

La News



Calano le vendite di vino in gdo

Eredità della pandemia, gli eccessi che nel 2022 avevano livelli ben più alti del pre-pandemia, dall'uso della tecnologia alla "cibo-mania", nel 2023, tornano a ridursi tra gli italiani. Nel calo dei consumi dovuto all'inflazione, la rinuncia ai prodotti non "necessari" vede diminuire in Italia anche quelli di alcolici, a -2% nel 2023 sul 2022. E le vendite di vino in gdo fanno registrare un -4,6% (giugno 2023 su 2022), con la percentuale in diminuzione anche nel lungo periodo (-6,4% sul 2019). I vini verso i quali i consumatori mostreranno maggior attenzione nei prossimi 2-3 anni? Low (49%) e no alcol (24%). A dirlo, sono i dati analizzati da Coop per WineNews.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

La "Vigna di Leonardo" chiude le porte

Il museo di Casa degli Atellani, che, al suo interno custodisce anche la "Vigna di Leonardo" - dove è stato riprodotto anche il "Vino del Genio", grazie da un lavoro di ricerca storica e scientifica condotta dalla Facoltà di Scienze Agrarie di Milano, in collaborazione con il professor Attilio Scienza, che ha scoperto e identificato il Dna originario della vite, rendendone possibile il reimpianto, ma da una idea del wine critic Luca Maroni - non sarà più accessibile ai turisti dall'1 ottobre. La Casa degli Atellani, alla fine del 2022 era passato dai discendenti dell'imprenditore e senatore Ettore Conti e di Piero Portaluppi al gruppo Lvmh di Bernard Arnault, e già da allora era chiaro che il futuro di quel piccolo gioiello eno-culturale che è la "Vigna di Leonardo", ripiantata nel 2014 e inaugurata nel 2015 per l'Expo, fosse quantomeno incerto.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Ornellaia Vendemmia d'Artista, l'asta on line

Torna on line una delle aste charity più attese dagli appassionati di grandi vini da collezione: dal 7 a 21 settembre i grandi formati della Vendemmia d'Artista di Ornellaia, annata 2020, "La Proporzioni" interpretata da Joseph Kosuth, saranno all'incanto via web da Sotheby's. Ennesima edizione di un progetto che, fino ad oggi, ha distribuito oltre 2,3 milioni di dollari ad istituzioni culturali di primo piano. Come la Fondazione Solomon R. Guggenheim e al progetto "Mind's Eye", a cui anche quest'anno sarà destinato il ricavato dalla vendita dei lotti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

"Rapporto Coop 2023", i carrelli diventano leggerissimi: -3% di vendite nel primo semestre 2023

Campioni nelle rinunce, gli italiani convivono con un'economia familiare sempre più ristretta che li obbliga a moltiplicare nella quotidianità, e i loro carrelli diventano leggerissimi: -3% la variazione delle vendite a prezzi costanti nel primo semestre dell'anno e in previsione 2024 su 2023 il 60% dei manager si aspetta un'ulteriore riduzione seppur modesta (-0,5%). La spesa diventa più frequente, il risparmio fa piazza pulita della fedeltà al canale di acquisto e discount e Mdd sono ancora di salvezza per 8 su 10. A farne le spese, è anche l'identità alimentare degli italiani: 1 su 5, soprattutto baby boomers e lower class, ha abbandonato i dettami della tradizione, del territorio e delle tipicità. Intanto si fanno strada le nuove tendenze a tavola: il plant-based (+9% di vendite anno su anno), lo sugar free, la predilezione per proteine e healthy, oltre alla volontà di contribuire con la propria dieta a migliorare il pianeta, con 5,1 milioni di italiani che dichiarano di alimentarsi a spreco zero, 2,8 che si definiscono redudcetariani e 1,4 climatariani. E la fotografia del "Rapporto Coop 2023", presentato oggi a Milano, e per il quale, tra guerra, climate change e inflazione, anche per l'Italia i futuri possibili non sono mai stati così tanti, e anche cupi: esaurita l'euforia post-Covid del 2021-2022, e dopo aver riguadagnato nel primo semestre i livelli pre-pandemici, con gli italiani che si sono concessi pranzi e cene in estate, seppur con oculatezza, nei prossimi mesi il 36% intende ridurre i consumi contro solo l'11% che pensa di aumentarli, e si passerà nuovamente l'autunno in casa (il 51% diminuirà le occasioni fuori casa nei prossimi 12-18 mesi). Ad appesantire le prospettive, un'inflazione che solo negli ultimi 2 anni ha abbattuto il potere di acquisto in una misura pari a 6.700 euro procapite, e per l'80% dei manager bisognerà aspettare almeno il 2025 prima che la crescita dei prezzi torni ai livelli pre-pandemici. "Il forte aumento della quota a valore e quantità del Prodotto a Marchio Coop (30% e 34% nei primi 8 mesi 2023), ha contenuto il costo del carrello della spesa", ha spiegato Maura Latini, presidente Coop Italia, e per tutelare il potere di acquisto delle famiglie, "abbiamo aderito anche al trimestre anti inflazione e alla social card "Dedicata a te", ha ricordato Marco Pedroni, presidente Ancc-Coop.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Bio, settore in salute ma con tante criticità da affrontare

