

La News



Enoteche, ok alla vendita dopo le 18

Via al divieto di vendere vino e bevande da asporto nelle enoteche dopo le 18, in tutte le zone: così stabilisce il Dpcm del Governo Draghi che sarà in vigore dal 6 marzo al 6 aprile. Una misura accolta con soddisfazione da Vinarius, associazione che riunisce oltre 100 enoteche in tutta Italia, in prima linea contro il provvedimento, così come da parte della filiera del vino. Ma non tutti sono contenti. Come i sindacati italiani riuniti nell'Anci, secondo cui così il Governo dice "scuole chiuse, ma movida libera", e come la Fipe-Confindustria, secondo cui "così si privilegiano i minimarket punendo soltanto i bar"

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Il made in Italy che cresce. Come il Parmigiano

Se l'Italia, anche nel 2020 della pandemia, ha raggiunto il suo record storico delle esportazioni agroalimentari (46,1 miliardi di euro, +1,9% sul 2019, secondo l'Istat), è grazie ad un sistema imprenditoriale e produttivo diffuso in tutto il Paese, dal quale emergono alcuni campioni. Come il Parmigiano Reggiano, la cui produzione è cresciuta del 4,9% sull'anno precedente. 3,94 milioni di forme (160.000 tonnellate) prodotte nel 2020 che rappresentano il livello più elevato nella storia del Parmigiano Reggiano. Ed un giro d'affari al consumo pari a 2,35 miliardi di euro per la denominazione di origine protetta che si proietta sempre più verso l'estero. La quota export è ormai pari al 44% (+10,7% di crescita a volume sul 2019) con gli Stati Uniti che sono il primo mercato (20% dell'export totale), davanti a Francia (19%) e Germania (18%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Nasce il Cammino del Bardolino

Nell'Italia che ha censito 44 "cammini" dedicati al turismo lento, nasce il nuovo Cammino del Bardolino - 100 chilometri di sentieri tra le vigne, affacciati sul Lago di Garda, percorribili a piedi o in bicicletta - che prende il nome dalla denominazione vinicola più celebre del territorio. Percorso che collega sei centri abitati e mette in rete 61 aziende vitivinicole che hanno contribuito a preservare un paesaggio agreste peculiare, con le colline che digradano sul litorale lacustre. A lanciarlo la Fondazione Bardolino Top.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Il turismo enogastronomico è sempre più eclettico: vincono scoperta e sperimentazione

I turisti ricercano la varietà, non si accontentano più delle tradizionali proposte di degustazione, ma vogliono vivere l'enogastronomia locale in tutte le sue sfaccettature in base ai propri gusti ed esigenze, come rivela l'ultima indagine firmata da Roberta Garibaldi, docente di Tourism Management all'Università degli Studi di Bergamo e presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico. I profili psico-culinari sono l'insieme di aspettative, gusti ed esigenze personali verso le proposte enogastronomiche in viaggio. Ogni turista tende a identificarsi in un profilo predominante e nel 43% dei casi si tratta dell'eclettico, ossia chi fa della varietà dell'offerta una prerogativa irrinunciabile nei viaggi. Questo desiderio di ricercare e vivere esperienze enogastronomiche differenti viene confermato anche dal comportamento effettivo: i turisti stranieri hanno partecipato mediamente a 3,9 differenti tipologie di proposte nel corso dei viaggi compiuti negli ultimi due anni, valore che sale a 4,7 considerando chi ha viaggiato con motivazione primaria l'enogastronomia. Gli Italiani si mostrano eclettici con l'85% che dichiara di aver partecipato a cinque o più esperienze, a dimostrazione del forte desiderio di scoprire e sperimentare l'enogastronomia locale in tutte le sue sfaccettature. Fra le proposte più popolari figurano, oltre al gustare prodotti tipici, visitare un mercato e il recarsi presso bar e ristoranti storici. Grande interesse suscitano le esperienze di visita ai luoghi di produzione, soprattutto nelle aziende agricole che registrano un tasso di interesse maggiore rispetto alle cantine. C'è interesse nel provare piatti di cucine differenti da quelle locali, con il 58% che si è recato in ristoranti etnici, ma è comunque un interesse meno marcato rispetto ai turisti stranieri. Ciò è anche dovuto al fatto che il turismo enogastronomico degli italiani è principalmente domestico, e la ricchezza e varietà del panorama enogastronomico regionale è tale da mettere in secondo piano il desiderio di cucine straniere. Una tendenza che continuerà a crescere, nonostante le restrizioni legate alla pandemia di Covid-19, perché nel 2020 il turismo enogastronomico ha saputo mantenere la sua capacità attrattiva, con il desiderio di scoprire il cibo e la cucina locale che è andata rafforzandosi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il futuro del vino, tra fuori casa ed on-line

