

La News



L'Asti sul piccolo schermo

Dieci secondi, tanto dura lo spot con cui il Consorzio dell'Asti fa ritorno sul piccolo schermo. Al centro l'idea del brindisi e della condivisione, raccontata attraverso i tintinnii delle coppe piene di bollicine, che danno vita al motivetto di Jingle Bells. Con una firma d'eccezione, quella della Armando Testa. Da oggi al 31 dicembre sono mille i passaggi programmati su tutte le piattaforme televisive, da Rai a Mediaset, da La 7 ai canali digitali e satellitari, che garantiranno 120 milioni di contatti, per un investimento di 500.000 euro, attinti dal fondo di promozione nato dall'intesa sulla vendemmia 2016, che dovrebbe portare nelle casse del Consorzio ben 2 milioni di euro.



SMS Uiv ed il futuro del vino

Il contributo al Testo Unico come azione più importante del 2016, la consapevolezza di tre anni cruciali davanti per il settore, con la discussione sulla Pac post 2020, le modifiche al sistema dei diritti di impianto, e tante sfide da giocare nei mercati del mondo ed in sede Ue: ecco i punti su cui ha battuto il presidente di Unione Italiana Vini (Uiv), Antonio Rallo, nell'incontro di ieri a Roma, in cui ha presentato i progetti di un'Unione Italiana Vini che conta oltre 500 cantine associate - con 60 nuove entrate (e 22 che ne sono uscite, ndr), per un "fatturato" complessivo di 5,5 miliardi di euro, quasi la metà di quello del vino italiano - grazie alle quali "abbiamo una Uiv, la "grande voce" del vino italiano, che ci permetterà di affrontare e vincere le sfide sui mercati, a Bruxelles e nel nostro Paese", ha detto Rallo.

Cronaca

Il Franciacorta cresce

Continua a crescere il Franciacorta, con le bollicine metodo classico italiane più celebri che fanno segnare un +6% complessivo delle vendite nel 2016 sul 2015 (quando le bottiglie vendute furono 16,5 milioni nel complesso, di cui 1,5 vendite all'estero, www.franciacorta.net), grazie ad un'importante +5,5% sul mercato interno, e ad un'ancora più significativo +16% all'export, con un trend di crescita che ha coinvolto tutti i principali Paesi. A dirlo il Consorzio del Franciacorta, guidato da Vittorio Moretti.



Primo Piano

Il vino per il Ministro della Salute Beatrice Lorenzin

Il vino, in Italia, non è solo una bevanda. È un prodotto che è una sintesi perfetta di secoli di storia e cultura. Un principio che ora è sancito anche per legge, dopo l'approvazione del "Testo Unico del Vino". Ma nel vino c'è anche una parte di alcol, e quindi, ovviamente, questo pesa quando si tratta di promuoverne il consumo. In Italia, e ancor più in ambito europeo, dove spesso le regole non fanno distinzione tra le diverse bevande alcoliche. Anche perché, lontano dal Belpaese e dal bacino del Mediterraneo, man mano che ci si sposta verso Nord, il problema dell'abuso di alcolici è decisamente significativo. E allora come promuovere il consumo di vino? "Prima di tutto, attraverso l'educazione, per far capire che cosa è il vino, quali sono le sue proprietà organolettiche, ma soprattutto anche a come consumarlo, quanto, in che modo anche secondo il proprio stato di salute": così risponde a WineNews il Ministro della Salute Beatrice Lorenzin, nell'incontro promosso da Unione Italiana Vini, ieri a Roma. "Noi siamo abituati a bere il vino legandolo al cibo, quindi alla tavola, e quindi bevendo a stomaco pieno e poco, e imparando anche ad associare il vino ai cibi, e così diventa un'esperienza culturale, consapevole del fatto che non si può fare sempre e comunque, e non si deve esagerare", spiega la Lorenzin. E c'è anche chi la cultura del vino, la sua storia, le sue implicazioni sociali, economiche e territoriali, vorrebbe insegnarle anche a scuola, come il senatore Dario Stefàno, che nei mesi scorsi ha presentato un disegno di legge affinché "Storia e civiltà del vino" diventi insegnamento obbligatorio nelle scuole primarie e secondarie d'Italia. "Dobbiamo considerare che c'è il grande tema dell'alcol vietato ai minori - ribadisce il Ministro della Salute - e che c'è un problema di uso e di abuso di alcol tra i minori. Noi dobbiamo educare i nostri ragazzi ai corretti stili di vita. Dobbiamo educarli fin da bambini, non è mai troppo presto, e questo si fa con esempi familiari, ma anche con l'educazione a scuola. Quando poi sono maggiorenti, ovviamente, ben vengano tutti quei progetti che spingono per un approccio degustativo al vino, e non al bere a prescindere".

