

La News



Draghi da Biden, tra pace, grano e vino

Il viaggio del premier Mario Draghi a Washington, dove ha incontrato il presidente Usa Joe Biden, ha avuto come unico argomento la guerra in Ucraina, e la necessità di trovare una via di uscita che porti il più presto possibile alla pace. Magari riannodando le fila delle trattative a partire dallo sblocco del grano ucraino, fermo nel Mar Nero, e vitale per tanti Paesi africani e per la filiera agroalimentare italiana. Obiettivo ambizioso ma fondamentale, specie per l'Europa, e in caso di successo Biden sa già cosa stappare: Barbaresco Sorì San Lorenzo 2016 di Gaja, Masseto 2018, Sassicaia 2018 e Costa d'Amalfi Fiori di Marisa Cuomo, regalo di Mario Draghi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Il "Master in Turismo sostenibile"

Formare manager in grado di realizzare un'offerta turistica innovativa e di qualità, mirata e fondata sulla promozione territorio, valorizzando quelle realtà locali che spesso non riescono a trovare adeguato risalto, anche per la mancanza - generalmente avvertita - di competenze adeguate al racconto e alla promozione delle tante attrattive turistiche a disposizione, dall'arte, al paesaggio alla cultura e, naturalmente, l'enogastronomia. È l'obiettivo che ha portato alla nascita del "Master in Turismo Sostenibile", ai nastri di partenza da ottobre 2022, progettato dalla Luiss Business School e Accademia Intrecci, realtà affermata del settore dell'ospitalità, guidata dalla triade "rosa" Dominga, Marta ed Enrica Cotarella. Il master guarda a 360 gradi alla valorizzazione del territorio, formando figure professionali e manageriali.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il "drink-contest" di Eurovision

Il "drink-contest" di "Eurovision 2022"? È il Mojito il più amato dai fan dei cantanti in gara, secondo una classifica dei cocktail più popolari nei Paesi europei che partecipano all'evento più atteso del momento, a Torino, dove stasera c'è la seconda semifinale e il 14 maggio la finale. Sul podio, anche il Mimosa, a base di Prosecco, le bollicine made in Italy più esportate, e un cult come il Margarita. L'Italia, Paese dei Måneskin campioni in carica e ospite dell'edizione 2022, è "quarta" con il Negroni, storico cocktail italiano tra i più amati e consumati al mondo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Ferrari, Berlucchi e Donnafugata, i brand più potenti del vino italiano per "Wine Intelligence"

Tra i brand del vino più importanti al mondo, quelli indicati dai consumatori dei principali mercati, di spazio per l'Italia ce n'è davvero poco: solo Ruffino, alla posizione n. 30 del "Wine Intelligence Global Wine Brand Power Index 2022", che ha messo in fila i 30 marchi globali più popolari. Poco male, perché il vino italiano è fatto di tante eccellenze ma di numeri lontani da quelli di chi vanta dimensioni produttive industriali, e questo non può essere considerato un limite. Specie sul mercato interno, che resta il terzo per consumi complessivi e punto di riferimento per le nostre produzioni - che nel Belpaese fanno una buona metà dei propri fatturati - cui Wine Intelligence dedica un focus specifico. Da cui emerge come i brand più forti in Italia siano, confermando le posizioni di un anno fa, la griffe del Trentodoc, Ferrari, della famiglia Lunelli, la cantina che ha inventato il Franciacorta, Berlucchi, della famiglia Ziliani, e Donnafugata, la cantina siciliana della famiglia Rallo, tra le firme del rinascimento del vino di Sicilia. Ai piedi del podio, una new entry come Corvo, altro marchio storico della viticoltura di Sicilia, proprietà di Duca di Salaparuta, seguito da un nome storico del Barolo come Fontanafredda, casa madre del gruppo vitivinicolo della famiglia Farinetti. Alla posizione n. 6, uno dei brand simbolo del Prosecco di Valdobbiadene, Mionetto, e poi uno dei gruppi più importanti in assoluto del vino italiano come Antinori (salito al n. 7), guidato da 26 generazioni dalla famiglia Antinori. E ancora, Feudi di San Gregorio (n. 8), cantina di riferimento della viticoltura d'Irpinia e del Meridione, guidata da Antonio Capaldo, Sella & Mosca (n. 9), una delle cantine di riferimento della viticoltura di Sardegna, del Gruppo Terra Moretti, e, a chiudere la Top 10, Zonin, una delle più grandi realtà private del vino italiano. A seguire, le cooperative, le griffe ed i gruppi più rappresentativi della storia del vino italiano: Caviro, Cantina di Soave, Duca di Salaparuta, Valdo, Rapolà, Bellavista, Banfi, Bolla, Frescobaldi, Val d'Oca, Barone Ricasoli, Mezzacorona, Mastroberardino, Settesoli, La Gioiosa, Santa Margherita, Ronco, Planeta, Masi e San Crispino (scopri di più in approfondimento).

