

La News

PER GLI ALCOLICI VINCONO LE BOLLICINE



Nel carrello della spesa cresce il vino

Il quadro non è sereno nel carrello della spesa, ma se c'è una categoria che pare non conoscere crisi, è quella delle bevande alcoliche, con le vendite che mettono a segno un confortante +3,5%. Una "torta" in cui il vino pesa per il 40%, seguito da birra (32%), liquori (17%), spumanti e Champagne (8%) e aperitivi (3%). Proprio gli sparkling, tra il 2011 ed il 2018, mostrano l'evoluzione maggiore: +53,5% degli acquisti in Gdo, più di birra (+39,5%) e vini fermi (+23,1%). Negli ultimi 12 mesi, l'85% dei consumatori ha bevuto vino, scegliendolo allo scaffale in base a territorio di produzione (39%), denominazione (34%), vitigno (26%) e promozioni (25%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Il futuro del Piemonte del vino

Costruire l'immagine di un grande distretto del vino, dove le differenze siano legate da una condivisa qualità enologica, investendo ancora di più sulla sinergia tra pubblico e privato, puntando a sviluppare ancora di più sia i mercati esteri che quelli locali, soprattutto con l'enoturismo. Passa da qui il futuro del vino del Piemonte, tesoro che nasce da oltre 44.000 ettari di vigna e dal lavoro di 15.412 imprese vitivinicole che, solo all'export, muovono un valore di 1 miliardo di euro. Almeno, questa è la road map tracciata da Piemonte Land, l'ente che mette insieme tutti i più importanti consorzi del vino piemontese (da quello di Barolo e Barbaresco a quello della Barbera d'Asti e del Monferrato, da quello dell'Asti a quello del Gavi, da quello dell'Alta Langa a quello del Roero, tra gli altri), e che in 8 anni ha già realizzato 65 progetti, investendo 18,5 milioni di euro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Made in Italy, export da record

La passione dei palati del mondo per il sapore d'Italia è più forte delle turbolenze politiche e finanziarie che agitano le economie del pianeta: la conferma è nei numeri dell'Istat, che certifica una crescita delle esportazioni dell'agroalimentare made in Italy del +5,5% nel primo semestre 2019 sul 2018, con un valore di 21,4 miliardi di euro tra beni agricoli e alimentari. Germania, Francia, Usa e Uk, nell'ordine, i principali partner dell'Italia agroalimentare, con il vino che resta il prodotto più esportato, con un valore di 3 miliardi nel semestre, in aumento del 3% sul 2018.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Rapporto Coop 2019: i consumi stagnano, giù la spesa. Al centro il cibo, e tanti cambiamenti

Disoccupazione e situazione economica, immigrazione e, con minore afflato, ambiente: sono le priorità dei cittadini italiani che, rispetto agli altri popoli europei, mantengono comunque il non invidiabile primato del popolo più pessimista d'Europa ed il meno ottimista sul futuro dell'Ue, come rivela il "Rapporto Coop 2019 - Consumi e stili di vita degli italiani di oggi", l'analisi sulla vita degli italiani curata dall'Ufficio Studi Coop presentata oggi a Milano dal suo curatore, Albino Russo, dal presidente Coop Marco Pedroni, dalla ad Coop Maura Latini e da Luca Bernareggi, presidente Ancc-Coop. Una spirale negativa dettata innanzitutto dai chiari segnali di stagnazione dell'economia mostrati nella prima metà del 2019, e seppure la recentissima nascita di un nuovo Governo cambia lo scenario, la variazione attesa del Pil a fine anno si attesta appena sopra lo 0 (+0,1%), mentre già nel 2018, dopo 5 anni di aumenti, seppur moderati, si è assistito a un dietrofront della spesa delle famiglie (-0,9%) con ampi divari territoriali: 10.000 euro annui separano i consumi mensili delle famiglie del Nord Ovest dalle famiglie delle Isole e del Sud. In questo quadro, i consumi alimentari restano la spina dorsale della spesa delle famiglie italiane, con il cibo che si fa sempre più veloce, proteico e sostenibile. Gli italiani si dimostrano ancora una volta ecologisti convinti, ma allo stesso tempo abbandonano i fornelli di casa a dispetto della passione per la cucina: in 20 anni abbiamo dimezzato il tempo passato a cucinare ogni giorno e oramai vi dedichiamo appena 37 minuti, con la conseguente crescita dei consumi fuori casa, arrivati a 83 miliardi di euro nel 2018, e il boom del food delivery e dell'istant food. In questa rivoluzione gastronomica perdiamo di vista anche il concetto di "portata", e al primo e secondo piatto della tradizione privilegiamo gli snack o frutta e verdura, ma meglio se già confezionate. Non si ferma la tendenza salutista, che riempie il carrello di proteine e fibre, e lo svuota di grassi e carboidrati: torna di moda così la carne (+3,5% le vendite nel 2019). Infine, l'importanza dell'italianità: il 78% dei consumatori è rassicurato dall'origine 100% italiana, tanto che i prodotti made in Italy sono cresciuti del +4,8% nel 2018.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il nome "Prosecco" divide il Prosecco

