

La News



Per le bollicine italiane è ancora boom

Bollicine nei calici, ormai, tutto l'anno, ma le festività di Natale e Capodanno continuano a rappresentare il picco dei consumi, tanto che, tra Natale e Capodanno, saltano oltre 74 milioni di tappi solo in Italia, in crescita del +8% sul 2018. A dirlo la Coldiretti, nel sottolineare che 9 italiani su 10 (91%) non rinunciano a fare un brindisi made in Italy a fine anno, secondo l'indagine fatta dall'Istituto Ixè. Il 71% delle oltre 700 milioni di bottiglie prodotte in Italia, Prosecco in testa, ricorda la Coldiretti, finisce all'export, e se il trend dei primi 9 mesi sarà confermato, il 2019 sarà l'anno dell'ennesimo record per gli spumanti d'Italia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Primo Piano

L'immagine dell'Italia nel mondo cresce con l'enogastronomia: parola di Nando Pagnoncelli

Se si considera la "variabile" enogastronomica, l'Italia nel mondo ha un share invidiabile: "è vista molto bene, un Paese riuscito a valorizzare al massimo questo aspetto che rappresenta un tratto distintivo della sua immagine. Secondo una ricerca che abbiamo condotto in 18 Paesi sui nostri punti di forza e di debolezza, l'enogastronomia è risultata essere un settore di punta, che non solo qualifica la nostra attività economica, ma rappresenta un fattore di attrazione del turismo. E questo mi ha colpito molto perché se, come immaginavo, il primo fattore sono il patrimonio culturale-artistico e le bellezze, è molto interessante vedere come subito a ridosso ci sia l'enogastronomia. Siamo, cioè, un Paese bello e nel quale si vive bene". È l'analisi a WineNews di Nando Pagnoncelli, il più celebre sondaggista italiano, punto di riferimento con i suoi seguitissimi rilevamenti politici su La7 a Dimartedì. Un grande successo quello dell'enogastronomia italiana nel mondo, per il quale, però, secondo il presidente di Ipsos Italia, c'è un prezzo da pagare "che si chiama Italian Sounding, una minaccia molto seria dovuta al fatto che la produzione enogastronomica italiana è talmente apprezzata che molti truffatori utilizzano nomi che evocano prodotti italiani". Un'immagine non fissa, quella dell'Italia nel mondo, ma dinamica perché capace di crescere ancora grazie al fatto che il nostro Paese si dimostra attento ai temi del momento. "Negli ultimi anni l'Italia ha mostrato una crescita molto significativa di sensibilità sulla sostenibilità, che si declina prevalentemente sui temi ambientali, ma si registra anche una crescente attenzione - e lo vediamo dalle centinaia di ricerche di mercato che realizziamo sui prodotti alimentari - alla naturalità dei prodotti, e al fatto che, a differenza del passato, si leggono di più, per esempio, le etichette". Studi dai quali emerge che "magari non si hanno grandissime competenze in ambito alimentare, però c'è un maggiore interesse verso questi aspetti perché si ritiene che sia un momento nel quale la sensibilità alimentare e quella ambientale vadano di pari passo". Le ragioni "sono da ricercare nel diverso stile e nella diversa qualità della vita e nell'attenzione al destino del pianeta e alle condizioni in cui lo lasceremo alle generazioni future". Un'attenzione che passa anche dalla tavola. [Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Storia e gastronomia ne "Il Pranzo di Natale" di Mario Soldati

