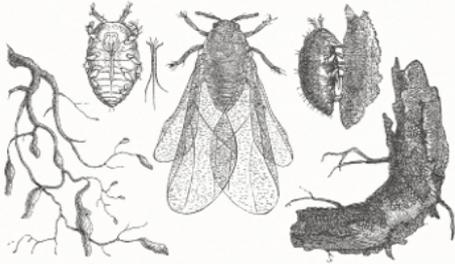


La News



Il ritorno della fillossera

Ritorna la minaccia della fillossera, proprio da dove parti per mettere al tappeto la viticoltura europea nella seconda metà dell'Ottocento. Negli Usa, infatti, in una zona viticola nuova, il Colorado, i casi sembrano davvero preoccupare i produttori della zona e non solo. I ricercatori del Department of Agricultural Research Service, da sapere il magazine enoico Usa "Wine Spectator", hanno confermato la presenza della fillossera in un vigneto della Mesa County e in altri tre della Grand Valley. La fillossera, nutrendosi delle radici della vite, interrompe il flusso di acqua e sostanze nutritive della pianta, che si indebolisce e, nel giro di pochi anni, muore sotto i colpi del parassita.

Primo Piano

Fipe: il "fuoricasa" salva i consumi del Belpaese

Il "fuoricasa" è sempre più protagonista dei consumi alimentari degli italiani: nel 2016 39 milioni di persone hanno consumato almeno un pasto fuori dalle mura domestiche, di cui 13 milioni 4-5 volte alla settimana, 9 milioni 2-3 volte a settimana (in entrambi i casi soprattutto uomini) e 17 milioni 2-3 volte al mese (soprattutto donne): è uno dei dati emersi dal "Rapporto Ristorazione 2016" del Centro Studi Fipe, presentato oggi a Milano. L'Italia cresce (+1,1%) proprio nel fuori casa, mentre calano i consumi domestici (-0,3%), un dato in controtendenza al resto d'Europa, dove la dinamica è esattamente contraria, in un panorama continentale i cui i consumi alimentari valgono 1.541 miliardi di euro, di cui il 64,2% nel canale domestico e il 35,8% nella ristorazione, con differenze notevoli tra Paesi. Si spazia dalla Germania, dove i consumi alimentari nella ristorazione rappresentano meno del 30% del totale, al Regno Unito (47%), alla Spagna (52%) e all'Irlanda (57%). Nel complesso in Europa tra il 2007 ed il 2015 si è registrata una flessione dei consumi alimentari pari a 22 miliardi di euro, e se nel nostro Paese la contrazione (-18,3 miliardi di euro) ha riguardato quasi del tutto il canale domestico (la ristorazione ha perso appena 344 milioni di euro), in Spagna (-14,3 miliardi di euro) e nel Regno Unito (-7 miliardi di euro) a pagare è stata la ristorazione. Che nel Belpaese vive invece una dinamica positiva, che si riflette anche nella crescita del numero di imprese del settore, con un aumento dell'8,1% nel 2016 sul 2008, pari ad un valore assoluto di +20.184 imprese, divise tra 103.804 ristoranti con servizio, 32.261 take away, 13.134 gelaterie e pasticcerie e 121.444 bar. Anche se non tutto è positivo: i bar sono diminuiti del 3,9%, mentre sono aumentati del 35% i take away. Situazione ancora più accentuata, e secondo Fipe preoccupante, perché dequalificante per l'offerta commerciale, nei centri storici, dove il numero di bar tradizionali è diminuito del 9,5%, mentre i take away sono aumentati del 41,6%. Curioso il dato sul costo della tazzina di caffè: la media nazionale è di 98 centesimi di euro, le più economiche sono a Bari (79 centesimi), Napoli (86) e Roma (87), la più cara è a Bologna (1,08 euro).

