

La News



Crescono le cantine certificate B-Corp

Crescono le cantine certificate B-Corp, modello di sostenibilità tra i più restrittivi al mondo, che prende in considerazione il rapporto delle aziende con ambiente, società, dipendenti, fornitori e territorio in genere. E se in Italia, a Cielo & Terra, Perlage Winery, Feudi di San Gregorio e Casa Vinicola Marcel Zanolari, di recente si è aggiunta anche Avignonesi, griffe del Nobile di Montepulciano, ora arrivano anche i primi brand di Champagne. Che sono le maison Piper-Heidsieck, Charles Heidsieck e Rare Champagne, tutte di proprietà del Gruppo Epi (che possiede in Italia anche Biondi-Santi, a Montalcino, e Isole e Olena, nel Chianti Classico).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

La forza emotiva del tappo in sughero

Il tappo di sughero è ancora la scelta migliore per chiudere una bottiglia di vino. Non solo e non tanto da un punto di vista tecnologico, quanto dal punto di vista del consumatore, che a prescindere dal suo grado di conoscenza e competenza in campo enoico, riconosce al sughero una qualità intrinsecamente maggiore rispetto ad ogni altra chiusura. A confermarlo è un esperimento condotto dal Behavior & BrainLab Iulm di Milano, promosso da Apcor e Assoimballaggi, che dimostra come l'esperienza degustativa può essere modificata dalle informazioni preliminari fornite ai degustatori, e può portare anche i più esperti a una valutazione completamente differente dello stesso vino a seconda che si creda che provenga da una bottiglia chiusa con un tappo di sughero o con un tappo a vite (in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Asti, "Novant'anni di Bollicine"

Se l'Asti è pioniere della tradizione spumantistica italiana, è anche grazie alle sue campagne di comunicazione che hanno fatto la storia della pubblicità: dai manifesti di artisti come Armando Testa al Carosello, dagli spot con le star di Hollywood allo chef Alessandro Borghese, oggi ambasciatore della Docg, ed ai più grandi tennisti nei tornei dell'Apt Tour di cui l'Asti è Official Sparkling Wine. Ecco alcune "chicche" di "Novant'anni di Bollicine", mostra ad Asti visitata in anteprima da WineNews, per i 90 anni del Consorzio dell'Asti Spumante e Moscato d'Asti Docg.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Il vino in Usa soffre la concorrenza di ready-to-drink e cocktail, ma i prezzi sono sotto controllo

Le sfide che la supply chain dei produttori di alcolici di tutto il mondo stanno affrontando da un po' tutte ancora sul tavolo, dalla disponibilità delle materie prime alle difficoltà dei trasporti, dall'aumento del costo del lavoro a quello dei costi dell'energia. I trend dei consumi, così, continuano a fluttuare, con l'impatto dell'inflazione che, dopo la pandemia, si fa sentire, anche se il comparto degli alcolici fa segnare rincari decisamente più contenuti rispetto a tante altre categorie merceologiche, motivo per cui, ad esempio, i consumi on-premise continuano a crescere, così come tutta la categoria dei cosiddetti "better for you" (No e Low-Alcohol, Lower Calorie, Lower Sugar). Crescono birre e vini premium e spirits super premium, con il canale e-commerce che, pur rallentando, rimane un'opzione di tutto rispetto per i consumatori di vino, birra e superalcolici. Ecco, a grandi linee, i trend che hanno guidato i consumi di alcolici in Usa nei primi sei mesi del 2022 raccontati dal report "Beverage Alcohol Defies CPG Trends" by Iri. Nell'ultimo anno il prezzo della bottiglia di vino in Usa è cresciuto del 4%, meno della birra (+5,5%) e più degli spirits (+2,9%), ma distante dal boom dei prezzi di carne (+12,4%), energy drinks (+10,6%), latte (+10,1%) e prodotti da forno (+9,7%). Nell'ultimo anno, inoltre, sono cambiati i consumi in termini di fasce di prezzo: la quota dei vini Value è passata dal 77,6% del 2020 al 74,6% del 2022, e contestualmente crescono gli acquisti di vini Premium (dal 21,5% al 24,2%) e Super Premium (dallo 0,9% all'1,2%). Una crescita della spesa media che, però, non è sufficiente a difendere la quota di spesa complessiva destinata al vino. Tra il 2018 e il 2021, infatti, sul totale beverage (alcolici e non), il vino è passato dal 14% al 12%, nello stesso periodo fanno la loro comparsa i cocktail pre miscelati (che valgono l'1% della spesa beverage) e crescono energy drinks (8%) e acque minerali (12%). Il boom delle bevande "better for you" (No e Low-Alcohol, Lower Calorie, Lower Sugar e tutto ciò che risponde ai principi di una dieta sana) riguarda anche il vino, con questa nicchia, in verità piuttosto fluida, che è passata da 1,58 miliardi di dollari di giro d'affari del 2019 a 1,9 miliardi di euro del 2022 (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Se la cooperativa "pensa" come un'impresa

