

La News



**Trent'anni di "Cantine Aperte"**

Da un bike tour tra Lugana e Valpolicella con Zenato al vino & l'arte da Bortolomiol e Astoria tra i filari del Prosecco, da Vivallis, la "cantina di Fortunato Depero", al Muvit-Museo del Vino di Lungarotti e "A tavola con il vignaiolo" Giampaolo Farchioni a Terre de La Custodia, da Feudo Antico per assaggiare il Pecorino prodotto con Niko Romito, a Donnafugata che apre per la prima volta tutte le Tenute, dal Casato Prime Donne (di Donatella Cinelli Colombini, fondatrice del Movimento) ai pony tra i vigneti de Il Borro per i bambini: il 28 e il 29 maggio sono oltre 600 le "Cantine Aperte" in tutta Italia, nei 30 anni dell'evento del Movimento Turismo del Vino (nato a Montalcino).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



**BERTANI**

SMS

**Ucraina, sfamare chi scappa dalla guerra**

Di fronte ad ogni tragedia, in qualsiasi angolo del mondo accada, la "World Central Kitchen", l'associazione no-profit fondata dallo chef spagnolo José Andrés, sa farsi trovare pronta, facendo ciò per cui è nata: sfamare chi ne ha bisogno. Anche, ovviamente, in Ucraina, dove l'emergenza alimentare causata dall'invasione russa rischia di contagiare tanti altri Paesi. Sono 27 milioni i pasti garantiti sin qui ai rifugiati, grazie alla solidarietà di privati e aziende, anche del vino. Come Quilceda Creek, griffe dello Stato di Washington e punto di riferimento per tutto il territorio con il suo Cabernet Sauvignon, capace di raccogliere più di 305.000 dollari. Merito, da un lato, dei membri del wine club di Quilceda Creek - che hanno acquistato, en primeur, in meno di un'ora, le ultime annate dei bianchi di Quilceda Creek - e, dall'altro, della generosità della famiglia Golitzin.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**Nasce la cattedra Unesco dei paesaggi rurali**

Si chiama "Agricultural Heritage Landscapes", ed è la prima cattedra Unesco dedicata alla promozione ed alla valorizzazione dei paesaggi del patrimonio agricolo, istituita dall'Università di Firenze, terza cattedra Unesco dell'Ateneo, tra le 39 in Italia. Nata per favorire lo scambio di conoscenze tra mondo accademico e società civile a livello internazionale avrà come titolare Mauro Agnoletti, docente di Pianificazione del Paesaggio e Storia del Paesaggio e dell'Ambiente nel Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agrarie, Alimentari, Ambientali e Forestali (Dagri).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**Vino e gdo, nei primi 4 mesi 2022 -10,7% in valore sul 2021. E tante incognite sul futuro**

Se la grande distribuzione, nella seconda parte del 2020 e per quasi tutto il 2021, è stata il vero argine al calo dei consumi di vino, con crescita a doppia cifra sul 2019 - ultimo anno di una normalità pre pandemia a cui pian piano stiamo tornando (con lo scorso anno chiuso a 3 miliardi di euro, +2,1% in valore, nonostante un calo dei volumi del -2,2% sul 2020), ed è stata capace di assorbire una parte dei brindisi che non si sono potuti celebrare al ristorante, tra chiusure e restrizioni, un calo, nel 2022, era abbastanza previsto e fisiologico, e nei valori assoluti si rivela significativo se paragonato all'avvio del 2021. Ma è un calo che va guardato, come spesso accaduto in questi anni, riferito al 2019, e soprattutto in prospettiva. Parliamo dai dati Iri sui primi 4 mesi 2022, analizzati da WineNews: in Iper e Supermercati, e nel libero servizio piccolo, tra gennaio ed aprile 2022, si sono mossi 153,4 milioni di litri di vino per 567,1 milioni di euro, con un calo del -10,7% in valore e del -11% sullo stesso periodo del 2021. Con il vino in bottiglie da 0,75 litri che continua a fare la parte del leone, con più della metà dei volumi, e la gran parte dei valori (446 milioni di euro), ma che perde il -11,5% in valore ed il -12,7% in volume. Numeri che, ad un'analisi decontestualizzata, sarebbero catastrofici, ma che, di fatto, raccontano un ritorno alla situazione pre-pandemia. E più che il recente passato, a tenere alta la tensione è il prossimo futuro, come spiega, a WineNews, Virgilio Romano (Iri). "Questi dati non sorpremono - spiega Romano - ma ci attende una seconda parte di 2022 piena di incognite. A parità di scenario, con una seconda metà dell'anno "libera" come è stato nel 2021, direi che le cose più o meno andrebbero nello stesso modo. Ma dobbiamo considerare che, in questi primi 4 mesi dell'anno, i prezzi allo scaffale non sono aumentati, cosa che, invece, da ora in poi, almeno in parte, avverrà. Gli operatori parlano di rincari che vanno dal +10% al +20%. Non si scaricheranno tutti sul prezzo finale, ma ci sarà da capire come reagiranno i consumatori. Probabilmente le bollicine continueranno a performare meglio del comparto nel suo complesso. Realisticamente, aspettarsi qualche miglioramento rispetto al trend attuale può essere plausibile, ma non in maniera importante".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**Il processo d'acquisto del consumatore sempre più online**