Se c'è un momento dell'anno in cui la tradizione culinaria resiste al passare del tempo, in tutta la sua ricchezza ed in tutte le sue diversità, quello è il Natale. Festa religiosa e familiare, come la definiva Mario Soldati nel documentario Rai "Il pranzo di Natale - cibi genuini" del 1958, ed oggi diventata, inevitabilmente, qualcos'altro. Ma l'opera di Soldati è fondamentale per riscoprire come eravamo, attraverso le tradizioni gastronomiche del Belpaese di allora, in una Roma nel pieno del boom economico. La narrazione prende le mosse dalla definizione stessa del Pranzo di Natale, di magro o di grasso, ma il fil rouge è quello di una ricerca spasmodica delle radici, dei legami e delle tradizioni, in una metropoli crocevia, ieri ancora più di oggi, di gente migrata da ogni angolo d'Italia, dal Nord e dal Sud, dalle città e dalle campagne. Ne scaturisce un viaggio che parte dai tortelli di zucca e dal Lambrusco di Luzzano, in provincia di Reggio Emilia, al pastizzo siciliano di Pachino, dagli agnolotti del canavese, bagnati con il Passito di Caluso, alla pantagruelica tavola abruzzese, dai crustoli al torrone, fino alla ricchezza della gastronomia toscana, "risposta definitiva ai denigratori dei piaceri della mensa", Soldati dixit.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



CONSORZIO
Vino Nobile di Montepulciano
A TIMELESS WINE

SMS

"Cantina Italia" di fine anno

La fine dell'anno, tra cenoni e brindisi, è un momento tipico per il consumo di vino e per il fatturato delle cantine del Belpaese. Ma di scorte ne restano eccome: al 15 dicembre 2019, nelle aziende d'Italia, erano a dimora 53,4 milioni di ettolitri di vino, 10,6 di mosti e 8,5 di vino nuovo ancora in fermentazione, con una situazione molto simile a quella della stessa data del 2018. A dirlo il bollettino "Cantina Italia" dell'Icqr (Ispettorato Controllo Qualità e Repressioni Frodi), su dati del registro telematico. Il 51% del vino detenuto è Dop, con una prevalenza del rosso (50,5%). Il 27,1% del vino è a Igp, anche qui con prevalenza del rosso (53,4%), mentre i vini varietali detenuti costituiscono appena l'1,4% del totale. Il restante 20,6% è costituito da vini da tavola, mentre i vini da agricoltura biologica rappresentano il 6,5% del totale.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Piccini, dal Chianti alla Cina

La Cina, per il vino italiano, resta ancora una grande promessa. Eppure, crescere concretamente si può, con investimenti e presidio del mercato. Come racconta il caso di Piccini, una delle realtà più conosciute della galassia chiantigiana, e con tenute anche a Montalcino, nel Chianti Classico, in Maremma, sull'Etna ed in Basilicata. L'azienda guidata da Mario Piccini, che, di recente, ha aperto anche un suo presidio stabile a Shanghai, ha registrato una crescita delle esportazioni in Cina del 50% anno su anno, con il Paese del Dragone che, copre, da solo, l'8% del fatturato. [Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Cenone di Capodanno, giro d'affari da 2 miliardi di euro. Al top spumante e lenticchie

94 euro a famiglia, con il 71% degli italiani che festeggerà in casa: sono i numeri del Cenone di Capodanno secondo Coldiretti ed Ixè, che sottolineano come se per il 91% delle persone è immancabile lo spumante, a seguire da vicino vengono le lenticchie (82%), spesso in abbinamento a zampone e cotechino (67%), di cui sotto le feste viene consumato il 90% della produzione nazionale. Nel complesso, invece, stima la Cia-Agricoltori Italiani, per l'ultimo cenone del 2019 ed il primo grande pranzo del 2020, la spesa complessiva degli italiani toccherà i 2 miliardi di euro (portando a 4,8 miliardi la spesa totale per le tavole delle festività).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Da Mosca a San Pietroburgo, l'amore della Russia per il vino, italiano e naturale

Artem Tskhakaya (Big Wine Freaks San Pietrburgo, enoteca e distributore) ha deciso di puntare sul vino naturale grazie a due produttori italiani: Emidio Pepe e Josko Gravner; Vladimir Basov (Big Wine Freaks Mosca) ha creato un ambiente informale, dove organic wine fa rima con musica elettronica; Mikhail Sokolov (Italy Group) ha il core business del suo gruppo nei locali italiani, dove si beve vino italiano, puntando su rapporto qualità, prezzo e classicità; Jalizaveta Stahanova (Wine Religion), tra i primi a puntare sui vini naturali in Russia. [Approfondimento su WineNews.tv](#)