

La News



Il Soave scommette sulla longevità

Il Soave sa invecchiare bene: se c'è una "storia", fra le tante raccontate a Soave Stories, che è passata forte e chiara, è questa. Complice il terreno vulcanico e calcareo, le identità peculiari della Garganega e del Trebbiano di Soave, le condizioni geo-climatiche e le scelte sempre più oculate dei produttori, che da circa 20 anni hanno trovato il coraggio di smarcarsi dalla patina di vecchio che offuscava la denominazione, investendo molto nella ricerca, nelle relazioni e nella mappatura del territorio. Anche la rivalutazione del Trebbiano di Soave fa parte di questo rinascimento, fortemente appoggiato dal Consorzio (nell'approfondimento i nostri migliori assaggi).

Approfondimento su WineNews.it



SMS

Elezioni Europee, e l'agricoltura?

Si parla di Flat tax, del contratto di governo, di cannabis shop e di revocche di incarichi, ma non di agroalimentare. Alla vigilia delle elezioni europee, di vitale importanza per l'Unione Europea, i politici di ogni schieramento politico sembrano essersi dimenticati, o quasi, dell'agricoltura, di uno dei settori cardine dell'economia italiana (e del bilancio Ue). Questa è la critica che la Cia-Agricoltori Italiani lancia, a pochi giorni dal voto, il 26 maggio. La campagna elettorale, secondo la Cia, non sta vertendo sulle prospettive future dell'eurozona, ma su questioni ancorate a una visione politica prettamente nazionale. In una fase storica dove le sfide del mercato globale sono sempre più difficili, servirebbe invece anche un confronto serrato e costruttivo sulle politiche europee per l'agricoltura, e su una loro possibile riforma.

Approfondimento su WineNews.it



Cronaca

Signorvino e "Cibo", messaggio in etichetta

Di etichette d'artista è pieno il mondo del vino. Ma, Signorvino, ha deciso di lanciare, con le etichette d'autore, un messaggio profondo, che sottolinea il legame e l'impatto sociale che ha il vino sulla gente. E quanto, in situazioni sociali che necessitano prese di posizioni forti, anche il vino può fare la differenza. Il messaggio è mandato, forte e chiaro, con le etichette Signorvino firmate da "Cibo", il giovane writer veneto che copre i simboli nazifascisti con divertenti e colorati disegni ispirati al cibo, come i suoi celebri tortellini che coprono una svastica.

Approfondimento su WineNews.it



Primo Piano

Le nuove tendenze del mercato americano, dai grandi formati al vino in lattina

L'Italia è il primo paese esportatore negli Stati Uniti, ma per consolidare questo primato deve accettare le nuove sfide, intercettare i nuovi trend di mercato, i cambiamenti nelle abitudini di consumo del vino. Dal rosato, alle fasce di prezzo polarizzate, passando dal packaging fino al famigerato vino in lattina. Analisi che arriva dal Porto Cervo Wine & Food Festival, nei giorni scorsi, con la tavola rotonda "Le Nuove Tendenze: Analisi e Proposte", con protagonisti Mike Veseth, the Wine Economist, e Sandro Sartor, managing director Constellation Brands Europe, Middle East, Africa & Ruffino. Secondo Veseth, in un mercato come gli Usa, dove il vino italiano è già leader, ma cresce lentamente, è fondamentale agire sulle nicchie. "Un Paese per avere successo sul mercato americano deve avere un'identità ben distinta e deve dividere in due i propri canali di vendita, tra premium e superpremium. I vini a prezzo più alto sono anche quelli che crescono di più, specialmente quelli ad un prezzo sopra gli 11 dollari. Dall'altra parte, ci sono quelli che rientrano nella fascia 4-7,99 dollari. Tutto questo su un mercato dove si trovano fino a 120.000 etichette di vino diverse, e questo rappresenta una grande incognita". Ancora, tra i trend evidenziati da Veseth, la crescita di Pinot Grigio, Chardonnay, rossi in blend e, ovviamente, quella dei rosati, che traina la crescita della Francia. E poi il packaging meno tradizionale, al punto che "crescono molto i box da 3 litri dei vini premium e anche il vino in lattina". Trend, quest'ultimo, confermato anche da Sartor: "come Constellation Brand abbiamo lanciato una linea in lattina che ha suscitato tanto interesse nel pubblico giovane". Ma oltre a questo, sottolinea Sartor, oggi in Usa, tra le altre cose, "non basta che un vino costi caro per essere acquistato, deve meritarselo. Ovvero per avere un prezzo più alto, deve soddisfare un bisogno meglio degli altri". E poi, una riflessione di portata più generale, sulle denominazioni ed i loro disciplinari, che talvolta, dice Sartor: "rischiano di blindare il vino di fronte alle esigenze del mondo. Questo vale anche per i vigneti resistenti, sui quali vengono investiti tanti soldi su questi, ma ancora non sono riconosciuti dai Consorzi. In questo caso la tutela rischia di diventare un limite per la promozione sui mercati mondiali".

