

La News



Verdicchio, Soave: 50 anni di bianchi d'Italia

Il bianco italiano va forte nel mondo, tanto da mettere in dubbio il primato dei rossi, trainato dalla crescita delle denominazioni più rappresentative del Belpaese, tra cui il Verdicchio ed il Soave, che festeggiano i 50 anni di Doc. Il Verdicchio dei Castelli di Jesi chiama a raccolta gli esperti internazionali da 13 Paesi del mondo a "Collisionsi Jesi" (da oggi al 2 settembre), con un focus su tendenze e mercati "Bianco come il Vino" by Nomisma. Dall'1 al 3 settembre, a Verona, torna "Soave Versus" a celebrare, in una vera e propria festa, il bianco veneto da suolo vulcanico, con omaggi alle osterie della città scaligera, preludio alla degustazione (anche con annate storiche).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Gli Usa, non sono solo California

Non solo California, il vigneto Usa ormai poggia su pilastri stabili: Washington, Oregon, Texas e New York, come emerge dai numeri del Dipartimento del Tesoro americano. Sono 12.469 le aziende di vino che si contano, al 30 giugno di quest'anno sul territorio Usa, con la California, ovviamente, a fare la parte del leone, con 4.841 cantine, seguita dallo Stato di Washington, a quota 1.089, davanti all'Oregon (713), al Texas (602) ed a New York (583). Un panorama più omogeneo e sfaccettato di quanto si possa immaginare, e se uno Stato come il Vermont, per evidenti ragioni climatiche, conta appena 68 aziende, nonostante un consumo pro capite di 17,5 litri, il secondo più alto nel Paese, persino il freddo Alaska vanta 8 eroici vignaioli, pochi meno delle Hawaii, a quota 12.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Pasolini e la gastronomia sociale a Venezia

Un poeta, Pier Paolo Pasolini, tra i personaggi più discussi del Novecento italiano, una barca, la sua, l'Edipo Re, e tante aziende agricole socialmente ed eticamente impegnate, col tema degli "ultimi" che tanto stava a cuore a Pasolini: il progetto l'isola di Edipo, di Sybille Righetti e Silvia Jop Basaglia nasce proprio dall'Edipo Re, trasformata in un luogo in cui assaggiare prodotti "enogastro-sociali". In questi giorni attraccherà a Venezia per la Mostra del Cinema n. 75, ospitando una sorta di festival parallelo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

I consumatori tipo di Euromonitor, non tutti sono da vino

Il tradizionalista, l'attivista convinto, il casalingo, l'avventuriero, il lavoratore imperterriti, il cauto pianificatore, l'ottimista bilanciato e lo spendaccione impulsivo: sono gli 8 profili del consumatore tipo, comuni in tutto il mondo, disegnati da Euromonitor, tutti diversi, per età, stipendio, approccio alla vita e, soprattutto, rapporto con lo scaffale. Ma procediamo con ordine, dai "Secure Traditionalist", il 20% dei consumatori: non amano fare shopping, non danno grossa importanza ai grandi brand e preferiscono risparmiare, un target da conquistare con politiche di prezzo, poco attraenti per il mondo del vino. Gli "Empowered Activist", il 17% dei consumatori, convinti, con le loro scelte, di poter fare la differenza, hanno a cuore i problemi globali e, di conseguenza, danno molta importanza a ciò che comprano. È una fetta potenzialmente importante ed interessante per le produzioni enoiche bio e biodinamiche. I "Conservative Homebody", invece, rappresentano il 16% dei consumatori, sono focalizzati su famiglia, casa e spiritualità, seguono le mode, anche in termini di prodotti agroalimentari. Gli "Inspired Adventurer" valgono il 13% dei consumatori, amano provare cose nuove, e proprio la curiosità e l'apertura mentale, in un settore complesso e variegato come quello del vino, li rende particolarmente interessanti. Gli "Undaunted Striver", un 13% dei consumatori, sono esperti di tecnologia e consapevoli del valore di ciò che comprano, con grande interesse per novità e prodotti di marca e di alto livello. In pratica, il target perfetto per il vino di qualità. I "Cautious Planner", il 9% dei consumatori, prestano molta attenzione alla gestione dei propri soldi, raramente fanno acquisti impulsivi, preferiscono comprare in negozio e pagare in contanti: il rapporto qualità/prezzo, in questa fascia, potrebbe premiare il vino tricolore. Infine, i "Balanced Optimist", di cui fanno parte il 9% dei consumatori globali, che preferiscono la qualità alla quantità, danno molta importanza alla propria salute e cercano prodotti di valore, dimostrandosi anche loro particolarmente interessanti per chi produce e vende vino di qualità, e gli "Impulsive Spender", appena il 5% dei consumatori, che fanno acquisti impulsivi e sono i più insondabili.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Ecco i luoghi in cui la viticoltura è un atto eroico

