



## La News



## Bollicine e risate al cinema

La lunga storia d'amore tra vino e cinema, fatta di citazioni, fugaci apparizioni e volti noti prestati alla pubblicità di questa o quell'etichetta, si arricchisce di un nuovo capitolo, che fa incontrare il trio comico più amato degli ultimi vent'anni, Aldo, Giovanni e Giacomo con le bollicine del Trentodoc Brut Rosé di Maso Martis, griffe di qualità del panorama produttivo del Trentino, protagoniste di una delle scene principali de "Il ricco, il povero e il maggiordomo". Il film, diretto da Morgan Bertacca, che segna il ritorno sul grande schermo del trio comico dopo 4 anni, racconta l'incontro fortuito di un industriale e del suo autista con un venditore abusivo ...



**VILLA SANDI**  
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

SMS

## Dieta & elisir

Che la Dieta Mediterranea, Patrimonio Immateriale dell'Umanità dell'Unesco, fosse uno dei migliori regimi alimentari al mondo, è già stato ampiamente dimostrato da tante ricerche. Per la prima volta, però, una ricerca internazionale la paragona quasi ad un "elisir della longevità": secondo uno studio condotto nell'Ospedale Brigham and Women di Boston dai ricercatori di Harvard su 4.676 donne e pubblicato sul "British Medical Journal", la Dieta influenza l'attività della telomerasi, l'enzima che ostacola l'accorciamento dei telomeri, estremità dei cromosomi associati alla nostra longevità. In particolare, spiega il nutrizionista Pietro Migliaccio, "si ha la riduzione del 9% della mortalità per malattie cardiovascolari, del 6% dei tumori e del 13% dell'incidenza di Parkinson e Alzheimer".

## Cronaca

### La burocrazia nel vino

La burocrazia è uno dei principali problemi del settore enico del Belpaese, e anche Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio Vini Chianti Classico, chiede "uno snellimento generale degli orpelli che creano problematiche all'intero sistema e una legislatura che semplifichi l'interpretazione delle direttive europee". Tema al centro del convegno "Semplificazione e internazionalizzazione della filiera vitivinicola: il Decreto Campo libero e il labirinto normativo italiano", di scena domani a Vicenza.



**BAGLIO DI PIANETTO**  
CHATEAU SICILIANO

## Primo Piano

### Il consumatore al centro del mercato del vino

Tenere presente che quello che guida il mercato del vino, anche nel mondo globalizzato, è sempre e comunque il consumatore, che oggi più che mai chiede prodotti di qualità, e vuole garanzie sul rispetto, nella filiera produttiva, della salute e dell'ambiente. È la linea guida che i produttori di vino di tutto il mondo devono tenere presente almeno per i prossimi 5 anni, secondo il dg dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (Oiv), Jean-Marie Aurand. Puntare sulla distintività dei prodotti giocando sulla sostenibilità, sarà sempre più fondamentale, perché nel mercato globale del vino aumenta anche la concorrenza, e i produttori devono tenere anche conto di tantissimi fattori di competitività. "Ed in questo senso, si sta muovendo anche l'Oiv, che - ha spiegato Aurand - ha individuato 5 linee di azione su cui puntare tra il 2015 ed il 2019: promuovere e mettere a sistema tutte le pratiche di viticoltura eco-friendly, stabilire regole chiare e condivise sul tema, studiare i trend di mercato per migliorare la catena distributiva, contribuire alla sempre maggiore sicurezza del consumatore tenendo conto delle sue esigenze, e rafforzare la cooperazione internazionale tra l'Oiv e gli Stati che ne fanno parte, coinvolgendo esperti, università, istituti di ricerca, imprese e Governi, puntando su un network scientifico internazionale di alto livello, per mettere a sistema ricerche, esperienze, statistiche e dati". Come quelli che, lo stesso Aurand, ha condiviso nell'incontro sullo stato della produzione e del consumo di vino mondiale: dal 2000 al 2013 la superficie vitata mondiale si è ridotta considerevolmente, soprattutto a in Spagna (-17%), Italia (-17%) e Francia (-13%), Paesi che da soli oggi valgono il 34,1%. La produzione di vino mondiale, nel 2014, è stimata in 271 milioni di ettolitri, -6% sul 2013, realizzata, all'80%, in soli 10 Paesi (Francia, Italia, Spagna, Usa, Argentina, Australia, Cina, Sudafrica, Cile e Germania). Di contro, i consumi dovrebbero assestarsi sui 243 milioni di ettolitri, e si spostano sempre più fuori dall'Europa, che nel 2000 catalizzava il 69% del vino bevuto nel mondo, percentuale scesa al 61%, in favore della crescita di America (dal 20 al 23%) e Asia (dal 6 al 10%).

## Focus

### I giovani wine lover premiano la semplicità

Forse non sono più il fulcro geopolitico del mondo, ma gli Usa rimangono comunque il Paese in cui si beve più vino, ed è da qui che nascono i trend di consumo da seguire nei prossimi anni. Un quadro complesso, "dipinto" dallo studio "Consumer Wine Trends Survey" firmato dalla cantina più rappresentativa del Paese, Gallo Family (www.gallowinetrends.com), che ha messo in fila i 10 trend principali che veicolano i consumi degli under 40 negli States. Vince la semplicità, fatta di piccoli formati, screw cap (scelti addirittura dal 72% dei giovani consumatori) e bag in box, ma anche la voglia di sperimentare, tra food pairing azzardati, come lo Champagne (secondo vino più amato dopo il Moscato) nel tipico brunch americano, e il successo del vino mixato con qualsiasi cosa, dalla soda ai succhi di frutta. Ma la notizia migliore arriva dal fatto che per l'81% dei giovani wine drinkers non serve un'occasione per brindare, anzi, qualsiasi momento può essere quello giusto, l'importante è che la bottiglia venga condivisa con qualcuno, sia fisicamente che sui social, da Facebook a Twitter, dove un giovane su due segue la propria passione enoica, spesso postando foto dei propri assaggi.



**Chianti**  
CONSORZIO VINO CHIANTI

**VERDICCHIO!!!**  
POTEVI DIRLO PRIMA...



## Wine & Food

### Rosso, bianco, rosato o bollicine: dimmi cosa bevi e ti dirò chi sei

Preferire una tipologia di vino ad un altro nasconde un fiume di informazioni: emerge dallo studio "The French Wines With Style Report", che racconta come, ad esempio, il livello salariale di chi preferisce il vino rosso sia sensibilmente superiore agli amanti delle bollicine. Ma anche che chi beve vino bianco si considera "autentico e naturale", a differenza dei fan dei rosati, che si definiscono "glamour e chic" come George Clooney. Diversi anche i gusti davanti alla tv: rosato fa rima con X Factor, mentre tra gli amanti delle bollicine spopola la serie cult inglese Downtown Abbey.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Nell'approccio del marketing di prodotto, negli ultimi anni si assiste ad un vero e proprio ribaltamento, passando dalla ricerca di una risposta razionale al messaggio a quella di una

risposta emozionale. E vale anche per il vino, come racconta a WineNews il professore di Psicologia dei Consumi allo IULM, Vincenzo Russo.



PRESENTA  
**Simply Italian**  
GREAT WINES