



La News



Un Osservatorio sul Prosecco

Il Prosecco piace, non solo all'estero, dove traina i numeri dell'export enoico italiano in tutti i mercati del mondo, dagli Usa agli Usa, dalla Germania alla Svizzera, ma anche nel Belpaese, dove il 92% di chi beve vino (ossia l'87% degli italiani) beve anche Prosecco. Un legame profondo, che si traduce in numeri in 40 milioni di italiani che conoscono ed apprezzano le bollicine venete, come rivela l'indagine realizzata da Swg spa di Trieste, su un campione di 1.200 italiani, che segna la prima tappa del nuovo Osservatorio sul Prosecco, voluto dal Consorzio del Prosecco Doc e affidato proprio ad Swg, con l'obiettivo di analizzare la relazione tra il consumatore ed il Prosecco.



Effetto Millenials

L'effetto Millenials, sul mercato dei consumi enoici Usa, inizia a farsi sentire: un terzo dei bevitori abituali rientra nella fascia d'età compresa tra i 21 ed i 34 anni, con i giovani wine lover che prediligono un approccio più "avventuroso" e sperimentale al vino, come racconta lo "US Wine Market Landscapes 2015 Report" di "Wine Intelligence". Sui trend di consumo, l'affermazione dei Millenials si traduce in una perdita di certezze per il mercato, con la California che perde terreno su Oregon e Washington, i vini di Portogallo e Nuova Zelanda che, dall'estero, fanno concorrenza a Francia ed Italia, ed un'attenzione sempre maggiore per vitigni meno conosciuti, come Tempranillo al Torrontés, a scapito dei più famosi Merlot e Chardonnay.

Cronaca

Psr: 2,1 miliardi per l'Italia

2,14 miliardi di euro per il Programma Nazionale di Sviluppo Rurale 2015-2020: ecco la cifra per il finanziamento pubblico approvata dalla Commissione Europea per l'Italia, come concordato in Conferenza Stato Regioni. A comunicarlo, oggi, è stato il Ministero delle Politiche Agricole. Il finanziamento, spiega il Ministero, è suddiviso nelle tre misure di "Gestione del rischio", per 1,64 miliardi di euro, "Investimenti irrigui", per 300 milioni, e "Biodiversità animale", per 200 milioni.



Primo Piano

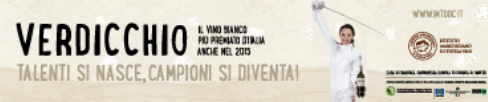
Legge sul vino "patrimonio culturale", ecco il testo

"Il vino e i relativi terreni viticoli fanno parte del patrimonio culturale, gastronomico e paesaggistico tutelato e promosso dallo Stato". Ecco l'articolo 1 della proposta di legge, che ha iniziato il suo iter, per il "Riconoscimento del vino quale elemento del patrimonio culturale nazionale e disposizioni per la diffusione della conoscenza della storia e della cultura del vino" (<http://goo.gl/IT6vIk>), firmato Luca Sani e Massimo Fiorio, presidente e vice presidente della Commissione Agricoltura della Camera, e sottoscritto da oltre 50 parlamentari, analizzato da WineNews. All'articolo 2 (Introduzione dell'Insegnamento della Storia e della Cultura del Vino), si prevede che dall'anno scolastico 2016/2017, parta "l'insegnamento di un'autonoma disciplina denominata "storia e cultura del vino" nelle scuole secondarie di secondo grado ad indirizzo agrario, agroalimentare ed agroindustriale, e negli istituti professionali alberghieri", con "lo scopo di concorrere alla formazione di nuove figure professionali richieste dal mercato e capaci di promuovere la produzione vitivinicola italiana in ambito nazionale e internazionale, nonché di promuovere una cultura del consumo responsabile delle sostanze alcoliche". Le coperture, 5 milioni di euro all'anno per il 2016, il 2017 ed il 2018, arriveranno dai "Fondi di riserva e Speciali. Ma è previsto anche un piano di "Programmazione radiotelevisiva" (articolo 3), dove si assicura che la Rai osservi l'obbligo (con il Ministero delle Sviluppo Economico come garante) "di riservare adeguati spazi, nella programmazione televisiva pubblica nazionale e regionale, alle realtà storiche, artistiche, sociali, economiche ed enogastronomiche che valorizzano e promuovono il vino quale patrimonio culturale nazionale". Inoltre, il testo prevede anche una modifica alla "Legge quadro in materia di alcol e di problemi alcolcorrelati": via il divieto di pubblicità di bevande alcoliche in programmi rivolti ai minori "qualora l'oggetto dei messaggi pubblicitari non sia un prodotto specifico a destinazione commerciale, ma sia relativo alla promozione generale del vino, quale alimento distintivo di qualità della produzione nazionale", previa ok dell'Osservatorio per l'Infanzia e l'Adolescenza.

Focus

Vino, un bene culturale. Parola di Ministro

Il vino è davvero un bene culturale dell'Italia? "Assolutamente sì". La risposta, a WineNews, arriva dal Ministro dei Beni e delle Attività Culturali, Dario Franceschini. "Occuparsi di patrimonio culturale - spiega Franceschini - vuol dire occuparsi di materiale ed immateriale, dell'arte, della cultura, della bellezza che è nei beni archeologici e monumentali, ma anche della bellezza che è in quei prodotti che sono frutto dello stesso sapere, ed il vino è uno dei pezzi fra i più importanti dell'identità e della riconoscibilità italiana nel mondo". Anche per questo, secondo il Ministro, hanno ragione quegli agricoltori che, di fatto, spesso sono custodi non solo dei territori ma anche di monumenti, dimore e opere d'arte di grande valore, che ora chiedono ufficialmente il riconoscimento ufficiale di questo ruolo, con tutto quello che ne conseguirebbe. "Hanno ragione questi agricoltori - dice il Ministro - e il lavoro che faremo, e che stiamo già facendo, con la Fondazione Italiana Sommelier (Fis) è mirato a valorizzare questa Italia che produce in modo colto, che ricerca la qualità e l'eccellenza. Ed è quello che ha fatto il vino italiano, che, partendo da una crisi, ha saputo riscattarsi. Il Paese deve riuscire a fare lo stesso".



Wine & Food

Gambero Rosso, debutto in Borsa negativo: perso oltre il 10%

La bontà di un investimento in borsa si vede nel tempo, ma, intanto, il primo giorno sull'Aim Italia (il listino di Borsa Italiana dedicato alle Pmi) per il Gambero Rosso è decisamente negativo: il titolo legato al più importante gruppo del wine & food in Italia, guidato da Paolo Cuccia, a pochi minuti dalla chiusura delle contrattazioni, perde oltre il 10%, dopo essere arrivato anche a -11,38%, passando dagli 1,6 euro ad azione, prezzo a cui è stato collocato il titolo (raccolti 7 milioni di euro, il 30% della capitalizzazione totale, sui 23 milioni di euro), a poco più di 1,4 euro (<http://goo.gl/OiqN03>).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"NextInWine 2015", il premio di "Simonit & Sirch" per i talenti under 35 della Vigna Italia (negli anni a Pierpaolo Di Franco e Davide Fasolini di Dirupi, Arianna Occhipinti

e Roberto Matzeu) va a Nicola Biasi per il suo progetto "Vin de la Neu", che in Trentino, al posto del melo, ha riportato la vigna oltre gli 800 metri, tra storia e sperimentazione.