L'enoturismo è ormai un'attrattiva per milioni di wine lovers in tutto il mondo: secondo Hotels.com, piattaforma di prenotazione di hotel in tutto il mondo, in Italia il giro d'affari dell'intera filiera enoturistica tocca i 2,5 miliardi di euro. Ci sono dei luoghi però in cui la viticoltura è un atto d'amore, perché l'impegno che richiedono, a causa delle condizioni particolari del terreno, è tanto. Hotels.com ha selezionato alcuni dei territori, in Italia e non, simbolo della cosiddetta "vendemmia eroica". In Italia, c'è Conegliano Valdobbiadene, in cui si produce il famoso Prosecco Superiore, il cui territorio è caratterizzato da pendenze molto ripide. Ma anche la Valtellina: qui la coltivazione e la vendemmia sono totalmente manuali. Poi, ci sono i Colli della Luna, tra Massa e La Spezia, il cui territorio è stato strappato a boschi e pietre. E ancora Ischia, con i suoi vigneti sulle colline terrazzate, e Pantelleria, dove la vendemmia si fa inginocchiati, perché le viti sono basse, così sono protette dai forti venti. Uscendo dall'Italia, si passa da Dingač, Croazia, dove l'uva si trasporta in tunnel scavati nella montagna, a Santorini, dove i grappoli si raccolgono arrampicandosi tra i filari. E infine l'isola di Madeira, dove l'uva si raccoglie tutta a mano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

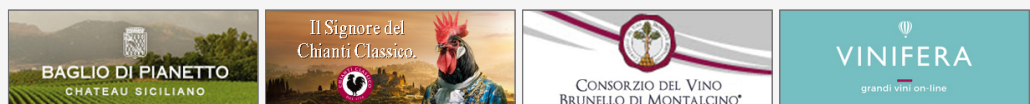


Wine & Food

Un nuovo conflitto nel Canale della Manica, scoppia la "Guerra delle Capesante"

Navi inglesi e francesi che combattono nel Canale della Manica: non è la Guerra dei Cent'anni, si parla di moderni pescherecci. Tra Inghilterra e Francia è scoppiata la "Guerra delle Capesante", sfociata in una vera rissa tra 40 barche francesi contro 5 inglesi. Motivo dello scontro i preziosi molluschi, di cui il Canale è ricco: i pescherecci di Sua Maestà possono pescare in acque francesi, ma solo in un preciso periodo dell'anno, dal 1 ottobre al 31 maggio, e in una certa precisa zona. A rompere l'equilibrio, sembrerebbe sia stato il fatto che gli inglesi abbiano preso a sfiorare i termini di calendario imposti loro e che, soprattutto abbiano preso a pescare molto di più dei francesi in una zona molto più ampia di quella concordata. Che si tratti di un'anticipazione di quello che potrebbe succedere agli accordi commerciali tra Gran Bretagna ed Europa dopo la Brexit?

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Flying winemaker? No, sailing winemaker: in barca tra i vigneti del mondo con Antonini

C'è chi, nel mondo dell'enologia, si specializza in un vitigno o su un territorio, e chi invece ha bisogno sempre di nuovi stimoli: nasce così il ruolo del "flying winemaker", come non ama affatto essere definito Alberto Antonini, enologo consulente, ma anche produttore, ai quattro angoli del mondo enoico. "Ho deciso di viaggiare solo in barca, quindi sono un sailing winemaker. Un territorio pronto a sorprendere? I fenomeni geologici che hanno creato il mondo sono gli stessi nel Nuovo come nel Vecchio, e il gap del primo presto si ridurrà".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)