

La News



Nel 2021 il vino varrà 381 miliardi di dollari

Difficile, ma non impossibile, fare previsioni sull'andamento di vendite e consumi globali di vino, specie dopo un anno come quello appena trascorso, che ci ha insegnato la fragilità dei piani a lungo termine. Comunque sia, il mercato enoico mondiale, nel 2021, dovrebbe generare un fatturato di 381 miliardi di dollari - 55 dei quali nei soli Stati Uniti - in crescita dell'11,9% sul 2020, secondo l'analisi del portale Statista. Il fatturato del vino, da qui al 2025, crescerà in media del +8,5% annuo, ma già nei prossimi 12 mesi si dovrebbe tornare sui livelli del 2019, per riprendere a crescere, in maniera importante, nel 2022.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

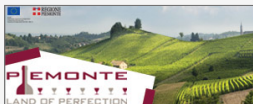


SMS

Come cresce E. & J. Gallo

C'è fermento sul fronte produttivo Usa, dove i due maggiori colossi del vino siglano un accordo - annunciato due anni fa - capace di stravolgere gli assetti del settore. Constellation Brands, nel suo percorso verso la premiumisation, aveva deciso di disfarsi di tutti quei marchi in portafoglio, del vino e non solo, che arrivano allo scaffale ad un prezzo inferiore agli 11 dollari, cedendoli alla E. & J. Gallo Winery (che attraverso Lux Wines importa in Usa marchi come Allegrini, Argiano, Jermann, Pieropan e Renato Ratti). La transazione, chiusa dopo il via libera del Federal Trade Commission, arrivato solo il 23 dicembre 2020, porta così più di 30 marchi di vino - tra cui Arbor Mist, Black Box, Clos du Bois, Estancia, Franciscan, Hogue, Manischewitz, Mark West, Ravenswood, Taylor & Wild Horse - alla E. & J. Gallo Winery, a fronte di un investimento di 810 milioni di dollari.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Johannes Heisig per il Chianti Classico Nittardi

Un Bacco incoronato con foglie d'ulivo che porge un bicchiere di vino a Sibilla, profetessa e musa di artisti di ogni epoca: così l'artista tedesco Johannes Heisig ha raccontato il Chianti Classico Casanuova di Nittardi Vigna Doghessa 2018. Rinnovando così lo storico sodalizio tra arte e vino, che dal 1981 vede artisti di grande fama internazionale - da Guenter Grass a Yoko Ono - "vestire" il cru della griffe Nittardi, i cui vigneti furono di proprietà di Michelangelo Buonarroti, e oggi di Peter Femfert, Stefania Canali e del figlio Léon Femfert.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Fatturati tra il -10% ed il -20%, con pochissime eccezioni: il 2020 del vino italiano

Non una disfatta, come si temeva tra aprile e maggio 2020, quando tanti produttori di vino di tutta Italia ipotizzavano un 2020 che si sarebbe chiuso anche a -40% di fatturato. Ma di certo, l'anno della pandemia, è stato durissimo per le cantine italiane: per la maggior parte, i bilanci di fine anno, che si stanno definendo in queste ore, ad un primo sguardo hanno registrato un calo compreso nella forbice tra il -10% ed il -20%, con pochissime eccezioni sia in meglio (con alcuni che hanno contenuto il calo nell'ordine del -8%, e qualche realtà molto sbilanciata sull'estero e con una presenza storica su più canali, compresa la distribuzione moderna, che dichiara crescita fino ad un massimo del +7%) che in peggio (si arriva, in pochissimi casi estremi, al -30%, soprattutto per quelle realtà molto focalizzate su horeca, hospitality in cantina e ristorazione concentrata nelle grandi città d'arte). I consumi, in volume, nel complesso hanno tenuto, a discapito però dei valori. È la fotografia che arriva da oltre 35 cantine italiane tra le più importanti per forza del brand, dimensione, fatturati, storia e presenza nel mondo, che mettono insieme un fatturato complessivo superiore ai 2,5 miliardi di euro (dato 2019), sentite da WineNews. A "salvare" il bilancio del vino italiano, nella grande maggioranza dei casi, è stato soprattutto l'export, che ha tenuto nei mercati a monopolio, come Canada e Scandinavia, per esempio, e in tutti quelli dove la differenza tra horeca e distribuzione moderna è meno marcata che in Italia. Altro elemento decisivo è stato proprio la multicanalità: strategia organica per pochi, è diventata scelta obbligata per tanti, in un percorso che non si fermerà dopo il Covid, con un occhio particolare all'e-commerce, protagonista di un vero e proprio boom. Ad aver limitato i danni per i produttori è stato anche lo stop forzato a viaggi ed eventi che, se da un lato ha complicato un lavoro che è fatto di incontri, degustazioni, fiere, dall'altro, ha portato risparmi notevoli. Imprescindibile, come sempre, il marchio: le cantine che hanno resistito meglio sono quelle con brand storici, ben posizionati, conosciuti e soprattutto rassicuranti. A far più male, ovviamente, la grande crisi della ristorazione, in Italia e nel mondo, della banchettistica, ed il crollo dei viaggi, di piacere e di affari.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Lo sguardo al futuro, tra fiducia e timori

