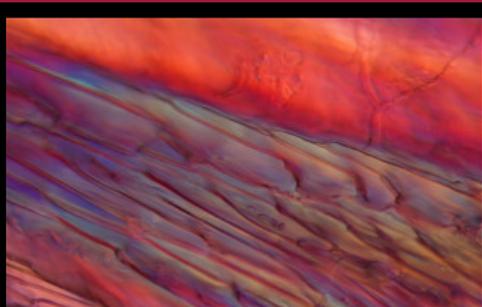


## La News



## Nanotecnologia contro i difetti aromatici

Alcuni dei difetti del vino, su tutti il famigerato sentore di tappo, sono causati da proteine che, attraverso nanoparticelle magnetiche, possono essere rimosse, in maniera semplice ed assolutamente sicura, come rivelano i ricercatori dell'Università di Adelaide. Che, lavorando con Wine Australia, attraverso la nanotecnologia sono riusciti ad intervenire su singoli atomi e molecole, risolvendo una serie di problemi aromatici a livello molecolare, specie grazie allo sviluppo di un polimero capace di rimuovere una metossipirazina, il composto che produce l'aroma di "peperone" nel Cabernet Sauvignon ...

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)



CONSORZIO  
Vino Nobile di Montepulciano  
A TIMELESS WINE

## SMS

## Prosecco Doc, chiesto lo stoccaggio

Il Prosecco Doc continua a pianificare il suo futuro e a mettere in campo strumenti per gestire l'offerta: dopo aver "riclassificato" oltre 600.000 ettolitri della riserva da Prosecco a "vino bianco con o senza indicazione geografica", il Consorzio di Tutela del Prosecco Doc ha deciso di chiedere alle Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia "l'attivazione del provvedimento di stoccaggio, fino al 31 dicembre 2020" di produzioni idonee alla rivendicazione della Doc provenienti dalla vendemmia 2019, che eccedano i 150 quintali per ettaro (o i 90 per vigneti al secondo ciclo vegetativo). Si tratta, cioè, della decisione di mettere da parte il 16% della normale produzione di 180 quintali per ettaro, al fine di affrontare una eventuale perdita dettata da ragioni politico economiche (caso Brexit o dazi Usa, che costituiscono i due principali mercati della Doc).

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)



## Cronaca

## Spagna, le prime stime di vendemmia

A piccoli passi si avvicina la vendemmia 2019, e se in Italia sono pronti a cadere i primi grappoli delle varietà bianche più precoci, come annunciato da Coldiretti, in Calabria, arrivano le previsioni dagli altri Paesi. In Francia il Ministero dell'Agricoltura stima una produzione tra i 42 ed i 46 milioni di ettolitri, mentre in Spagna emergono i primi numeri. Secondo i dati raccolti da Efeagro, si parla di una produzione potenziale tra i 40 ed i 44 milioni di ettolitri di vino, sostanzialmente in linea con la media dei 42 milioni di ettolitri degli ultimi 5 anni (dato della Federación Española del Vino).

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)



