

La News



**“Under Water Wines”, lusso dagli abissi**

Distinguersi. È il mantra imposto a qualsiasi mercato da un consumatore sempre più esigente, sotto ogni punto di vista. Si spiega - anche - così la crescita di una nicchia come quella degli “Under Water Wines”, i vini affinati sott’acqua. Non una novità, ma ancora un puntino nell’universo enoico, fatto da 36 aziende in tutto il mondo, e una produzione che non supera le 200.000 bottiglie. Di esempi ce ne sono anche in Italia, ma solo uno nato per fare dell’affinamento subacqueo il proprio core business: “Jamin”, sul mercato dal 2018 e pronta a crescere ancora, grazie al mezzo milione di euro raccolto attraverso il crowdfunding sulla piattaforma “Mamacrowd”.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



**BERTANI**

SMS

**Fipe: “si Green Pass, no restrizioni”**

La bella stagione e gli spazi all’aperto hanno consentito a molti ristoranti e bar, soprattutto nelle località turistiche al mare, in montagna e nelle campagne, di lavorare a pieno regime (con un giro di affari superiore di 3 miliardi all’estate 2020, ma inferiore di 2 su quella del 2021, in questi mesi estivi, con qualche sofferenza in più segnalata nelle grandi città d’arte). Ma nonostante tutto i contagi da Covid tornano a crescere, i primi temporali e soprattutto la prossima ripartenza a pieno regime di scuole ed attività produttive, amplificano l’attenzione ed il dibattito sul tema dei vaccini e dell’estensione del Green Pass. Caldeggiato dalla Fipe-Confindustria, che avanza una richiesta come “priorità ineludibile: la fine della stagione delle misure restrittive a carico delle imprese”.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**La grappa ha la sua influencer**

Anche la grappa ha la sua influencer: Francesca Bardelli Nonino, 31 anni, ultima generazione della Nonino, la storica azienda di famiglia guidata da Benito e Giannola Nonino con le figlie Cristina, Elisabetta ed Antonella, della quale cura la comunicazione, con professionalità, passione, spontaneità e successo, tradotto in un vero e proprio boom di followers, da Instagram a Facebook, fino a LinkedIn. Ma anche con una sua battaglia per continuare la rivoluzione della grappa iniziata dai nonni: la trasparenza in etichetta.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**Vino, ecco il bando Ocm per la Promozione nei Paesi Terzi, per sostenere la ripresa dell’export**

Con la vendemmia che prende corpo in tutta Italia, come accade da anni, in questi mesi più che mai, i produttori hanno i piedi nella vigna, e la testa ai mercati del mondo. Che, dopo mesi difficili, stanno rispondendo bene, come testimoniano tanto i dati Istat sui primi 5 mesi analizzati da WineNews, che parlano di esportazioni in crescita del +11,2% sullo stesso periodo 2020, a 2,6 miliardi di euro, e anche di un importante +6,3% sul 2019 del record, sia i dati sul semestre nei 12 mercati più importanti raccolti dall’Osservatorio Vinitaly-Wine Monitor, che raccontano di un +7,1% sul 2020 e di una crescita del 6,8% sul 2019. Mercati stranieri fondamentali, che da tempo valgono oltre la metà del fatturato delle cantine tricolore, e che vanno coltivati con una promozione che, dopo un anno e mezzo di sostanziale stop, salvo sporadiche iniziative in presenza e altre a distanza ed on line, è pronta a tornare a muoversi a pieno ritmo, pandemia permettendo. E, per farlo, arrivano le risorse della misura promozione nei Paesi Terzi dell’Ocm Vino 2021/2022, per la quale è appena stato pubblicato dal Ministero delle Politiche Agricole il bando nazionale (dal quale poi, come sempre, deriveranno quelli regionali, che valgono oltre 70 milioni di euro). 23,2 i milioni di euro previsti dal bando appena aperto, che potranno essere integrati, sempre per i progetti di portata nazionale, da eventuali risorse non spese dalle campagne precedenti. Misura che è andata di fatto incontro ad una richiesta congiunta di tutta la filiera, per non vedere vanificate le risorse che non si è potuto spendere nella programmazione 2020/2021 a causa della Pandemia. La realizzazione dei progetti che verranno approvati (come sempre cofinanziati al 50% da fondi pubblici e al 50% da risorse private), potranno essere realizzati a decorrere dal 1 marzo 2022, con scadenza il 31 dicembre per i soggetti beneficiari che richiederanno l’anticipo del pagamento, e, al 30 agosto 2020, per chi non richiederà l’anticipo. Saranno finanziabili “azioni in materia di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità, che mettano in rilievo gli elevati standard dei prodotti dell’Unione, in particolare in termini di qualità, di sicurezza alimentare o di ambiente”, la “partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale”, e non solo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**“Campania felix”, tra nuove annate e bellezze Unesco**

