

La News



Vino e aste: Wannenes-Gambero Rosso

Quello del collezionismo enoico è un business in crescita, non solo per le case d'asta, specializzate e non, ma anche per i grandi gruppi editoriali del food. E così, se è ormai consolidata la partnership tra Slow Food e Bolaffi, per fare un esempio, ora scende in campo anche il Gambero Rosso, insieme alla casa d'aste Wannenes, che hanno annunciato un accordo per organizzare in Italia vendite all'incanto di vini e distillati pregiati e rari. Il debutto, con la prima asta, sarà il 24 ottobre, nella Roma Gambero Rosso Wine Weeks, si legge in una nota ufficiale, anche questa manifestazione alla prima edizione.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



CONSORZIO
Vino Nobile di Montepulciano
A TIMELESS WINE

SMS

La cucina oltre le frontiere

Il giorno dopo la "50 Best Restaurants 2019" è quello dei bilanci, con una classifica che ci restituisce un nuovo protagonista della cucina mondiale, lo chef argentino, di origini abruzzesi, Mauro Colagreco, dal 2006 alla guida del Mirazur, a Mentone, che ha accolto il riconoscimento parlando non tanto di cucina, quanto di barriere e di frontiere che, per chi fa questo mestiere, non esistono, perché ai fornelli si annullano le distanze, si incontrano le culture, si abbattano i muri. Messaggio incarnato alla perfezione dalla "50 Best", che in classifica ha messo ristoranti di 26 Paesi diversi, con la Spagna ancora protagonista, Francia e Danimarca ai vertici, e declinazioni al top anche in Italia, Perù, Usa e Russia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

La Rai condannata a risarcire Unionbirrai

La Rai condannata a risarcire con 3.000 euro Unionbirrai, per il danno di immagine arrecato al settore delle birre artigianali, in una puntata della fiction "Tutto può succedere" andata in onda su Rai1 il 1 giugno 2017, dove i personaggi, secondo il Giudice di Pace, hanno lesa la reputazione di questa crescente tipologia di birra. Definendo una birra artigianale "schifo", e con frasi come "queste birre non valgono quello che costano" e così via. "È un precedente significativo, molto più importante del risarcimento", ha commentato il direttore di Unionbirrai, Vittorio Ferraris.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Wine Intelligence: Francia, se a sostenere i consumi di bollicine sono Prosecco e Cava

Patria dello Champagne, la Francia ha letteralmente inventato il vino spumante, nel XVII secolo, probabilmente, come racconta la storia più nota e romanzata del mondo enoico, grazie all'intuizione del monaco Dom Pierre Pérignon, nell'abbazia di Hautvillers. Un primato storico a cui, però, non corrisponde la leadership dei consumi, visto che l'Esagono è solo al terzo posto, dietro a Germania e Italia, con quasi 29 milioni di casse di bollicine consumate nel 2017, per una media di 4,8 litri a persona, in calo dell'1% dal 2013 al 2017. A sostenere i consumi, e questa è la vera notizia, non sono però Champagne e Crémant, ma Prosecco e Cava: nel periodo 2013-2017, infatti, la quota di vino spumante importato è salita al 6%, grazie ad una crescita del 22% annuo, a fronte di un calo delle bollicine nazionali del 2% annuo, fino a toccare le 1,8 milioni di casse del 2017, di cui 937 dall'Italia e 800 dalla Spagna, come racconta il report "Les vins effervescents sur le marché français" firmato da Wine Intelligence, che individua le tendenze principali degli sparkling in Francia, di cui tenere conto anche per capire dove vanno i consumi nel resto del mondo. Senza grosse sorprese, lo Champagne domina comunque la categoria, considerato dall'89% dei consumatori come un prodotto d'alta gamma, che non passa mai di moda (85%), di ottima qualità (79%), ma spesso troppo caro (73%). Quindi ci sono i Crémant, d'Alsazia e di Borgogna, che conquistano quote importanti di mercato ed evolvono in tasso di notorietà, grazie ad un savoir-faire tradizionale e ad un buon rapporto qualità prezzo. Un trend importante riguarda la crescita del Prosecco, ancora indietro per notorietà, ma n. 5 per tasso di penetrazione all'acquisto (13%), n. 4 per penetrazione al consumo (17%) e addirittura n. 2 per le intenzioni di acquisto (42%), grazie al suo rapporto qualità-prezzo (42%). Moët & Chandon è, tra i brand dello Champagne, primo sotto ogni punto di vista, davanti a Veuve Clicquot e Nicolas Feuillatte, con il mitico Dom Pérignon primo per distacco in termini di prestigio. Nella Brand Power Index dedicata a tutti quegli sparkling che non siano Champagne, Martini e Charles Volner sono al vertice, grazie ad un'eccezionale indice di notorietà e di acquisto.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Istat, l'export enoico di un'Italia a due velocità

