

La News



Valpolicella, rivoluzione "verde"

Un super-prezzo delle uve, che "valgono" 24.000 euro ad ettaro, un giro di affari da 600 milioni di euro l'anno, un brand sempre più amato nel mondo e una vallata ancora più verde, non solo per i suoi progetti sostenibili, ma anche per una nuova generazione di giovani che ha preso il testimone dell'economia dell'Amarone nei 19 Comuni della Valpolicella. È lo scenario, fotografato dal Consorzio della Valpolicella, a pochi giorni da Anteprima Amarone 2015, di scena al Palazzo della Gran Guardia di Verona dal 2 al 4 febbraio, che ha voluto rendere in numeri la realtà della principale Doc della prima provincia italiana per export di vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Champagne, che tonfo

Inaspettato, e ancora tutto da confermare, arriva il tonfo dello Champagne, che nelle stime fatte dal co-presidente del Comité Champagne, Jean-Marie Barillère, al magazine britannico "The Drinks Business", ha parlato di spedizioni in calo dell'1,7% nel 2018, per un totale di 302 milioni di bottiglie vendute, in Francia e all'estero, contro le 307,3 milioni del 2017. Un crollo causato da due grandi eventi: da una parte la Brexit, con la paura dei consumatori inglesi e la contrazione dei consumi nel primo mercato per l'export di Champagne, dall'altra i Gilets Jaunes, che con le tensioni scatenate in tutta la Francia hanno portato ad un inaspettato taglio degli acquisti secondari proprio nel periodo clou, ossia nelle ultime sei settimane dell'anno, fondamentali per i bilanci del vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Brexit, allarme rosso dalla Gdo

Sainsbury's, Asda, Marks & Spencer, Waitrose, The Co-op, Lidl, McDonald's e KFC: i big della Gdo e del food in Gran Bretagna uniti contro una Brexit "no deal", senza accordo, che metterebbe in seria difficoltà il mondo dei consumi enogastronomici interni. Un allarme assai giustificato, se si pensa che un terzo del cibo consumato in Uk arriva dai Paesi dell'Unione Europea, con le spedizioni italiane che nel 2018 hanno raggiunto un valore di 3,4 miliardi di euro, di cui 800 milioni solo dal vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Meta che vai, turista che sei, tutti gli italiani (o quasi) fanno turismo enogastronomico

Che si siano mossi per turismo balneare, di montagna o per business, il 98% dei turisti italiani ha partecipato ad almeno un'esperienza enogastronomica nel corso di un viaggio compiuto negli ultimi 3 anni, e il 45% ha fatto almeno un viaggio con pernottamento che abbia avuto come motivazione primaria un'esperienza enogastronomica (erano il 30% nel 2017). Il risultato? Un aumento del +48% di interesse in un anno verso un comparto vivace più che mai, con le esperienze enogastronomiche che sono ormai un elemento presente nella vacanza di tutte le tipologie di turisti. Emerge dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2019, curato da Roberta Garibaldi con la World Food Travel Association e l'Università di Bergamo. Un settore nel quale il vino rappresenta un segmento maturo, ma che, nel più vasto mercato del turismo enogastronomico, corre il rischio di una certa ripetitività dell'offerta: il 44% dei turisti ha partecipato ad un evento vinicolo nei viaggi compiuti negli ultimi 3 anni (nel 2017 erano il 35%), il 56% ha visitato una cantina (nel 2017 erano il 41%), il 17% si è detto interessato ma non lo ha fatto, anche per mancanza di informazioni (37%) e fruibilità delle strutture (33%). Tra i concetti chiave per il futuro, quello del "turismo esperienziale", autentico e alla ricerca di esperienze uniche, la segmentazione dell'offerta nei confronti di turisti trasversali per provenienza, reddito e istruzione, e l'innovazione, dalle professionalità ai format. Del resto, nella scelta di una meta, il turista enogastronomico oggi dà importanza alla cultura e alle tradizioni del territorio (46%), alla bellezza dei posti (44%) e solo dopo alla possibilità di degustare prodotti e visitare i luoghi di produzione (36%). Per questo ci si dovrà sempre più rivolgere anche ai turisti genericamente interessati al cosiddetto "paesaggio enogastronomico", quell'insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico dei territori. Chi sono? Per lo più del Sud, in coppia, di tutte le generazioni ma con un incremento di interesse dei Millennials dell'86% su base annua, amano viaggiare soprattutto in Italia (92%) più che all'estero, visitando territori come Sicilia, Toscana, Puglia ed Emilia Romagna e città come Napoli, Roma e Firenze. Con un desiderio: un museo dedicato alla ricchezza enogastronomica dell'Italia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Altro che hip hop, la nuova ossessione delle star Nba è il vino

