

La News



Tokyo 2020, il brindisi italiano è Ferrari

Le bollicine Ferrari Trentodoc del Gruppo Lunelli non hanno mai mancato i momenti clou dello sport italiano. Dalla "bevuta mundial" di Paolo Rossi al Bernabeu, dopo il 3-1 contro la Germania e la vittoria ai Mondiali di calcio nel 1982, alle tantissime medaglie olimpiche vinte dall'Italia. E il Ferrari Trentodoc Maximum Blanc de Blancs sarà il brindisi ufficiale di Casa Italia - format che unisce lo sport a ciò che di meglio il nostro Paese ha da offrire, dal design alla cultura, dall'ospitalità all'enogastronomia - anche alle Olimpiadi di Tokyo 2020, al via ufficialmente oggi, dove accompagnerà, come da tradizione, i festeggiamenti delle vittorie degli atleti azzurri.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Al ristorante col Green Pass

Come anticipato ieri, dal 6 agosto, il Green Pass - che certifica la vaccinazione, la negatività dopo un tampone rapido o molecolare, o la guarigione negli ultimi sei mesi dal Covid-19 - sarà obbligatorio per svolgere la stragrande maggioranza delle attività, compreso sedersi al tavolo di un bar o di un ristorante. Una misura cautelativa, presa per frenare la corsa dei nuovi contagi, ma che torna a mettere ostacoli al lavoro di una categoria che, tra chiusure, zone gialle, arancioni e rosse e limitazioni, aveva ripreso a lavorare a pieno regime appena da qualche settimana. Non sorprende, così, che dalle associazioni di categoria - e non solo - emerga una certa perplessità, per una scelta che, per quanto comprensibile, non riguarda situazioni, a livello sanitario, ancora più rischiose, a partire dai trasporti pubblici e passando per le mense aziendali.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Varvaglione, etichetta in realtà aumentata

La prima etichetta in realtà aumentata per celebrare il primo secolo di vita: è la strada scelta da Varvaglione1921, cantina tra le più antiche di Puglia e da sempre della famiglia Varvaglione. Che, per il suo centenario, ha voluto un'etichetta modernissima, capace di mescolare tecnologia e arte, per il suo Masseria Pizzariello, che per l'azienda guidata da Cosimo e Maria Teresa Varvaglione con i figli Marzia, Angelo e Francesca, rappresenta il "vino del futuro". A crearla Frankie Caradonna, art director del progetto, e Lucia Emanuela Curzi, creative director & illustrator.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

"Anteprime di Toscana", la visione di Avito, Chianti, Nobile, Chianti Classico e Vernaccia

Se il Consorzio del Brunello di Montalcino ha deciso di anticipare la sua anteprima, "Benvenuto Brunello", da febbraio a novembre, periodo ritenuto "più incisivo per il mercato, soprattutto quello internazionale", e quello di Bolgheri e Bolgheri Sassicaia, da sempre in un percorso a sé, ha deciso di puntare su settembre, per gli altri grandi Consorzi del vino di Toscana la formula della "Settimana delle Anteprime", in sinergia, a febbraio, resta valida. Magari con la necessità di qualche ritocco, ma la volontà è quella di proseguire nella strada tracciata negli ultimi anni. "La scelta del Brunello - spiega a WineNews Francesco Mazzei, presidente del Consorzio della Doc Maremma e di Avito, l'associazione che riunisce tutti i Consorzi del vino della Toscana - è una scelta legittima, ognuno deve fare quello che ritiene giusto per la sua denominazione. Le Anteprime hanno logiche non necessariamente uguali per i diversi Consorzi, sia in termini di calendario che di target. Non di meno stiamo ragionando con la Regione Toscana per ricalibrare le cose e vedere quali sono le opportunità, penso che gli altri Consorzi confermino le Anteprime così come sono, ma è anche l'occasione per un "fine tuning". Perché è anche vero che questo meccanismo delle Anteprime, così lunghe, e un po' logoranti per tutti, un po' di appeal lo stanno perdendo. Ma come tutte le situazioni di cambiamento, io la leggo come un'opportunità per riflettere e rinnovarsi, non come un problema". Una visione sostanzialmente condivisa da Giovanni Busi, presidente del Consorzio del Chianti, il più grande della Toscana, dal Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, guidato da Andrea Rossi, così come da Giovanni Manetti e Carlotta Gori, presidente e direttrice del Consorzio del Chianti Classico, e da Irina Guicciardini Strozzi, alla guida del Consorzio della Vernaccia di San Gimignano, unica grande denominazione bianchista della Toscana (i loro interventi nell'approfondimento). Dai rumors intercettati da WineNews, resta comunque la volontà della Regione Toscana di organizzare o patrocinare un evento collettivo e comune ai territori del vino di Toscana, a Firenze, ma tutto da riscrivere, magari anche a prescindere dalle Anteprime, e forse più orientato ai consumatori che al trade.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Franciacorta da record nella prima metà 2021

