

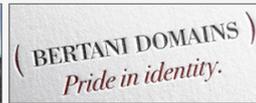
La News



Una maison di Champagne per Brad Pitt

Dopo il clamoroso successo del rosé Miraval prodotto in Provenza dal 2012, nasce, ancora dalla liaison tra l'ex duo Jolie-Pitt e la Famille Perrin, tra i nomi più importanti del vino di Francia, e tra le 12 famiglie della Primum Familiae Vini, "Fleur de Miraval", maison di Champagne esclusivamente dedicata alla produzione di bollicine rosé, la prima del suo genere. Non l'ennesimo "celebrity wine": Brad Pitt ha partecipato attivamente al progetto, che vedrà sul mercato le prime 20.000 bottiglie, coinvolgendo anche un terza famiglia, i Péters, che nella loro cantina in Champagne producono il più celebre degli spumanti francesi da oltre un secolo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Cibo e salute, i trend post lockdown

Se vogliamo vedere il famoso "bicchiere mezzo pieno", i mesi di lockdown hanno lasciato nelle persone tante consapevolezza, non proprio nuove, tra cui il rapporto col cibo e con la sua filiera, che ha dimostrato, durante i mesi di chiusura, la sua efficienza e la sua importanza. Portando le persone ad una riflessione in materia di lavoro agricolo, di trasformazione degli alimenti, con una ritrovata riconoscenza e un profondo rispetto di questo settore fondamentale del Made in Italy. A dirlo, anche lo studio della società olandese RobecoSam che, analizzando i nuovi trend nell'Esg, l'Environmental, Social & Governance, nell'era, più che "post-Covid", di convivenza col virus, evidenzia come uno stile di vita sano, con scelte di cibo sostenibile e consapevole, sia uno degli aspetti che si cureranno sempre di più.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Ecco "BAME Wine Professionals"

Anche l'industria del vino si mobilita a favore dell'integrazione, e per la lotta al razzismo, sulla scia del "Black Lives Matter" e dei vari episodi di cronaca che arrivano soprattutto dagli Stati Uniti. E così, la Master of Wine Jancis Robinson, tra le firme più autorevoli del giornalismo enoico mondiale, e Mags Janjo di Mj Wine Cellars, hanno lanciato BAME Wine Professionals, portale on line che ha per obiettivo quello di accendere i riflettori sui "talenti del vino nelle comunità nere, asiatiche e di minoranze etniche".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Usa, si allarga il mercato degli spumanti, Italia in testa. Così Wine Intelligence

Il mercato degli spumanti, in Usa, non conosce crisi. Aumenta la base dei consumatori, la frequenza di consumo e la passione degli americani per le bollicine. Più per quelle straniere che per quelle domestiche, in verità, ma dopo il lockdown il rimbalzo dei consumi, a partire dal giugno 2020, ha riguardato gli spumanti di ogni tipo e provenienza, soprattutto grazie ai consumatori under 55. Per questo gli Stati Uniti, anche per le bollicine (con l'Italia che, nei primi 5 mesi 2020, ha visto esportazioni di spumanti per 151 milioni di euro, in crescita, nonostante tutto, sui 146 del 2019, dati Istat, ndr), sono un mercato fondamentale da cui ripartire. Emerge dal report "Sparkling Wine in the US Market 2020" dell'agenzia inglese Wine Intelligence. Secondo la quale, nel 2020, i consumatori di spumanti in Usa sono ormai, 50,6 milioni, quasi 1 americano su 6, con una crescita del +17% sul 2018 tra chi beve con regolarità, almeno una volta al mese sul 2018 (32,9 milioni di persone), e con il 33% dei consumatori che brindano con gli spumanti almeno una volta a settimana. Una crescita costante negli anni, che si riflette sui consumi complessivi (anche se quelli procapite sono fermi intorno al litro all'anno): se nel 2015 i dati erano sui 24,8 milioni di casse da 9 litri, il 2019 ha visto un consumo pari a 30,6 milioni di casse (di cui 12,1 milioni made in Italy). Con gli americani sempre più amanti degli spumanti stranieri, che valgono il 57% dei volumi totali, rispetto a quelli made in Usa, nonostante prezzi più elevati. Gli spumanti americani, in media, secondo Wine Intelligence, vanno allo scaffale intorno ai 9,75 dollari a bottiglia, quelli di importazione a 16,9, con i francesi, ovvero lo Champagne, a 38 dollari, e l'Italia, Prosecco in testa, a 12,7 dollari a bottiglia. Interessante vedere come gli americani valutano i prezzi delle diverse bollicine. Quello di uno Champagne, per esempio, è ideale se sta tra i 32 ed i 45 dollari: al di sotto di questa fascia è considerato troppo economico e quindi di scarsa qualità, al di sopra, al contrario, viene visto come troppo costoso. Per il Prosecco, invece, la fascia di prezzo di riferimento è quella tra 17 e 22 dollari, per il Cava quella tra 22 e 27 dollari, per gli spumanti Usa tra 17 e 27 dollari.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il Piemonte del vino riparte dalla "Douja d'Or"

