche con due edizioni speciali della newsletter "La Prima di WineNews", che usciranno sabato 21 e domenica 22 novembre, ed ancora con contributi multimediali e social": così il direttore WineNews Alessandro Regoli, in vista del business forum di Veronafiere e Vinitaly, dal 21 al 24 novembre (il 22 novembre il Congresso degli Enologi Italiani), con tanti appuntamenti da non perdere (nell'approfondimento).

Approfondimento su WineNews.it

SMS

I fondi di investimento ancora sul vino

I fondi di investimento continuano a credere nel vino, e sono sempre a caccia di aziende o pacchetti azionari, quasi sempre di maggioranza, guardando a realtà solide e con grandi potenzialità di sviluppo. Come il gruppo laziale Femar-Poggio Le Volpi della famiglia Mergè, realtà che sviluppa un fatturato intorno ai 40 milioni di euro, e produce 15 milioni di bottiglie, con particolare attenzione ai vitigni autoctoni di Lazio, Puglia, Abruzzo, Sicilia e Campania, e che, da rumors intercettati dai WineNews, sarebbe nell'interesse di due grandi fondi di investimento, ovvero il fondo Clessidra di Carlo Pesenti (che starebbe puntando a mettere insieme un polo del vino da 400 milioni di euro di giro d'affari, e che sarebbe in fase di trattativa anche per Botter) ed il fondo Equinox, con sede in Lussemburgo ma fondato dal finanziare italiano Salvatore Mancuso.

Approfondimento su WineNews.it

Cronaca

Una forma di Grana per celebrare Biden

Manca ancora l'ufficialità, perché Donald Trump non ne vuole sapere di mollare la presa, e perché c'è ancora in corso il riconteggio manuale in Georgia, ma Joe Biden è a tutti gli effetti il Presidente eletto degli Stati Uniti, pronto ad entrare, a gennaio, alla Casa Bianca. Dove, ad aspettarlo, ci sarà una forma di Grana Padano dipinta per metà con il tricolore italiano e per metà a stelle e strisce, con cui il Consorzio Grana Padano Riserva stagionata oltre 20 mesi (circa 40 kg) saluta il nuovo Presidente Usa.

Approfondimento su WineNews.it

Primo Piano

Dal ritorno ai fornelli alla spesa online: gli italiani e il Covid, secondo Tuttofood

Il ritorno degli italiani ai fornelli e il conseguente boom nelle vendite degli ingredienti base, la predilezione per prodotti Made in Italy, sostenibili e a chilometro zero con attenzione alla filiera e alla provenienza, la rivincita (per questioni di sicurezza) del cibo confezionato, la spesa online e il delivery che continueranno ad andare forte anche dopo l'emergenza, non più per necessità ma per comodità. Sono alcuni degli effetti e degli scenari futuri fotografati dall'Osservatorio Tuttofood Milano (la fiera è in calendario dal 17 al 20 maggio 2021), che ha approfondito i trend della filiera alimentare italiana, dai prodotti nel carrello fino a possibili sviluppi dell'export, elaborando dati provenienti da diverse fonti autorevoli, come il report Coop, il rapporto Nomisma, gli studi intrapresi da Rem, l'istituto economico dell'Università di Piacenza e le statistiche Istat Coeweb. Oltre al boom dell'e-commerce, la cosa più evidente, è stata il ritorno di tanti italiani ai fornelli. Complice il lockdown, gli italiani hanno rimesso le mani in pasta e anche nel post covid il "cook at home" è una costante che spiega la forte crescita nelle vendite degli ingredienti base (+28.5% in Gdo su base annua) a fronte della contrazione dei piatti pronti (-2,2%). Supportati o meno da aiuti tecnologici (la vendita dei robot da cucina ha fatto registrare a giugno +111% rispetto all'anno prima), il 30% dedicherà ancora più tempo alla preparazione del cibo, sia per questioni salutistiche ma anche per mettersi al riparo da possibili occasioni di contagio, e il 33% sperimenterà di più. Si scopre poi il fenomeno del nazionalismo alimentare, come confermano i trend rilevati da Nomisma, che anima e animerà i consumi degli italiani: nel primo lockdown il 22% ha comprato più prodotti del Made in Italy e il 20% lo ha fatto guardando alla sostenibilità del prodotto. E sempre per questioni di sicurezza si è assistito a una vera e propria rivincita del food confezionato, come ribadisce il report Coop, a dispetto della vendita di quello sfuso, che cresce ad un ritmo più che doppio rispetto all'intero comparto alimentare se paragonato a un anno fa: +2,3% contro +0,5% (giugno-metà agosto 2020). A fare la differenza e dirottare la spesa sul cibo confezionato sembra essere il packaging protettivo, in tutti i comparti: l'ortofrutta e persino i salumi e latticini.