Focus

Vinexpo Explorer, i buyer nei territori

Si chiama Vinexpo Explorer, è pensato esclusivamente per i buyer internazionali ed è l'ultimo progetto di Guillaume Deglise, Ceo di Vinexpo, che ogni anno porterà in un Paese diverso i 100 buyer che meglio soddisfano le esigenze del territorio ospitante, per una due giorni di visite in cantina e in vigna, meeting, degustazioni ed altre attività, a partire dall'Austria, l'11 e 12 settembre, in collaborazione con l'Austria Wine Marketing Board. Una novità importante nella competizione nel settore fieristico, crocevia fondamentale per le sorti del commercio enoico mondiale, con i tre grandi player europei, Vitality, ProWein e Vinexpo, che hanno puntato da qualche anno sui principali mercati di esportazione, dagli Stati Uniti alla Cina, passando per Hong Kong, con progetti ambiziosi ed investimenti importanti, che hanno visto nascere e crescere Vitality International, ProWein Asia, Prowein China, Vinexpo Asia-Pacific e Vinexpo Hong Kong. Con la fiera di Bordeaux, per la prima volta all'ombra dell'avveniristica Cité du Vin, dal 18 al 21 giugno, che pensa già alle prossime tappe della sua ultima creatura, con le richieste già arrivate da Valle del Douro, Sonoma, Australia, Grecia e Languedoc.



Il 2016 dello Champagne

Non un anno da incorniciare, o almeno non in toto: ecco, secondo quanto dichiarato dal dg del Comité Champagne Vincent Perrin, il 2016 delle bollicine più famose di Francia. Secondo le cifre preliminari da lui dichiarate, le vendite sono scese di tre milioni di bottiglie (9%) nel Regno Unito, a causa del deprezzamento della sterlina, e di altrettante in patria. E se il fatturato è stato il secondo più alto di sempre, a 4,5 miliardi di euro, è comunque calato di 250 milioni anno su anno, e con il numero totale di bottiglie vendute che è il terzo più basso dell'ultima decade. "Quando abbiamo fatto una previsione sui volumi di vendita a luglio", ha aggiunto, "non avevamo idea del fatto che il mercato si sarebbe ridotto così rapidamente". E la resa della vendemmia (90 quintali per ettaro) è stata la più bassa dal 2003...



Cronaca

Pizza, un amore globale

La pizza è amata in tutto il mondo, e movimentata un business da 100 miliardi di euro l'anno, con gli americani che ne mangiano 13 chili l'anno (quasi il doppio degli italiani, a 7,6). Gourmet o fast food, classica o rivisitata, se ne fanno 5 milioni al giorno in Italia, e oggi, per l'edizione n.10 della Giornata della Cucina Italiana, il Gruppo Virtuale dei Cuochi Italiani la preparerà ai quattro angoli del globo, celebrando quella che è, per un sondaggio della Società Dante Alighieri, la parola italiana più conosciuta al mondo.



Wine & Food

2017, l'anno in cui lo street food conquisterà le case italiane

Che il 2016 sia stato l'anno dello sdoganamento definitivo dello street food in Italia è ormai assodato, ma secondo un'indagine Vis Industrie Alimentari il 2017 sarà l'anno in cui il cibo di strada entrerà definitivamente nelle case. Per il 52% degli italiani mangiare cibi di strada in casa almeno una volta a settimana è ormai un'abitudine (65% al Nord, 48% al Sud e 45% al Centro). Tra i motivi del successo, praticità e velocità (32%), seguite dal gusto ricco e dall'ampia offerta di pietanze (23%) e dall'economicità (19%). Sostanziale parità tra "autarchico" ed etnico: 53% contro 47%.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Dopo due anni in chiaroscuro, ripartono i consumi enoici nel Belpaese. Un'inversione di rotta percepita anche dagli enotecari, come racconta a WineNews il

presidente di Vinarius, l'associazione più rappresentativa del settore, Andrea Terraneo. "Bene i grandi vini di territorio e le bollicine, segnano il passo gli entry level".