Il Piemonte del vino, tra Consorzi ed Istituzioni, fa squadra e riparte nell'era post Covid da uno dei suoi eventi storici, che diventa più lungo e diffuso: sarà così la "Douja d'Or" 2020, tra Asti ed il Monferrato patrimonio Unesco, con la regia della Camera di Commercio di Asti, Piemonte Land of Perfection, guidata da Matteo Ascheri, che riunisce 14 Consorzi del vino del Piemonte, e ancora con la partnership dei Consorzi dell'Asti e del Moscato d'Asti e del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, tra gli altri, e la collaborazione dell'Ente Turismo Langhe, Monferrato, Roero. Evento che sarà "in presenza" ma anche in sicurezza, grazie a prenotazioni on line e accessi contingentati. Sul palco i grandi vini del Piemonte, i sapori del territorio, masterclass, lo storico concorso enologico della "Douja d'Or", chef come Alessandro Borghese, ambassador d'eccezione delle "dolci bollicine" dell'Asti, e non solo, per un programma che, dall'11 settembre al 4 ottobre, si svilupperà lungo quattro weekend, tra i palazzi storici, le piazze, i teatri ed i ristoranti (oltre 110) del territorio. "Il vino è il filo conduttore della "Douja d'Or" e delle sue esperienze; è il primo grande evento del vino piemontese "in presenza" dopo il lock-down, cui partecipano tutti i Consorzi", sottolinea Matteo Ascheri, presidente Piemonte Land of Perfection.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Ristorazione, secondo trimestre da incubo, Fipe: "averate le previsioni peggiori"

La crisi dei bar e dei ristoranti causata dalla pandemia sembra non avere più fine. Al netto di qualche segnale positivo arrivato dalle località turistiche, ma non dalle grandi città, penalizzate dalla mancanza di turismo e dal ricorso massiccio allo smartworking. "Il secondo trimestre si è chiuso con un -64,2% che equivale a una perdita di circa 13 miliardi di euro. Il valore cumulato del primo semestre segna -17 miliardi di euro. La mancanza di un rimbalzo importante in questo avvio della seconda parte dell'anno indica che il 2020 si chiuderà con una contrazione dell'attività al di sopra dei 22 miliardi di euro". Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) ha commentato così "i dati diffusi dall'Istat sul fatturato delle imprese della ristorazione, che mostrano con drammatica evidenza i danni del lockdown sul settore".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Il made in Italy gode di una domanda "naturale" inesauribile": parola di Oscar Farinetti

Le riflessioni nei 10 anni di Eataly a New York: "del cibo e del vino italiano abbiamo raccontato bene la bontà, la tipicità, l'artigianalità e la storia. Ora dobbiamo raccontarli soprattutto come "puliti", la sostenibilità è la scommessa dei prossimi anni. Ci aspettano tempi duri, soprattutto in Usa, il mercato più in difficoltà ed uno dei più importanti. Ma prima o poi la pandemia passerà, e la forza del made in Italy sarà ancora vincente".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)