

La News



Il vino e l'uomo, una "Wine Odyssey"

Una riflessione sulla relazione ancestrale tra il vino e il genere umano nella storia, attraverso un viaggio "rivelazione" che parte dal Friuli Venezia Giulia e tocca tutta Italia, e poi Grecia, Georgia, Germania, Francia e California. Con i produttori - come Josko Gravner, Marco Felluga e Maurizio Zanella - ed il loro pensiero. È il racconto, del regista Maurizio Gigola, del docufilm "Harvest 2020" (co-produzione Format e Zenit Distribution, con il supporto di PromoTurismoFvg, Consorzio Tutela Vini del Collio e Ca' del Bosco), in produzione, e lancio del progetto tra cinema e web "Wine Odyssey", firmato dall'autore di "Gualtiero Marchesi-The Great Italian".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

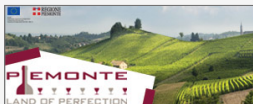


SMS

Di gusto e olfatto, in tempi di Covid

Mangiare e bere sono azioni naturali e istintive che ci accomunano a tutti gli altri esseri viventi. Ma solo noi umani produciamo cibo, lo cuciniamo e lo condividiamo, generando stili e culture alimentari diverse. Soprattutto, proviamo piacere e ci soffermiamo a pensare ai loro significati simbolici, emotivi, sociali, edonistici, etici e sempre più ambientali e salutistici. Perché assaporare è una forma di sapere, e "gastronomia" vuol dire conoscere ciò che mangiamo con consapevolezza. È la riflessione di Rosalia Cavalieri nel volume "Gastronomia consapevole. Istruzioni per l'uso", su una questione da sempre dibattuta ed affascinante, ma che, in questo momento storico, trova una nuova implicazione nella temporanea e disorientante perdita del gusto e dell'olfatto, componenti fondamentali della nostra vita, per effetto del Coronavirus.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il World Pizza Day, tra curiosità e cultura

Nel 2020 è stato ordinato su Deliveroo l'equivalente di 20 campi da calcio, pari a 135.000 metri quadrati di pizze margherita, come racconta la piattaforma di delivery food, a pochi giorni dal World Pizza Day, che si festeggia in tutto il mondo il 17 gennaio, con 24 ore di diretta streaming e 15 masterclass da 13 nazioni, in 12 lingue differenti, che mettono al centro impasto, stesura e cottura della pizza: una vera e propria maratona globale ideata dall'Associazione Verace Pizza Napoletana.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Usa, nel 2020 consumi di vino a +2%, trainati dalla crescita del consumo domestico (+10%)

Tra le poche ma importanti certezze che ha lasciato il 2020 al vino, è che ad un buon calice le persone non hanno rinunciato neanche in pandemia, nonostante tutto. Vale, generalizzando, almeno per tutto l'Occidente, dove il consumo di vino o fa parte della storia antica di alcuni Paesi, soprattutto in Europa, o è ormai elemento identitario ed edonistico consolidato, per esempio negli Stati Uniti, mercato fondamentale e primario per la cantina d'Italia. Con gli americani che, tra le mura domestiche, non solo hanno aperto più bottiglie, ma anche di maggior valore, con le etichette italiane protagoniste della crescita maggiore in assoluto, in un quadro in cui i consumi complessivi, almeno in volume, sarebbero aumentati del 2% sul 2019. Ovviamente grazie alle vendite di vino per il consumo domestico che, come nel resto del mondo, sono cresciute in maniera significativa, come dimostrano i dati sull'intero anno di Iri, riportati da Impact Databank. Nelle 52 settimane chiuse al 27 dicembre 2020, le vendite sono cresciute del 10,1% in volume e, soprattutto, del 14% in valore. E nonostante siano venuti a mancare tanti momenti di socialità del fuori casa, le bollicine sono state il comparto che è cresciuto di più in volume. Nel complesso del +20,3%, con il Prosecco che è stato il miglior performer, con un +25,5%, mentre lo Champagne, nonostante i dazi, ha visto le vendite crescere del 17,8%. Ma bene hanno fatto anche i vini da tavola, cresciuti dell'11,3% in volume e del 13,8% in valore. In volume, l'Italia è cresciuta più di tutti, a +17,7%, mentre la Francia si è fermata ad un +13,4%. Guardando alle fasce di prezzo, quella cresciuta di più è quella dei vini oltre 20 dollari allo scaffale, che ha messo a segno un robusto +26,2%, mentre quelli tra i 15 ed i 20 dollari sono cresciuti del +20%, e quelli tra gli 8 ed i 15 hanno fatto +12,5%. I vini sotto agli 8 dollari a bottiglia, invece, sono cresciuti solo del 3,2%. Segno che gli americani, con i ristoranti e wine bar chiusi, per il consumo domestico hanno puntato su vini maggior pregio e qualità. Con i vini sopra i 10 dollari a bottiglia che, nel complesso, hanno mosso oltre la metà del valore sul mercato americano, con una quota di mercato cresciuta nettamente rispetto al 40% del totale di 10 anni fa, per esempio.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Vino & Gdo: il bilancio in Italia è positivo, ma ...