Inizia bene il 2019 del vino italiano sui mercati esteri, che segna, come raccontano gli ultimi dati Istat, una crescita delle spedizioni del +3,8% nel primo trimestre dell'anno sullo stesso periodo del 2018, a quota 1,43 miliardi di euro, specchio però di un settore a due velocità. La locomotiva è il Veneto, con 504 milioni di quota export, in crescita del 4,7%. Dietro, bene il Piemonte, che segna un +7,8% e tocca i 232 milioni di euro di spedizioni, qualcosa in più della Toscana, il cui export enoico vale invece 220 milioni di euro, sostanzialmente stabile (+0,7%). Il Trentino Alto Adige si conferma come quarta Regione per quota export, con 128 milioni di euro (+3,9%), davanti all'Emilia Romagna, con 75 milioni di euro di vino spedito oltreconfine (+8,2%). Le note dolenti arrivano dal Meridione, dove praticamente tutte le Regioni perdono quota, con la sola Sicilia, in crescita del +2,7%, a 34,3 milioni di euro, in controtendenza. A partire dalla Puglia, in calo del 4,2%, fermandosi a 36,6 milioni di euro, ma non va meglio alla Campania, giù del 4,5% a quota 11,5 milioni di euro, mentre la Sardegna perde il 2,2%, a 5,6 milioni di euro, e la Calabria addirittura il 6,4%, chiudendo a 1,17 milioni di euro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Tra arte, innovazione e agricoltura: Genagricola restituisce al pubblico Ca' Corniani

Recuperare un pezzo di storia agricola italiana, riqualificarla, farne il proprio quartier generale e, allo stesso tempo, abbellirla e renderla di nuovo fruibile alla comunità del territorio: è il percorso voluto e realizzato da Genagricola, del gruppo Generali, per Ca' Corniani. La più grande azienda agricola italiana (oltre 15.000 ettari tra Italia e Romania, di cui 900 vitati), ha restituito al territorio la più estesa delle sue 26 tenute, mettendo insieme agricoltura, arte e paesaggio. Non solo con le "tre soglie" di accesso alla tenuta, diventate installazioni artistiche site-specific, ma anche con la realizzazione di 3 ettari di nuovi boschetti, 7 chilometri di filari arborei e 5 di strisce di impollinazione (per incentivare la riproduzione delle api), l'introduzione di 32 chilometri di piste ciclo-pedonali e non solo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Del clima non possiamo più fidarci, investiamo su vitigni e suolo, e sulla loro interazione"

La provocazione di Diego Tomasi, del Crea di Conegliano: "l'andamento climatico anomalo frequente delle ultime annate ce lo dice, e quindi possiamo agire solo sul suolo e sui vitigni, e sull'interazione tra questi due elementi, per migliorare la qualità del vino e della viticoltura. Partendo dalla consapevolezza che il suolo non è solo una superficie che si irriga e su cui applichiamo concimi e altro, ma un sistema fatto di tanti elementi, ed estremamente fragile".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)