

## La News



### "Premio Gavi 2021" a Castello Banfi

In tempo di pandemia, ha deciso di puntare sul vino e la cultura segnando la ripartenza degli eventi in presenza con "Jazz & Wine in Montalcino" (nel 2020, ndr), coinvolgendo il suo territorio; ha stretto un accordo con UniCredit per l'accesso alla liquidità dei fornitori, con un plafond di 6 milioni; e ha fatto nascere il "Banfi Brunello Ambassador Club" per chi ha contribuito alla crescita del Brunello nel mondo. È Castello Banfi a vincere il "Premio Gavi La Buona Italia 2021" promosso dal Consorzio del Gavi (con WineNews in giuria). "Menzione Speciale" ad Umani Ronchi della famiglia Bernetti ed ai Consorzi Vini Montefalco e Valcalepio per come hanno affrontato l'emergenza.

**Approfondimento su WineNews.it**



## BERTANI

## SMS

### Patuanelli, Parmigiano e Grana vs Nutriscore

Il fronte interno contrario al Nutriscore è sempre più compatto. A rispondere alla netta presa di posizione - unitaria - dei due Consorzi principali del made in Italy da esportazione, quello del Parmigiano Reggiano e quello del Grana Padano, che in un cda congiunto hanno definito i sistemi di etichettature a semaforo "pratiche svalorizzanti", è il Ministro delle Politiche Agricole Stefano Patuanelli. Che, a WineNews, ha ribadito l'appoggio del Governo all'iniziativa, netta, dei due Consorzi. "Sul nutriscore abbiamo già detto tutto quello che c'è da dire, e continueremo a dirlo in tutte le sedi in cui saremo chiamati a farlo. È un sistema di condizionamento del mercato, e non di informazione, e il mercato non ha bisogno di essere condizionato ma di essere informato. Il nutriscore siamo assolutamente convinti che sia una scelleratezza da fermare".

**Approfondimento su WineNews.it**



## Cronaca

### Italesse e i calici per il vino nello spazio

Sperimentare idee e calici ad hoc per degustare il vino nello spazio, in assenza di gravità, magari anche per migliorare, in futuro, le esperienze di degustazione sulla Terra: è uno degli obiettivi del progetto "Space 4Inspiration", il primo Corso al mondo di Space Design del Politecnico di Milano, e unico corso riconosciuto dall'Agenzia Spaziale Europea (Esa), che tra i suoi partner vedere un top brand della cristalleria italiana, come la triestina Italesse, leader italiano nella produzione di calici e accessori professionali per il vino.

**Approfondimento su WineNews.it**



## Primo Piano

### La comunicazione del vino post-Covid? Più social, più sul prodotto e più vicino al consumatore

La resilienza e la capacità imprenditoriale tanto delle aziende quanto dei Consorzi che non hanno subito passivamente le conseguenze di una crisi globale, ma hanno saputo adattarsi rapidamente ad uno scenario tanto drammatico, quanto inatteso; un vero e proprio "travaso" delle attività tradizionali di comunicazione e promozione nei canali digitali, che ha permesso al vino italiano di riavvicinarsi notevolmente ai consumatori finali, con i quali in passato il dialogo era stato molto spesso delegato a soggetti quali, ad esempio, i ristoratori o le insegne della gdo; e, non ultimo, con il protagonista delle attività di comunicazione e marketing che è stato soprattutto il prodotto. Ecco quello che emerge dall'analisi delle azioni di comunicazione e marketing del vino italiano nella pandemia in "Il Vino 2021: One Year After", primo Rapporto sul tema commissionato dal Consorzio del Gavi, con il Laboratorio Gavi, e condotto dallo Iulm Wine Institute (Iwi) di Milano, con il contributo di Uiv-Unione Italiana Vini, Federdoc, "Il Corriere Vinicolo" e WineNews. Secondo il quale, se è vero che la maggioranza delle aziende e dei Consorzi italiani oggetto del Rapporto - rilevati attraverso un mix tra survey quantitativa e review del posizionamento digitale - ha prontamente risposto alla crisi innescata dall'emergenza attivando iniziative su canali finora marginalmente utilizzati, per cogliere tutte le opportunità che ne sono derivate è necessario che questi cambiamenti e questa evoluzione siano guidati da una visione e da una strategia di lungo periodo, nella promozione e nella comunicazione come nell'approccio commerciale. Nel dettaglio, il lancio di nuovi prodotti ha interessato il 51% delle aziende per contrastare la crisi dei consumi nel canale Ho.Re.Ca. Le principali iniziative rivolte ai consumatori sono state invece le degustazioni e l'apertura di store online, e la creazione di tour virtuali. Nei rapporti con il trade, invece, l'utilizzo di chat commerciali è stata l'attività più intensificata. E per interfacciarsi con gli appassionati ma anche con le proprie aziende, anche i Consorzi hanno incrementato i canali digitali, a partire da Instagram (86%), Facebook (82%) e dal sito web (75%), con degustazioni online (64%), coinvolgendo blogger e influencer (57%) ma anche promuovendo l'e-commerce delle aziende (43%).

