

La News



Difendere le api, spie della biodiversità

“Se l'ape scomparisse dalla faccia della terra, all'uomo non resterebbero che quattro anni di vita”. Le parole di Albert Einstein, nella Giornata Mondiale delle Api, suonano come un monito da prendere seriamente, perché dagli anni Novanta si è registrato un calo del 25% del numero di specie di api osservate, e dal 2006 a oggi si è assistito ad un aumento di mortalità di api mellifere superiore al 30%, causato principalmente dall'uso di pesticidi chimici e dai cambiamenti climatici. Dalle api dipende il 75 % delle colture alimentari, ecco perché sempre più aziende - da Coop a Eataly, da Giusti Wine a Crédit Agricole e Monini - si sono attivate per la loro salvaguardia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Via libera al DI Sostegni Bis

Sono state approvate in Consiglio dei Ministri le misure proposte dal Ministro dell'Agricoltura, Stefano Patuanelli, e inserite nel DI Sostegni Bis in materia di agricoltura: i provvedimenti adottati dal Governo prevedono uno stanziamento di circa 2 miliardi di euro, destinati a sostenere e rilanciare il settore agricolo e l'occupazione di giovani e donne, a cui vanno aggiunte una serie di misure di semplificazione amministrativa. Oltre agli ulteriori indennizzi a fondo perduto per le aziende agroalimentari, le misure più importanti per il settore riguardano i 448 milioni di euro per l'indennità degli operai agricoli, gli stanziamenti per sostenere gli strumenti di gestione del rischio, gli indennizzi per le gelate e, da segnalare, i 72,5 milioni di euro per l'esonero dei contributi dei datori di lavoro e lavoratori autonomi delle aziende agricole dei settori agriturismo e vitivinicolo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il pic-nic, wine & food experience di tendenza

Riscoperto in epoca Covid, quando nel lockdown ci siamo ritrovati a farlo anche nel giardino di casa, oggi il pic-nic è tra le wine & food experience proposte dalle aziende, dalla ristorazione alle cantine. Con la possibilità di mangiare all'aria aperta, e con la voglia di stare fuori a contatto con la natura, la merenda sul prato - ma anche un vero e proprio pranzo - ha il “sapore” di un lento ritorno alla convivialità, con i cestini fai-da-te o take away a base di prodotti locali che non solo stanno tornando di moda, ma dettano il trend.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Iri: nei primi 4 mesi 2021, il vino in Gdo cresce del 20%. Adesso, però, inizia la “normalizzazione”

I primi quattro mesi 2021 mostrano numeri importanti per le vendite di vino in Gdo, che crescono del 20% a valore e dell'8% in volume sullo stesso periodo del 2020, per un giro d'affari che cresce così di 180 milioni di euro: è il dato di sintesi, presentato dall'istituto di ricerca Iri, nel webinar organizzato da Veronafiere “Il vino nella grande distribuzione tra riaperture e ripartenza dell'economia”, cui hanno partecipato Giovanni Mantovani, ad Veronafiere, Alessandro Masetti, responsabile Food industriale del prodotto Coop Italia, Gianmaria Polti, responsabile Beverage Carrefour Italia, Pietro Rocchelli, partner e ad Maurizio Rocchelli Srl, Mirko Baggio, rappresentante di Federvini e responsabile vendite Italia Gdo di Villa Sandi, e Enrico Gobino, direttore marketing Gruppo Mondodelvino e Unione Italiana Vini (Uiv). Tornando ai trend che hanno caratterizzato le vendite di vino in Gdo in questi primi 4 mesi del 2021, boom dell'online, che vale l'1,6% delle vendite complessive, contribuendo alla crescita del settore per 9 milioni di euro, e delle bollicine, cresciute di 11,1 milioni di litri venduti, ossia del 48,1%. A trainare gli sparkling sono i metodo classico, anche se il Prosecco vale la metà del fatturato complessivo della categoria spumanti. È facile immaginare il motivo di una tale performance: un anno fa il lockdown totale e la Pasqua sottotono depresso le vendite, mentre nel 2021 le chiusure di bar e ristoranti hanno spinto molti a spostare tra le mura domestiche l'aperitivo. Guardando all'andamento dei vini fermi, invece, si nota come la crescita si assottiglia mese dopo mese, tanto che ad aprile le vendite a volume entrano in territorio negativo: effetto della normalizzazione, e quindi delle riaperture, che per forza di cose porteranno ad una contrazione delle vendite in Gdo. Dove, comunque, molte cose sono cambiate in questi ultimi mesi. A partire dalla premiumizzazione dei consumi, un trend iniziato già da qualche anno, ma che la pandemia ha accelerato: si acquistano sempre più vini di fascia media e alta, specie a denominazione d'origine, perlopiù produzioni regionali (ma non solo), mentre i vini comuni, che pure nei primi 4 mesi del 2020 avevano vissuto un vero e proprio exploit, nel primo quadrimestre 2021 vivono una netta flessione (gli interventi integrali nell'approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il vino italiano riparte, tra richieste e nuove opportunità

