

La News



Quanto vale il vino californiano

L'economia generata dal vino californiano e dal suo indotto vale 170,5 miliardi di dollari l'anno, con un aumento vertiginoso, del 49%, sul livello di sei anni fa. Così il rapporto di Wine Institute e California Association of Winegrape Growers, che rivela come l'industria enoica contribuisce direttamente all'attività economica nazionale con 73 miliardi di dollari, con un aumento, nello stesso periodo, del +27%, ed un contributo alle casse dello Stato, in termini di tasse versate, pari a 7,9 miliardi di dollari. Il vino californiano impiega, direttamente o indirettamente, 1,1 milioni di persone in tutti gli Stati Uniti, di cui 422.000 solamente nella stessa California.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Primo Piano

Vino ed export, nei primi 9 mesi vola il Veneto (a 2 miliardi di euro), poi Toscana e Piemonte

Se il vino italiano nel 2022 vedrà al rialzo il suo record delle esportazioni, che punta verso quota 8 miliardi a fine anno, dopo i 5,7 superati nei primi 9 mesi del 2022 (+12,2% sul 2021), è grazie alla crescita in valore in tutti i mercati più importanti, dagli Usa alla Germania, dal Regno Unito al Canada, dalla Svizzera alla Francia, come abbiamo riportato qui, ma anche a quella di Paesi del Nord Europa, per esempio, con la Svezia a +12% (per 159 milioni di euro), o del Giappone, a +30,4% sul 2021 (per 159 milioni di euro), che compensano diversi cali nel resto dell'Asia, dal -13,9% della Cina (per 78,8 milioni di euro) al -7,1% di Hong Kong (19,7 milioni di euro), al -4,6% in Corea del Sud, che sembrava uno dei nuovi "eldorado" del vino dell'Estremo Oriente (ferma a 57,8 milioni di euro). In ogni caso, la crescita in valore è importante, ma secondo Unione Italiana Vini (Uiv), non c'è molto da esultare, perché è un aumento "determinato più dalla spinta inflattiva che dalla domanda reale, e potrebbe non bastare a coprire l'aumento dei costi". Con le bollicine a +9,2% in quantità e +22,7% in valore, mentre i vini fermi sono sostanzialmente sugli stessi volumi del 2021 (-0,3%), con i rossi più in difficoltà (-2,6%) rispetto ai bianchi (+2,6%). Non di meno, la buona performance in valore del Paese, è indissolubilmente legata alle performance regionali, quasi tutte in crescita a doppia cifra, come emerge dai dati Istat riletti da WineNews. La locomotiva Veneto, con i suoi Prosecco e Pinot Grigio, con la Valpolicella e i vini di Soave, per esempio, continua a trainare il treno del vino italiano, con oltre 2 miliardi di euro di esportazioni ed una crescita nel periodo del +16,6%, seguita a distanza dalla Toscana di Bolgheri e del Chianti Classico, del Brunello di Montalcino e del Nobile di Montepulciano, della Vernaccia di San Gimignano e di una sempre più apprezzata Igt Toscana, a 939 milioni di euro (+15,1%), e, sul podio, dal Piemonte, a 930 milioni di euro (+5,8%), grazie a Barolo, Barbaresco, Barbera d'Asti e del Monferrato, Gavi, Alta Langa, Asti e non solo. Tre Regioni che, da sole, insieme, rappresentano i 2/3 di tutte le esportazioni vinicole dell'Italia del vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Cresce la panettone-mania, tra curiosità e business

