

La News



TripAdvisor incorona l'Italia

I viaggiatori del mondo incoronano ancora una volta la cucina ed il vino italiano: il Belpaese è al n. 1 dei "Travelers' Choice Awards" di TripAdvisor, dedicati alle "esperienze". Al primo posto assoluto, davanti a tour guidati di Berlino o New York, gli utenti hanno messo una "Lezione di cucina e pranzo in un casolare toscano con tour del mercato di Firenze". Italia al top anche tra le "Wine Experience", con un "Wine tasting experience nella campagna Toscana", davanti alle proposte della valle del Douro e di Lisbona, in Portogallo, e ancora di San Francisco, Madrid, Barcellona, Seattle, della Yarra Valley e Melbourne in Australia, della Nuova Zelanda e della Loira.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Un "tesoretto" per i nuovi vigneti?

Sulle autorizzazioni di impianto dei nuovi vigneti, non ci saranno novità prima del 2020, quando saranno rinnovate tutte le istituzioni Ue. Allora, forse, si potrà pensare ad un approccio diverso al settore vino, tra i pochi ancora "sotto tutela", vista la liberalizzazione di quasi tutte le altre filiere. Ma non è detto che sia la strada giusta: la crescita dell'1% annuo del vigneto Italia è, nel suo complesso, sufficiente, a guardare l'andamento degli ultimi 15 anni. Certo è che una gestione regionale, e che non tiene in conto le possibilità di crescita e le aspirazioni di grandi aziende, e di singoli territori in ascesa, rende la normativa imperfetta. Ma è ancora tutta da utilizzare la "riserva" di 22.000 ettari del vecchio regime di diritti, convertiti in autorizzazioni, in mano alle aziende, che non possono trasferirli, e che entro il 2020 dovranno decidere cosa farne...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il biologico vale 1,5 miliardi in Gdo

Non si ferma la crescita del biologico, che nell'ultimo anno ha superato il valore di 1,5 miliardi di vendite in Gdo, rompendo, di fatto, il predominio dei negozi specializzati. Nell'ultimo anno, la crescita del bio è stata del 10,5%, sul 2,8% dell'alimentare nella sua totalità. Anche grazie ad un'offerta che oggi, rispetto ad un anno fa, vede il 18% in più di referenze. E se 6,5 milioni di famiglie acquistano prodotti bio ogni settimana, saltuariamente lo fanno 21,8 milioni, l'88% del totale in Italia. A dirlo i dati Nielsen, analizzati da Assobio.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

La contraffazione del wine & spirits in Ue vale 2,7 miliardi all'anno. A dirlo il report Euipo

2,7 miliardi di euro all'anno: è il conto salato sulle vendite dirette della contraffazione, che, ogni anno, è pagato dal settore del wine & spirits nell'Unione Europea. Una perdita del 6,9% del "fatturato legale", che sale a 6,3 miliardi di dollari nell'indotto. Che vuol dire 7.100 posti di lavoro potenziale in meno direttamente impiegati nel settore, e 41.000 totali nell'indotto. A cui va aggiunta la perdita di 2,2 miliardi di entrate fiscali per gli Stati Membri. Sono i numeri snocciolati dall'ultimo report dell'Euipo, l'ufficio europeo che si occupa della tutela dei marchi e della proprietà intellettuale che stima, nel complesso di 12 settori analizzati (dall'abbigliamento alla cosmesi, dal farmaceutico ai giochi), il costo della contraffazione in 59 miliardi di euro all'anno solo di vendite dirette. E a questi numeri, sottolinea l'analisi dell'Euipo, va aggiunto anche un altro costo non meno importante, ovvero quello della violazione della proprietà intellettuale su vini, liquori, prodotti agricoli e alimentari ad Indicazione Geografica, per i quali i consumatori, come emerge da molti studi, sono disposti a pagare di più, aspetto che aumenta il danno potenziale sia per gli stessi consumatori, che per i produttori. Un costo difficile da stimare, ma che uno studio Euipo del 2016 calcolava approssimativamente in 2,3 miliardi di dollari, il 4,8% del totale delle vendite di prodotti ad Indicazione Geografica. E sebbene, come riportano le cronache, gran parte del giro d'affari della contraffazione di prodotti europei avvenga extra Ue, molti sono i casi "domestici", messi in piedi da vere e proprie organizzazioni criminali, sottolinea il report, come quelle che, dal Belgio alla Repubblica Ceca, dalla Spagna all'Italia, dalla Polonia al Portogallo, fino al Regno Unito, sono coinvolte, per esempio, nel reimpacchettare vini economici e di scarsa qualità in bottiglie di vini che sul mercato sono ben più costosi. Una questione sempre più delicata, spinosa e costosa da affrontare, anche per il settore del cibo in generale, che è uno dei 10 più a rischio contraffazione, secondo l'Euipo, con i rischi connessi non solo al pagare cifre importanti per prodotti illegali e di minor qualità di quelli originali, ma anche legati ai potenziali danni per la salute.

