

La News



Vino e ironia, WS premia Caviro

Il linguaggio tecnico di sommelier e degustatori di vino, spesso a molti incomprensibile, che diventa soverchiante, applicato in maniera grottesca a tanti altri ambiti della vita, messo alla berlina: è il leit motive di "Sommelier. Don't try this at home", il video spot di Caviro per Tavernello, ideato da un maestro della comicità moderna del Belpaese, come Maccio Capatonda (al fianco di personaggi del mondo del vino come il sommelier campione del mondo nel 2010 Luca Gardini, il ristoratore Alex Pipero, alla guida dello stellato "Pipero Roma", ed il wine writer Andrea Gori), che ha vinto l'edizione 2021 del "Wine Spectator Video Contest".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Ristorazione, il conto della pandemia

Nell'anno orribile della pandemia, il 2020, il settore della ristorazione è stato il più colpito, e a certificarlo sono i numeri diffusi dall'Istat, da cui emerge che lo scorso anno gli italiani hanno speso 124 miliardi di euro in meno sul 2019. Alberghi e ristoranti, insieme, hanno fatto registrare una flessione, a prezzi costanti, di 43,8 miliardi, di cui oltre 30 sono da imputare alla sola ristorazione. "Questi numeri - commenta Fipe/Confcommercio - dimostrano ancora una volta che le nostre percezioni erano corrette: la ristorazione è rimasta paralizzata per un anno intero e i ristoratori arrivati non sono stati minimamente sufficienti per riequilibrare le perdite. L'auspicio è che, da questo momento in poi, si decida di puntare con maggior decisione su un settore strategico per l'offerta turistica del nostro Paese".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Leonardo DiCaprio nel food tech

Ridurre gli impatti negativi della produzione industriale di carne bovina, trovando una soluzione alla domanda crescente di carne: è l'obiettivo della carne coltivata, settore in continua crescita, sul quale ha deciso di puntare anche Leonardo DiCaprio, investendo in Mosa Meat e in Aleph Farm, che tre anni fa ha prodotto la prima bistecca coltivata. "Uno dei modi più efficaci per combattere la crisi climatica è trasformare il nostro sistema alimentare", spiega l'attore premio Oscar per "The Revenant" e attivista per l'ambiente.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Nel mondo cala la conoscenza del vino, ma tra i consumatori si scopre più "democratico"

La cultura e la conoscenza del vino perdono posizioni praticamente su tutti i mercati, eppure la platea dei consumatori cresce e il mondo enoico si scopre sempre più democratico. No, non è un errore di analisi, sono i due trend - che come vedremo possono coesistere alla perfezione - emersi dall'ultima ricerca di "Wine Intelligence". Tra il 2019 ed il 2021, in tutti i principali Paesi consumatori, ad eccezione della Gran Bretagna (non a caso patria di istituzioni che, della conoscenza e della sua condivisione, fanno la propria missione, come il Wset e i Masters of Wine, ndr), l'indice di conoscenza del vino è in calo. E se in Svezia resta relativamente alto, negli Stati Uniti, di gran lunga il primo mercato per consumi, sia a valore che a volume, è a livelli decisamente bassi, di poco superiori a Brasile, Cina e Giappone, con Germania e Australia a metà strada. Ciò che sorprende, però, è l'effetto di questo calo. Il vino, infatti, è da sempre un prodotto di consumo legato a doppio filo alla conoscenza che se ne ha, per questo tra i giovani non è mai stato particolarmente popolare, frenati come sono da una sorta di timore riverenziale per un mondo fatto di storia, cultura, tecnica, difficilissimo da avvicinare senza averne almeno un'infarinatura. Logico, quindi, con il peggior calo del "Wine Knowledge Index" dal 2017, aspettarsi un allontanamento dei consumatori dal vino. E invece, è accaduto il contrario. E il motivo risiede innanzitutto nel "cognitive offloading", ossia la tendenza, sempre più marcata, ad affidarsi alle fonti di informazione online, invece che alla memoria a lungo termine. In sostanza, viene messo da parte il sapere enciclopedico, ma le informazioni sono oggettivamente sempre più a portata di mano, grazie ad app, siti internet e blog, che riducono costantemente la distanza tra consumatore e mondo del vino. Rendendolo, così, via via più democratico. E a rendere ancora più inclusivo il vino, percepito da sempre come un qualcosa di esclusivo, ci ha pensato anche l'industria enoica, che "ha aiutato i consumatori a sentirsi più sicuri nel gustare il vino, senza la necessità di portare con sé conoscenze enciclopediche", come spiega Lulie Halstead, Ceo di Wine Intelligence.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Food Systems Summit dell'Onu: allarme land grabbing