Le nuove annate dei suoi vini, dal Taurasi al Greco di Tufo, dal Fiano di Avellino all’Aglianico del Taburno, e non solo, oltre 40 chef stellati che ne fanno una vera e propria “patria” dell’alta cucina e bellezze grazie alle quali è la prima Regione d’Italia per riconoscimenti Patrimonio dell’Unesco. Tra i territori che sembrano aver compreso l’importanza di una comunicazione che metta insieme tutto quello che hanno di più importante, una Campania “Semper Felix” si racconta a “Campania Stories 2021”, anteprima diffusa ed itinerante sulle tracce dell’origine della fortunata “denominazione” di Plinio il Vecchio e che riporta all’epoca dei “Grand Tour”, con 88 cantine protagoniste tra Pompei, la Terra degli Dei e la Costiera Amalfitana (30 agosto-4 settembre). E con l’export delle 15 Doc e 4 Docg, oltre a 10 Igp, che vale 52.390.000 euro nel 2020 (dati Istat analizzati da WineNews), e un’ultima annata come la vendemmia 2020 trasversalmente positiva e definita “neoclassica”, con vini solari, armonici ed in evoluzione, a “sorridere” alla Campania è anche la tendenza che emerge dall’Osservatorio Immagino 2021 by GS1 Italy, per la quale le specialità regionali italiane stanno vivendo un’epoca d’oro, e la regione è tra quelle che sviluppano più vendite sulla media nazionale, facendo da traino per il turismo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**La birra resta la bevanda preferita degli americani. Mentre il vino domina tra le donne**

Il più grande competitor del vino italiano nel mercato Usa, fondamentale per le cantine del Belpaese e per i produttori di vino in generale, era e resta la birra, che, nel complesso, è da oltre 25 anni la bevanda alcolica preferita dagli americani. A dirlo un sondaggio dell’agenzia Gallup. Certo la forbice tra chi preferisce la birra ed il vino si è ristretta, perché se nel 1996 la birra vinceva con il 47% delle preferenze sul 27% del vino, oggi il divario è del 39% al 31%. Quello che cambia, in maniera importante, è la preferenza accordata al vino per genere ed età. Ad indicare il vino come bevanda preferita, infatti, è ben il 49% delle donne, contro il solo 15% degli uomini. Il vino, ancora, è la bevanda preferita per il 22% delle persone tra i 18 ed i 34 anni, per il 28% di quelle fino a 58 anni, per il 42% degli over 55 americani.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**L’enoturismo al tempo del Green Pass visto dalla Puglia, tre le mete al top**

Le riflessioni sul presente e sul futuro di Massimiliano Apollonio, alla guida di Apollonio Vini e presidente Movimento Turismo del Vino Puglia: “le difficoltà ci sono state, ma il Green Pass poi ha aiutato, perché tutti si sentono più sicuri. Ma per rimanere ai vertici dell’accoglienza, in Puglia come in Italia, è fondamentale investire di più in formazione e professionalizzazione delle persone, non è più possibile improvvisare: dobbiamo offrire qualità”.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)