

La News



**Bottura, tra i 100 più influenti di "Time"**

Che il ruolo degli chef come opinion leader sia cresciuto, non ci sono dubbi. Ed ora, nella "The 100 Most Influential of 2019" dello storico settimanale americano "Time", entra lo chef n. 1 al mondo, Massimo Bottura, che se con l'Osteria Francescana di Modena, tre stelle Michelin, ha portato la cucina italiana contemporanea alla ribalta mondiale, con il progetto "Food For Soul" ed i "Refettori" a Milano, San Paolo, Londra, Parigi e non solo, è impegnato nella diffusione della cucina come atto di inclusione sociale, con la sua visione dei ristoranti come "moderne botteghe rinascimentali", dove prima si crea cultura, e poi grandi piatti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

**Trentodoc e Prosecco "alleati" in Usa**

Diverse per storia e territorio, vicine per vocazione alle bollicine, due grandi cooperative del vino italiano si alleano sul mercato Usa. Nasce in questo senso la partnership monstre con cui il Gruppo Mezzacorona, realtà leader del Trentino e del Trentodoc (2.800 ettari di vigneto in Trentino Alto Adige, condotti da 1.600 soci), attraverso la Prestige Wine Imports Corp, importatore americano di sua proprietà, commercializzerà in esclusiva il Prosecco Val d'Oca, braccio commerciale della Cantine Produttori di Valdobbiadene, tra i leader produttivi del Prosecco (600 e 960 ettari di vigneto), Doc e Docc. Una sinergia tra cantine, ma anche tra vini diversi. "Una delle nostre strategie è di aprire nuovi spazi al Trentodoc, e la sinergia con il Prosecco può essere utile", ha commentato a WineNews il dg Mezzacorona Francesco Giovannini.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

**Vino & arte, Tormaresca sceglie Bonazzi**

Vino e arte si incontrano sempre più spesso. E in questa direzione continua il viaggio di Tormaresca, tenuta pugliese di Antinori, alla scoperta dei giovani artisti italiani. A portare le atmosfere magiche del Salento sulle bottiglie del rosato Calafuria 2018 (l'unico rosé italiano selezionato da "Wine Spectator" per la sua Top 100 nel 2019) con tre diverse illustrazioni che raccontano la Puglia, è Davide Bonazzi, giovane illustratore già affermato a livello mondiale, che vanta collaborazioni con realtà, tra le altre, come The New York Times, Bbc e The Washington Post.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

**2019: buona partenza all'export per il wine & food made in Italy**

Una rondine non fa primavera, ma se chi ben comincia è a metà dell'opera, per rimanere in tema di proverbi, il vino italiano può guardare con fiducia al 2019 nei mercati del mondo. Perché nel primo mese dell'anno, le esportazioni del Belpaese enoico hanno superato i 438 milioni di euro (di cui 287 di vini fermi e 151 di spumanti, rispetto ai 406 dello stesso periodo 2018 (271 di vini fermi e 135 di spumanti). Con una crescita del +7,9%, secondo i dati più aggiornati in materia dell'Istat, analizzati da WineNews. Un dato che va preso per quello che è, visto che è relativa ad un solo mese (e che vede crescere sia i vini fermi, +5,9%, che gli spumanti, +19,1% ndr), ma che comunque è un segnale positivo ed incoraggiante per i produttori italiani, che devono fare i conti con la minaccia di una guerra dei dazi tra Usa e Ue che, raccontano cronache e documenti ufficiali, potrebbe coinvolgere anche il vino, fino ad oggi "salvo" dalle schermaglie fiscali tra l'America e l'Europa, una Brexit impossibile, ancora, da decifrare, accordi di libero scambio come il Ceta con il Canada e il Jfta con il Giappone che ancora devono mostrare i loro reali effetti, ed un Oriente, Cina in testa, che resta una grande promessa, ancora difficile da cogliere. Un dato che è frutto di una crescita generalizzata in molti dei mercati più importanti per il vino italiano, con l'aumento più sensibile, in termini assoluti, registrato dal Regno Unito. E così, guardando i dati aggregati, in valore le esportazioni di vino italiano sono cresciute in Usa, da 103 a 109 milioni di euro (+5,9%), in Germania, da 72 a 74,8 milioni di euro (+3,9%), ed in Uk, con un balzo di 10 milioni di euro netti, dai 41 di gennaio 2019 ai 51 del 2019 (+24,4%), ma si cresce anche in Svizzera, Francia, Russia, Giappone e Cina. Tra i mercati più importanti, l'unico a segnare un saldo negativo è il Canada, che aveva importato 26,5 milioni di euro a gennaio 2018, contro i 23,7 del 2019. Un andamento, quello del vino, comune a quello dell'agroalimentare nel complesso: secondo l'Ufficio Studi di Cia-Agricoltori Italiani, nei primi due mesi del 2019 sullo stesso periodo 2018, le esportazioni sono cresciute del 6,6% su base tendenziale, a 6,7 miliardi di euro (con due incrementi particolarmente significativi: il +17% in Usa, ed il +10% in Uk).

