

## La News



## Rosè, un fenomeno che cresce ancora

Tra i tanti movimenti che attraversano il consumo di vino mondiale, quello dei vini rosè non sembra conoscere crisi. Vino giovane, fresco, spesso con una gradazione alcolica più bassa rispetto a rossi e bianchi, con i consumi che, dal 2002 al 2018, sono aumentati del 40% (e con un +9% tra il 2017 ed il 2018), e rappresentano l'11,2% di tutti i vini fermi bevuti nel mondo. A dirlo un report del Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence e di France Agrimer. Che sottolinea come, di pari passo, la produzione sia salita del 31%, da 20 a 26,4 milioni di ettolitri. Francia e Usa, nell'ordine, sono di gran lunga i primi due Paesi produttori che consumatori.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



CONSORZIO  
Vino Nobile di Montepulciano  
A TIMELESS WINE

## SMS

## Lotta al caporalato, la svolta?

Una proposta concreta, basata su accoglienza e garanzia di regolare inquadramento e remunerazione, in modo da interrompere lo sfruttamento dei lavoratori stranieri nei campi e mettere definitivamente fine al fenomeno del caporalato. Così si presenta il progetto "Lavoro stagionale - Dignità e legalità" messo a punto dalla Fondazione "Osservatorio Agromafie", guidata dall'ex procuratore Gian Carlo Caselli, insieme a Coldiretti e Anci e sotto il coordinamento di Giovanni Salvi, procuratore generale della Cassazione. Una proposta importante ma, soprattutto, contro caporalato e agromafie (con un DdI in Consiglio dei Ministri già giovedì), una task force che vede in campo cinque Ministeri della Repubblica, con i loro vertici, Esteri, Giustizia, Lavoro, Interno e Politiche Agricole, per debellare una piaga, quella del caporalato, semplicemente inaccettabile.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Cronaca

## Vino di Toscana, il sondaggio di WineNews

Per 1 italiano su 4 la Toscana è il territorio del vino più conosciuto: emerge dal sondaggio social, lanciato da WineNews sul profilo Instagram nei giorni scorsi, al quale, appunto, il 22,8% dei wine lovers ha risposto di sì, contro il 77,2% che ha invece scelto il no, considerando comunque che il pubblico di WineNews sulla piattaforma è internazionale. Ma qual è la Denominazione essenza della Toscana? La risposta arriva dal sondaggio, parallelo al primo, lanciato sul profilo Facebook, che ha incoronato il Brunello di Montalcino (28%), davanti al Chianti Classico (24%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Primo Piano

## La Vernaccia, trait d'union tra Dante e presente: il "sistema San Gimignano"

"... ebbe la Santa Chiesa e le sue braccia: dal torso fu, e purga per digiuno le anguille di Bolsena e la Vernaccia ...": così Dante, nella Divina Commedia, l'opera più alta della storia della letteratura italiana, parlava della Vernaccia, l'unico vino citato. Un legame, quello tra la "Manhattan del Trecento" ed il Sommo Poeta, che è storia: Dante, "nel 1299 fu ambasciatore della Lea Guelfa, e quindi di Firenze, a San Gimignano", ricorda a WineNews il sindaco Andrea Marrucci, proprio dalla Sala Dante, la più bella del Palazzo Comunale, dall'Anteprima della Vernaccia. Una storia, quella tra Dante e la Vernaccia, che San Gimignano si prepara a celebrare, nel 2021, a 700 anni dalla morte del poeta fiorentino, con la Vernaccia protagonista, come ha annunciato il presidente del Consiglio Regionale Eugenio Giani. Un vino, la Vernaccia, protagonista di un triangolo virtuoso in cui le bellezze artistiche ed architettoniche fungono da volano, "attraendo più di tre milioni di turisti ogni anno, da tutto il mondo", ricorda il direttore del Consorzio della Vernaccia Stefano Campatelli. "San Gimignano è, dopo Firenze e Siena, la terza destinazione turistica della Toscana, e questo condiziona tutta l'economia del territorio, tanto che le vendite di Vernaccia legate al turismo, in questo senso, sono importantissime, e valgono, tra consumi nei locali e vendite dirette in azienda, il 17% del totale delle 5,3 milioni prodotte - in media - ogni anno da 90 produttori su 730 ettari vitati a Vernaccia. Un aspetto fondamentale nella struttura commerciale della Vernaccia, con una bottiglia su due che resta nel Belpaese (48%), mentre gli Usa sono il primo mercato straniero. Vernaccia che si scopre "trait d'union tra gastronomia, cultura e realtà vitivinicola, perché - ricorda la presidente del Consorzio Irina Strozzi Guicciardini - è anche un vino che ben si abbina ai piatti della tradizione di San Gimignano e della Toscana". Storia, vino e - a chiudere il triangolo del sistema San Gimignano - ristorazione, anche stellata, diventata ormai un vero e proprio attrattore turistico anche sotto le torri della città della Vernaccia dove, negli ultimi anni, sono arrivati i primi due locali stellati Michelin: "Al 43", con lo chef Maurizio Bardotti, ed il "Cum Quibus", guidato da Lorenzo Di Paolantonio. Un valore aggiunto, anche per la Vernaccia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

