

La News



Made in Italy, l'export cresce in pandemia

Nel 2020, almeno fino a novembre, sono cresciute nonostante la pandemia le esportazioni dei prodotti agroalimentari made in Italy, a +1,4%, in netta controtendenza con il calo generale dell'export italiano, a -10,8%. A dirlo la Coldiretti, sulla base dei dati Istat relativi al commercio estero nei primi 11 mesi 2020. Il vino, in particolare, nei primi 10 mesi (ultimo dato disponibile), si mantiene su una flessione del -3,3% sui primi 11 mesi 2019, a quota 5,1 miliardi di euro, secondo i dati Istat, analizzati da WineNews. A trainare la crescita della domanda complessi di cibi e bevande sono soprattutto Germania (+5,5%) e Usa (+5,2%) nonostante i dazi

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

La ristorazione prova a ripartire

Esenzione dell'Imu 2021, ammortizzatori sociali fino alla fine della crisi, interventi sugli affitti, prorogando di altri 4 mesi il credito d'imposta, estensione a 15 anni l'ammortamento anche dei prestiti fino a 800.000 euro garantiti dallo Stato, potenziamento dei ristori: sono le richieste avanzate da Fipe/Confcommercio al Ministro dello Sviluppo Economico Stefano Patuanelli, sui quali ci sarebbe stata apertura, con lo stesso Patuanelli che avrebbe confermato ulteriori ristori rapportati alle perdite di tutto il 2020, e condiviso l'ipotesi un commissario straordinario per il comparto. Mentre si attendono ancora risposte sul caos dei codici Ateco che, così come sono, secondo Confesercenti, escluderebbero molti dai ristori, e sulla norma che impone lo stop alla vendita di vino alle 18 alle enoteche, battaglia aperta da Vinarius, e ora rilanciata da Coldiretti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il Brunello di Montalcino più forte del Covid

L'equazione fascetta acquistata-bottiglia venduta non è proprio perfetta, ma qualcosa dell'andamento del mercato vuol pur dire. E sono 9 milioni i contrassegni Docg consegnati nel 2020 dal Consorzio del Brunello di Montalcino, guidato da Fabrizio Bindocci, per altrettante bottiglie di uno dei vini rossi più importanti d'Italia, pronte alla vendita. Il dato, registrato da Valoritalia, è superiore (+12,2%) sulle bottiglie immesse sul mercato nel 2019 e alla media degli ultimi 5 anni (+4,3%), anche grazie alla forza di due grandi annate come la 2015 e la 2016.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Fatturati, ricerche online e abitudini di acquisto: dietro al boom dell'e-commerce del vino

Chiudono i ristoranti, si abbassano le serrande dei bar, ed i consumi si spostano, necessariamente, tra le mura domestiche. Il 2020 lo possiamo riassumere così. Con tutta la sua portata di cambiamenti, non solo nelle abitudini di consumo, ma anche in quelle di acquisto, specie se si limita l'analisi al vino. Che, negli ultimi 12 mesi, da quando il mondo ha iniziato a fare i conti con la pandemia di Covid-19 e con i lockdown, ha spostato l'epicentro degli acquisti dal negozio fisico a quello virtuale. Con il canale online che ha vissuto un lungo periodo di crescita, sintetizzato dai fatturati di Tannico (previsti in crescita del 50%, a oltre 30 milioni di euro), passato sotto il controllo del Gruppo Campari. Anche un altro player delle vendite enoiche online come Callmewine, sulle ali di una crescita del 95% nel 2020, a quota 12,5 milioni di euro, è passato di mano: Italmobiliare si è assicurata il 60% del sito di e-commerce per 13 milioni di euro. Nello stesso periodo, è impossibile tenere il conto delle tante aziende che, dopo anni di tentennamenti, hanno rotto gli indugi lanciando un loro negozio virtuale. Una scelta doverosa, perché come ogni crisi anche questa lascerà qualcosa in eredità, un cambiamento con cui dovremo presumibilmente fare i conti a lungo. Come racconta un'indagine di Wine Intelligence, infatti, la percentuale di wine lover che prende in considerazione l'idea di acquistare vino online nel futuro è altissima. Che si tratti del sito internet di un supermarket, di un rivenditore online, di un wine club, del sito aziendale di una cantina o di una app di delivery, in Usa il 58% di chi beve vino è disposto ad acquistarlo sul web. Un trend condiviso dai wine lover di tutto il mondo, dal Canada (44%) al Messico (67%), dal Brasile (59%) alla Gran Bretagna (69%), dalla Germania (56%) alla Cina (75%), da Hong Kong (55%) a Singapore (69%) fino all'Australia (61%). In Italia, il termometro che misura la predisposizione all'acquisto sono i numeri delle ricerche online nel 2020, analizzati da Idealo: l'interesse online nei confronti degli alcolici è più che raddoppiato nello scorso anno (+110,2%), ma le ricerche per il vino sono cresciute addirittura del +446%, spinte soprattutto dai più giovani, gli under 25.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Crea, focus sul mercato della terra (e della vigna)