Focus

WS, ecco i "100 Top Values of 2016"

"Wine Spectator" svela i "100 Top Values of 2016", le migliori etichette sotto i 20 dollari e sopra gli 88 punti per il magazine Usa: cento vini, divisi in sei categorie, con 17 etichette tricolori. Tra i "Light Whites" ci sono l'Attems Pinot Grigio Venezia Giulia 2015, il Pinot Grigio Vigneti delle Dolomiti 2015 di Tiefenbrunner e il Zenato Lugana San Benedetto 2015 di Zenato. Tra i "Rich Whites", il Librandi Val di Neto Bianco Critone 2014, il Soave San Brizio 2014 de La Cappuccina ed il Gavi 2015 di Villa Sparina. Tra gli "Elegant Reds", il Chianti Classico 2012 di Rodano, il Chianti Colli Senesi Castello di Farnetella 2013 di Felsina, la Barbera d'Asti Tabaren 2015 di Icardi, e il Nero d'Avola Sicilia Lamùri 2013 di Tasca d'Almerita. Unico dei "Big Reds", l'Aglianico del Vulture Pipoli 2013 dei Vigneti del Vulture, due sono invece i "Rosé", il Cantine Rosé 2015 di Castello Banfi ed il Salento Rosato Five Roses 2015 di Leone De Castris. Infine, gli "Sparkling": il Moscato d'Asti Bosc d'la Rei 2014 di Beni di Batasiolo, il Brut Valdobbiadene Prosecco Superiore 2015 di Col Vektoraz, il Lambrusco Emilia Rosso Labrusca 910 di Lini Oreste & Figli ed il Brut Rosé Il Fresco di Villa Sandi.



Cronaca

Il Franciacorta cresce

Continua a crescere il Franciacorta, con le bollicine metodo classico italiane più celebri che fanno segnare un +6% complessivo delle vendite nel 2016 sul 2015 (quando le bottiglie vendute furono 16,5 milioni nel complesso, di cui 1,5 vendite all'estero, www.franciacorta.net), grazie ad un'importante +5,5% sul mercato interno, e ad un'ancora più significativo +16% all'export, con un trend di crescita che ha coinvolto tutti i principali Paesi. A dirlo il Consorzio del Franciacorta, guidato da Vittorio Moretti.



Wine & Food

Agroalimentare in salute, ma in Italia si paga a 90 giorni ...

Nonostante la salute del comparto agroalimentare italiano, e nonostante "l'articolo 62", introdotto nell'ottobre 2012, che impone termini di pagamento in 30 giorni per i prodotti deperibili, e di 60 giorni per quelli non deperibili, nel Belpaese si registrano tempi di saldo fattura decisamente più lunghi rispetto ad altri Paesi: 90 giorni, ovvero tre volte la tempistica tedesca (30 giorni), più del doppio della media olandese (40 giorni) e più lenta di 10 giorni anche ai livelli della Spagna (80 giorni). A dirlo il "Market Monitor" di Atradius, tra i leader nel mondo del recupero crediti (<https://goo.gl/Bri30Q>).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Bilancio più che positivo, quello del 2016, per il Consorzio del Chianti Classico, nei 300 anni dal bando di Cosimo III de' Medici che ne sancì i confini. Vendite in aumento, un 2016

in cantina di grande qualità, e si guarda al futuro, tra Unesco e una importante collaborazione con lo Champagne. A WineNews il dg del Consorzio, Giuseppe Liberatore.

NONINO

Acquista online
 Grappa Nonino

SHOP.GRAPPANONINO.IT