

La News



Il ritorno in presenza del vino italiano

Nonostante le difficoltà del 2020, il vino italiano ha limitato i danni, e adesso è pronto a tornare a raccontarsi e promuoversi nel mondo, attraverso le fiere internazionali in presenza, ed il supporto del digitale, per difendere i risultati ottenuti in Usa e provare a mettere la freccia in Cina, sfruttando il ban di Pechino all'Australia, puntando su qualità e sostenibilità delle nostri produzioni. È il messaggio alla filiera enoica da OperaWine e Vinitaly Preview, "firmato" dal presidente Ice-Agenzia, Carlo Ferro, dal Sottosegretario al Ministero degli Affari Esteri, Manlio Di Stefano, e dal dg Veronafiere Giovanni Mantovani (nell'approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Primo Piano

Vino e finanza: Italian Wine Brands acquisisce Enoitalia per 150 milioni di euro

Un colosso privato del vino da oltre 400 milioni di euro di fatturato, fortemente focalizzato sulla commercializzazione e la distribuzione. È quello che nasce dall'operazione che ha visto Italian Wine Brands, una delle poche realtà quotate in Borsa (sul listino Aim) trovare un accordo per l'acquisizione del 100% del capitale di Enoitalia della famiglia Pizzolo, realtà che, nel 2020, ha venduto 111 milioni di bottiglie per ricavi di 200 milioni di euro. Un'operazione che, al momento del closing, vedrà Italian Wine Brand versare al gruppo Pizzolo 150,5 milioni di euro, mentre il Gruppo Pizzolo reinvestirà in Italia Wine Brands con la sottoscrizione di 1,4 milioni di azioni ordinarie per un prezzo di 32,5 euro l'una (per un totale intorno ai 45,5 milioni di euro), acquisendo così una partecipazione del 15,9% del capitale sociale di Italian Wine Brands, e rimanendo comunque alla guida di Enoitalia. "Italian Wine Brands Spa, public company del segmento Aim di Borsa Italiana, uno dei principali player attivi nella produzione, distribuzione e vendita di vini italiani di elevata qualità a marchio proprio sui mercati internazionali, annuncia la sottoscrizione degli accordi - spiega una nota ufficiale - per l'acquisizione del 100% del capitale di Enoitalia Spa. Fondata nel 1986 e tutt'ora interamente controllata dalla famiglia Pizzolo, Enoitalia è uno dei principali produttori vinicoli italiani con circa 111 milioni di bottiglie vendute nel 2020, una quota di export pari ad oltre l'80% del fatturato e una posizione rilevante nella produzione e distribuzione di Prosecco, vini spumanti, frizzanti e fermi, sia bianchi che rossi. Dopo anni di costante e solida crescita, nel corso del 2020, Enoitalia ha realizzato Ricavi delle vendite per complessivi Euro 200,8 milioni, con un Ebitda di Euro 17,1 milioni e un indebitamento finanziario netto di Euro 1,1 milioni (dati contabili della società al 31 dicembre 2020 redatti secondo principi Oic). La società ha sede a Calmasino (Verona) e impianti produttivi all'avanguardia sia a Calmasino che a Montebello Vicentino (Vicenza). Gli accordi sottoscritti in data odierna prevedono che Italian Wine Brands acquisisca il 100% del capitale di Enoitalia sulla base di un Equity Value complessivo pari ad euro 150.500.000,00. Tale importo verrà corrisposto da Italian Wine Brands per cassa alla data del closing".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vino italiano ed Usa, rapporto inossidabile. Parola di WS

