

La News



Bardolino, Chiaretto e il futuro

Per la critica enologica il consumatore oggi cerca vini rossi scarsamente tannici e fruttati, facilmente abbinabili a piatti leggeri. Un identikit che corrisponde al Bardolino, vino asciutto, bevibile, gastronomico, che, però, non sfonda. Al contrario, la sua versione rosata, il Chiaretto, conquista nuovi mercati. Due vini, due velocità e progetti nel cassetto per risolvere il "paradosso" del rosso Bardolino: è la fotografia di una denominazione da 3.000 ettari di vigneto, 28 milioni di bottiglie e 100 milioni di euro di giro d'affari, che sta cambiando pelle. Ecco il sentimento, raccolto da Winenews, all'Anteprima di Lazze (qui i nostri migliori assaggi <https://goo.gl/qyOllly>).



Assoenologi a Congresso

SMS "Le scienze della sostenibilità del vino" (ambientale e territoriale, culturale, enologica, economica) come tema portante, il fascino della Firenze del Rinascimento come cornice e come augurio alla nascita di nuovi capolavori dell'enologia, il Portogallo come Paese ospite, e grandi nomi attesi, ma ancora da svelare: ecco gli ingredienti del Congresso nazionale Assoenologi n. 72, di scena nella capitale della Toscana (Stazione Leopolda), dal 17 al 19 novembre 2017 (<https://goo.gl/1dmVq>). "Spesso per sostenibilità - ha detto Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi - si intende un ritorno al passato, invece, nel nostro settore è una spinta verso il futuro. La viticoltura e la produzione vinicola possono essere sostenibili solo basandosi sui risultati delle ricerche e delle sperimentazioni".

Cronaca

Donne, vino & agricoltura

Se le aziende agricole "al femminile" in Italia oggi sono il 21,8% (dati Unioncamere), e si concentrano soprattutto in agricoltura, nel vino ci sono casi, come quello del Consorzio del Vino Chianti, in cui le viticoltrici e imprenditrici, sono il 25% del totale. Dati che arrivano in vista dell'8 marzo, Festa della Donna, che sarà celebrata anche al Museo del Vino di Torgiano della Fondazione Lungarotti, con una mostra tematica che va dalle Baccanti alle opere di Giò Ponti e Piero Fornasetti (<https://goo.gl/AFKh5H>).



Primo Piano

Il vino ed i Millennial d'Italia per PwC e Alibaba

I Millennial, ormai è un ritornello, stanno cambiando i consumi di vino nel mondo. E l'Italia, nonostante una popolazione sempre più vecchia e nascite in calo, come certificato in questi giorni dall'Istat, non fa eccezione. Tant'è che in quadro complessivo sostanzialmente stabile o in leggerissima ripresa, emerge che, tra il 2014 ed il 2016, i consumi di vino tra i Millennial italiani sono cresciuti a doppia cifra, del +12% tra le donne e del +13% tra gli uomini. Non solo. I livelli di consumo di vino dei Millennial sono superiori a quelli della generazione dei genitori, i Baby Boomer. In Italia il 32% delle clienti donna che consuma vino è della generazione Millennial, il 25% tra i consumatori uomini. E per loro, il primo driver di scelta, come succede per i coetanei nel resto del mondo, è il prezzo - collegato alla capacità di spesa relativamente più contenuta, sebbene in crescita, seguito da fattori più "sociali" come l'occasione di consumo, caratteristiche del prodotto come uvaggio, annata e provenienza (in quest'ordine), ed infine il packaging. Il consumo di vino è percepito dai Millennial, inoltre, non più come una semplice bevanda, ma come un'occasione di socializzazione, un elemento di cultura e rappresentativo di uno stile di vita, traducendosi in occasioni di consumo più diversificate: il 62% predilige la condivisione del vino in compagnia presso la propria abitazione, il 33% presso enoteche e wine bar in occasione di degustazioni, il 5% al ristorante. Ed è cambiata la relazione con il produttore, incentrata sulla multi-canalità e l'esperienzialità. I Millennial sono curiosi, si affidano ai canali social e agli influencer nella fase di ricerca, richiedendo consigli e interagendo con la comunità digitale. Con l'acquisto che passa sempre di più dalla rete (anche se i numeri ad oggi sono ancora piccolissimi in Italia, ndr). Emerge dalla ricerca "Il settore del vino in Italia e la generazione Y" di PwC (network di imprese presenti in 157 Paesi) condotta tra 450 consumatori online italiani tra i 18 e i 34 anni e presentata oggi in una tavola rotonda che ha riunito alcune aziende di eccellenza del vino italiano e il colosso dell'e-commerce cinese Alibaba Group (qui l'approfondimento, <https://goo.gl/3rHp07>).

Focus

Contaminazione, ricerca e viaggio in cucina

Si chiude il sipario su "Identità Golose", ma cosa rimane dell'edizione 2017? Prima di tutto, un messaggio forte, perché il tema scelto da Paolo Marchi, "La forza della libertà: il viaggio", è in controtendenza in un mondo in cui vince la paura della diversità sulla voglia di contaminazione, aspetto fondamentale in cucina, dove non c'è spazio né per il protezionismo né per l'intolleranza. Ma rimangono anche spunti e stimoli, più o meno sorprendenti, nei "viaggi" dei migliori chef del Belpaese. Niko Romito punta sull'"Intelligenza Nutrizionale" per portare le tecniche dell'alta cucina su larghissima scala, a partire dagli ospedali, mentre per Heinz Beck il viaggio ha l'aspetto di una busta, con su scritto un proverbio africano ("Ciò che non hai mai visto lo trovi dove non sei mai stato") e dentro un panino non panino. Lo chef spagnolo Angel Leon si è tuffato negli abissi del mare per riemergere con granchi minuscoli e plancton, ingredienti strani, ma non quanto la farina di grillo che sta sperimentando il Pastificio Felicetti. E ancora, la crisi del gelato, ed il successo della pizza, piatto gourmand anche per "Identità Golose", revisitata da Max Alajmo e sublimata da Franco Pepe (e tanto altro, <https://goo.gl/MOV3Zy>).



Wine & Food

Chi sono gli "e-gourmand" italiani per vente-privée.com

Oltre al +30% complessivo dell'e-commerce food nel 2016, il settore dei prodotti gourmet venduti online è cresciuto del 17%, ed il leader delle vendite-evento, vente-privée.com, ha tracciato l'identikit del consumatore tipo in Italia: il vino la fa da padrone, con la sua convivialità (46% del campione), specie se di un produttore conosciuto (74%), e con la voglia di abbinare più vini ad un pasto (82%). E, se il prezzo è giusto, una bottiglia può essere un acquisto d'impulso, specie se dietro la tastiera c'è una donna (39%). Il tutto, ovviamente, è sempre più condiviso sui "social", Facebook in testa (48,5%) ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La forza della libertà: il viaggio", tema dell'ultima edizione di Identità Golose, il congresso di cucina ideato da Paolo Marchi, interpretato da alcune delle più grandi firme della

cucina italiana: Moreno Cedroni, Davide Oldani, Enrico Bartolini, Enrico Crippa, Carlo Cracco, Giancarlo Perbellini, Massimiliano Alajmo ed Eugenio Boer.

