

La News



L'Italia in copertina su "Wine Spectator"

La passione degli americani per i grandi vini italiani non si spegne con il Covid. Ed è un segnale positivo la copertina dedicata al Belpaese, nel numero di Ottobre 2020, da parte di "Wine Spectator", la più diffusa rivista del mondo del vino. "Italy Decanted - Classic wines & Great values", il titolo della copertina, seconda del 2020 sull'Italia (dopo quella "tradizionale" di aprile, "The Magic of Italy", con focus sul Piemonte), con, cover story, la grande verticale delle 39 annate di Tignanello, tra i vini più importati della Marchesi Antinori e d'Italia, e sul "Veneto da scoprire" (con Lugana, Breganze e Colli Berici, e cantine come Zenato, Tommasi, Maculan, Inama e non solo).

Approfondimento su WineNews.it



SMS

Doc Bolgheri, lotta al "Bolgheri Sounding"

Il Consorzio dei vini di Bolgheri, che tutela uno dei territori di maggior successo in Italia (guidato da Albiera Antinori, Priscilla Incisa della Rocchetta e Cinzia Merli), dal 2017 lotta contro il marchio "Bolgarè", nome che indubbiamente evoca quello di Bolgheri, che una cantina di Bulgaria, Domaine Boyar, tenta di registrare. E dopo che l'Ufficio marchi europeo (Euipo) ha respinto il ricorso del Consorzio "con una sentenza poco comprensibile e a firma oltretutto di un'esaminatrice di nazionalità bulgara, abbiamo presentato appello e informato in nostri rappresentanti al Parlamento Europeo". Gli onorevoli Paolo De Castro e Simona Bonafé, hanno presentato una interrogazione prioritaria a Bruxelles, e sollecitato la Commissione Ue: "non possiamo accettare che alcuni produttori possano infrangere liberamente le norme in vigore nel mercato unico".

Approfondimento su WineNews.it



Cronaca

Trentino, la "Wine Region of the Year" per WE

Per qualità dei vini, storia e investimenti sulla sostenibilità, è il Trentino del Trentodoc e del Teroldego, della Piana Rotaliana e delle "bollicine di montagna" delle Dolomiti patrimonio Unesco, è la "Wine Region of the Year" nei "Wine Enthusiast's Wine Star Award" della popolare rivista Usa Wine Enthusiast (la cui Italian Editor è Kerin O'Keefe). Che, tra le altre cose, sottolinea l'importanza per il territorio di personalità come Giulio Ferrari, patriarca della Cantina Ferrari che, già nei primi del Novecento, intuì le potenzialità del territorio per la spumantistica.

Approfondimento su WineNews.it



Primo Piano

Il vino al ristorante in tempo di Covid soffre. Ma il brand conta ancora di più

Nella scelta dei vini, ed in particolare dei fine wines, il brand delle aziende "storiche" che da più tempo operano sul mercato, anche in tempi di pandemia, resta uno dei principali criteri di scelta da parte dei ristoranti per la propria carta dei vini (84%), più di guide (63%) o denominazioni (52%). Emerge dalle anticipazioni di una ricerca Nomisma Wine Monitor per l'Istituto Grandi Marchi guidato da Piero Mastroberardino (che mette insieme 19 delle più rappresentative cantine del Belpaese) sul mercato nazionale (124 ristoranti coinvolti, nel periodo 22 settembre-23 ottobre 2020, il 94% dei quali segnalato in almeno una delle principali guide di settore, con una media di 420 etichette in carta, e il 77% dei quali propone un menù degustazione ad una media di 65 euro). Che mette in luce come prima dell'ultima stretta imposta dal Governo per arginare la diffusione dei contagi, il Coronavirus avesse "piegato ma non spezzato" la ristorazione italiana, con un terzo dei ristoranti che addirittura prevedeva un forte recupero delle vendite di vino, superiore ai valori del 2019. Per rispondere alle restrizioni imposte di sicurezza sanitaria, però, solamente il 23% dei ristoranti intervistati ha potuto riaprire prima dell'estate mantenendo la medesima capacità operativa del pre-lockdown. Tutti gli altri hanno dovuto rinunciare a coperti e posti a sedere, e in molti hanno modificato diversi aspetti, compreso la gestione delle carte dei vini (20%). In questo caso specifico a farne le spese sono stati soprattutto i vini stranieri (il 23% dei ristoranti ha ridotto o addirittura eliminato le etichette estere proposte). Al contrario, i vini italiani o del territorio del ristorante, sono quelli ad aver subito "tagli" meno drastici, con l'11% che ha dichiarato di avere addirittura aumentato il numero di tali referenze in carta. Alla fine, sono più i ristoranti che hanno visto diminuire le vendite di vino che quelli che hanno registrato qualche aumento, con inevitabili impatti sui produttori di vino: il 28% dei ristoranti ha dichiarato di aver ridotto il numero dei fornitori abituali (contro un 61% di chi li ha mantenuti costanti); e se nel 2019 il 68% dei ristoranti effettuava gli acquisti di vino mediamente ogni settimana/mese, con la pandemia tale frequenza è arrivata ad interessare un minor numero di titolari (il 55%).

