

La News



Silvia Fuselli, dal calcio al vino

Silvia non aveva un sogno. Ne aveva due. Fin da piccola voleva fare goal in maglia azzurra, ed è diventata una delle più importanti calciatrici italiane, con 53 presenze in Nazionale e 11 reti. Ma, essendo cresciuta in un territorio icona del vino mondiale, l'altra sua grande passione era la terra, e dai campi di calcio è tornata alle origini per produrre vino. Da quando ha appeso gli scarpini al chiodo, tra i vip vigneron c'è anche Silvia Fuselli con Le Vigne di Silvia a Bolgheri, dove l'ex campionessa di calcio femminile sigla una tripletta di vini con chiari riferimenti calcistici: il Bolgheri Rosso Artemio, il Vermentino Giochessa e il Cabernet Franc Itinerante.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Il cibo nelle opere di Molière

Se il pranzo del Re Sole con Molière a Versailles non è che una fake news - nonostante la fortuna delle sue raffigurazioni, funzionali all'immagine di un Luigi XIV più "umano" e vicino alla borghesia - è noto come uno dei più grandi commediografi della storia, del quale quest'anno si celebrano 400 anni dalla nascita (il 15 gennaio 1622, a Parigi) nella sua Francia ma anche in Italia, era solito pubblicare annunci in cerca di cuoche "digiune di lettere" alle quali leggere "in anteprima" le sue opere appena scritte per vedere che impressione facessero su una mente semplice. E nelle quali il cibo e la cucina non mancavano, ed hanno anzi un ruolo da protagonisti, come è proprio della commedia dell'arte, da il "Don Giovanni" a "Tartuffo", dal "Borghese Gentiluomo" a "L'Avaro".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Le difficoltà dei piccoli nascoste dai numeri

Stando ai numeri, il vino italiano gode di uno stato di salute invidiabile, che dopo il crollo del 2020 ha riportato il settore ai fatturati del 2019. Tutto bene, quindi? Sì e no. Sì, perché i numeri raramente mentono. No, perché oltre al boom dei costi di energia e materie prime, a prezzi mai visti prima, tra le pieghe di una crescita spettacolare si nascondono le difficoltà di tante piccole aziende. L'allarme arriva dal direttore del Consorzio Vino Chianti Marco Alessandro Bani, ma vale, presumibilmente, per tanti altri.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Le spedizioni di vino italiano nei primi 11 mesi 2021 superano i 6,5 miliardi di euro

Aspettando l'inevitabile impatto della corsa dei prezzi di materie prime, energia e trasporti anche sul vino, continua il trend positivo delle esportazioni enoiche italiane, che, nei primi 11 mesi 2021, superano i 6,5 miliardi di euro (+12,6%), in linea con quanto registrato da inizio dello scorso anno. Numeri, quelli pubblicati oggi dall'Istat, confortanti, per un settore che, tra pandemia, crollo del turismo internazionale e l'attacco (momentaneamente schivato) di Bruxelles, non ha mai avuto tanti fronti aperti. Né, al contempo, così tante certezze dai mercati, tutti in crescita e al di sopra dei dati dello stesso periodo del 2020, dagli Stati Uniti alla Gran Bretagna, dalla Cina alla Russia, con la speranza, e non solo per gli equilibri commerciali e politici mondiali, che Mosca ritiri presto le truppe dal confine con l'Ucraina, ristabilendo un clima di pace che, nell'area, manca ormai da anni. Tornando ai numeri, la Svizzera nei primi 11 mesi 2021 ha importato vino italiano per 376 milioni di euro (+8,4% sullo stesso periodo del 2020), mentre la vicina Austria tocca i 102 milioni di euro (+4%), e la Francia quota 207 milioni di euro (+17%). Risalendo il Vecchio Continente, in Germania le importazioni di vino italiano arrivano a 1,038 miliardi di euro (+6,4%), con le spedizioni nei Paesi Bassi a quota 202 milioni di euro (+14,8%). In calo, unico tra i principali mercati presi in esame da WineNews, la Norvegia, che perde il 3,5% e si ferma a 110 milioni di euro, mentre la vicina Svezia cresce ancora, fino a 188 milioni di euro (+9,3%). Buone notizie arrivano dalla Gran Bretagna, terzo mercato dell'export enoico italiano a 676 milioni di euro (+3,3%), così come dalla lontana Russia, che tocca i 135 milioni di euro (+19,4%). Al di là dell'Oceano, ottima performance degli Usa, a poco meno di 1,6 miliardi di euro (+19,5%). Solido anche il mercato del Canada, che vale 354 milioni di euro (+10%). In Asia, torna a crescere il Giappone, a 141 milioni di euro (+3,6%), ma vanno forte anche Cina, a quota 116 milioni di euro (+36,8%) nel periodo gennaio-novembre 2021, Corea del Sud, sempre più astro nascente dei consumi enoici internazionali, con 69,8 milioni di euro (+83,2%) di vino italiano importato, e Hong Kong, hub dei fine wine del ricco mercato asiatico, a 26 milioni di euro (+24%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il vino nella distribuzione moderna: nel 2021 vendite giù del -2,2%