Nel 2019 il mercato fondiario in Italia ha sostanzialmente tenuto, nonostante, dopo due anni di crescita, i valori della terra abbiano una piccola flessione (-0,4%). Con peculiarità come i valori tra 170.000 ed 360.000 euro ad ettaro per gli orti dove nascono i fiori di San Remo, in Liguria, o come i meleti della Val Venosta, in Trentino Alto Adige tra i 450.000 e i 750.000 euro ad ettaro, per esempio. A dirlo l'ultima indagine in materia del Crea, realizzata nel primo semestre 2020 (rilevando, sempre riferiti al 2019, in uno scenario pre-Covid, anche i valori di alcuni dei vigneti più importanti d'Italia, come quelli del Barolo, che secondo il Crea oscillano tra il 200.000 euro ad ettaro e gli 1,5 milioni di euro, a quelli del Brunello di Montalcino, tra i 250.000 ed i 700.000 euro. Che, però, sui sentiment di mercato reali, raccolti periodicamente da WineNews, tra addetti ai lavori ed operatori, soprattutto in alcuni dei territori più importanti, appaiono sottostimati, ndr). Parzialmente in controtendenza, invece, il dato relativo al credito. Secondo Banca d'Italia, quello per l'acquisto di immobili in agricoltura è aumentato del 16% nel 2019, riportando i valori complessivi (550 milioni di euro) su livelli comparabili con quelli di inizio decennio.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

La Francia svela la Michelin 2021: in una ristorazione in letargo, guidano donne e giovani

Se la ristorazione italiana è ancora in mezzo al guado, in Francia il settore è fermo da ottobre, e tale resterà almeno fino a febbraio. Un "letargo" interrotto ieri dalla presentazione della Michelin France 2021, dallo spettacolare secondo piano della Tour Eiffel, che ospita il suggestivo - e stellato - "Jules Verne". Il panorama della ristorazione francese, che lavora da settimane solo con delivery e asporto, è fatto sempre più di giovani, donne e chef di ogni angolo del mondo, interpreti di un momento di enorme cambiamento. Che si concretizza in 54 nuovi stellati (tra cui l'italiano Antonio Salvatore Rampoldi, a Monaco), due nuovi due stelle, il Marsan di Parigi e la La Merise, a Laubach, e un nuovo tre stelle, il marsigliese Alexandre Mazzia, con il suo "AM". In tutto, sono 638 le tavole stellate di Francia, i tre stelle stelle salgono a 30, i due stelle diventano 74 e gli stellati ben 534.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Anche la ricerca scientifica su vino e vigna messa in crisi dal Covid: la visione di Attilio Scienza

"Tante cose si possono fare in laboratorio, per fortuna. Ma visite "sul campo", incontri tra ricercatori e aziende sono fondamentali. Ora tutto questo è bloccato, e c'è un problema importante. Non solo sul fronte della ricerca in sé, che tutto sommato funziona bene, ma anche sul tema della formazione e dei tirocini. Speriamo in finanziamenti importanti dal Recovery Fund: per il Green Deal europeo serve ricerca in viticoltura di precisione e genetica".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)