Approfondimento su WineNews.it

Focus

Se le Cesarine rilanciano, tra business e crowdfunding

Consolidare la piattaforma streaming per le lezioni di cucina online, con focus in particolare sui mercati di Italia, Usa, Canada e Regno Unito (servizio già testato con successo durante il lockdown) e avviare un marketplace di prodotti tipici locali e di attrezzature da cucina: sono i due obiettivi della campagna di equity crowdfunding lanciata su CrowdFundMe da Cesarine.com, il network di 1.500 cuoche amatoriali che da anni accolgono nelle loro tavole ospiti in oltre 300 città italiane, (nel 2019 più di 10.000 clienti per un giro di affari di 1,2 milioni di euro, e a testimonianza della loro popolarità protagoniste anche de "L'Italia a Morsi", programma condotto da Chiara Maci, tra le più celebri food blogger, in onda su Food Network e su Sky, ndr). L'iniziativa, che ha già superato l'obiettivo iniziale di 200.000 euro e resterà aperta fino al 9 novembre, ha già raccolto le adesioni di professionisti come il cofondatore del fondo di VC Panakes Group Alessio Beverina, l'uomo d'affari ed ex presidente del Bologna Calcio Alfredo Cazzola, il Ceo di Venchi Daniele Ferrero, l'ex Ad di Benetton Group Marco Airoldi, Niccolò Branca dell'omonimo gruppo ed Emmanuel Osti de L'Occitane de Provence. Segno di una visione sul futuro che dice che il business della ristorazione passa anche dagli home-restaurant d'Italia.

Approfondimento su WineNews.it



Wine & Food

Cortilia e il cibo in tempo di Covid: più spesa online, e si mangia meno fuori casa

La pandemia, ed il lockdown in particolare, hanno cambiato, almeno per ora, le abitudini degli italiani nel fare la spesa. Almeno per il 66% degli intervistati dal portale e-commerce Cortilia. Il 77% degli utenti ha risposto che prima della pandemia sceglieva il supermercato per i propri acquisti alimentari "spesso" o "sempre", percentuale che adesso è scesa al 49%. Cambia anche la spesa online, da molti sperimentata per la prima volta: il 54% del campione ha affermato che prima del lockdown faceva la spesa online "raramente" o "mai", percentuale ora scesa al 13% con il 25% che addirittura preferisce l'online "sempre" e il 61% "spesso". Capitolo fuori casa: più del 66% degli intervistati mangia meno spesso fuori casa tanto a pranzo che a cena. Mangiare fuori "meno sicuro" dal 72,4% dei clienti coinvolti.

Approfondimento su WineNews.it



WineNews.tv

"Er tranquillante nostro è solo er vino": in onore di Gigi Proietti

Il ricordo personale del direttore WineNews, Alessandro Regoli: "un grande tra i grandi, che ho avuto il piacere di incontrare a Montalcino a metà anni Ottanta, quando capitava di conversare di vino e della sua cultura, fonte di ispirazione senza tempo per gli artisti di ogni epoca, con Gigi Proietti e Dario Fo, Renato Rascel, Franca Valeri, tra Dioniso e culto dell'ebbrezza, sacralità e teatro. A lui leviamo, con la sua canzone dedicata al vino, un ultimo brindisi, ad uno dei più grandi attori, doppiatori, uomini di cultura e istrioni che l'Italia abbia mai avuto".

Approfondimento su WineNews.tv