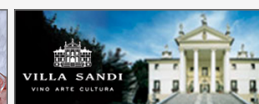
[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

L'Ice e Cofco insieme per il vino italiano in Cina

Il made in Italy funziona bene, nel mondo, soprattutto quando mette insieme la cultura, il design, la moda, le auto e l'enogastronomia. Cosa tanto più importante in quei mercati dove alcuni settori sono già affermatissimi, e altri devono ancora conquistarsi uno spazio adeguato. Come in Cina, dove moda e auto italiane sono un must, e dove l'enogastronomia ed il vino, pur crescendo in maniera importante (+63% per il comparto enoico nei primi 3 mesi del 2018), sono ancora poco più che all'inizio. Bene, dunque, che l'Ice abbia a disposizione 17 milioni di euro per la promozione del made in Italy, di cui 3 solo per il vino. E tanto meglio se, anticipa "Il Sole 24 Ore", ha firmato un accordo con Cofco, gigante di Stato della distribuzione in Cina (giro d'affari di 100 miliardi di euro e 400 wine shop), per una campagna di promozione che coinvolgerà, nei prossimi 12 mesi, oltre 200 negozi, con scaffali ad hoc per il vino del Belpaese, che sarà protagonista di corsi di formazione sia per i consumatori che per il trade, anche via web, su piattaforme come JD.Com e Tmall.Com. Accordo che sarà presentato domani, a Milano, nella seconda giornata, dopo quella di oggi a Roma, del forum "Opportunità e sfide per il vino italiano in Cina", organizzato da Ice, Federvini, Unione Italiana Vini e Federdoc.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Non solo vino e piatti tipici, a tirare il turismo gastronomico ecco le erbe aromatiche

Il settore del wine & food fa ormai da traino del turismo in Italia: per i dati di Ismart-Unioncamere si parla di un giro d'affari di 12 miliardi di euro. E sul mercato del turismo gastronomico, ora, stanno facendo capolino anche le erbe aromatiche che, dal 16 maggio, dopo 90 anni, hanno finalmente una regolamentazione grazie all'approvazione del "Testo unico in materia di coltivazione, raccolta e prima trasformazione delle piante officinali" (da oggi in Gazzetta Ufficiale, ndr). Dell'interesse crescente per le esperienze legate alle erbe aromatiche è case history quella de "Gli Aromi" che, a Scicli, in Sicilia, riceve 9.000 visite l'anno per il percorso emozionale-olfattivo tra oltre 200 specie di piante aromatiche.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"La comunicazione aiuti i consumatori di vino a cambiare atteggiamento verso la scienza"

"Il cambiamento climatico è sotto gli occhi di tutti, le conoscenze, i metodi e gli strumenti per reagire ci sono, ma anche i consumatori devono cambiare, ed avere un atteggiamento non antiscientifico. E in questo senso la comunicazione ha una missione importante". Le riflessioni del professor Attilio Scienza, docente di viticoltura all'Università di Milano, e tra le voci più autorevoli del settore a livello mondiale.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)