Approfondimento su WineNews.it

Focus

Le grandi famiglie del vino italiano, secondo Forbes

La storia dell'impresa in Italia è spesso storia di famiglia, ed in molti casi, "profuma" di vino. Lo testimonia anche la recente classifica de "Le 100 famiglie imprenditoriali italiane" realizzata da "Forbes". E così, se al primo posto assoluto non poteva che esserci la famiglia Agnelli, terza è la famiglia Antinori, realtà che ha fatto la storia del vino italiano, con oltre 600 anni di attività alle spalle, e l'impulso decisivo per la crescita dato, nell'ultimo mezzo secolo, da Piero Antinori, affiancato dalle figlie Albiera, che oggi presiede il gruppo, Allegra e Alessia (foto). Ai piedi del podio c'è la famiglia Angelini, alla guida dell'omonimo gruppo Farmaceutico, ma anche della Bertani Domains, al n. 11 c'è anche la famiglia Benetton (21Invest di Alessandro Benetton è socia al 36% di Zonin1821). E ancora Ferragamo (con Il Borro nell'aretino e Castiglion del Bosco a Montalcino), passando per un altro pezzo della storia plurisecolare del vino italiano come Frescobaldi, e ancora Gaja, marchio di punta delle Langhe. E ancora tanti altri cognomi, come Illy (con Mastrojanni, a Montalcino), Lunelli (con le bollicine Ferrari), Marzotto Gruppo Santa Margherita, Mastroberardino, la famiglia Moretti (Terra Moretti), quella Polegato (Villa Santi), e ancora Ricasoli (Castello di Brolio), Tasca d'Almerita o gli Ziliani (Berlucchi), solo per citarne alcuni.

Approfondimento su WineNews.it

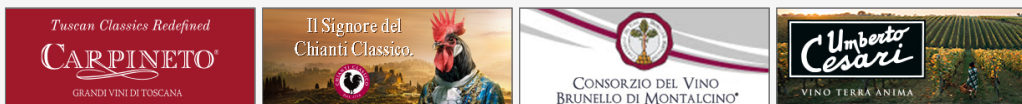


Wine & Food

Primoz Roglic il re della "Sangiovese Wine Stage", eno-crono del Giro d'Italia 2019

Sotto la pioggia battente e tra i filari, è stato lo sloveno Primoz Roglic (Team Jumbo-Visma) ad aver trionfato nella "Sangiovese Wine Stage", l'eno-cronometro tra Riccione e San Marino, di scena ieri, che ha visto l'italiano Valerio Conti (Team Emirates) conservare la "Maglia Rosa" dopo la ormai tradizionale tappa del Giro d'Italia dedicata al vino, quest'anno dedicata al Sangiovese di Romagna (dopo aver reso omaggio, negli anni passati, a Brunello, Barolo, Prosecco, Chianti Classico, Sagrantino di Montefalco e Franciacorta). Oggi primo giorno di riposo della Corsa Rosa, che riprende domani, portando la carovana da Ravenna a Modena, una delle capitali del Lambrusco, per arrivare il 2 giugno a Verona, altra grande capitale del vino italiano e del territorio della Valpolicella, per restare in tema enoico ...

Approfondimento su WineNews.it



WineNews.tv

Vini "sostenibili" e zonazione: le chiavi per il futuro del vino italiano secondo Kerin O'Keefe

A WineNews la responsabile dall'Italia del magazine Usa "Wine Enthusiast": "è vero che tanti grandi vini italiani sono espressione di varietà internazionali, ma cresce l'interesse per i vitigni autoctoni, e non solo per i grandi Nebbiolo, Sangiovese o Nerello Mascalese, per andare sull'Etna. Il futuro? Passa per la zonazione, sui cui i territori d'Italia devono investire, e per tutto quello che riguarda la "sostenibilità". Tra i territori emergenti del futuro, dico l'Alto Piemonte".

Approfondimento su WineNews.tv