2,2 miliardi di euro (+7,2% sul 2019) per 712 milioni di litri di vino (+5,5%): è nei dati Iri, relativi a tutto il 2020, ripresi da WineNews, l'impatto del Covid sulle vendite enoiche nella grande distribuzione italiana, a cui gli italiani, con la ristorazione ferma per buona parte dell'anno, si sono rivolti più che in passato per non rinunciare ad un buon brindisi. Numeri importanti, con il conforto dei valori che sono cresciuti più dei valori, anche se il prezzo medio al litro, dividendo valori per volumi, resta di 3,1 euro al litro. E se è evidente che gli italiani si sono comunque orientati su vini di maggior valore che in passato, resta lampante quando la ripartenza dell'horeca sia fondamentale per tutte quelle cantine focalizzate sui vini di maggior pregio e prezzo. In ogni caso, super ed iper mercati, libero servizio piccolo, e discount, sono state il vero argine che ha contenuto i danni, comunque ingenti, sul mercato italiano. Nel dettaglio, i vini Dop hanno fatto girare 1,1 miliardi di euro (+8,2%) e 246,9 milioni di litri di vino, ma bene anche fatto anche gli Igp, a quota 579 milioni di euro (+8,5%) per 184,9 milioni di litri (+6%), ma sono cresciuti anche i vini comuni, a 413 milioni di euro (+4%), e che rappresentano la fetta più alta in termini di volumi, a 268,6 milioni di litri (+4,7%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"Veganuary", un mese da vegani per salvare l'ambiente: la sfida conquista vip e italiani

Un gennaio vegano per l'ambiente: è una sfida, ma anche un obiettivo possibile, che parte dalla convinzione che non ci possa essere una vera svolta green se non si cambiano abitudini e quotidianità. Che riguardano anche la nostra alimentazione, basata su un consumo eccessivo di carne, la cui produzione, almeno su scala industriale, è tra le maggiori responsabili del global warming. Nasce così la campagna "Veganuary", fusione di "vegan" e "January", in gran voga in Gran Bretagna, dove è nata per ridurre il consumo e la produzione di carne, pesce e latticini dopo gli eccessi delle feste di fine anno. A cui hanno aderito ufficialmente organizzazioni ambientaliste come Friends of the Earth e Greenpeace, ma che ha conquistato anche tanti vip, da Paul McCartney a Ricky Gervais, da Joaquin Phoenix a Ariana Grande, da Miley Cyrus a Simona Ventura e Anna Oxa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Il "vino naturale" vive una crisi da 10 anni. Alcuni hanno saputo crescere, altri no"

A WineNews parla Sandro Sangiorgi, voce storica del vino italiano e tra i primi critici ed osservatori di questo approccio peculiare al vino. "Il "vino naturale" chiama in causa territori, comunità, uomini e donne, che come primo pensiero hanno la custodia della "vita", dalla vigna al calice, con minime interferenze. Per me è l'unico vino buono. Ma molti vini naturali non sono buoni. La critica del vino? Come quella di ogni altro settore, e come il giornalismo in generale, ha molti problemi di indipendenza e credibilità".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)