Il futuro del vino, nonostante il boom dell'e-commerce, è legato a doppio filo alla ristorazione e alla condivisione fuori casa e "in presenza". Soprattutto per i vini a maggior valore aggiunto. E c'è chi, anche in pandemia, ha continuato ad investire nell'esperienza "in store", come Signorvino, la più grande enocatena d'Italia, che ha continuato ad aprire negozi (21 ora in totale, con la recentissima apertura a Fidenza, mentre è già in calendario una nuova apertura a Roma, in Piazza Barberini, e un nuovo store a Milano Porta Garibaldi), abbinando a questo un nuovo servizio on line (con un approccio "On Line To Off Line", che copre il 16% degli acquisti rispetto al 84% delle vendite tradizionali in negozio). Strategia che ha permesso a Signorvino di patire di meno il danno delle restrizioni legate alla pandemia, come ha detto il brand manager Luca Pizzighella: "se la ristorazione nel suo complesso accusa perdite del -60%, noi abbiamo visto un calo del -40%. Tuttavia, la pandemia ha accelerato il trend di maggior spesa per bottiglia". A livello di tendenze registrate da Signorvino, nel 2020, hanno dominato in vini rossi (45% a valore sulle vendite) davanti alle bollicine (30%). Tra le grandi denominazioni rossiste, l'Amarone della Valpolicella rappresenta il 9% dei volumi commercializzati, davanti a Barolo e Brunello di Montalcino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

La pandemia colpisce ancora: annullato definitivamente "Grandi Langhe on the road"

La pandemia colpisce ancora, con la dura realtà che supera l'impegno ed i desideri di chi, nonostante tutto, cerca di realizzare eventi, anche nel mondo del vino. È il caso di "Grandi Langhe on the road", che avrebbe voluto portare i grandi vini delle Langhe in giro nelle piazze più importanti d'Italia su di un "wine truck", che è definitivamente annullato, spiega una nota del Consorzio di Barolo Barbaresco Alba Langhe Dogliani. "Ci abbiamo creduto e sperato fino all'ultimo. Ma, purtroppo, l'incertezza dovuta alle rinnovate misure restrittive ci costringe ad abbandonare l'edizione 2021, nonostante l'entusiasmo delle 170 cantine iscritte e alla disponibilità delle amministrazioni comunali per il nostro evento. Speriamo di poter riproporre questo format nel 2022, dal momento che sarà improbabile vedere tornare le anteprime "classiche" in presenza in luoghi affollati".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vincenzo Russo, il ruolo dell'emozione nel marketing e nella comunicazione del vino

A WineNews, il professore di psicologia dei consumi e neuromarketing dell'Università Iulm di Milano, protagonista del webinar "La scelta del vino tra emozioni e condizionamenti", realizzato dal Consorzio Vini Colli Euganei. "Ci muoviamo su due dimensioni, da una parte migliorando la comunicazione giocando con le immagini, i colori, la narrazione, dall'altra servendoci dei dati relativi al vissuto dei consumatori in questo momento particolare e grave".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)