Il vino italiano, che vale oltre 16 miliardi di fatturato ed è un “biglietto da visita” del made in Italy nel mondo, riparte. Un settore che ha sofferto la pandemia, a partire dalle chiusure dell'Horeca “con crediti incagliati per 500 milioni e perdite per 1,5-1,8 miliardi”, ha detto il presidente Uiv Ernesto Abbona al “Food Industry Summit” de “Il Sole 24 Ore”, chiedendo alla politica la sospensione dei pagamenti delle imposte e del versamento dell'Iva sui crediti commerciali insoluti. Ma che ha anche messo in campo la sua resilienza, con l'export 2020 a -2,3% per un fatturato oltre i 6 miliardi, e case history come quella delle cooperative (+1% di fatturato e +3% di export) che puntano forte sulla Gdo anche nel mondo, dove il consumo domestico imposto dal lockdown ha aperto un mercato che prima non c'era, in Usa, Uk, Giappone e Cina, ha spiegato Simon Pietro Felice, dg Caviro. Cina dove i dazi sui vini australiani stanno aprendo spazi per il vino italiano che, però, deve accelerare sui competitor, puntando su comunicazione e digitale, per Silvana Ballotta, ceo Business Strategies. Ma, per Riccardo Pasqua, bisogna andare con un messaggio unico di sistema Paese e affidarsi a consulenti locali. In Ue, l'Italia fa i conti la fake news del vino dealcolato, per cui Uiv chiederà un incontro al Ministro Patuanelli per una linea condivisa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Colors 721 e Colors 719: a Bordeaux i rosé di Famille Bouey in partnership con Pantone

Il colore è quello giusto, lo dice Pantone, leader nella catalogazione dei colori con il suo sistema di identificazione. Si chiamano “Colors 721” e “Colors 719”, i due rosé firmati dalla Famille Bouey, griffe di Bordeaux, nati dall'ispirazione e dall'interpretazione del Pantone 721 e del Pantone 719. Il primo è un Bordeaux Aop, 100% Merlot, il secondo un Igp Mediterranée, 100% Grenache, e guardano entrambi - nella partnership con Pantone e nelle scelte stiliste e di design, che vanno dalla bottiglia al marketing - al mercato dei Millennial e della Generation Z, driver del boom dei rosati di questi ultimi anni. Così, a Pantone Bouey ha chiesto di individuare due tonalità dal suo spettro di “rosa”, e su queste costruire un prodotto capace di mettere Bordeaux sulla mappa di una categoria appannaggio, almeno per ora, della Provenza.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Lo storytelling perfetto? La “Brunello Wine Stage”, tappa del Giro dedicata all'enogastronomia

Il Giro d'Italia nei territori del vino e del cibo italiani è un racconto perfetto della loro “anima”, fatta di natura, bellezze e culture stratificate, che è ricca di storia e di storie di uomini. È un esempio di storytelling in cui il ciclismo è un cronista perfetto. Come nella “Brunello Wine Stage”, ultima delle “eno-tappe” volute dal Giro (dopo quelle dedicate a Barolo e Barbaresco, Chianti Classico, dal Sagrantino al Franciacorta, dal Sangiovese di Romagna al Prosecco Docg), da Perugia alle strade bianche di Montalcino, che ieri hanno regalato spettacolo.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)