

La News



**In Francia ed in Italia più tempo a tavola**

Ci vuole tempo, a tavola, per godersi i piaceri del buon bere e del buon mangiare. Perché quando il piatto chiama, insieme ad un buon calice di vino, vuole il suo tempo, per essere assaporato, o per essere "magnato", come dice Albero Sordi al "maccarone" che l'ha "provocato" nel celebre film "Un americano a Roma". Lo sanno bene francesi ed italiani che, secondo l'Ocse, sono quelli che nel mondo passano più tempo a tavola: 2 ore e 15 minuti per i transalpini ogni giorno, 2 ore e 5 minuti nel Belpaese. Una classifica curiosa, che vede a completare il podio la Grecia, con 2 ore e 4 minuti al giorno, davanti di pochi secondi alla Spagna, al n. 4 con 2 ore e 2 minuti.

**Approfondimento su WineNews.it**



SMS

**Il dramma del caporalato**

C'è stato bisogno della morte di 16 braccianti in pochi giorni, tutti stranieri, di ritorno dai campi di pomodori pugliesi, per aprire una riflessione seria e profonda sulla piaga del caporalato. Su cui è giusto vigilare, con maggiori controlli, come ribadito dal Ministro Centinaio, ma che va combattuto intervenendo su tutta la filiera, dal campo allo scaffale. Lo sfruttamento del lavoro nasce infatti da un sistema silente per gli agricoltori, in cui il prodotto, dal grano al pomodoro, è una commodity, ed in quanto tale subisce la volatilità di prezzi decisi da un'industria tenuta per il "collo" dalla Gdo, capace di imporre prezzi talmente bassi da costringere, in un certo senso, gli agricoltori a rifarsi sul costo del lavoro, e quindi sui braccianti. La soluzione? Slow Food ha chiesto al Governo la dichiarazione in etichetta del prezzo all'origine, un primo importante passo.

**Approfondimento su WineNews.it**



Cronaca

**Spagna, truffa enoica da 1,7 milioni \$**

La contraffazione dei grandi vini è un fenomeno sempre più globale, e notizie di truffe e indagini arrivano ormai da ogni dove. Ultimo grande caso, smantellato dalle autorità, arriva dalla Spagna, dove nei giorni scorsi la Guardia Civil ha fermato un'organizzazione basata in Galizia, che smerciava, on line e in un ristorante di proprietà, false bottiglie dei più prestigiosi vini spagnoli, da Pingus a Vega Sicilia Unico. Una truffa che andava avanti dal 2014, e che in meno di quattro anni avrebbe fruttato ai malfattori la cifra enorme di 1,7 milioni di dollari.

**Approfondimento su WineNews.it**



Primo Piano

**Stati Uniti, nei primi 6 mesi 2018 vino italiano a +11,5%. I dati Ice**

Crescono, nel complesso, le esportazioni di vino italiano in Usa, più in valore che in volume, in quello che è il primo mercato per le cantine del Belpaese, e dove, nel complesso, le importazioni enoiche aumentano in valore, ma diminuiscono in quantità. È il quadro dei primi 6 mesi del 2018 tracciato a WineNews dall'Ice, che proprio tra fine aprile e luglio ha lanciato la prima fase della campagna "Italian Wine - Taste the Passion", nel "Progetto Vino Usa", il più importante progetto di promozione istituzionale del vino italiano mai messo in campo. Dai dati dell'US Department of Commerce analizzati dall'Ice, emerge che nella prima metà del 2018, l'Italia ha esportato vino per un valore complessivo appena superiore ad 1 miliardo di dollari (quasi il 40% di tutto l'export agroalimentare del Belpaese verso gli States, a 2,5 miliardi di dollari), con una crescita in valore del +11,5, per un volume di 171,3 milioni di litri complessivi, a +2,5%. Un export enoico tricolore che è fatto al 34% di vino rosso, al 33% di vino bianco ed al 20% di vini spumanti. Tutto questo in un quadro in cui le importazioni complessive in Usa, nella prima metà dell'anno, hanno raggiunto i 3,075 miliardi di dollari (+8,5%), scendendo però a 587 milioni di litri (-5%). Nel dettaglio, spiega l'Ice, emerge che nei primi 6 mesi, seppur con dinamiche differenti, l'Italia ha aumentato le vendite in tutte le categorie: +0,5% per i vini bianchi (341 milioni di dollari), +12% per i vini rossi (348 milioni di dollari), ed un balzo del +28,5% per gli spumanti (210 milioni di dollari). Nondimeno, però, l'Italia ha perso, seppur di poco, la sua posizione di leader assoluta di quota di mercato in valore, sottolinea l'Ice, a vantaggio della Francia, a quota 1,013 miliardi di dollari, con una crescita del 18% (grazie in particolare ai rosati della Provenza) ed una quota di mercato tra i vini stranieri, in valore, del 33%. Altro aspetto decisamente interessante da sottolineare, per l'Ice, è l'aumento "dei prezzi medi, che sono i più alti finora mai raggiunti dai vini italiani, in tutte le categorie: 5,1 dollari al litro per i bianchi, 6,6 per i rossi e 5,6 per gli spumanti, con una media di 5,8 dollari al litro".