Se nel complesso il vino italiano sembra aver resistito alla pandemia, pur accusando un danno importante, le preoccupazioni per il futuro non mancano. La prima grande incertezza è legata alla gestione dell'emergenza sanitaria, con tutte le limitazioni a viaggi e consumi fuori casa che ne conseguono, sebbene l'inizio delle campagne di vaccinazione faccia ben sperare. Per la stragrande maggioranza delle imprese questa situazione caratterizzerà almeno la prima metà del 2021, mentre per la seconda si spera in uno sprint della ristorazione, come quello che abbiamo visto dopo il primo lockdown, soprattutto in estate. Andrà però valutata la reale disponibilità economica nelle tasche dei consumatori. In Usa preoccupa la debolezza del dollaro, mentre sul fronte Brexit, se l'accordo tra Uk ed Ue ha scongiurato l'introduzione di dazi, ci sarà da capire come evolverà l'economia del Regno Unito. Un aspetto che, invece, dà fiducia a molti, è che molti importatori e distributori hanno scelto di utilizzare gli stock in magazzino piuttosto che fare nuovi ordini, e questo, in prospettiva, dovrebbe garantire un mercato più dinamico, almeno in una prima fase post pandemia. Un ritorno a livelli pre-Covid, secondo i più, inizierà a concretizzarsi solo dal 2022.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Al via il Censimento Generale dell'Agricoltura italiana dell'Istat

Fare una fotografia più dettagliata possibile dell'agricoltura italiana, settore pilastro del Belpaese per economia, tenuta del territorio, occupazione, bellezza dei paesaggi e primo anello di quella catena agroalimentare che dà lustro all'Italia nel mondo: parte, in queste ore, il "Censimento generale dell'Agricoltura" n. 7 dell'Istat. "La rilevazione, l'ultima a cadenza decennale per il settore Agricoltura, si rivolge a tutte le aziende agricole presenti in Italia (1,7 milioni) per fotografare e raccontare l'attuale settore agricolo e zootecnico e fornire un quadro informativo statistico sulla sua struttura a livello nazionale, regionale e locale", spiega l'Istituto Nazionale di Statistica. Le principali novità riguardano il questionario in formato digitale, il coinvolgimento dei Centri di Assistenza Agricola (Caa) nella Rete di rilevazione e la tecnica multicanale di raccolta dei dati.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vino e tartufo, insieme tra promozione e una guida per abbinarlo e trovarlo al ristorante

A WineNews, Giuseppe Cristini, presidente dell'Accademia Italiana del Tartufo. "Vino e tartufo sono emblemi del made in Italy, e li racconteremo in Italia e nel mondo con la prima guida del tartufo, by Accademia e Ais - Associazione Italiana Sommelier, con i ristoranti gourmet e i vini italiani in abbinamento. È la prima guida al mondo per consumatori, clienti e gourmet innamorati del tartufo, con i baluardi della ristorazione in Italia e nel mondo. E il tartufo sarà anche protagonista degli eventi promozionali del Ministero dell'Agricoltura, in Italia e all'estero".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)