## Primo Piano

## IWSR: il mercato del futuro di vino e alcolici guidato dai cambiamenti economici e sociali

I consumi globali cambiano ed evolvono, e tecnologia, economia, ambiente circostante guideranno le scelte dei consumatori ed il loro approccio al beverage ed agli alcolici nei prossimi anni, come racconta l'analisi del Global Trends Report dell'IWSR. Prima di tutto, i consumi si fanno sempre più complessi: i nuovi marchi entry level aiuteranno i consumatori a scoprire nuove categorie di alcolici ancora sconosciuti; nei mercati più maturi a guidare i consumi sarà la premiumizzazione, e quindi al bere meno ma meglio; nicchie e gusti ancora localizzati sono destinati a guadagnare terreno; altre nicchie invece emergeranno, specie in termini di personalizzazione dell'esperienza di consumo, ad esempio con la possibilità di incontrare il proprio produttore preferito; continuerà a diffondersi, specie nel grande mercato dell'Asia, la cultura del vino. Un altro trend fondamentale riguarda lo stile di vita e le scelte etiche: la ricerca del benessere spinge la produzione di prodotti a basso contenuto di alcol, con meno calorie, sugar-free, gluten-free e con ingredienti e nutrienti naturali; i consumatori stanno anche cercando modi per ridurre il loro impatto sull'ambiente, ad esempio adottando diete vegetariane, riducendo i viaggi aerei, evitando gli sprechi di plastica e consumando acqua e altre risorse in modo responsabile: tutte scelte che adesso si aspettano anche dalle aziende. Dal punto di vista del coinvolgimento digitale, le campagne di marketing personalizzate e interattive stanno diventando fondamentali, e le innovazioni tecnologiche, come le etichette intelligenti, stanno cambiando il modo in cui i consumatori interagiscono con prodotti, aziende e marchi. Infine, l'esperienza sociale ed il senso di inclusione hanno ed avranno un ruolo cruciale: il turismo del vino (e non solo), gli eventi pop-up, i festival e gli spazi interattivi incoraggiano la gente a pianificare esperienze legate al bere; nella ristorazione di oggi, cocktail a tema ed abbinamenti particolari tra cibo e bevande sono diventati elemento centrale dell'esperienza culinaria; e i cambiamenti macroeconomici e sociali portano nuovi consumatori sul mercato, con i prodotti sono pronti ad evolversi e cambiare per andare incontro alle nuove esigenze.

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)

## Focus

## Il vino schiacciato dallo scontro Usa-Ue

Nel dialogo tra Usa e Ue, il riequilibrio della bilancia commerciale è diventato fondamentale per Washington, e Trump ha intenzione di raggiungerlo ad ogni costo, anche attraverso un'aggressiva politica dei dazi. Che ora minacciano i settori portanti dell'export italiano: vini e liquori, alimentari e bevande, moda, materiali per costruzione, metalli, moto e cosmetica. Il conto, alla fine, è salatissimo per il Belpaese: come calcolato dal sottosegretario allo Sviluppo Economico con delega al commercio estero Michele Geraci, ammonta a 5 miliardi di dollari, per un totale export verso gli Stati Uniti di 54,7 miliardi di dollari. Il settore vini e liquori pagherebbe lo scotto maggiore, ben 2,3 miliardi di dollari, mentre il costo dei dazi su alimentari e bevande potrebbe arrivare a 1,3 miliardi di dollari. Più colpita di noi, solo la Francia, che dovrà sborsare 8,1 miliardi di dollari di dazi su un totale export persino inferiore a quello italiano, pari a 52,4 miliardi di dollari. E per Parigi potrebbe andare ancora peggio, se Trump decidesse di dare seguito alle minacce affidate a Twitter, dove ha messo nel mirino proprio il vino come risposta alle tasse volute da Macron sui giganti del tech, Google, Amazon, Facebook e Apple.

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)



## Wine &amp; Food

## Prodotti "private label", Coop l'insegna migliore. A dirlo la classifica de "Il Salvagente"

È Coop Italia l'insegna di gdo migliore per i prodotti alimentari "private label", il cui consumo è in forte crescita. A dirlo l'indagine del mensile dei consumatori "Il Salvagente", che ha realizzato una classifica sulla qualità dei prodotti a marchio dei supermercati attraverso "una sintesi di quattro anni di test di laboratorio". Nel mirino olio, pasta, passate di pomodoro, prodotti per la prima colazione, ma anche carne, salumi, formaggi, dolci e altri cibi, verificati con diversi esami. "Dietro a questo successo - spiega Coop Italia a WineNews - c'è la Direzione Qualità, dove lavorano 43 persone, un laboratorio interno di ultimissima generazione, e un investimento di 10 milioni di euro all'anno nel controllo qualità". Ed il fatturato Coop dei prodotti a marchio è arrivato a valere 3 miliardi di euro nel 2018, quasi il 30% del totale.

Approfondimento su [WineNews.it](http://WineNews.it)



## WineNews.tv

## La rinascita della Sicilia, da terra di mafia a grande terra del vino, raccontata dai protagonisti

Le testimonianze e le visioni di produttori che ne hanno segnato il Rinascimento e ne guidano il futuro: a WineNews Alessio Planeta (Planeta), José Rallo (Donnafugata), Alberto Tasca (Tasca d'Almerita), Mariangela Cambria (Cottanera), Michele Faro (Pietradolce) e Carmelo Bonetta (Baglio del Cristo di Campobello).

Approfondimento su [WineNews.tv](http://WineNews.tv)