Nonostante l'uscita dalla pandemia sia più faticosa di quanto sperato, gli italiani vogliono tornare a brindare. Lo racconta la prima metà del 2021 del Franciacorta, uno dei territori più importanti della spumantistica italiana, che ha vissuto un semestre di confortante recupero, con le vendite che hanno surclassato i dati del 2020 e superato anche il 2019, con una crescita del +12% sulla prima metà dell'ultimo anno pre-pandemia, e un prezzo medio passato da 21 euro a bottiglia, nel retail, nel 2019, a 22,5 nel 2021. Un recupero poderoso, con una crescita addirittura del +200% ad aprile e maggio 2021 sugli stessi mesi del 2020, secondo l'Osservatorio Economico del Consorzio del Franciacorta, guidato da Silvano Brescianini. E le cose vanno bene anche per l'export, che, per il Franciacorta, vale il 13,5% del venduto, con la Svizzera - dove finisce il 22,6% dell'export totale - in testa, e segnali incoraggianti che arrivano da Usa e Giappone. "I risultati raggiunti - commenta il presidente Silvano Brescianini - sono entusiasmanti. Il mercato e il mondo della ristorazione ci sono stati vicini e hanno premiato i nostri produttori, un segnale che riconosce il Franciacorta come punto di riferimento per il consumatore che vuole vivere un'esperienza che rappresenta il miglior made in Italy".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Il vino e il cibo del territorio si comprano anche dal tabaccaio

Non solo "Sali e Tabacchi", ma anche pistacchi di Bronte, pasta di Gragnano Igp, oli, mieli e vini del territorio, cantucci toscani alle mandorle e liquori alle erbe della Costiera Amalfitana. Le tabaccherie italiane riprendono e fortificano la vecchia tradizione alimentare, in base all'esclusiva per la vendita di "Sali e tabacchi in regime di Monopolio di Stato" detenuta per anni, e arricchiscono la loro proposta per il consumatore con un paniere di tipicità agroalimentare che raccoglie, come sottolinea il marchio, "Il Bello e il Buono dell'Italia". L'iniziativa, che si chiama "Tipicità in Tabaccheria", è stata lanciata da Agrocepi e Uit-Unione Italiana Tabaccai, e realizzata in collaborazione con l'azienda di commercializzazione e logistica alimentare Soleo e con Ita-International Tobacco Agency, colosso in Italia nel settore dei prodotti e servizi per le tabaccherie.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Tra sostenibilità, gradazioni alcoliche, vitigni resistenti e non solo: parla Michel Rolland

A WineNews l'enologo più influente della nostra epoca: senza peli sulla lingua, provocatorio, ma anche ottimista sul futuro del vino. Maestro del taglio bordolese, e oggi firma e consulente di vini e cantine mito di Toscana, come Masseto, Ornellaia e Tenuta di Biserno, e, da qualche anno, anche di Caprai in Umbria, per il Sagrantino e non solo. "Ai consumatori non importa del grado alcolico del vino, importa ai giornalisti. La sostenibilità è un percorso fondamentale, ma richiede tempi lunghi".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)