

La News



Una "tempesta (quasi) perfetta"

L'inflazione non corre più come mesi fa ma è ancora elevata, ed erode il potere di acquisto delle famiglie. I costi delle materie prime calano ma restano alti, e il rialzo dei tassi da parte della Bce ha fatto schizzare il costo del denaro e dei mutui. Una tempesta economica perfetta, che impatta su tutti i settori dell'economia, vino incluso. Con le imprese, che siano grandi aziende strutturate, griffe di eccellenza o gruppi cooperativi, che, dicono a WineNews, fanno i conti con margini ridotti e modelli gestionali da rivedere, anche alla luce di un accesso al credito oneroso. Ma senza panico, perché il settore è solido ed è stato capace di superare molte crisi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Primo Piano

Inflazione, costo del denaro e consumi a rilento pesano sulle cantine italiane. Ma niente panico

La situazione economica mondiale impatta sulla gestione aziendale anche nel vino, già alle prese con una vendemmia 2023 difficile, ma che non perde ottimismo, come spiegano, a WineNews, i manager di importanti realtà. "Dopo l'euforia post-Covid, c'è più riflessione da parte dei mercati - per Renzo Cotarella (Antinori) - e un po' di rallentamento, ma senza grandi difficoltà, almeno per i vini ultra-premium (sopra 10-15 euro a scaffale), mentre sono i vini meno costosi a temere una riduzione dei consumi". "Nell'alto di gamma non vediamo ancora effetti negativi - osserva Giampiero Bertolini (Biondi-Santi) - ma dai segnali che arrivano da Usa e Uk, ci aspettiamo un rallentamento nella fascia intermedia". Per Ettore Nicoletto (Angelini Wines & Estates) "nel mercato interno avevamo più speranze sull'on-trade, ma il meteo ha impattato sul turismo e sui consumi fuoricasa. All'estero, assistiamo a forti fenomeni di destoccaggio, per allinearsi alla domanda. Ma dobbiamo considerare il 2023 come un anno di consolidamento, per prepararsi ad un 2024 in ripresa". "Le aziende con le spalle grosse stanno reggendo il colpo, e anche da questa vendemmia porteranno a casa meno uva ma di qualità - spiega Lamberto Frescobaldi - ma dobbiamo pensare alla nostra clientela che, anche nel turismo, si muove e spende meno". Per Marco Caprai "questa stagione avrebbe dovuto portare grandi investimenti in agricoltura, tra Pnrr e altre misure, ma a fronte di molte risorse a disposizione, si rischia che le aziende non abbiano credito per realizzarli". "Finora abbiamo lavorato in un mondo a tassi bassi, ora a tassi alti, e dobbiamo rivedere il modo di agire. Ma è anche una fase in cui i rialzi dei listini sono stati digeriti dal sistema", spiega Alessio Planeta. "Il 2023 ci ha lasciati pochi strumenti per fare investimenti - dice Roberta Corrà (Gruppo Italiano Vini) - ma dobbiamo già guardare al 2024 pensando alla promozione ed a negoziare con la distribuzione. Serve ottimismo per far ripartire i consumi e ridare spinta alle aziende". "E dobbiamo stare molto attenti a non fare sbagli, come offrire vini a prezzi stracciati", dice Hans Terzer (San Michele Appiano). "Però - per Marco Nannetti (Cevico) - dobbiamo partire almeno dal blocco se non dalla riduzione dei tassi di interesse, per permettere alle famiglie un consumo di vino più costante".

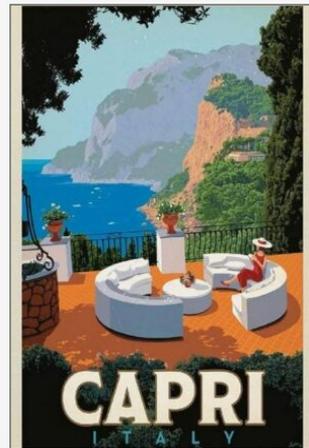
[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

