

La News



Farnese Vini piace agli investitori

Farnese Vini, una delle realtà più importanti del vino italiano, è nei desideri dei grandi fondi della finanza mondiale. Per la realtà, guidata da Valentino Sciotti e controllata da Nb Renaissance (con un fatturato sui 75 milioni di euro, oltre il 90% realizzato all'export), come riporta il quotidiano "Il Sole 24 Ore", sarebbero allo studio offerte non vincolanti, arrivate dal gruppo finanziario Stirling Square (che gestisce asset per oltre 2 miliardi di euro), dal private equity Capvest (oltre 4 miliardi di euro), dal fondo americano Platinum (13 miliardi di dollari di patrimonio gestito) e dall'italiano Epic-Equity Partners Investment Club.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

La "Giovani Stelle" di Identità Golose

Chiara Pavan di Venissa a Mazzorbo (della famiglia Bisol), a Venezia, e Diego Rossi di Trippa a Milano sono la migliore ed il migliore chef; Alberto Santini del Pescatore a Canneto sull'Oglio e Roberta Cozzetto di Sapio a Catania il miglior e la migliore sommelier, i fratelli Lebano e tutto lo staff del Terrazza Gallia di Milano rappresentano "il miglior servizio e accoglienza", Christian Puglisi di Relae Group a Copenhagen "il miglior chef internazionale": sono solo alcune delle 16 "Giovani Stelle" premiate dalla "Guida ai Ristoranti d'Italia, Europa e Mondo di Identità Golose", presentata, questa mattina, a Milano (Terrazza Gallia). Edizione n. 13, quinta interamente online, gratis e pubblica per tutti, dove sono segnalati 1.111 locali, di cui 794 italiani e 317 da 53 Paesi del Mondo, di cui la metà guidati da under 40.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Nell'era digitale la pubblicità sale sul bus

Sperimentare si può: Cantina di Soave, realtà leader del vino italiano, in tempi in cui tutto è social e digitale, ha scelto di riscoprire una strategia pubblicitaria tradizionale. Per tutto dicembre, più di 1.000 bus completamente brandizzati Maximilian I, spumante di punta della cantina, attraverseranno le maggiori città italiane, da Milano a Torino, da Firenze a Bologna. Una piccola case history, con la Cantina che ha chiuso un bilancio 2019 a 136 milioni di euro di fatturato consolidato e una liquidazione uve arrivata a 74 milioni di euro per i 2.300 soci viticoltori.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Rosè, vini naturali, dal packaging sostenibile e non solo: i trend 2020 nel calice by Bibendum

Un'attenzione al packaging sostenibile che cresce al punto da diventare quasi maniacale, il rosè che continuerà a crescere nel calice, aspettando l'arrivo della versione rosa del Prosecco, la ricerca sempre più spinta della "naturalità" nel processo produttivo, e ancora grande attenzione alle espressioni regionali dei vini di Spagna, ma anche alle produzioni di Paesi come l'Austria, o di aree del mondo come il Sud America: sono tra le tendenze del beverage da tenere d'occhio nel 2020 secondo le ormai tradizionali previsioni di Bibendum, uno dei più importanti player del mercato del beverage del Regno Unito, dove muove il 13% delle bottiglie stappate nel canale on trade, che, dal proprio osservatorio, anticipa i trend di consumo in uno dei mercati fondamentali del vino mondiale, come quello UK, e che tale rimarrà, al netto delle evoluzioni della Brexit, anche per l'Italia del vino. E tra i diversi trend, quello che riguarderà più da vicino il Belpaese è quello legato al fenomeno dei rosè: già oggi, spiega Bibendum, 1 consumatore su 4 beve regolarmente vini rosati, e c'è grandissima attesa per il debutto della versione rosè del Prosecco, con il campione dei vini italiani Oltremarica che ha registrato l'ennesima crescita a doppia cifra (+28%) nei consumi fuori casa. Un tendenza trasversale, però, quella legata al rosa, che coinvolgerà anche gli spirits, per esempio, come trasversale al vino e alle altre bevande è quella del packaging sostenibile, ormai imprescindibile per ogni bevanda, canale di vendita e posizionamento di prezzo. Secondo Bibendum, è un aspetto preso in grande considerazione dall'87% dei consumatori. E su questo fronte, per esempio, ci si aspetta un nuovo boom del vino in lattina, così come del vino (ma anche dei cocktails) alla spina. Altro fenomeno che sarà premiato dai consumatori, secondo le previsioni di Bibendum, sarà quello dei "neo-natural", che andrà incontro ai produttori, sempre di più nel mondo, che puntano su metodi ad intervento minimo sul processo di produzione del vino. Ancora, continuerà a crescere la categoria del "Low and no", ovvero di tutta quella crescente offerta di vini, birre e non solo, con poco alcol o addirittura completamente alcol free. Ancora, a livello enoico, attenzione ai vini di Spagna, Sud America e anche Austria, soprattutto con gli sparkling.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Basilicata e Vulture, il Gruppo Italiano Vini investe ancora