Tra i tanti temi legati al cibo del futuro, uno dei più importanti è legato al fenomeno del "land grabbing", con i Paesi ricchi che si accaparrano terre agricole in Paesi in cui, sempre più spesso, paradossalmente chi vive nelle aree rurali soffre la fame e la povertà, anche per effetto della speculazione sui prezzi alimentari e sulla terra. A sottolinearlo è la Coldiretti, nel giorno in cui a New York si è aperto il Food System Summit dell'Onu, il vertice sui sistemi alimentari. "Sono oltre 93 milioni gli ettari di terra coltivata nel mondo - sottolinea Coldiretti - sottratti ai contadini dalle nazioni avanzate e dalle multinazionali per speculazioni che stravolgono produzioni secolari e sistemi socio economici locali. In cima alla graduatoria dei Paesi che si sono accaparrati nel mondo più terre la Cina (14 milioni di ettari), seguita da Canada (11 milioni di ettari), Stati Uniti (10 milioni di ettari), Gran Bretagna (9 milioni di ettari) e Svizzera (8 milioni di ettari), secondo l'analisi Coldiretti sull'ultimo rapporto Focsv sul fenomeno. Sul totale delle terre oggetto di land grabbing, quasi un terzo (31 milioni di ettari) è concentrato in Sud America, altrettanto in Africa (30,5 milioni di ettari), e a seguire vengono Europa Orientale (19,5 milioni di ettari), Asia (9 milioni di ettari) e Oceania (3,4 milioni)".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"The World's 50 Best Restaurants": aspettando il n. 1, ecco Uliassi e St. Hubertus in Top 100

Così come negli ultimi anni ne hanno celebrato la crescita e accresciuto la notorietà, anche grazie ad un'attenzione mediatica cresciuta a dismisura, guide e classifiche dedicate alla ristorazione ne stanno raccontando, in qualche modo, la ripartenza. Tra queste, la più attesa è la "The World's 50 Best Restaurants", che, aspettando di svelare le prime posizioni dell'edizione 2021 (il 5 ottobre da Anversa, nelle Fiandre, guest star Massimo Bottura, al n. 1 con l'Osteria Francescana nel 2019), dopo lo stop del 2020, oggi ha rivelato la prima parte della classifica, dalla posizione 51 alla n. 100. Con l'Italia che brilla grazie a due trisellati, ovvero l'Uliassi di Mauro Uliassi a Senigallia, al n. 52, ed il St. Hubertus dell'Hotel Rosa Alpina di San Cassiano, al n. 54. A rappresentare la cucina italiana anche Il Ristorante Luca Fantin di Tokyo, al n. 73.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Russia, ultima a cadere, tra le prime a rialzarsi: la ripartenza vista dal mondo della ristorazione

A un anno e mezzo dai primi focolai di Covid-19, che nel giro di poco tempo avrebbe messo in ginocchio tutto il mondo, la Russia, tra gli ultimi ad "arrendersi", torna alla normalità. Con i ristoranti che, dopo mesi trascorsi tra delivery e take away (da cui è stato però escluso il vino), rialzano la testa. A WineNews - dalla tappa di Mosca e San Pietroburgo del Simply Italian Great Wines della Iem - le storie dei ristoratori di Mosca, tra resistenza, resilienza e sforzi creativi, senza mai perdere la fiducia.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)