Il biologico italiano sembra in salute. Crescono produttori (oltre 92.000) e superfici certificate bio (più di 2,3 milioni di ettari, il 18,7% della Sau del Belpaese), cresce il giro d'affari, tra consumo interno (5,4 miliardi di euro) ed export (3,6), e cresce la voglia dei consumatori, che riconoscono al biologico una maggiore salubrità, per uomo e ambiente, rispetto al cibo da agricoltura convenzionale. Ma non mancano le difficoltà. Dal calo dei consumi in quantità, almeno in Italia, con la crescita in valore legata soltanto all'inflazione, alla necessità di una comunicazione (oggi il lancio della campagna #IoParloBio, promossa dal Ministero dell'Agricoltura) che spieghi il valore aggiunto e la differenza tra prodotti da agricoltura biologica e convenzionale, talvolta inesistente. Per questo è più che mai necessario trovare la quadra e far partire il "Piano di azione nazionale per la produzione biologica e i prodotti biologico" guidato dal Ministero dell'Agricoltura, di concerto con le rappresentanze del settore, e la creazione di un marchio che abbinii il bio al made in Italy. Messaggio (in approfondimento le riflessioni di Nomisma, Ismea, Federbio, Assobio, Cia - Agricoltori Italiani e Coldiretti) emerso in avvio di Sana, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale, a BolognaFiere, dal 7 al 9 settembre 2023.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Via libera ai 25 milioni di euro per la promozione delle Dop e Igp dell'agroalimentare

Dopo l'intesa raggiunta in Conferenza Stato-Regioni il 12 luglio, arriva la firma del Ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, allo schema di decreto recante interventi per la filiera agroalimentare dei prodotti Dop e Igp sul "Fondo per lo sviluppo e il sostegno delle filiere agricole, della pesca e dell'acquacoltura", per un importo complessivo pari a 25 milioni di euro destinati alle attività di promozione delle indicazioni geografiche. Sono 168 i Consorzi di tutela delle Dop e Igp del settore agroalimentare che potranno beneficiare dell'intervento, e tra gli obiettivi indicati dal decreto ci sono l'incremento della commercializzazione dei prodotti agroalimentari Dop e Igp, una migliore comunicazione sulla loro origine, caratteristiche e qualità, lo sviluppo della sostenibilità dei processi produttivi e l'accrescimento della rappresentatività dei Consorzi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vitigni autoctoni, terreni e tecniche colturali: così i vini del Sud vincono la sfida dell'eleganza

Il mercato dei consumi guarda con sempre maggiore attenzione a vini con una gradazione alcolica più bassa rispetto a quanto avveniva qualche anno fa, tra i 13 ed i 14 gradi. Ma come si fa a far incontrare questa esigenza con l'attuale andamento climatico, che regala estati molto calde e vini normalmente più alcolici? Ne abbiamo parlato con i produttori del Sud Italia, che con la siccità fanno i conti da sempre: a WineNews Carmelo Bonetta (Baglio del Cristo di Campobello), Alessio Planeta, Valentina Argiolas e Alessio Di Majo Norante.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)