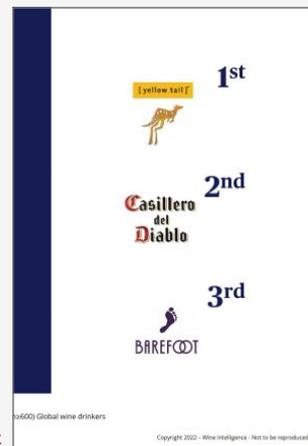
[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Brand Power Index 2022: Yellow Tail e Casillero del Diablo

Dopo il crollo registrato nel 2021, la brand equity del vino torna a crescere, pur restando sotto i livelli del periodo pre pandemico, come rivela il "Wine Intelligence Global Wine Brand Power Index 2022", risultato del feedback di 25.000 consumatori di 25 mercati diversi, rappresentativi di 400 milioni di bevitori di vino nel mondo, che ha messo in fila i 15 marchi globali più popolari. Il big di Australia Yellow Tail ed il primo produttore del Cile, Casillero del Diablo, si aggiudicano, ancora una volta, il primo e il secondo posto, posizionandosi al primo posto in tre dei 25 mercati, con Yellow Tail che si piazza nella top ten in 10 mercati e Casillero del Diablo in 14 mercati. Il terzo marchio di vino più potente a livello globale, con un aumento annuale rispetto alla 13esima posizione del 2019, è invece Barefoot. Alla posizione n. 4 la californiana Gallo Family, alla n. 5 Jacob's Creek, alla posizione n. 6 il cileno Gato Negro, alla posizione n. 7 Santa Carolina, che fa segnare uno dei maggiori exploit nel "Wine Intelligence Global Wine Brand Power Index 2022", insieme ad Apothic, che sale di cinque posizioni alla posizione n. 14, e Dark Horse, che ha fatto un salto di otto posizioni fino al n. 25. A completare la top, 10 le francesi Mouton Cadet e J. P. Chenet, alla posizione n. 8 e n. 9, e l'australiana Lindeman's, alla n. 10.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Il vending in Italia è la più importante catena distributiva alimentare d'Europa

Un primato "espresso". Con oltre 800.000 macchine installate, quasi 4 miliardi di consumazioni e un fatturato che nel 2021 si è attestato ad oltre 1,4 miliardi di euro (+12,11% sul 2020, sebbene non ancora ai numeri record del 2019) a cui si aggiungono oltre 1 miliardo di consumazioni (+7,6%) e 394 milioni di euro di fatturato del cosiddetto Ocs (office coffee service), ossia il caffè in capsule e cialde, il vending in Italia rappresenta la più importante catena distributiva automatica alimentare d'Europa. Così lo studio realizzato da Confida - Associazione Italiana Distribuzione Automatica, in collaborazione con Ipsos, presentato ieri dal sondaggista Nando Pagnoncelli, nell'apertura "Venditalia" (fino al 14 maggio, a Milano, a Fieramilanocity), il più importante appuntamento internazionale della distribuzione automatica.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Abbinare il vino alla musica? Sì, a patto che ci pensi il Maestro Beppe Vessicchio

"Esistono sinestesie tra i linguaggi. Un vino che ha delle asperità, e quindi una certa acidità, può trovare una musica che ha dei punti estremamente spiccati nel suo svolgimento: il rock, per definizione, non può essere morbido, e allora per sinestesia lo possiamo abbinare ad un vino che amo molto come l'Asprinio di Aversa. La canzone è fatta anche di testo e di interpretazione, ma può dialogare benissimo con il vino, così come con il cibo. Mahmood e Blanco? Un vino nuovo...".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)