Dal "Panettone per la Pace" consegnato a Papa Francesco e decorato con due soldati, uno russo e uno ucraino, al "Panettone sospeso" per chi non ha la possibilità di comprarlo; da quello griffato Dolce & Gabbana a quelli di Peck e Eataly; dal "Panettone della Gherardesca" del Four Seasons Hotel di Firenze a quello che sostiene i restauri per il Duomo di Milano, passando per i panettoni firmati dai giudici di Masterchef, Antonino Cannavacciuolo e Bruno Barbieri, che destina il ricavato alla Fondazione Ant. Sono pressoché infinite le varianti artigianali del panettone, dolce simbolo del made in Italy, "re" delle feste la cui richiesta aumenta anche fuori stagione. La sua storia, raccontata "in prima persona" come una fiaba di Natale, si può ascoltare su Spotify. Le sue origini sono misteriose, ma il successo è sempre più una certezza, anche grazie ad una ricerca continua su lievitazione e materie prime. In generale, tra i prodotti delle ricorrenze natalizie, il panettone industriale resta il segmento più solido, nonostante una flessione del -2,5%, assestandosi a 217 milioni di euro nell'ultima campagna natalizia (dati 2021 Osservatorio Csm Ingredients). Ma è tallonato dal comparto artigianale, che vede una crescita organica e trasversale e registra un valore di 118,5 milioni di euro (+3,2% sull'anno precedente).



[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Via le ricette dai Google trends 2022

C'è stato un tempo in cui, complici il lockdown e lo smart working, gli italiani hanno trascorso intere giornate on line a cercare ricette da fare in casa, tanto che nel 2020 e 2021 c'era proprio il cibo tra i Google trends. Ma, archiviato il Covid e forse complici la guerra e la crisi energetica, gli italiani sembrano aver abbandonato, almeno in parte, l'ossessione per la cucina, al punto che food & Co. sono usciti dalle classifiche 2022 di Google Italia. Le ricerche più gettonate quest'anno nel Belpaese hanno riguardato l'attualità, i personaggi famosi, lo sport e i cantanti, mentre il cibo sembra essere passato decisamente in secondo piano. Naturalmente su Google, il più grande ricettario esistente, si continuano a cercare ricette, e nella classifica mondiale troviamo uno spaccato della cucina etnica internazionale.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

186.651 sterline per 70.000 pasti

Quattro lotti, uno per ogni grande territorio del vino - tra cui l'Italy Icons Large Format (Solaia 2011 di Antinori, Barolo Riserva Monfortino 2013 Giacomo Conterno, Gaia & Rey 2012 di Gaja, Sassicaia 1985 di Tenuta San Guido e Barbaresco Riserva Asili 2016 di Bruno Giacosa) - battuti in un'asta benefica, a Londra, che ha raccolto 186.651 sterline, con cui The Caring Family Foundation distribuirà 70.000 pasti ai bambini bisognosi di tutta la Gran Bretagna, nell'ambito della campagna "Food from the Heart".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Lollobrigida: "sul Nutriscore abbiamo convinto altre nazioni a dire no, ma serve alternativa"

"Sul Nutriscore abbiamo convinto tante altre nazioni a seguirci sulle critiche che facevamo e su schemi che avrebbero messo in ginocchio le filiere legate al sistema della qualità": lo ha affermato ieri il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Francesco Lollobrigida, da Bruxelles, nel Consiglio Unione Europea dei Ministri dell'Agricoltura. Sul Nutriscore (sistema di etichettatura "a semaforo" che penalizza la dieta mediterranea e i capisaldi del made in Italy, ndr), ha continuato Lollobrigida, "bisogna stare comunque con gli occhi aperti e vigilare, e nel frattempo continuare a proporre, come facciamo noi, dei veri strumenti di informazione del consumatore. Perché possa sapere quali sono gli elementi qualitativi dei prodotti che consuma: quello che mangiamo deve essere buono e prodotto attraverso una filiera controllata".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

L'analisi del 2022 del vino italiano, le previsioni sul 2023: a tu per tu con Lamberto Frescobaldi

Tra economia e dossier aperti, le riflessioni del presidente di Unione Italiana Vini (Uiv) e guida di una delle realtà più importanti d'Italia enoica. "L'anno che sta per chiudersi è quello delle sorprese, partito alla grande e poi cambiato da guerra e inflazione. Non parlerei però di catastrofe: si chiuderà comunque in attivo. Certo alcune imprese sono più in difficoltà, altre si strutturano di più, ma è così in ogni settore, e lo è anche per il vino. Noi dobbiamo continuare a difendere qualità e artigianalità dei nostri prodotti, che hanno storie da raccontare".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)