



La News



Paradiso delle farfalle in vigna

A Marlborough, la Yealands Family Wines è stata formalmente riconosciuta dalla "Moths & Butterflies Trust of New Zealand" come la prima azienda del Paese "amica delle farfalle", per l'impegno profuso nella protezione degli insetti colorati. Negli ultimi anni, i giardinieri della cantina neozelandese hanno creato nel Seaview Vineyard un paradiso conosciuto come Butterfly Gully, con 200 piante di Gomphocarpus physocarpus, particolarmente adatte ad attirare le farfalle monarca, ma anche piante di ortica, il riparo per i bruchi destinati a diventare farfalle Admiral. I fiori selvatici che crescono tra le viti, inoltre, forniscono una fonte naturale di nettare.



Brexit? Beviamoci su

Secondo i più recenti dati Nielsen, non ci sono incertezze sociopolitiche o aumenti di accise che tengano per i bevitori del Regno Unito: è infatti volato a 18,71 miliardi di euro in valore l'off trade britannico di birra, vino e spiriti (+2,3% dall'aprile 2016 all'aprile 2017, un tasso più che triplo rispetto ai dodici mesi precedenti), e anche i volumi hanno ripreso a crescere, recuperando la flessione dello 0,6% del 2015-2016 e mettendo a segno un più che incoraggiante +0,8%. La sottocategoria che ha maggiormente trainato la crescita in valore del settore, pur nel quadro di una crescita generalizzata, è quella delle birre: buone notizie, ad ogni buon conto, per l'Italia del vino, i cui volumi sono scesi del 7,4%, ma con valori in crescita del 2,3%, a 763,81 milioni di euro.

Cronaca

Contraffazione in Toscana

Più di 15.000 le bottiglie sequestrate e 51.000 le etichette pronte per ulteriori frodi: ecco il "bottino" sequestrato dalla Guardia di Finanza di Siena in un'azienda di Montepulciano, nell'ennesima truffa ai danni del mondo enoico, che coinvolge alcune tra le griffe di punta del vino toscano, come il Brunello di Montalcino, la Vernaccia di San Gimignano ed il Chianti. Le accuse, per il produttore, sono di contraffazione di marchi e di indicazioni geografiche e denominazioni di origine (<https://goo.gl/BCM7yB>).



Primo Piano

Vino & consumi: il cambio generazionale è lontano

Se i Millennials, come dicono tutti, sono il futuro dei consumi di vino, in Italia c'è ancora molto da lavorare. Perché, per esempio, lo bevono solo il 48% dei giovani tra i 18 ed i 34 anni (contro il 54% dei maggiori di 65 anni ed il 58% delle persone tra 35 e 64 anni). E se c'è un 60% che considera il vino una delle eccellenze dell'Italia, c'è anche un notevole 40% che non la pensa così. Dati che emergono dall'Osservatorio del Vino 2017 Censis-Federvini, analizzato da WineNews, da cui si evidenzia come, nel Belpaese, i giovani siano ben lontani dal sostituire i più anziani nel consumo di vino, visto che sui 28,1 milioni di persone che in Italia bevono vino, 5,3 milioni tra i 18 ed i 34 anni si concedono un calice (e di questi 3,6 milioni lo fanno raramente), contro i 14,3 milioni di persone di età tra i 35 ed i 64 anni, ed i 7,1 milioni di over 65. Quello che fa ben sperare, però, è che quello del vino è sempre più un consumo culturale, legato soprattutto alla qualità. E sempre più appannaggio di chi ha un titolo di studio elevato, visto che i consumatori di vino con licenza elementare sono scesi dal 49% del 2006 al 40% del 2015, e quelli con licenza media dal 52% al 48%, mentre sono più stabili le percentuali tra i diplomati (dal 59% al 57%) ed i laureati (dal 65% al 64%). Per tutti, però, la qualità è il criterio dominante nella scelta del vino, indicato in generale come primo requisito dal 93% dei consumatori, con il 52,3% che dice di scegliere sempre in base alla qualità, più che al prezzo. La qualità si preferisce, ma costa, e quindi si deve guardare nel concreto anche al portafoglio, e non solo ai desideri. Ancora, se la qualità è sempre il primo requisito per più della metà degli over 35 (e per il 66% degli over 65), i Millennials sfuggono anche a questa statistica, visto che il discorso vale per il 44% di loro, mentre il 53% vede ancora la qualità come primo criterio solo se si deve accompagnare un cibo particolare, o per brindare ad una occasione speciale. Altra differenza netta che emerge tra i Millennials e gli altri, è il modo di fruizione del vino stesso: il 62% di loro, per esempio, ha partecipato almeno ad una attività legata al vino durante l'anno, contro il 49,8% degli over 35, ed il 26,1% degli over 65.

Focus

Millennials & cibo: più prezzo che qualità

I millennials del Belpaese hanno stili assai diversi quando si tratta di alimentazione, ispirati a principi diversi: il gruppo più consistente è rappresentato dagli "agnostici alimentari", che cercano di bilanciare praticità e provenienza, qualità e prezzi, un quarto dei giovani è invece rappresentato dai "consapevoli", attenti a salute e sostenibilità, quindi ci sono i "politeisti alimentari", che si rivolgono in maniera indifferente a produttori e a prodotti di qualità, provenienza e produzione differente, e infine ci sono gli "sbrigativi", che danno la precedenza alla praticità nella preparazione. Fattore cruciale, nelle scelte alimentari dei giovani, è la convenienza, in grado di orientare anche una potenziale sensibilità alla qualità e alla provenienza geografica dei prodotti, mentre una quota consistente di Millennials (il 40%) è disponibile, almeno in linea di principio, ad orientarsi su scelte di consumo diverse, se ciò rappresenta una scelta ecologicamente sostenibile. Ecco il rapporto tra i giovani italiani, tra i 16 ed i 35 anni, ed il mondo del cibo, raccontato dalla ricerca "Giovani, Cibo, Salute e Sostenibilità" curato dall'Università di Siena (qui l'analisi completa del report: <https://goo.gl/L5fhht>).



Wine & Food

Slow Fish: per salvare il mare, ci vuole la consapevolezza

I prodotti ittici costituiscono la fonte di proteine per 3 miliardi di persone nel mondo, e il reddito di 800 milioni di persone si fonda sulla pesca e sull'industria ittica, eppure, la consapevolezza dei consumatori è ancora il punto debole della filiera. È il leit motiv di Slow Fish, la rassegna dedicata al mare by Slow Food. Per tutelare la biodiversità e l'integrità stessa del Mar Mediterraneo, minacciate da inquinamento e cambiamento climatico, ci vuole una presa di coscienza collettiva, che ci porti a prediligere il pescato locale e fresco, vero e proprio cardine di una piccola rivoluzione.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Tra territori "lenti", iniziative private di successo e, purtroppo, la mancanza di un quadro normativo che favorisca la partnership pubblico-privata, come possono i

distretti del vino italiano contribuire alla "buona Italia"? Risponde Roberta Pezzetti, Università dell'Insubria e autrice del rapporto sul tema per il Consorzio del Gavi.