Ha spaccato le opinioni la querelle sul nome "Prosecco", e sul suo utilizzo o meno, o meglio ancora sul suo possibile, futuro abbandono, da parte del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, il territorio storico della galassia Prosecco, dove alcuni player ritengono che, dopo la nascita della Doc, nel 2009, ed il successo planetario di questo spumante, il termine "Prosecco" in quanto tale appiattisca le differenze tra lo spumante delle colline Patrimonio Unesco, quello Docg, e quello di pianura, ovvero quello della Doc. Se per alcune aziende, come Col Vettoraz è scelta non nuova, ma comunicata con forza oggi, quella di non utilizzare "Prosecco" in etichetta, come consente il disciplinare, a far discutere di più è l'ipotesi di abbandonare il termine da parte della Docg, che stanno sondando Confraternita di Valdobbiadene e Consorzio Docg. E che, però, non piace a produttori storici, sentiti da WineNews, come Carpenè Malvolti, Bortolomiol, Nino Franco, Bisol e Adami. Secca la posizione del Consorzio Doc: "la Docg ha tutto il diritto di decidere del proprio nome. Ma inspiegabile è che tenda a denigrare il lavoro degli altri. La Docg è passata dai 60 milioni del 2009 agli oltre 90 milioni di bottiglie attuali. Quindi la crescita della Doc ha favorito anche la Docg".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

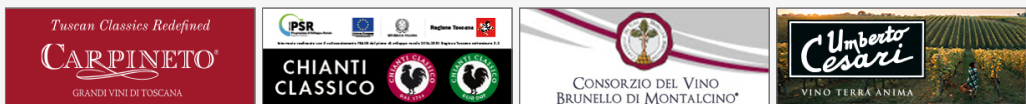


Wine & Food

Festival Franciacorta in Cantina, le bollicine si preparano ad un week end di eventi diffusi

Da Berlucchi a Barone Pizzini, da Bellavista a Bersi Serlini, da Ca' del Bosco a Castello Bonomi, da Cavalleri a Contadi Castaldi, da Corte Aura a Ferghezzina, da La Montina a Majolini, da Tenuta Montenisa della Marchesi Antinori a Monte Rossa, da Mosnel a Ricci Curbastro, da Uberti a Villa Franciacorta: sono solo alcune delle 64 cantine protagoniste del Festival "Franciacorta in Cantina", edizione n. 10 del weekend (14 e 15 settembre) tutto dedicato ad uno dei territori del vino più amati e prestigiosi d'Italia, con si protagonista il vino e le sue grandi griffe, con eventi diffusi tra degustazioni e street food, ma anche dedicato agli sportivi, con trekking e itinerari, e agli appassionati di arte e cultura, con visite a musei, castelli e monasteri lungo la Strada del Franciacorta.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Dall'export delle eccedenze a quello del valore: 30 anni di vino italiano nei dati di Nomisma

Denis Pantini: "oggi siamo i secondi esportatori in valore. Ma proprio sui valori c'è da fare ancora molto, perché se da un lato avere prezzi più bassi dei francesi ci ha aiutato a conquistare quote di mercato nei momenti di crisi, c'è tanta variabilità all'interno delle denominazioni, e la qualità non manca per ragionare su un posizionamento di prezzo più alto. Anche il 2019, comunque, sarà in crescita, nonostante tensioni su diversi mercati importanti".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)