La funzione principale di una cantina cooperativa è quella di garantire ai soci il giusto reddito e di produrre vini di qualità. Un'equazione all'apparenza semplice, ma che semplice non è. Risolta, nel cuore della Maremma Toscana, dalla Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano, che controlla 700 ettari. Per una buona parte destinati alla produzione di Morellino, gli altri agli Igp, vini che finiscono sugli scaffali della Gdo e nelle carte dei vini dei ristoranti di mezzo mondo, per la soddisfazione dei 170 soci della cooperativa. Contadini, vignaioli, che, per mille motivi diversi, a volte si ritrovano nella condizione di dover vendere quei pochi ettari che conducono da decenni. Puntualmente, ad investire sui vigneti del Morellino sono quasi sempre i grandi imprenditori del territorio, più di rado le piccole aziende, con i Vignaioli del Morellino di Scansano a guardare. Almeno fino a quando "abbiamo deciso di agire - racconta a WineNews il direttore Sergio Bucci - con un progetto ambizioso, con cui la cooperativa investe direttamente sui vigneti". Il progetto si chiama "Poderi di Toscana", e il primo passo l'ha mosso poche settimane fa, "con l'acquisto di tre ettari vitati a Morellino di Scansano, nel comune di Magliano, da un nostro socio, pagati 300.000 euro, ossia il prezzo di mercato".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"Vinibuoni d'Italia 2023" by Touring Club: Gruppo Santa Margherita, con 6 "Corone", al top

A fine agosto, è già tempo di guide del vino. E ad aprire le danze, come sempre, è "Vinibuoni d'Italia" del Touring Club Italiano (Tci), dedicata ai soli vini da vitigni autoctoni italiani (con l'eccezione degli spumanti metodo classico, ndr), con le finali, andate in scena a Buttrio dal 21 al 25 agosto (in partnership con PromoTurismoFvg). E tra le centinaia di "Corone", il massimo riconoscimento assegnato dalla guida, all'edizione n. 20, curata da Alessandro Scorsone e Mario Busso, spicca il Gruppo Santa Margherita della famiglia Marzotto, guidata dall'ad Beniamino Garofalo, con ben "6 corone", tra Cà Maiò, Lamole di Lamole, Cà del Bosco e Kettmeir. 4 quelle per il gruppo ColleMassari di Claudio Tipa, comprese le tre per Poggio di Sotto, una delle poche singole cantine a fare "triple", insieme alla marchigiana Umani Ronchi, e alle abruzzesi Cataldi Madonna e Cantine Agriverde.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Chianti Classico e valorizzazione del territorio: sinergia tra Consorzio e associazioni locali

"Aspettiamo il decreto che autorizza le Unità Geografiche Aggiuntive in etichette. Per ora le stiamo raccontando nel mondo e c'è grande accoglienza ed interesse. Il lavoro che fanno le associazioni dei viticoltori dei singoli territori (come quelle di Panzano, di Greve in Chianti, di Radda, di Castelnuovo Berardenga, di Gaiole e così via, ndr) è sinergico alla gestione che deve fare il Consorzio. Il mercato? Ad oggi siamo sui numeri del 2021, che è stato un anno da record".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)