## Focus

## Con Quintarelli, si stappa la storia della Valpolicella

Se c'è una parola per Quintarelli è "riservatezza". Ma anche vini tra i più desiderati dai collezionisti del mondo. Riservate sono le parole che, a WineNews, in un raro incontro con i media, raccontano una famiglia che ha segnato la Valpolicella, una leggenda, riferimento per il territorio e per il mondo, quando si parla di Amarone. Ma che "inevitabilmente, guarda al futuro, tra produzione e distribuzione, perché quando si va sul mercato tutto è cambiato rispetto ai nostri grandi vecchi". Nel rumoroso mondo del vino, il silenzio può valere più di mille parole, lingua dell'esperienza di una "cantina-no marketing", che rifugge eventi e degustazioni, ma non per questo sconosciuta. Riservata è Fiorenza, custode dell'eredità del padre Giuseppe, quando dice che "tradizione vuol dire anche mantenere l'impronta di mio padre. Ma, come ci ha insegnato, le nostre porte sono aperte". E riservato è Francesco, nipote di Giuseppe, in cantina con il fratello Lorenzo, sulle scelte fatte: "l'intento è mantenere il rapporto diretto con l'acquirente privato, ma i rischi di contraffazione sono alti per bottiglie che valgono molto, come l'Amarone e la Riserva (300/400 euro)", esportate nel mondo e quotatissime nelle aste. "Ne siamo consapevoli, cerchiamo strumenti a garanzia dei nostri vini". Che, invece, non sono affatto riservati. Non serve (più).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## Wine &amp; Food

## Coinvolgere tutti, e tutelare un marchio top: l'obiettivo del Consorzio Igt Toscana

Non "contro", ma a fianco, delle grandi denominazioni del vino della Regione: l'Igt Toscana - che vuol dire quasi 100 milioni di bottiglie per un valore che sfiora il mezzo miliardo di euro alla produzione, prodotte da 12.500 ettari, e messo in bottiglia da oltre 1.400 cantine ed imbottigliatori - vuole percorrere una nuova strada. A partire dalla nascita del Consorzio della Toscana, che, creato da pochi mesi, guidato da Cesare Cecchi, e dopo aver già messo insieme alcuni dei nomi più importanti del vino della Regione (da Antinori a Frescobaldi, da Cecchi a Castello Banfi, da Mazzei a Masseto, per citarne solo alcune tra le 80 che hanno già aderito al progetto), appena avrà i requisiti per il riconoscimento giuridico come Consorzio, si occuperà, prima di tutto, di tutelare uno dei marchi più forti del vino italiano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



## WineNews.tv

## Il Chianti, vino "pop", investe sui vigneti per la qualità, e guarda ai giovani

Il più grande dei territori della Regione, nelle parole del presidente del Consorzio del Chianti Giovanni Busi. E dei Millennials che lo amano. Dagli investimenti fatti in vigna, in cantina ed in comunicazioni dai produttori per far rinascere il Chianti, ai motivi per cui i giovani lo bevono sempre di più: dal legame con il territorio alla diversità delle espressioni del Sangiovese, alla bellezza dei paesaggi rievocati nel calice. Fino alla semplice voglia di un calice per brindare, condividendo momenti piacevoli.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)