

La News



Cecchi investe a Montalcino

Cecchi mette radici a Montalcino (dove già distribuisce Poggio Antico): da rumors WineNews, la storica realtà chiantigiana, avrebbe comprato vigneti e cantina in uno dei territori più prestigiosi d'Italia e del mondo, dove il gruppo guidato dai fratelli Cesare ed Andrea Cecchi (foto), avrebbe acquisito 6 ettari di vigneto, di cui 3 a Brunello, nella valle della millenaria Abbazia di Sant'Antimo. Con la Famiglia Cecchi che, nei 125 anni di storia del gruppo, aggiungerebbe un'altra perla alle tenute di proprietà, Villa Cerna e Villa Rosa nel Chianti Classico, Val delle Rose in Maremma, Castello Montauto a San Gimignano e Tenuta Alzatura a Montefalco, in Umbria, per oltre 300 ettari vitati.



Vinitaly "do Brasil"

SMS La strategia di presidio dei mercati stranieri di Veronafiere e Vinitaly non si ferma: dopo essere entrata, con la "newco" Vpe (in partnership con Fiere di Parma) nel capitale di "Bellavita Expo" (società inglese specializzata nelle fiere wine & food made in Italy in Uk, Usa, Canada, Messico, Olanda, Polonia e Thailandia), la fiera veronese, riporta "Il Sole 24 Ore", è pronta ad esportare il suo know-how e varare, insieme a Milanez & Milaneze, una fiera del vino in Brasile, la "Wine South America - Feira Internacional do Vinho a Bento Gonçalves, nel Rio Grande do Sul (26-29 settembre 2018). "L'obiettivo è di proporre il meglio della produzione sudamericana - spiega il dg Veronafiere, Mantovani - attrarre i produttori brasiliani, argentini, cileni e paraguayani. E magari, più avanti, portarli a Verona".

Cronaca

Simei cresce "oltre" il vino

Nei primi 11 mesi del 2017, tra imbottigliatrici, etichettatrici, botti, tini, presse, torchi e così via, l'Italia della tecnologia e dei macchinari per la produzione di vino e bevande, ha esportato prodotti per 1,79 miliardi di euro. È anche dalla consapevolezza della forza di questi numeri e di un'Italia che è leader nel mondo che parte il rinnovamento di Simei (Milano, 19-22 novembre 2019), fiera firmata da Unione Italiana Vini, tra incoming e maggiore apertura a filiere diverse dal vino come birra, olio e spirits.



Primo Piano

Spesa enoica media (con sorpresa) Paese per Paese

La spesa media pro capite destinata ogni anno ai consumi di vino rivela più di quanto ci si potrebbe aspettare sul rapporto con Bacco nei diversi Paesi del mondo. Al di là dei numeri dell'import, del volume d'affari complessivo e di qualsiasi altro tipo di indicatore macro economico, infatti, sono gli svizzeri a spendere, abbondantemente, di più: 646 dollari l'anno a persona (tasse incluse) per rossi, bianchi e bollicine, in un Paese che produce poco più di un milione di ettolitri, ma che importa quasi 800 milioni di dollari di vino ogni anno, come rivelano i numeri dell'American Association of Wine Economists (www.wine-economics.org). A sorprendere maggiormente è però il secondo posto della Slovenia, certo non una potenza economica né uno dei primi mercati enoici del globo, con qualcosa come 597 dollari pro capite spesi in vino ogni anno, più della Danimarca, che segue a ruota a quota 537 dollari, proprio come il Belgio, meta d'elezione per la produzione della vicinissima Francia. Quindi troviamo l'Austria, piuttosto staccata, con 477 dollari, comunque davanti alla Francia, che tra Bordeaux, Borgogna e Champagne, ossia i vini dalla remuneratività più alta al mondo, non supera i 450 dollari. Francia e Gran Bretagna sono invece separate da ben 100 dollari di spesa media annua, che Oltremarica si ferma a 350 dollari, più di Norvegia (336 dollari), Svezia (332 dollari) e Nuova Zelanda (313). Nonostante la fragilità della propria economia, i wine lovers di Grecia spendono molto di più di tanti dei loro vicini: 308 dollari, contro i 284 del Portogallo ed i 279 della Croazia. Dall'altra parte del mondo, in Australia, si spendono 275 dollari a persona in vino ogni anno, in Canada 257, ed in Italia 247, ultimo dei Paesi sopra "quota 200", sotto la quale troviamo invece i consumatori di mercati fondamentali, come Germania, a 177 dollari di spesa media annua, un dato che non sorprende nonostante il record dell'import di vino in quantità, con 14,5 milioni di ettolitri, ma ad un prezzo medio piuttosto basso, Giappone (135 dollari), Usa (132 dollari, a fronte di un consumo medio lontano da quello dei Paesi europei), Spagna (109 dollari), Russia (43 dollari) e Cina (30 dollari).

Focus

SanPa brinda ai 120 anni del calcio italiano

Da una parte il gioco più bello del mondo, o comunque il più amato, sicuramente il più popolare, ad ogni latitudine, capace di scaldare passioni e cuori di milioni di persone, tifosi e non: il calcio; dall'altra l'impegno sociale di una delle realtà più radicate in Italia, quello della comunità di recupero di San Patrignano, fondata nel 1978 da Vincenzo Muccioli anche grazie all'impegno di Gian Marco Moratti; in mezzo, due amici storici dei ragazzi di Sanpa, i fratelli Riccardo e Renzo Cotarella, due enologi che non hanno certo bisogno di presentazioni, capaci di far incontrare la comunità con il massimo organismo del calcio italiano, la Federazione Italiana Giuoco Calcio (Figc), ovviamente attraverso il vino. Dal lavoro dei 1.300 ragazzi accolti a San Patrignano, tra i filari e in cantina, da dove per molti di loro arriva spesso il riscatto ed una seconda opportunità, stando ai rumors WineNews, nasce così una linea di Rubicone Rosso 2016 dedicata ai 120 anni di attività della Figc, un'edizione limitata che sarà svelata ufficialmente a Vinitaly (www.vinality.com), il 15 aprile, giorno dell'inaugurazione della più importante fiera del vino italiano.



Wine & Food

Olivini, Pellegrino, Fontefico: i migliori Packaging per Vinitaly

È del Benaco Bresciano Igt Merlot Notte a San Martino 2014 della Società Agricola Olivini di Desenzano del Garda l'"Etichetta dell'anno 2018", della cantina Carlo Pellegrino & C. di Marsala il miglior "Packaging 2018", mentre la migliore "Immagine Coordinata 2018" è dell'Azienda Agricola Fontefico dei Fratelli Altieri di Vasto. Ecco i verdetti del Concorso Internazionale Packaging di Vinitaly n. 22, secondo la giuria guidata da Cristiano Segnanfreddo: "si vede la volontà di esprimere un senso contemporaneo, superando l'immaginario classico dell'etichetta del vino".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Il Fattore Umano" in cucina, declinato nel rispetto per la brigata, ma anche della materia prima e di chi la produce, della sala e del cliente. Da "Identità Golose", parlano top

chef d'Italia e del mondo: Cristina Bowerman, Virgilio Martinez (Perù), Andrea Aprea, Yannick Alléno (Francia), Antonia Klugmann, Gaggan Anand (India) ad Ana Ros (Slovenia).