Il vino nella distribuzione moderna chiude il 2021 con un lieve calo delle vendite, scese del -2,2%, a quota 699 milioni di litri, sul 2020, ma l'andamento è positivo sia in termini di valori (+2,2%) che rispetto al 2019, anno pre pandemico e quindi vero termine di paragone. Le bollicine, invece, hanno fatto registrare una crescita straordinaria del 18,1% a volume e del +20,5% a valore, trainate dal Prosecco, per un valore complessivo delle vendite enoiche di 3 miliardi di euro: emerge dal webinar "Vino e Bollicine nella Distribuzione Moderna: consuntivo 2021 e prospettive per il 2022", organizzato da Veronafiere ed Iri, con tre delle principali insegne della Gdo italiana (Coop, Conad e Carrefour), tappa di avvicinamento a Vinitaly 2022 (a Verona dal 10 al 13 aprile). Il 2022, invece, dovrà fare i conti con diverse variabili che potranno influenzare - in positivo ed in negativo - l'andamento del vino nella distribuzione moderna: l'aumento dei prezzi delle materie prime, dell'energia e dei trasporti, il potere di acquisto più basso dei consumatori, l'eventuale forte rallentamento della pandemia. L'incertezza sul futuro, intanto, ha già condizionato negativamente il mese di gennaio 2022: il vino a volume scende del 7%, e le bollicine dell'1%, ma bisognerà attendere i dati del primo trimestre 2022 per avere un quadro più chiaro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Nasce la prima finitura parquet con tinte naturali al vino, sperimentazione made in Italy

Alla base c'è un procedimento brevettato ed unico per colorare il legno sfruttando le proprietà intrinseche di vino e vinacce: grazie alla loro acidità, in abbinamento a ossidi di ferro, queste sostanze interagiscono con il legno, innescando una reazione chimica autocolorante. Le loro proprietà alcoliche consentono a loro volta l'utilizzo di pigmenti completamente naturali, veicolando il colore e permettendo di ottenere tinte di elevatissimo pregio. Un processo completamente privo di emissioni nocive e non inquinante. Nasce così "Terre di Vigna", la prima rifinitura parquet impreziosita da tinte naturali al vino, un progetto innovativo tutto made in Italy frutto dell'incontro tra Passoni Design, storico brand friulano del design del legno, e Listone Giordano, l'azienda italiana delle pavimentazioni lignee d'alta gamma per eccellenza.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il vino riparte da Vinexpo Paris: come è cambiata la promozione dopo due anni di pandemia?

In questi due anni di pandemia, specie nel 2021, il business è comunque andato avanti, spesso crescendo, anche senza i grandi eventi. Da questo punto di vista quale sarà il futuro, e quali strumenti utilizzeranno le aziende per promuoversi e fare business, e quali messi da parte, rispetto a prima della pandemia? Ne abbiamo parlato, a Parigi, con Alessio Planeta, Leonardo Moretti Pologato di Villa Sandi e Roberto Bruno, direttore commerciale di Fontanafredda, tra smart tasting e il piacere di ritrovare le relazioni fisiche.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)