La diversità del vino italiano è una ricchezza, su cui tanto si può lavorare. E tra le perle da scoprire c'è la Basilicata, protagonista di un fermento imprenditoriale che trova terra fertile nel Vulture, ed il suo pilastro ampelografico nell'Aglianico. Territorio in cui lavorano realtà storiche e "autoctone", ma su cui, negli ultimi anni, hanno investito anche grandi firme di altri territori, da Tommasi, con Paternoster, a Feudi di San Gregorio, con Basilisco. E c'è chi ci ha scommesso da oltre 20 anni, come il Gruppo Italiano Vini (Giv), la più grande realtà enoica d'Italia, che già nel 1998 ha dato vita ad una delle cantine più importanti, Re Manfredi - Terre degli Svevi, a Venosa. E oggi, il Giv, continua ad investire nel territorio (dove ha, da poco, aperto la Locanda Re Manfredi, ndr), con un budget importante, tra i 3 ed i 4 milioni di euro, per far crescere tenuta e marchio, come ha spiegato a WineNews, il presidente del Gruppo Italiano Vini, Corrado Casoli: "siamo convinti che la Basilicata ed il Vulture abbiano tutte le caratteristiche per fare grandi vini, soprattutto rossi. Abbiamo questa bellissima azienda, Re Manfredi, oltre 100 ettari di vigneti sotto il Vulture, molto vocati. Ci puntiamo tanto, e crediamo che l'Aglianico possa stare tra i grandi vitigni e vini d'Italia".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

La pausa pranzo degli italiani? Leggera, veloce ma attenta alla scelta dei prodotti

Veloce, sano e, se possibile, da consumarsi nella mensa aziendale: ecco la fotografia delle abitudini degli italiani in pausa pranzo, scattata da Nomisma per l'Osservatorio Buona Pausa Pranzo di Cirfood, una delle maggiori imprese italiane attive nella ristorazione. L'indagine, su un campione di lavoratori e studenti di età compresa tra i 18 e i 55 anni, sottolinea un sostanziale addio degli italiani alla famosa "ora di pranzo", perché il break difficilmente dura più di 40 minuti. Ma attenzione perché rapidità non fa rima con superficialità: gli italiani hanno virato sui pasti leggeri (38%), naturali e/o bio (34%) con poche calorie (23%). La maggior parte degli studenti, cioè il 75%, mangia soprattutto a casa, mentre il 43% dei lavoratori pranza in ufficio almeno 2-3 volte alla settimana.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il vino italiano nel Regno Unito, in vista del voto sul nuovo Governo Uk (e sulla Brexit)

Gli scenari possibili secondo Miles Beale, alla guida della Wine & Spirits Trade Association: "il 20% del vino in Uk arriva dall'Italia, e non vogliamo che questo cambi. Oggi i campioni sono Prosecco e Pinot Grigio, ma c'è spazio per molto altro. Se sarà una Brexit "no deal" le cose saranno più complicate, un accordo sarebbe fondamentale. Ma gli inglesi, che puntano sempre più a bere meno e meglio, non rinunceranno al vino italiano".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)