**Approfondimento su WineNews.it**

Focus

**La campagna "Italian Wine - Taste the Passion"**

417 milioni di impressions tra i diversi canali: dal digitale alle riviste di settore come "Wine Spectator" o "Wine Enthusiast", tra gli altri, oltre ai 7 milioni di visualizzazioni negli schermi sui taxi di New York e Chicago. Sono alcuni numeri che danno la misura del successo della prima fase di "Italian Wine - Taste the Passion", la campagna istituzionale messa in campo dall'Ice per la crescita della conoscenza e del business del vino italiano, nel più ampio "Progetto Vino Usa", "concertato" con la filiera rappresentata da Federvini, Unione Italiana Vini e Federdoc. Una campagna articolata (la seconda fase sarà di scena da settembre a dicembre, periodo clou per il commercio del vino), tra attività di comunicazione, di formazione per i professionisti del settore (importatori, distributori, sommelier e personale di vendita di wine stores), anche attraverso il lancio del portale [www.extraordinaryitalianwine.us](http://www.extraordinaryitalianwine.us), ma anche di supporto ai "Newcomers", ovvero a quelle aziende che ancora non esportano in Usa, e ancora con promozione e accordi in ristoranti e retail per aumentare la visibilità e la presenza del vino italiano tra gli scaffali Usa, senza dimenticare le attività di incoming.

**Approfondimento su WineNews.it**



Wine & Food

**Maurizio Forte, Ice New York: "bene il vino italiano in Usa, ma si può crescere"**

"Sono positivi i dati dei primi 6 mesi 2018 per il vino italiano in Usa, che speriamo possano essere confermati a fine anno. L'Italia ha tante potenzialità ancora, se si pensa che nel 2017 Toscana e Veneto hanno coperto da sole il 50% dell'export negli States. C'è ancora tanto da far conoscere, e anche per questo la nostra campagna è molto rivolta ai millennials". Parole, a WineNews, del direttore dell'Ice di New York, Maurizio Forte. "Le imprese stanno facendo un grande lavoro, se c'è bisogno di fare più sistema, sono le istituzioni ed i principali attori della filiera che devono dare il buon esempio. Sul fronte dazi, per ora, non ci sono segnali di difficoltà".

**Approfondimento su WineNews.it**



WineNews.tv

**Tra attenzione al cibo, divieti, allarmi e fake news: a tu per tu con il professor Marino Niola**

L'antropologo esperto di alimentazione e docente dell'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli: "da un lato c'è un'orgia di cibo più rappresentato che consumato, dall'altro una grande attenzione ma anche sempre più allarmi e divieti perché crescono le malattie del benessere. La disinformazione è tanta, ma chi parla deve conoscere la materia, "uno vale uno" non va sempre bene. E aspetti come la malnutrizione o l'obesità non sono più solo questione di Terzo Mondo, ma sempre più spesso di classe sociale e di reddito".

**Approfondimento su WineNews.tv**