Che il rapporto tra vino italiano ed Usa sia del tutto particolare, non è una novità. Ma è una conferma importante, quella che, in questi mesi difficili, è arrivata dai numeri dell'export (un calo contenuto nel 2020 sul 2019, e ora, da aprile 2021, un trend che torna in positivo, secondo i dati dell'Osservatorio Vinitaly e Wine Monitor), ma anche dalle voci dei produttori e di chi, in negli Stati Uniti, il vino italiano lo racconta ogni giorno. Come hanno fatto a WineNews i vertici di "Wine Spectator" (nell'approfondimento ed in video), presenti ad "Opera Wine", la grande degustazione che ha segnato la ripartenza degli eventi in presenza della promozione del vino Italiano, con le 186 cantine icona del Belpaese riunite a Verona by Veronafiere. Lanciando un ideale ponte con uno degli eventi di promozione più attesi negli States, la "New York Wine Experience", di scena dal 21 al 23 ottobre, già sold out, che ha annunciato le "wine stars" dei seminari di approfondimento, che vedranno protagonisti, tra gli altri, due mostri sacri del vino italiano e mondiale come Piero Antinori, guida e storia della Marchesi Antinori, e Angelo Gaja, produttore icona del grande vino delle Langhe e d'Italia, oltre a Sting e Trudie Styler, produttori in Toscana, con Il Palagio (con la regia enologica di Riccardo Cotarella).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Ais ed istituzioni, per la cultura del vino

Rafforzare la diffusione della cultura del Vino e dell'Olio, sempre più in sinergia con le istituzioni, a partire da Ministeri come quello delle Politiche Agricole, degli Esteri, e della Cultura e dell'Istruzione, nel segno della formazione, tra i consumatori, sui mercati del mondo e tra i giovani. È uno dei messaggi della Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio dell'Associazione Italiana Sommelier (Ais). "Quest'anno - ha detto il presidente Antonello Maietta - rinnoviamo con i Ministeri coinvolti un protocollo importante, per agire sempre più efficacemente nella diffusione di una cultura enogastronomica. Dietro ogni vite e ogni olivo ci sono famiglie e territori. Ais ha una grande ambizione: veicolare in maniera efficace le loro storie e i loro prodotti, per lasciare una traccia tangibile, e perché la festa del vino e dell'olio sia finalmente ogni giorno".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Gli "Oscar del Vino" 2021 di Fis e Bibenda

Da Casanova di Neri a Ca' del Bosco, da Livio Felluga a Valentini, da Tenuta Secolo IX a Valle Isarco da Zidarich a San Giovenale, fino ad Encry, passando per i premi speciali andati a Quintarelli, Schloss Johannisberger e Piper Heidsieck: ecco i vincitori degli "Oscar del Vino" 2021, uno dei riconoscimenti più glamour e storici del vino italiano, firmato dalla Fondazione Italiana Sommelier e Bibenda guidate da Franco Maria Ricci, andato in scena in presenza, dopo lo stop del 2020, a Roma (Salone dei Cavalieri, Hotel Rome Cavalieri). Un altro segnale della ripartenza del vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Wine & Food

Vino, birra e pesce trainano la spesa alimentare: +2,9% nel primo trimestre 2021

L'emergenza Covid fa crescere al top del decennio la spesa alimentare delle famiglie, con un balzo del +2,9% nel primo trimestre del 2021 per effetto dei lockdown e delle restrizioni agli spostamenti che hanno spinto gli italiani tra le mura domestiche. Lo rivela un'analisi Coldiretti su dati Ismea, che evidenziano in controtendenza un andamento positivo degli acquisti alimentari rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, che non compensa tuttavia il crollo della ristorazione. A trainare la crescita sono soprattutto birra (+18,4%), vino (+14,5%, con l'aumento record degli spumanti del 55%) e le altre bevande alcoliche (+25,4%), segno, spiega Coldiretti, della tendenza degli italiani a spostare definitivamente tra le mura domestiche un rito consolidato e "consolatorio" sulle privazioni imposte dalla pandemia come l'aperitivo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vinitaly Preview: la ripartenza degli eventi fieristici in presenza e quella del mercato del vino

Segnali di forte rimbalzo dal 2021, entusiasmo e cauto ottimismo quello che si respira tra i grandi e piccoli produttori d'Italia, riuniti da Veronafiere. Con la ristorazione che riparte in tutto il mondo, in tanti raccontano numeri in crescita addirittura sulla prima metà del 2019, ultimo anno pre-pandemia. E la possibilità di tornare ad incontrarsi di persona per condividere brindisi, visioni e fare business, dopo tanto digitale (che resterà come completamento), sarà fondamentale.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)

