

La News



Vino e giovani, un amore "tiepido"

Secondo i dati Istat del 2018, riportati da "I Numeri del Vino", emerge che a consumare vino è il 35% dei 18-19enni, ed il 48% dei 20-24enni, su una media nazionale del 54,1% della popolazione. Ma, secondo un'indagine Ismea, su 3.300 consumatori, che sarà presentata a Vinitaly, come ha rivelato nei giorni scorsi il direttore Fabio Del Bravo, emerge un dato a suo modo critico: fino ai 25 anni, il 18% dei giovani (quasi 1 su 2) non ha mai bevuto vino, ed una percentuale identica dice di averlo assaggiato, ma che, cosa forse peggiore, non gli piace. Il restante 64%, poi, dice di bere vino, ma molto sporadicamente. Dati su cui riflettere.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



CONSORZIO
Vino Nobile di Montepulciano
A TIMELESS WINE

SMS

"The Master Winemaker 100"

Gli scaffali delle librerie pullulano di guide e volumi dedicati ai migliori vini ed ai più grandi terroir. Ma il vino non si fa da sé, dietro le quinte ci sono gli enologi (o winemaker), a cui il magazine britannico "The Drinks Business" ha dedicato il "The Master Winemaker 100", che mette in fila le firme delle aziende che hanno trionfato nei "The Global Masters" dei Masters of Wine. Il risultato è una selezione dei 100 migliori winemaker del mondo per il 2020: da Stefano Pola (Andreola) a Gabriele Pazzaglia (Banfi), da Paolo Bertuzzi (Bosco del Merlo) a Sandro Bottega (Bottega), da Maurizio lachemet (Cantine Monfort) a Andrea Cecchi (Famiglia Cecchi), da Marco Censi (Cielo et Terra) a Giulio Bava (Giulio Cecchi), da Gabriele Tami (Fantinel) a Adriano dal Bianco (Masottina), ma anche Michel Chapoutier, Michel Rolland, Peter Gago, Hervé Deschamps...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il bilancio di Caviro

Il Gruppo Caviro chiude il bilancio 2019 a quota 329 milioni di euro di fatturato, che fanno del gigante di Faenza il secondo player assoluto del vino italiano, dietro solo al Gruppo Italiano Vini (Giv). La capacità produttiva è salita a 120.000 pezzi all'ora (+14%) e, all'attuale efficienza su 3 turni per 5 giorni a settimana, Caviro è in grado di produrre 298 milioni di pezzi l'anno. Bene i numeri della Gdo, con l'imbottigliato che cresce del +26,3% ed il segmento brik del +3,7%, mentre l'export vola al +17,6%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Coronavirus: le difficoltà delle cantine italiane, che vanno avanti. Mentre ProWein è a rischio

Che il Covid 19, il coronavirus, non sia un banale raffreddore, ma neanche la peste, lo hanno detto gli scienziati in tutte le salse. Ma il livello di allerta resta alto. E più del virus, al sistema economico, anche del wine & food italiano, il danno lo sta facendo l'immagine del Belpaese, ormai diffusa attraverso i media d'Italia prima, e poi del mondo, come Paese "pericoloso", non sicuro. Nonostante questo, si cerca di andare avanti, con segnali importanti che arrivano dal settore, come la conferma di due fiere strutturali come Vinitaly, regolarmente in calendario a Verona dal 19 al 22 aprile, e Cibus, come da copione a Parma dall'11 al 14 maggio. Mentre la fiera di Dusseldorf, in una nota ufficiale che conferma quanto di questi tempi non esistano certezze, fa sapere che è rimandata a data da destinarsi la International Trade Fair for Metalworking Technologies, che sarebbe dovuta andare in scena dal 10 al 13 marzo. Ovvero due giorni prima dell'inizio della ProWein (prevista dal 15 al 17 marzo), che i vertici della fiera, nei giorni scorsi, avevano confermato a WineNews, ma che ora è tornata "sub judice", con la Messe Dusseldorf che fa sapere di stare valutando il da farsi. Testimonianza, in ogni caso, delle tante difficoltà che incontra il settore, come appuntamenti di business che saltano, disdette in ristoranti ed hotel, stranieri che per lavoro e turismo rimandano viaggi in Italia, in una situazione oggettivamente complicata, in cui ci si sforza di guardare a tempi migliori. Anche se nell'immediato il danno più grosso, per ora, è sul fronte interno, soprattutto nella ristorazione, compresa quella che ruota intorno a viaggi per turismo, lavoro, convegnistica e così via. Anche se inizia a crescere la preoccupazione per i mercati esteri, in una situazione che evolve di continuo, e i cui danni reali dipenderanno molto anche dalla durata, come emerge dalle parole di produttori, imprenditori e manager giramondo del vino, sentiti da WineNews, alla guida di cantine come Pio Cesare, Marchesi Antinori, Umani Ronchi, Donnafugata, Allegrini, Masottina e Le Fraghe, mentre dalle testimonianze di realtà che sono attualmente in missione in Usa, delle tante difficoltà che incontra nella normalità, come raccontano Castello di Montepò o Cantine Rubino, quello che succede in Italia e in Europa, visto da Oltreoceano, sembra paradossale.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il mercato del vino, secondo Sopexa