C'è chi aspira a diventare un influencer e chi, volente o nolente, è destinato, qualsiasi cosa faccia, ad influenzare i comportamenti altrui. Succede, essenzialmente, alle star, del cinema come dello sport, perennemente a nudo sui propri profili social, e generando, a qualsiasi foto o video, migliaia di reazioni e commenti. Capita, così, che in Usa la star della NBA LeBron James, da qualche tempo faccia parlare di sé più per la sua passione per il vino, specie quello italiano, che per le sue prestazioni sul parquet. Le stories di Instagram sono popolate da bottiglie e bicchieri, e non dei "soliti" noti, ma di etichette ricercate, da vero amatore, in un'evoluzione che, se qualche mese fa metteva in bella mostra cru di Bordeaux e Sassicaia 1997, di recente ha portato alla ribalta il Brunello di Uccelliera, l'Amarone di Quintarelli ed il Montepulciano d'Abruzzo di Emidio Pepe, che hanno conquistato il centro dei Lakers, seguito, su Instagram, da più di 46 milioni di follower, praticamente uno Stato, una platea gigantesca. E non finisce qui: anche l'ex compagno Dwyane Wade è un wine lover, mentre Silver Oak, griffe della Napa Valley, ha dedicato ai Golden State Warrior, franchigia che ha dominato gli ultimi campionati, una limited edition di 5 bottiglie (a 500 dollari ...).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Meno tempo ma più cura: gli italiani a tavola nel Rapporto Ristorazione by Fipe

Il tempo dedicato al cucinare e al mangiare è sempre meno, ma la consapevolezza del forte legame che c'è tra alimentazione e salute è sempre di più: questo è ciò che di fondamentale emerge dal Rapporto Ristorazione 2018 della Fipe, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi. Che evidenzia come, di media, gli italiani dedichino ai fornelli solo 37 minuti al giorno, e ancora meno, appena 29, a mangiare. A vincere è la tradizione, con il 75% degli intervistati che dichiara di conoscere ricette di piatti della tradizione. Ma se il 97,1% degli italiani è consapevole che la cura del corpo passa dal cibo, e il 71,8% si informa su qualità e provenienza dei prodotti, solo il 53,3% consuma verdura giornalmente, e il 50% della popolazione è sovrappeso, se non addirittura obesa, con un valore assoluto che tocca i 5,3 milioni di persone.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il vino italiano guarda verso Est, ai mercati in crescita di Russia e Polonia

A WineNews il giornalista Dmitry Fedtov: "in Russia i vini italiani dominano nel settore delle bollicine, con il 70% del mercato: Asti, Prosecco e Lambrusco al top. Tra i vini fermi, vincono l'eleganza e la leggerezza del Nebbiolo e dei vini dell'Etna, ottime alternative ai vini di Borgogna. La cucina italiana, invece, perde posizioni rispetto alla riscoperta di quella russa". E Wojciech Gogolinski: "in Polonia l'85% del mercato è occupato da vini di fascia bassa, sotto i 7,50 euro a bottiglia, ma tra i fine wines il 50% arriva dall'Italia: il più amato resta il Chianti".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)