Approfondimento su WineNews.it

Focus

Vino e consumi, gli Usa oltre New York e Los Angeles

Non c'è futuro per il vino italiano che non passi per il mercato degli Stati Uniti, che nel 2019 ha chiuso con un leggero calo dei consumi, a quota 369,7 milioni di casse di vino, per un giro d'affari di 38,3 miliardi di dollari (+1.1%). Un'economia gigantesca, che nel 2020 dovrà fare i conti con gli effetti della pandemia, ma che nel 2021 è pronta a ripartire. A cominciare dalle sue città più importanti, dove passa buona parte dell'export italiano, che nei primi 8 mesi 2020 è cresciuto del 2,3%, a 1,16 miliardi di euro, senza sottovalutare aree metropolitane spesso lasciate in secondo piano. Come sottolinea Wine Intelligence, nel report "US Wine Consumer Observatory 2021", il 22% di tutti i consumatori regolari di vino - 13,1 milioni sui 77 milioni nel Paese - vive in sole 5 aree metropolitane: New York - Newark, Los Angeles - Long Beach, Dallas - Fort Worth e Chicago – Naperville. Ma per arrivare al 50% dei consumatori (38,7 milioni di wine lover), bisogna spingersi altrove: da Houston - The Woodlands a Philadelphia - Reading - Camden, da Boston - Worcester - Providence a Washington - Baltimore - Arlington, che chiude la top ten delle aree metropolitane, ma in grande ascesa ci sono anche Seattle, Orlando, St. Louis: perché gli Usa non finiscono a New York ...

Approfondimento su WineNews.it

Wine & Food

Crisi nera per le birre artigianali: -90% di perdite e nessuna misura di sostegno

Per la filiera della birra artigianale, che va dalle aziende produttrici di luppolo e orzo distico, in forte crescita su tutto il territorio, ai 900 microbirrifici artigianali del Paese, la chiusura di pub e ristoranti e il blocco di fiere, eventi, sagre e altre attività legate allo street food si traduce in un crollo del fatturato del 90%. A lanciare l'allarme è Cia - Agricoltori Italiani, che ricorda come il comparto che vale il 4% del mercato nazionale, e dà lavoro a 7.000 addetti, fatturando oltre 250 milioni annui (dati: Unionbirrai). Lo smacco, inoltre, è che al momento non sono previste misure di sostegno: nel Dl Ristori non compare il codice Ateco dei produttori di birra, che include, paradossalmente, sia il mondo artigianale sia le grandi multinazionali del beverage, che può però contare sullo sbocco commerciale della Gdo.

Approfondimento su WineNews.it

WineNews.tv

Il Prosecco Superiore come risposta al bisogno di armonia

"Siamo in una fase di continuità con la prima ondata della pandemia: questa seconda ondata, però, ha messo a soqquadro quanto avevamo acquisito. Crescono le tensioni sociali, crescono le forme di rabbia, crescono le preoccupazioni e cresce allo stesso tempo il bisogno di cura, di gentilezza, di tutela, di identità, di unicità e di recuperare un equilibrio e un'armonia. Il Prosecco Superiore può essere parte di questo processo, accompagnando il 2021 verso una auspicata uscita dal quadro pandemico".

Approfondimento su WineNews.tv

Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001. Direttore responsabile: Alessandro Regoli - info@winenews.it - Tel. +39 0577 848609 - Copyright © 2000/2018 www.winenews.it