Gli ultimi acquisti effettuati dagli italiani nei settori fashion, beauty, food e home rivelano un'importanza sempre più rilevante del canale online, e anticipano un quadro del processo d'acquisto dei consumatori del Belpaese in cui fisico e digitale trovano ruoli ben definiti. Lo smartphone è lo strumento più utilizzato per l'acquisto di pasti pronti (2 su 3), di fashion e prodotti alimentari enogastronomici (42,3%), il Pc è invece il canale preferito per la categoria home, mentre la spesa alimentare avviene prevalentemente in negozio (68%), e gli acquisti beauty passano per tutti e tre i canali. Considerando l'intero processo d'acquisto - dalla ricerca di informazioni sul prodotto al suo pagamento - la spesa alimentare è il settore in cui tutti i passaggi avvengono più frequentemente in modo tradizionale (62%). Mobili (56,6%) e accessori per la casa (58,1%) sono le categorie in cui il customer journey è maggiormente online, mentre formule ibride sono diffuse per pasti pronti (22%) e fashion (21%). Ecco le principali evidenze che emergono dall'indagine di Netcomm, in collaborazione con Magnews, che ha studiato il customer journey degli acquirenti any-channel (online o offline) di prodotti fashion, beauty, food e home (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**"Il tempo è galantuomo" nel rivelare un territorio e il suo vino: le nuove annate di Romagna**

Il Sangiovese su tutti, l'Albana, ma anche Pignoletto, Rebola, Famoso e Longanesi, per citare alcune delle anime vinicole della Romagna, che ha svelato la sua bellezza e la sua varietà, ma anche la capacità dei suoi vini di confrontarsi con il tempo, a "Vini ad Arte" 2022, Anteprima organizzata dal Consorzio Vini di Romagna (di cui fanno parte 7 cantine cooperative, 103 produttori vinificatori, 5 imbottigliatori, per un totale di 5.200 aziende viticole), in collaborazione con l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna e il Mic - Museo Internazionale delle Ceramiche di Faenza. Che tra assaggi (i migliori di WineNews in approfondimento) e paesaggi, hanno raccontato un territorio vasto e ricco di bellezza e storia, dove vitigni e territori, con le sottozone, sono sempre più valorizzati dal lavoro di viticoltori e produttori.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**Dalla Toscana, e dalla storica Dievole, riflessioni sulla grande bellezza dei territori del vino**

La visione di imprese, nelle parole di Stefano Capurso (Dievole), Filippo Mazzei (Castello di Fonterutoli), Laura Bianchi (Castello di Monsanto) e Marco Pallanti (Castello di Ama) ed istituzioni (l'Assessore all'Agricoltura della Regione Toscana, Stefania Saccardi, e di Filippo Giabbani, responsabile delle Politiche ed Iniziative regionali per l'attrazione degli investimenti), tra accoglienza, arte ed investimenti sul territorio.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)