

La News



Vinality (sold out) guarda alle nicchie

Fiera n. 1 del vino italiano, Vinality guarda sempre più alle nicchie ed alle tante specializzazioni che girano intorno al mondo di Bacco. Così, le novità 2019 (7-10 aprile, Verona), già "sold out" nonostante un aumento dell'expo, spiega VeronaFiere, riguardano il bio, il collezionismo e il design, ma non solo. Nasce l'Organic Hall, che accoglierà Vinalitybio con Federbio e i produttori dell'Associazione Vi.Te, e crescerà anche lo spazio dedicato alla collettiva Fivi. Più attenzione al bio e vino artigianale, ma anche all'estetica del vino, sia per i professionisti che per gli appassionati, che troveranno in Vinality Design uno spazio dedicato agli eno-accessori.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Come corre la "marca"

La marca del distributore cresce ancora in Italia: i valori dei prodotti con i brand delle principali insegne, da Coop a Conad, da Esselunga a Despar, per citarne solo alcune, nel Belpaese, nel 2018 hanno raggiunto i 10,3 miliardi di euro (+2,5% sul 2017), ed è uno dei segmenti più dinamici in una gdo sostanzialmente ferma (0,2%), con un quota di mercato ormai prossima al 20%. Perché ha conquistato la fiducia (e la fedeltà dei consumatori), garantendo, soprattutto, tracciabilità e sicurezza. Emerge dal "Rapporto Marca sull'evoluzione dei prodotti a Marca del Distributore in Italia" n. 15, firmato da Iri e Nomisma e presentato a Marca by BolognaFiere, la kermesse dedicata al settore che si chiude oggi a Bologna. E il vino? In Europa il vino a marchio del distributore vale qualcosa come 90 miliardi di euro di vendite l'anno ...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Biondi Santi meta 2019 per Decanter

La Tenuta Greppo-Biondi Santi a Montalcino, dove nell'Ottocento la famiglia Biondi Santi ha inventato il Brunello, oggi di proprietà del gruppo Epi della famiglia francese Descours: ecco l'unica italiana tra le "Great wineries to visit in 2019" per Decanter, accanto a Te Mata Estate in Nuova Zelanda, Penfolds in Australia, Château Mouton Rothschild a Bordeaux, Ruinart in Champagne, Joseph Phelps e Ashes and Diamonds in Napa, Casal de Armán in Galizia, Matetic Vineyards in Cile e Ken Forrester Vineyards in Sudafrica.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Usa, il futuro del vino dipende dai Millennial, che bevono sempre meno e con meno interesse

Primo consumatore al mondo di vini fermi e primo mercato extraeuropeo per le bollicine, gli Stati Uniti sono il faro del commercio enoico. Lo sa bene il Belpaese, che dopo i primi dieci mesi 2018 è tornato a guardare con fiducia al suo primo partner, chiudendo con vendite in crescita del +9,3% in valore e del +2,2% in quantità, ed i prezzi medi che raggiungono i 5,9 dollari al litro. Eppure, nonostante un'apparente stabilità, qualcosa sta cambiando, come racconta il report "US Landscape 2019" di Wine Intelligence che sottolinea come i consumi medi, tra il 2013 ed il 2017, siano rimasti stabili, a 12 litri pro capite, lontanissimi dalle vette di Italia, Francia e Spagna; cala nettamente il numero di chi beve vino con una frequenza almeno mensile, passati dagli 88 milioni del 2013 agli 84 milioni del 2017, e scendono anche i bevitori abituali (che consumano vino almeno due volte alla settimana). Una tendenza che non è legata all'invecchiamento dei wine lover, al contrario: secondo i dati di Wine Intelligence gli over 55 non hanno cambiato abitudini, mentre a bere meno sono, sorprendentemente, gli under 35. Ma non è solo una questione di numeri, le cose stanno cambiando anche dal punto di vista dell'approccio al vino, che nel complesso mostra un certo calo di interesse all'approfondimento ed alla conoscenza, così come del desiderio di ampliare ancora il repertorio di varietà e denominazioni conosciute, tendenza da cui esce illesa la California, e che riguarda proprio i Millennial, da cui dipende, in soldoni, il futuro del consumo di vino in Usa. Eppure, secondo Wine Intelligence, non ci sarebbe da strapparsi i capelli: al netto di un certo arretramento culturale, i Millennial muovono la fetta più ampia del mercato enoico, spaziando ancora tra un gran numero di etichette e tipologie. Inoltre, altro motivo di ottimismo per l'industria del vino, specie quella interna, i Millennial restano di gran lunga i più permeabili alle innovazioni ed alle novità, dai vini biologici a quelli a bassa gradazione, passando per i packaging più moderni, come le lattine: tutti aspetti che, in un Paese come gli Usa, in cui l'età media dei consumatori di vino è sempre più alta, vanno tenuti in forte considerazione per continuare a crescere.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vino & app, le più innovative parlano italiano

