

La News



Planeta sul podio dei migliori rosati

Il Rosé 2019 di Planeta (n.3), il Cirò Rosato 2019 di Librandi (n. 6), il Le Rosé Tenuta Regaleali 2018 di Tasca d'Almerita (n. 11) ed il Solerose 2019, Langhe Rosato di Fontanafredda (n. 13): sono le etichette italiane al top della produzione in rosa secondo la "The 25 Best Rosé Wines of 2019" di "VinePair", il portale enoico di riferimento dei giovani wine lovers d'Oltreoceano. Mondo, quello dei vini rosati, che si è fatto largo nei gusti di milioni di consumatori in tutto il mondo, dominato dalle produzioni francesi e italiane, ma su cui adesso si affacciano tanti altri territori ed aziende, che hanno deciso di puntarci forte, come Spagna, California e Grecia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

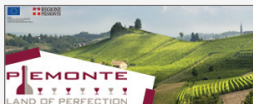


SMS

Diagnostica e ricerca sul Covid-19 in cantina

Tra le tante storie di solidarietà e resilienza, che arrivano dalle aziende enoiche di tutto il mondo, spicca quella di Concha y Toro, gigante del vino cileno e brand conosciuto ovunque, da sempre in prima linea nella ricerca scientifica, in vigna ed in cantina, specie sulla sostenibilità, merita di essere raccontata: ha trasformato il laboratorio di biologia molecolare del suo Centro di Ricerca e Innovazione in un laboratorio di diagnostica e ricerca del Covid-19. Certificato dall'Università di Maule, sarà in grado di processare 2.300 test al giorno e, se non bastasse, ha prestato le proprie attrezzature ad altre istituzioni per accrescere la loro capacità diagnostica. "Vogliamo collaborare, con tutti i nostri mezzi, a superare questa crisi sanitaria", ha spiegato il Ceo di Concha y Toro, Eduardo Guisilanti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

I dining bond di The Fork

Contro la crisi scende in campo TheFork, app leader per la prenotazione online dei ristoranti, che pensano a come ripartire, tra limitazioni e difficoltà economiche. TheFork, in questo senso, ha deciso di dare una mano, con l'iniziativa "Salviamo i ristoranti": i clienti acquistano dei "dining bond", ossia dei voucher prepagati, dai ristoranti che hanno deciso di offrirli direttamente dall'applicazione e dal sito di TheFork, creando così liquidità, in cambio di pranzi e cene al momento della riapertura.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

La ristorazione mondiale di fronte alla sfida Covid-19: tra solidarietà e un futuro da ripensare

In Italia la ristorazione è sul piede di guerra, non tanto e non solo per la data della riapertura, slittata all'1 giugno, quanto per l'incertezza e la totale assenza di sostegni adeguati, economici e legislativi, da arte del Governo. Problemi che stanno vivendo, o vivranno, migliaia - se non milioni - di ristoratori in tutto il mondo, che si trovano di fronte anche ad altre dinamiche, più o meno emergenziali, ed a profonde riflessioni sul ruolo della gastronomia, oggi e una volta finita l'emergenza. Temi al centro della conferenza online "Come affronta la gastronomia la sfida del Coronavirus?", organizzata dal Basque Culinary Center, che ha portato intorno al tavolo - virtuale - un panel di chef e protagonisti della gastronomia in collegamento da ogni angolo del mondo: dalla Spagna (Diego Guerrero, due stelle Michelin con il Dstage Concept a Madrid e nel board del Basque Culinary Central, e Eneko Atxa, tre stelle Michelin con il suo Azurmendi, nei Paesi Baschi) al Venezuela (Maria Fernanda di Giacobbe, vincitrice del Basque Culinary Prize nel 2016, e soprattutto la donna che ha rivoluzionato la filiera del cacao nel Paese), dalla Gran Bretagna (Douglas McMaster, che guida il Silo, il primo ristorante "zero-waste" al mondo) al Brasile (David Hertz, chef che dal 2016 guida Gastromotiva, la mensa aperta a Rio de Janeiro insieme a Massimo Bottura), fino al Ghana (Elijah Amoo Addo, chef ed imprenditore fondatore della Ong Food for All Africa). Due, alla fine, sono i grandi temi emersi: il primo riguarda l'attualità, e quindi la corsa alla solidarietà, mettendo in campo le conoscenze e le energie per dare a chi ne ha bisogno un pasto caldo. Argomento tutt'altro che banale, perché l'emergenza sanitaria ha trasformato anche le città occidentali in zone "di guerra", e nei Paesi più poveri, dove la crisi si aggiunge a ritardi economici strutturali e sistemi politici anti democratici, quella degli chef è diventata una vera e propria missione. E poi, c'è da immaginare il dopo, non solo da un punto di vista organizzativo, ma filosofico, perché il lungo lockdown ha portato riflessioni profonde, e per la maggior parte condivise nel mondo dell'alta cucina, sul ruolo stesso della gastronomia, come elemento fondante della sostenibilità e del rispetto per l'ambiente.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vino in Gdo: +6,9% nei primi tre mesi e mezzo del 2020