**Approfondimento su WineNews.it**

## Focus

### "Il Tempio del Brunello", tra vino e storia del territorio

Da un lato la ricchezza artistica millenaria del territorio, dall'altro quella agricola enogastronomica, rappresentata dal Brunello di Montalcino in primis, ma non solo. Due pilastri dell'economia e della storia di Montalcino, uno dei territori del vino più importanti nel mondo, che ora iniziano un percorso di valorizzazione reciproca e comune, con il progetto "Il Tempio del Brunello". Un museo innovativo e immersivo, nato nel trecentesco Complesso Monumentale di Sant'Agostino a Montalcino, meta ogni anno di milioni di enoturisti, e che unisce storia, archeologia, arte, cultura e paesaggio, ma anche commercio, artigianato e la promozione degli altri preziosi prodotti del territorio (dal miele allo zafferano, dall'olio ai tartufi, dalla pasta biologica alle prugne) con la regia e l'investimento privato di Opera Laboratori, società leader nei servizi museali di Musei che vanno dagli Uffici ai Musei Vaticani, dal Parco Archeologico di Pompei ed Ercolano alla Reggia di Caserta, dal Duomo di Siena a quello di Spoleto, che lo ha promosso nel progetto nel progetto "L'Oro di Montalcino", insieme al Comune di Montalcino, al Consorzio del Brunello e all'Arcidiocesi di Siena, Colle di Val d'Elsa e Montalcino, dal Comune di Montalcino.

**Approfondimento su WineNews.it**



## Wine & Food

### Decreto Rilancio: tra incentivi, solidarietà e reddito di cittadinanza nei campi

Rifinanziamento della "Nuova Sabatini" (con 600 milioni di euro); aumento della dotazione del Fondo di solidarietà da 105 a 160 milioni di euro; rifinanziamento di 5 milioni di euro del Fondo agrumi per il 2021; proroga per il 2021 della norma che consente l'impiego in agricoltura dei percettori di strumenti di sostegno al reddito: sono alcuni degli emendamenti approvati ieri in Commissione Bilancio alla Camera dei Deputati, chiesti e sostenuti anche da Confagricoltura, che li considera interventi di assoluta priorità. In particolare, l'aumento del Fondo di Solidarietà per Calamità si allarga al settore apistico, con 5 milioni di euro, adesso riservati, e comprende anche i danni da grandinate. È un segnale che va incontro alle aziende, benché la cifra non sia sufficiente a coprire adeguatamente le richieste delle imprese colpite.

**Approfondimento su WineNews.it**



## WineNews.tv

### Armonia tra arte, natura e vino, che si ritrova nel calice: i Colli Berici e i "vini del Palladio"

Con Giovanni Ponchia (direttore Consorzio Vini Colli Berici e Vicenza), Marcella Tofano (Punto Zero) e Stefano Inama (Inama), alla scoperta di un territorio ancora integro, quanto poco conosciuto. Capace di esprimere vini pronti da bere giovani, ma anche capaci di invecchiare molto a lungo, e che beneficiano del bello disegnato dalle Ville Palladiane. E che, in tre parole, si riassume in "natura, equilibrio e pace".

**Approfondimento su WineNews.tv**