La maggior parte del traffico web è su smartphone, e che sia per divertirsi, per informarsi, per aggiornarsi, o per qualunque altro motivo, siamo costantemente connessi, con gli occhi verso il basso ed il pollice a scorrere le app. Già, perché è dalle app che passano le nostre passioni, compresa quella per il vino. E se nello smartphone di un wine lover difficilmente mancano le icone di Vivino e Wine-Searcher, altre, italianissime, hanno tutto per sfondare e rivoluzionare l'approccio al vino ed al suo acquisto. Come Enosocial, sistema di vendita "direct to consumer" in cui sono le aziende a gestire le proprie offerte, che conta anche sulla tecnologia clicknbuy, attraverso la quale il wine lover può ordinare con un semplice click, anche durante un evento o una fiera enoica, con Enosocial che prende in carico la spedizione. WineFi, invece, è dedicata all'entoturismo, mentre Winelivery, nata a Milano, oggi consegna a domicilio, in 30 minuti, vino, birra e spirits anche a Bologna, Torino, Bergamo e Firenze, e grazie a 1,7 milioni di euro di finanziamenti punta a Monaco e Roma. Infine, Winebel, che sfrutta la realtà aumentata per visualizzare video della cantina e del produttore direttamente tramite le etichette del vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Sintesi di tradizione e alta cucina, il Piemonte guida l'Italia in finale al Bocuse d'Or

Sintesi sublime di tradizione e alta cucina, accanto ai grandi vini, territorio prediletto da tanti grandi chef e che si è visto assegnare il maggior numero di stelle dalla Guida Michelin 2019 (5, per un totale di 45 locali complessivi, di cui 7 solo a Torino), già patria di Slow Food e della rivoluzione del cibo buono pulito e giusto portata avanti dalla Chiocciola, oggi sede dell'Accademia Bocuse d'Or Italia ad Alba, guidata dal trisstellato chef Enrico Crippa, e, grazie anche a tutto questo, meta n. 1 della "Best in travel" 2019 di Lonely Planet, il Piemonte fa da testimonial eccellente al Team Italia capitanato dallo chef Martino Ruggieri alla finale mondiale del Bocuse d'Or a Lione (29-30 gennaio), dopo aver ospitato la selezione europea della più importante competizione mondiale di alta gastronomia a Torino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Istat, nel 2018 la produzione agricola italiana cresce dell'1,5%, il vino del 14%

A WineNews, Alessandra Agostinelli, responsabile dei ricercatori Istat che hanno curato le stime sull'andamento dell'agricoltura italiana nel 2018. "Il settore che ha trainato la crescita è quello dei vegetali, cresciuto del 2,9%, in contrazione la zootecnia. Il vino ha fatto segnare un aumento delle quantità del 14% e del valore superiore al 30%. Dall'altra parte, crolla la produzione dell'olio d'oliva, a -37%. In Europa il valore aggiunto dell'agricoltura italiana è al primo posto, davanti alla Francia".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)