L'amore dei vip per il Belpaese e lo stile di vita italiano

Vivere un "giorno da italiani", almeno finché non vengono riconosciuti. Continua ad essere questo anche per i vip il desiderio che si avvera nelle loro vacanze italiane. Spinto dai racconti di viaggio dei più importanti letterati del passato e dalle vedute dipinte dei più grandi artisti di ogni epoca, prima ancora che dalle immagini-icona dell'Italia nel cinema, si può dire che l'amore delle star per il Belpaese è nato prima di Hollywood. Nell'alimentare il sogno della "dolce vita", cucina e vino giocano un ruolo importante - non c'è celebrities che non sia stata immortalata almeno una volta a tavola - accanto alla scelta delle mete, un tempo le località più glamour, oggi anche i piccoli borghi rurali ed i territori del vino, simbolo della bellezza dell'Italia dei mille campanili, della sua storia e cultura, dei suoi paesaggi e della sua biodiversità, che li sorprende nel calice e nel piatto. Tutte cose che affascinano i vip di ieri e di oggi e, diciamo pure, sono il miglior spot per l'Italia, che fa bene anche al nostro mondo, quello del cibo e del vino. E l'estate 2023 non fa eccezione, con una vera e propria carrellata di vip in vacanza in Italia, da Robert De Niro a Leonardo Di Caprio, da Keanu Reeves a Russel Crowe, da Oliver Stone a Tom Cruise, da Michael Douglas e Catherine Zeta-Jones ad habitués come George Clooney ed Helen Mirren.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

L'export agroalimentare a 32 miliardi di euro

L'export agroalimentare italiano, nel primo semestre 2023, sfiora i 32 miliardi di euro in valore, mettendo a segno una crescita dell'8,6%, nonostante le tensioni internazionali sugli scambi mondiali di beni e servizi legati alla guerra in Ucraina. Emerge dall'analisi Coldiretti dei dati Istat sul commercio estero a giugno 2023. Tra i mercati principali, la crescita più netta per il Made in Italy agroalimentare si registra in Francia, con un aumento del 15,5%, davanti a Gran Bretagna (+12,6%) e Germania (+11,6%), che resta, comunque, il principale mercato di sbocco, secondo Coldiretti. Ma il cibo tricolore va forte anche in Russia, in aumento del 10,5%, e in Cina (+3,2%). Tra i prodotti il re dell'export si conferma il vino, davanti a frutta e verdura fresca, ma recitano un ruolo importante anche pasta, formaggi, olio d'oliva e salumi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Franciacorta, vendemmia al via

E la Franciacorta il primo dei grandi territori del vino italiano a dare il via alla vendemmia 2023: inizia oggi, sotto i migliori auspici, la raccolta dell'uva in alcune aree della denominazione. Quella di Chardonnay, Pinot Nero, Pinot Bianco ed Erbatmat entrerà a pieno regime nelle prossime settimane. L'annata 2023 si è differenziata notevolmente su quella del 2022 per quanto riguarda l'aspetto meteorologico: le piogge sono state abbondanti se confrontate con il clima caldo e secco dello scorso anno, i vigneti presentano un buon carico produttivo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Con il ritorno alla normalità del trasporto aereo, torna a correre il canale Global Travel Retail

Passata la pandemia, il mondo è tornato alla normalità. Con un'eccezione: il trasporto aereo, ancora lontano dai numeri pre-Covid. Cosa c'entra il settore wine & spirits? Molto più di quanto si possa immaginare, perché gli aeroporti, ogni giorno, sono popolati da milioni e milioni di viaggiatori, che sono anche consumatori. E in quanto tali, acquistano bottiglie di vino, Champagne e superalcolici nei duty free, creando un'economia parallela di una certa rilevanza. Guardando ai singoli prodotti, il Gin ha guidato la ripresa degli alcolici sul canale Global Travel Retail, e le vendite di Tequila e Mezcal hanno superato i livelli del 2019 nel 2022, con i Whisky al +77%, secondo Iwsr. Ancora meglio nel 2022 ha fatto lo Champagne, le cui vendite sono cresciute del +83%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

I Colli Orientali del Friuli, terra di confine dove la storia si intreccia con vino e gastronomia

A WineNews il racconto, tra Picolit e Schioppettino, Ribolla Gialla e Tocai Friulano, di Paolo Valle (Presidente Consorzio Friuli Colli Orientali e Ramandolo), Annalisa Zorzettig (Zorzettig), Matteo Bellotto (Brand Ambassador Consorzio Friuli Colli Orientali e Ramandolo), Patrick Fantini Corazza (Friuli Italian Wines), Alberto D'Attimis Maniago (D'Attimis Maniago), Lara Boldarino (Azienda Agricola Rodaro), Elena Di Ronco (Osteria da Avise - Carnia), Emanuele Scarello (Ristorante Agli Amici - Udine) e Matteo Metullio (Harry'S Piccolo Restaurant & Bistrò - Trieste).

[Approfondimento su WineNews.tv](#)