

## La News



### Doc delle Venezie, partenza!

“L’obiettivo della Doc delle Venezie è, prima di tutto, mettere ordine nel mondo del Pinot Grigio, che l’Igt non consentiva più, poi divulgare la conoscenza di questa nuova denominazione, e poi si vedrà”. Così, a WineNews, Albino Armani, alla guida della celebre cantina veneta e della Ats che ha guidato la costituzione della nuova Doc (il debutto ufficiale sarà con la prossima vendemmia), il cui sviluppo sarà presentato domani a Verona, con Unione Italiana Vini (Uiv). “È una denominazione unica, la prima che tocca tre Regioni d’Italia, Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia - con oltre 20.000 ettari ed un potenziale di 300 milioni di bottiglie - e potrebbe essere un modello”.



### Il Soave solo a Soave

Il Soave potrà essere imbottigliato solo nella zona di produzione, per garantire i necessari controlli di certificazione e qualità, soprattutto guardando all’estero. Lo ha deciso all’unanimità il consiglio di amministrazione del Consorzio di Tutela che ha avviato l’iter per la modifica del disciplinare. “Anche il 2016 - dice il presidente del Consorzio, Arturo Stocchetti - è stato positivo per il Soave con 53 milioni di bottiglie vendute, l’85% sui mercati esteri. Ma proprio da questi numeri è partita la nostra azione sull’imbottigliamento in zona. Il confezionamento, specie all’estero, stava mettendo in difficoltà le aziende del territorio”. Una strada, quella intrapresa dal Soave, sempre più battuta dalle grandi denominazioni italiane, come fatto anche dal Chianti e dalla Doc Sicilia.

## Cronaca

### Italiani ancora troppo spreconi

L’80% degli italiani, di fronte a cibo appena scaduto, controlla che non sia andato a male e lo riutilizza, il 13% lo getta, il 4% lo regala e il 3% lo usa per nutrire animali, ma lo spreco avviene comunque per il 75% nelle case, e ammonta a 145 chili all’anno e 360 euro a famiglia. Inoltre, solo il 60% conosce la nuova legge antispreco. A dirlo i dati dell’Osservatorio Nazionale Waste Watcher per la quarta “Giornata Nazionale di Prevenzione dello Spreco Alimentare”, promossa dal Ministero dell’Ambiente.



## Primo Piano

### I trend enoici del mercato a “stelle e strisce”

Il mercato Usa del vino, dicono diverse ricerche, sembra destinato continuare a crescere. Ma, in questo quadro generalmente positivo, ci sono trend particolari da valutare, sottolineati dalla ricerca del Wine Market Council e di Nielsen e presentati nella premiazione dei Wine Star Awards 2017 di “Wine Enthusiast” (la corrispondente dall’Italia è Kerin O’Keefe, <https://goo.gl/P2KU2O>). In primis, in generale, c’è fiducia nell’economia, e quindi si cena più spesso fuori, spendendo di più. In particolare, il 20% di chi beve vino regolarmente, dice di cenare più spesso fuori casa, e il 24% spende di più in vino. Un bene soprattutto per l’Italia del wine & food, visto che il 64% di chi beve con frequenza dice di farlo spesso ordinando proprio cibo italiano o nelle steakhouse (56%). Con il vino al bicchiere che domina il consumo fuori casa. E se cresce tutta la spesa degli alcolici, non fa eccezione il vino (+4,4% per 32 miliardi di dollari), con il nettare di Bacco che sta conquistando gli appassionati di birra artigianale, un must negli States. Il brand, è sempre più importante, e anzi, in piena “premiumisation”, per quelli più celebri è meno difficile che in passato aumentare il posizionamento di prezzo. A livello di packaging, i tappi a vite sono sempre più accettati, mentre il vino in lattina continua a crescere, ma per molti sarà solo una moda passeggera. Nello stesso tempo, si assiste ad una polarizzazione dei profili gustativi: che si parli di bianchi, rossi o spumanti, si va sempre di più o verso vini freschi e leggeri, o, soprattutto nel caso di vini rossi, verso prodotti più corposi e potenti, mentre le vie di mezzo sono sempre meno gettonate. E le tipologie di vino che crescono di più non sono i classici Chardonnay e Cabernet Sauvignon, ma il Prosecco, i blend rossi, soprattutto dalla California, il Sauvignon Bianco dalla Nuova Zelanda, e i Rosè, dalla Francia, ma non solo. E anche per intercettare e coltivare questa tendenza in rosa negli States, “Puglia in Rosè”, che mette insieme oltre 50 produttori della Regione n. 1 in Italia per la tipologie, sarà tra le protagoniste di “Vino 2017, Italian Wine Week”, evento firmato da Ice, che toccherà New York e Miami, tra il 6 e l’8 febbraio, e non solo ([www.pugliainrose.it](http://www.pugliainrose.it)).

## Focus

### Il Brunello per Tancredi Biondi Santi

“Il Brunello di Montalcino è un vino di successo, ma in parte “incompreso”, perché è un vino fuori dai canoni normali. Vale la stessa cosa per il Barolo. Il Brunello va spiegato con grande pazienza, dedizione e conoscenza, stappando molte bottiglie anche di annate del passato. Perché è un vino da grande invecchiamento che arriva sul mercato con più anni sulle spalle di altri vini importanti del mondo. È un vino che si ama solo conoscendolo in profondità, e questo si ottiene attraverso una solida educazione alla tradizione enologica italiana”. Così, a WineNews, spiega la sua personale visione il giovane Tancredi Biondi Santi, settima generazione che lavora nell’azienda di famiglia, la Tenuta Greppo, dove il Brunello di Montalcino è nato. Un vino di indiscusso successo, il Brunello, ma che potrebbe crescere ancora. “Mi piacerebbe costruire un progetto di orientamento per i consumatori del mondo - sottolinea Biondi Santi - per comprendere l’esistenza di vini come il Brunello che, necessariamente, devono essere approcciati in modo diverso. Vogliamo educare le persone, perché sappiamo sempre più chiaramente che alcuni dei migliori vini che hanno nelle loro cantine sono i nostri”.