L'emergenza Covid19 ha colpito l'intera filiera vitivinicola italiana, che paga a caro prezzo la chiusura di bar e ristoranti ed il calo dell'export, con gli italiani che in queste settimane hanno acquistato vino negli unici canali di vendita aperti: la Gdo, i negozi di alimentari e gli shop on line. Così, nei primi 3 mesi e mezzo dell'anno, le vendite di vino nella Gdo (iper, super, libero servizio, piccolo, discount) hanno registrato una crescita a volume del +7,9% (+6,9% a valore) sullo stesso periodo del 2019, come emerge dai dati elaborati dall'Istituto di Ricerca Iri per Vinitaly (riprogrammato dal 18 al 21 aprile 2021). Nel dettaglio, i vini Doc e Docg sono cresciuti del +6,8% (+7,6% a valore), i vini Igp e Igt del +10,5% (+7,7% a valore), i vini comuni del +7,2% (+4,1% a valore) e le bollicine del +1,2% (+1,6% a valore). Un'analisi complessa, perché i primi due mesi non sono stati toccati dall'emergenza Covid19, al contrario di marzo e aprile, con la variante delle settimane pasquali, tra il 6 e il 19 aprile, di norma caratterizzate dai consumi da ricorrenza. Nel solo mese di marzo, vendite dei vini Doc e Docg al +9,9%, quelle dei vini Igt al +4% mentre le bollicine sono scese del -5,4% (e nelle due settimane a cavallo di Pasqua sono crollate al -38%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Cibo locale, bio e made in Italy: le tendenze d'acquisto degli italiani al tempo del Covid-19

Boom di farine, lieviti, alimenti a lunga conservazione e confezioni multiple, attenzione a prodotti locali, italiani e biologici e crescita di canali come l'online e l'asporto: sono le nuove tendenze d'acquisto degli italiani al tempo del Coronavirus, emerse da un sondaggio di Nomisma. Il 40% dei consumatori ha dato più spazio a farine e lieviti, e con il lockdown cambiano anche le modalità di acquisto: la percentuale di chi ha fatto la spesa online è aumentata del 10% e nelle ultime tre settimane 3 italiani su 4 hanno ordinato cibo da asporto. Tra i fattori che orientano la scelta dei prodotti da mettere nel carrello della spesa ci sono l'attenzione alla provenienza, il benessere e la sostenibilità, e l'essere biologici.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Cosa bevono gli americani? Piemonte e Toscana, ma i wine lover sono sempre più curiosi

New York città trend setter di mode e costumi, ma anche osservatorio privilegiato per capire dove va il consumo di vino in Usa. Nella cantina del Ristorante Babbo, della famiglia Bastianich, 35.000 bottiglie, per un valore che sfiora i 3 milioni di dollari. Ma cosa bevono gli americani? Ne abbiamo parlato (qualche mese fa) con Juan Pablo Escobar, wine director di Babbo. "Al top, Piemonte e soprattutto Toscana, dal Chianti Classico al Brunello di Montalcino fino a Bolgheri. Ma è bello anche far scoprire nuovi produttori e nuovi territori".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)