È difficile come non mai, in questo momento, fare previsioni di mercato. Eppure, si deve guardare oltre le emergenze attuali. E, secondo il "Wine Trade Monitor" 2019 by Sopexa, per l'Italia del vino i prossimi anni saranno ancora di crescita, soprattutto, pare, grazie ai consumatori più giovani. Così, almeno, ciò che rivelano le opinioni raccolte insieme a "Wine Paris", intervistando 984 operatori tra importatori, distributori, grossisti e retailer, da 7 mercati top come Usa, Uk, Germania, Giappone, Belgio, Cina ed Hong Kong. Per tutti, Francia, Italia e Spagna rimangono i Paesi produttori più importanti con cui lavorare, in tutti i mercati (anche se la Francia, rispetto all'edizione 2018, ha perso 17 punti percentuali). In Usa, Germania e Giappone la maggioranza dei player prevede crescita nei prossimi 2 anni, mentre in Uk le previsioni sono più pessimiste. In generale, per il 59% dei partecipanti all'indagine, è ancora l'origine Francia quella che riporta la migliore performance. L'Italia arriva al secondo posto, citata dall'11% degli intervistati. I giovani, invece, collocano Italia e Australia in testa (16%) ai vini più appetibili, davanti a Spagna (13%), Cile e Usa (entrambe 10%). Altro trend che sembra destinato a consolidarsi è quello dei vini bio: per il 42% degli intervistati, sono la categoria di punta per i prossimi due anni.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Progresso della società: il motto di illycaffè, tra le World's Most Ethical Companies

Se c'è una parola chiave per il futuro in ogni settore, è etica. Insieme alla sostenibilità, il comportamento dentro e fuori dell'azienda, verso gli altri e l'ambiente, fa la vera differenza. Migliorare la qualità della vita e quella degli stakeholder, è il motto di Illycaffè, brand simbolo del made in Italy e del caffè, tra le World's Most Ethical Companies 2020, le migliori aziende etiche al mondo per l'Ethisphere Institute, per l'ottavo anno consecutivo, unica italiana e tra le sole sei del mondo del Food, Beverage and Agriculture, su 132 in totale in 21 Paesi di 51 settori. Per il presidente Andrea Illy, "mantenere i più alti standard etici in una struttura aziendale è essenziale non solo per lo sviluppo dell'impresa e dell'intero settore, ma anche per contribuire al progresso della società, alla salute del pianeta e al benessere delle generazioni a venire".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vittorio Sgarbi: l'identità artistica e culturale d'Italia nelle scuole del vino

"Il vino è un prodotto migliorato tanto negli ultimi anni: le punte di eccellenza non sono più confinate al Piemonte, ma sono in tutta Italia, fino alla Sicilia. Oggi le scuole del vino hanno identità artistica e culturale, le scuole del vino sono le nuove scuole del Rinascimento. L'unico dato verticale dell'identità culturale italiana è quello introdotto da Petrini con Slow Food: ha spostato l'attenzione dai monumenti delle città ai territori in cui si producono i simboli dell'enogastronomia del Belpaese".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)