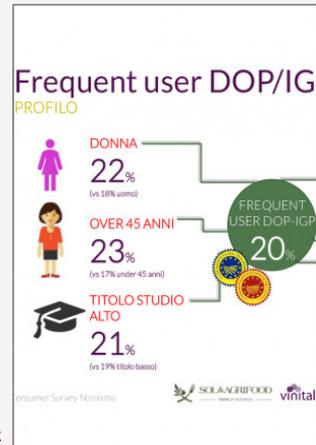
[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

**Dop e Igp: chi le consuma in Italia, chi le ama nel mondo**

I prodotti Dop e Igp sono l'architrave qualitativo ed economico dell'agroalimentare made in Italy: 299 tra Dop, Igp ed Stg, il 21% di tutti quelli Ue, che muovono 7 miliardi di euro di valore alla produzione, 3,5 all'export, grazie al lavoro di oltre 80.000 aziende agricole e 8.000 trasformatori votati alla qualità. E se in Italia, in media, il 20% della popolazione è un "frequent user" di prodotti a Denominazione Protetta o Indicazione Geografica, a consumarne di più, in maniera frequente sono soprattutto le donne (22%, contro il 18% degli uomini), over 45 anni (23%, contro il 17% degli under 45), e con un titolo di studio elevato (21%). A dirlo una ricerca di Nomisma per Veronafiere, che evidenzia anche come, tra il 2010 ed il 2017, il valore al consumo di questi prodotti è passato dagli 8,2 miliardi di euro del 2010 ai 14,7 del 2017 (+79%), con una dinamica simile per le esportazioni, cresciute dell'84%. A fare la parte del leone, nel Belpaese, sono soprattutto i formaggi, che valgono più della metà del giro d'affari, 7,6 miliardi di euro (+86% tra il 2010 ed il 2017). Ma l'indagine conferma anche il ruolo del vino e del cibo di qualità come primo ambasciatore del made in Italy nel mondo, con il settore che è il più rappresentativo dell'Italia secondo il 40% dei consumatori di Regno Unito, Cina ed Emirati Arabi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

**Vino ed "etichette che raccontano": da Ceci con Spotify al Librottiglia di Matteo Correggia**

Se l'esperienza degustativa va oltre il solo bere vino, a svolgere un ruolo centrale è sempre più la bottiglia. Con le etichette che diventano racconto, in parole e musica. Come nel caso di Cantine Ceci, che nel loro "Otello è Musica" trasformano la bottiglia in un vero e proprio jukebox: basta inquadrare con uno smartphone il QR Code sull'etichetta per accedere a sei diverse playlist di Spotify, una per ogni "mood" di degustazione associato al Lambrusco. O la Librottiglia, il progetto della casa vinicola Matteo Correggia e dell'agenzia Reverse Innovation, che trasforma l'etichetta da "copertina" di un vino a vero e proprio libro, con tre racconti inediti, sancendo l'incontro artistico tra un buon vino "da leggere", e un bel racconto "da degustare".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

**Antonello Maietta (Ais): il ruolo del sommelier tra formazione e professionalità nell'enoturismo**

I sommelier dell'Ais - Associazione Italiana Sommelier si riuniscono a Verona dal 22 al 24 novembre per il 53esimo Congresso Nazionale, e tra le nuove frontiere lavorative c'è l'accoglienza in cantina. "Il sommelier oggi - racconta Maietta - ha uno sbocco professionale in più, quello dell'incoming in azienda, su cui si concentrerà la nostra offerta formativa. Ma per fare io sommelier ci vogliono curiosità e voglia di imparare".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)