

La News



Bollicine sul tetto del mondo

Il Prosecco è sul tetto del mondo. Letteralmente. Perché c'è chi, da qualche anno, porta le proprie bottiglie sulle montagne più alte del pianeta. Come la griffe del Prosecco Adriano Adami che, dopo aver immortalato il suo Valdobbiadene Docg Vigneto Giardino Rive di Colbertaldo sui picchi più alti d'Africa (Kilimanjaro, 5.895 metri), d'Europa (Monte Elbrus, a 5.642 metri) e del Messico (Pico de Orizaba, a 5.636 metri), è tornata in Sudamerica, tra Cile ed Argentina, conquistando, con il Valdobbiadene Docg Bosco di Gica, attraverso la Mulas Muertas, i "penitentes" di ghiaccio e la Laguna Verde, il Nevado Ojos del Salado, 6.891 metri di altitudine, il vulcano più alto del mondo.



Charity enoica, bene l'Italia

Decisamente buone le performance dei lotti donati da alcuni dei nomi top del vino d'Italia per l'asta di beneficenza del Naples Winter Wine Festival, che ogni anno raccoglie milioni di dollari per aiutare l'infanzia in difficoltà. 13,4 milioni quelli raccolti nell'edizione 2017, con lotti unici donati da nomi come Gaia Gaja e Bulgari (2 bottiglie di Costa Russi, Sori Tildin, Sori San Lorenzo, Spers, Darmagi e Conteisa più soggiorno di 5 notti fra Svizzera e Italia, 210.000 dollari), Marilisa Allegrini (4 magnum di Amarone 2010 e undici notti nelle realtà aziendali, 200.000 dollari), Salvatore Ferragamo (soggiorno luxury a Il Borro, 150.000 dollari) ed Elisabetta Gnudi Angelini (260.000 dollari per una selezione di Caparzo e Borgo Scopeto e biglietti per il concerto fiorentino di Andrea Bocelli).

Cronaca

Istat: vegani & birra artigianale

Secondo i dati Eurispes, un italiano su dieci segue o ha seguito una dieta vegana o vegetariana, per una percentuale del 7,6%. Si tratta di un trend in crescita dovuto all'aumento dei vegani, che sono praticamente triplicati nell'ultimo anno per un totale di 1,8 milioni di persone. E così, l'Istat ha inserito la dieta vegana nel suo paniere. Insieme alla birra artigianale: in Italia si è passati da poco più di trenta microbirrifici di dieci anni fa ad un migliaio di oggi, per una produzione stimata in 45 milioni di litri.



Primo Piano

Wine Intelligence: il Prosecco e il suo successo

Il successo del "sistema Prosecco" sta nei numeri: la produzione complessiva ormai ha superato i 500 milioni di bottiglie (tra le oltre 410 del Prosecco Doc e le 90 del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, le cui colline sono fresche di candidatura a Patrimonio Unesco, ndr), che finiscono per oltre l'80% all'export. E se molti hanno sempre indicato la ragione principale di questo successo nel prezzo relativamente basso (e lo è sempre meno), o in generale più vantaggioso rispetto ai metodi classico italiani, e ancor di più allo Champagne, ora Wine Intelligence ha indagato più a fondo la questione. E la risposta è relativamente semplice. Il Prosecco è diventato la "bollicina quotidiana" di milioni di persone nel mondo perché ha saputo conquistare, se non creare, occasioni di consumo che non erano proprie degli spumanti in generale. Sicuramente grazie ad un prezzo accessibile, ma anche ad un gusto generalmente più tendente alla dolcezza e con meno acidità di un metodo classico, per molti più semplice da comprendere, e, ovviamente, al suo essere made in Italy. E così, se le occasioni tradizionali per il consumo di spumanti erano momenti speciali come cene romantiche, matrimoni, eventi e festività, il Prosecco ha saputo sfruttare al massimo le tendenze generali della destagionalizzazione dei consumi e delle bollicine a tutto pasto, diventando protagonista anche in cene informali tra gli amici, pranzi e cene all'aperto, aperitivi, brunch, e così via. Tra i punti di forza del Prosecco, soprattutto nei mercati esteri, quello di essersi posizionato ben al di sotto dello Champagne, ovviamente, ma anche un po' sopra il Cava spagnolo, colmando una zona vuota tra i prodotti entry level francesi, e le economiche bollicine spagnole. Un successo dirompente, che è stato fondamentale, soprattutto negli ultimi anni, per la crescita complessiva delle esportazioni italiane. Ma c'è anche il rovescio della medaglia. Dai tantissimi tentativi di imitazione alla contraffazione tout court, per esempio. O il fatto che anche altri Paesi, dagli Usa all'Australia, stiano sviluppando, con rapidità ed investimenti, dei loro spumanti basati sulla Glera, l'uva da cui nasce il Prosecco ...

Focus

Nel vivo la stagione delle Anteprime

Le Anteprime entrano nel vivo. La "Tuscan Wine Week" inizia a Firenze con "BuyWine" (10-11 febbraio), il workshop di Regione Toscana e PromoFirenze tra buyers e produttori, e prosegue con "Anteprime di Toscana" con tanti Consorzi insieme (11 febbraio, con numeri, trend e una ricerca sui vini toscani e la stampa internazionale, illustrati da Fabrizio Bindocci, presidente Avito, Piero Antinori, l'assessore all'Agricoltura Marco Remaschi e Klaus Davi), e le "celebrities", "Anteprima Chianti Lovers" (12 febbraio) e "Chianti Classico Collection" (13-14 febbraio) a Firenze e poi, nei territori, la Vernaccia (San Gimignano, 12-15 febbraio), il Nobile (Montepulciano, 11-13 febbraio) e "Benvenuto Brunello" (Montalcino, 17-20 febbraio). A Faenza torna Anteprima Sangiovese di Romagna (19-20 febbraio), il Sagrantino celebra 25 anni di Docg con la mappatura (Montefalco, 20-21 febbraio), Bardolino, Chiaretto e Lugana sono a "Anteprima Lazise" (5 marzo). Attesa per "Grandi Langhe Docg" & "Nebbiolo Prima" (2-4 aprile), poi "Campania Stories" (Napoli, 29 marzo-3 aprile) e "Sicilia en Primeur" by Assovini al Parco Radicepura a Catania (25-29 aprile). Fino a "Soave Preview" (Soave, 18-20 maggio).



Wine & Food

Marche, in 10 anni export di vino a +50% in valore

Regione storica del vino italiano, con i suoi Verdicchio (tra Jesi e Matelica), i vini del Conero, la Lacrima di Morro d'Alba, la Vernaccia di Serrapetrona, il Bianchetto del Metauro e non solo, in pochi anni, Le Marche, hanno saputo affermarsi sul palcoscenico del vino mondiale. In 10 anni, l'export di vino regionale, secondo Nomisma, è cresciuto del 50% in valore, soprattutto extra-Ue. E per migliorare ancora, l'Istituto Marchigiano Vini, guidato dal Alberto Mazzoni, ha già messo sul piatto oltre 4 milioni di euro per la promozione internazionale nel 2017, tra Ocm Vino e Psr.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Nuova Politica Agricola Comune, Ocm vino, consultazione popolare, incentivi al ricambio generazionale e sostegni comunitari alle agricolture dei Paesi membri: lo status quo e i

segnali più promettenti da Bruxelles per l'Italia enoica e agroalimentare secondo Paolo De Castro, vicepresidente Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo.