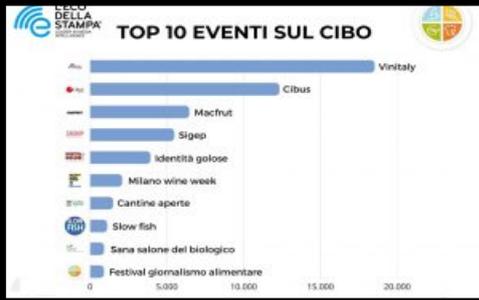


La News



Il cibo fa notizia, tra web ed eventi

Il web è il primo canale di diffusione delle informazioni sul tema del cibo, con una media di 60.000 pubblicazioni nell'ultimo anno, al secondo posto la stampa con 30.000 uscite. E gli eventi sono un catalizzatore per parlare dell'argomento. Vinitaly, nonostante il focus sul vino, è quello che di gran lunga fa parlare più di cibo, e muove un volume di 18.000 articoli e pubblicazioni, seguito da Cibus con quasi 13.000, poi da Macfrut, e Sigepe, sopra quota 5.000, e poi a distanza, vengono Identità Golose, la Milano Wine Week, Cantine Aperte Slow Fish, Sana Salone del Biologico, e Festival del Giornalismo Alimentare di Torino. A dirlo l'indagine de L'Eco della Stampa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Prosit cresce con Caldirola

Prosit, il gruppo vinicolo guidato da Sergio Dagnino e partecipato dal fondo "Made in Italy Fund" di Quadriovio & Pambianco (36 milioni di euro di fatturato 2021), ha acquisito il 100% di Casa Vinicola Caldirola e dello storico marchio "La Cacciatora". L'azienda lombarda, nata nel 1897 a Contra (Lecco), ha chiuso il 2021 con un fatturato di 40,3 milioni di euro ed esporta il 40% della propria produzione, con etichette da ogni Regione italiana, in oltre 60 paesi, entra così nel portfolio della Holding vitivinicola Prosit, che dopo Cantine Torrovento (Puglia), Collalbrigo Grandi Vini (Veneto) e Storiche Cantine Nestore Bosco (Abruzzo), ha acquisito, a febbraio 2022, anche la Cantina di Montalcino, oltre ad aver chiuso una partnership strategica con l'importatore statunitense Votto Vines (in approfondimento le parole del Ceo Sergio Dagnino).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Rothschild cresce in Nuova Zelanda

Edmond de Rothschild Heritage, il ramo aziendale della famiglia Rothschild che riunisce tutti gli asset legati al lifestyle (vino, ristorazione, accoglienza), aggiunge una nuova tessera al proprio mosaico: Akarua, griffe di Bannockburn (Central Otago) dove nascono i Pinot Nero più prestigiosi della Nuova Zelanda. In tutto, 52 ettari, di cui 34,5 vitati, che si aggiungono ai 24 ettari di Sauvignon Blanc di Rimapere, a Marlborough, che Edmond de Rothschild Heritage aveva acquistato 10 anni fa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Gli italiani promuovono la comunicazione del cibo. Ma ne temono i rincari (più delle bollette)

La dieta mediterranea è la più citata in assoluto dai stampa, radio, tv e web, il Piemonte è la Regione più menzionata, obesità e abuso di alcol le problematiche più presenti sui media. Ancora, per la grande maggioranza degli italiani la comunicazione del cibo è ben fatta ed in misura adeguata, e spaventa di più il caro cibo (pane e pasta in testa) che l'aumento dei costi delle bollette. Mentre pensando ad un viaggio gastronomico, la prima Regione da visitare è la Toscana. Sintesi estrema, questa, delle due indagini "Media & Food 2022", il report firmato da L'Eco della Stampa (monitorando 5.000 testate nazionale, 20.000 siti in lingua italiana e 150 canali radio e tv nazionali, social media esclusi) ed il "Il cibo e l'alimentazione" dell'Istituto Piepoli, su un campione di 500 persone rappresentativo della popolazione italiana, in apertura del Festival del Giornalismo Alimentare di Torino, di scena il 31 maggio ed il 1 giugno a Torino. Dall'indagine quantitativa de L'Eco della Stampa, emerge che da febbraio 2022 con la guerra c'è un'impennata di notizie legate al tema del grano e del caro prezzi, e non è un caso che nel monitoraggio dei giornalisti più attivi (guardando a parole chiave come Cibo e alimentazioni), ai primi posti ci siano pochi specializzati, con la firma più citata che è Fiorenza Sarzanini, vice direttrice de "Il Corriere della Sera". Ma se questo è il monitoraggio delle stampa, l'Istituto Piepoli ha sondato direttamente gli umori degli italiani, partendo dalle paure generate da questi tempi. E se la più presente è quella dell'allargarsi della guerra tra Russia e Ucraina, a ruota segue quella del caro prezzi nel carrello della spesa, ancor più delle bollette. In particolare, alla domanda su quali aumenti dei prezzi hanno colpito di più le finanze familiari, gli italiani dicono soprattutto pane (34%), pasta (33%), verdura (27%), frutta (22%), olio (19%), poi latte (6%), zucchero (5%) e uova (2%), mentre il rincaro del vino preoccupa meno dell'1% degli italiani. Che pensando ad una settimana di vacanza tutta dedicata alla gastronomia, come meta preferita indicano Toscana (20%), davanti a Sicilia (15%) e Puglia (10%). Altro aspetto interessante che emerge dall'indagine dell'Istituto Piepoli, è che secondo il 67% degli italiani, l'informazione sul cibo è giudicata positivamente in quantità e qualità.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Usa, dopo la pandemia torna la premiumisation

Il 75% delle bottiglie di vino acquistate in Usa negli ultimi 12 mesi (febbraio 2021-febbraio 2022), sia sul canale on-premise che sul canale off-premise, sono collocabili su una fascia di prezzo inferiore agli 11 dollari a bottiglia, e nello stesso periodo, dopo i trend registrati nel periodo della pandemia, sono tornati a correre gli acquisti dei vini di fascia premium, sia fermi che bollicine, come emerge dai dati del primo Price Tier Performance dedicato al vino e agli alcolici by SipSource per la Wine & Spirits Wholesalers of America, l'associazione dei grossisti americani capace di segmentare in maniera diretta il mercato, che segna una decisa virata verso la premiumisation, stoppata solo dall'emergenza Covid. Dai numeri di SipSource, così, emerge che le vendite dei vini fermi sotto i 4,50 dollari a bottiglia sono calati del 12,7%. Giù (-12%) anche la fascia 4,50-7,99 dollari a bottiglia, e la fascia 8-10,99 dollari a bottiglia (-11,2%), stabili invece le vendite dei vini tra gli 11 ed i 14,99 dollari (-0,8%). Crescono, al contrario, le tre fasce di prezzo più alte. Gli acquisti di bottiglie tra i 15 ed i 24,99 dollari a bottiglia crescono del 9,9%. Bene anche la fascia 25-44,99 dollari, che segna il +13,1, ma il boom è quello dei vini sopra i 50 dollari a bottiglia, cresciuti del 35,4%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"Icon Award 2022" by "The World's 50 Best" alla nutrizionista keniota Wawira Njiru

Wawira Njiru, nutrizionista keniota fondatrice e direttrice di "Kenya's Food for Education", organizzazione no profit che fornisce pasti ai bambini nelle scuole di tutto il Kenya che, ad oggi, ne ha consegnati oltre 7 milioni, sfamando 40.000 studenti al giorno (oltre a 2 milioni di pasti distribuiti alle famiglie in isolamento nella pandemia), contribuendo a migliorare il livello di nutrizione della popolazione e la frequenza scolastica, e dando impulso all'economia locale attraverso il rifornimento di prodotti dagli agricoltori del Paese: ecco la vincitrice dell'"Icon Award 2022" di "The World's 50 Best Restaurants", al personaggio più rappresentativo capace di dare al mondo del food un contributo eccezionale, guidando il settore verso un cambiamento positivo, aspettando la cerimonia di premiazione dei migliori ristoranti al mondo il 18 luglio a Londra.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

La crescita delle donne nel mondo del vino, celebrata dal concorso parigino "Feminalise"

Riflessioni e testimonianze raccolte nell'unico concorso internazionale in cui il vino è giudicato esclusivamente da donne. Che raccontano la loro crescita tra le professionalità della critica e del commercio di vino, ma anche la capacità di approfondire, oltre agli aspetti tecnici, quelli emozionali legati alla percezione, al giudizio e soprattutto al racconto del vino e delle sue sfumature.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)