

La News



Commercio globale del vino da record

Il commercio mondiale di vino, nel periodo settembre 2021-settembre 2022, ha raggiunto il massimo fatturato di sempre: 37,23 miliardi di euro (+10,5%), nonostante un calo dei volumi dell'1,6%, a 106 milioni di ettolitri, che si traduce in un aumento del prezzo medio del 12,3%, a 3,49 euro al litro, il più alto mai registrato, come racconta l'analisi dell'Oemv - Observatorio Español del Mercado del Vino sui dati delle dogane dei diversi Paesi. A volume, il primo Paese esportatore è l'Italia, a 22,1 milioni di ettolitri (+1,7%), con la Francia al primo posto per valori, a 12 miliardi di euro di fatturato export (+11,5%). Continua in approfondimento

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

ProWein 2023, tra sfide e numeri record

Crescita dei costi, problemi nella supply chain, recessione economica globale, climate change, guerra commerciale internazionale, bassa redditività dell'industria del vino, politiche salutistiche anti alcol, nuove normative volte alla tutela dell'ambiente, decrescita dei consumi di vino, volatilità delle valute, Covid-19 e domanda di vino no e low alcol. Sono le sfide e le minacce che i produttori di vino dovranno affrontare nel 2023, emerse dal "ProWein Business Report 2022", spaccato sul settore che anticipa la fiera internazionale del vino più importante al mondo, la ProWein 2023 (dal 19 al 21 marzo), che accoglierà 6.000 espositori (di cui 1.750 italiani) da 60 Paesi diversi. Con spazio ai temi e alle tendenze più attuali, dai vini low alcol ("World of Zero") al mondo dei vini biologici ("Organic World"), al tema dei packaging sostenibili (in approfondimento). [Approfondimento su WineNews.it](#)

Evento online
11 febbraio - 11,00
PRIMANTEPRIMA?
Firenze

SIDDURA
Sardogna in puerossa

Cronaca

Nasce il Prosecco di Giulietta

Per il brindisi di San Valentino arriva il Prosecco personalizzato con i graffiti del muro della casa di Giulietta, a Verona, lasciati dagli innamorati di tutto il mondo: lo ha creato Signorvino, la catena di enoteche con cucina ideata nel 2012 da Sandro Veronesi (patron tra gli altri di Calzedonia e Intimissimi) e Maia Wine. Si chiama "Maia Love Edition", e sull'etichetta in stile street art si può scrivere una dedica personalizzata. Si trova da Signorvino, che conta ormai 29 punti vendita in tutta Italia, e sta per aprire a Parigi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

WELCOME TO MY PLACE
BORRERA DASTI REGIONE PIEMONTE
EUROPEAN UNION
EUROPEAN AGRICULTURE POLICY

International Exhibition Management
PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES

Primo Piano

Vini Dop e Igp di Toscana: nel 2022 immessi sul mercato 2 milioni di ettolitri (-5% sul 2021)

Tra grandi denominazioni e le piccole perle enologiche, i vini di collina e quelli della costa, territori dove domina il Sangiovese e altri dove il successo è nelle varietà bordolesi, la Toscana del vino ha una ricchezza enoica unica da offrire, che si lega a paesaggi tra i più belli del mondo. Un connubio di qualità e bellezza che vola sui mercati, tanto che, nei primi 9 mesi 2022, l'export ha superato di 939 milioni di euro, a +15,1% sul 2021, secondo i dati Istat analizzati da WineNews. Un aumento che, va detto, è legato più all'inflazione che ad un aumento delle quantità vendute. Lettura che, al via della "Settimana delle Antepreme di Toscana" - che si apre oggi a Firenze con "Buy Wine" - trova conforto nel guardare ai numeri di Avito, l'associazione che riunisce i Consorzi delle denominazioni del vino di Toscana, secondo cui la Regione, nel 2022, ha immesso sul mercato 2,01 milioni di ettolitri di vino Dop e Igp, il 5% in meno del 2021. Un dato, va detto, influenzato anche dal volume di produzione delle diverse annate, e non solo dalla richieste del mercato, ma che comunque racconta uno spaccato da non sottovalutare. Tra chi è in positivo, troviamo l'Igt Toscana, che, con 724.107 ettolitri immessi sul mercato, tra il 1 gennaio ed il 31 dicembre 2022 (il 36% del totale regionale) registra una crescita del +3% sul 2021. Stessa crescita percentuale, ma a partire da una base molto più piccola, messa a segno da Bolgheri (57.045 ettolitri), Rosso di Montalcino (35.090 ettolitri) ed Orcia (1.990 ettolitri). Fa leggermente meglio, in percentuale, il Vino Nobile di Montepulciano, a +5%, con 53.697 ettolitri, a cui si accompagna il +6% del Rosso di Montepulciano, con 20.805 ettolitri. Esponenziale, in percentuale, il +35% del Montecucco, che si ferma, però, a 8.040 ettolitri, con cui le note liete, in quantità, finiscono qui. Tutte le altre denominazioni di Toscana, a volume di prodotto messo sul mercato, hanno vissuto un 2022 in calo. Si va dal -15% del Chianti (che, con 615.506 ettolitri, vale il 30% dell'offerta di vino di Toscana) al -14% del Brunello di Montalcino, passando per il -11% del Morellino di Scansano ed il -6% della Vernaccia di San Gimignano mentre si difende il Chianti Classico, a -4% (per 272.440 ettolitri, il 13,5% del totale), e sfiora la parità la Maremma Toscana, a -1%.

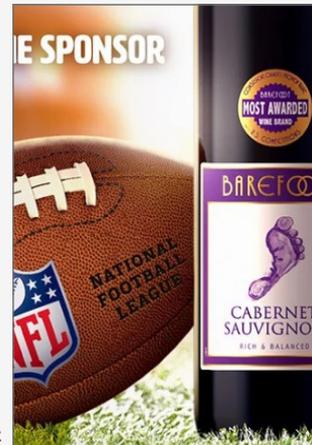
[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il Super Bowl LVII, da guardare con il suo vino ufficiale

In Italia, il Festival di Sanremo, di scena proprio in questi giorni, è ancora capace di fermare il Paese, ma l'evento mediatico più seguito al mondo è un altro: il Super Bowl LVII, di scena il 12 febbraio allo State Farm Stadium di Glendale (Arizona), che metterà di fronte i Kansas City Chiefs e i Philadelphia Eagles. Un anno fa, lo spettacolo tenne incollati alla tv 170 milioni di telespettatori da tutto il mondo (con picchi di oltre 200 milioni di telespettatori nei soli Usa), e tra due giorni decine di brand globali verseranno un fiume di dollari nelle casse della Nfl per piazzare uno spot in mondovisione. La vera curiosità, almeno per noi, è che il Super Bowl LVII ha anche un vino ufficiale, che accompagna le partite della lega da inizio stagione (e lo farà anche per le prossime due): le etichette di Barefoot Cellars, brand del colosso californiano E. & J. Gallo Winery. Durante la stagione, i fan del football americano hanno trovato i vini di Barefoot in tutti gli stadi della lega, e per la finale ci sarà, all'interno dello State Farm Stadium, una "Barefoot's Touchdown Tavern", dove concedersi un buon bicchiere (con il logo del Super Bowl LVII, ovviamente) di vino. Una bellissima pubblicità per tutto il settore, che mai come oggi ha bisogno di esplorare mondi diversi, per avvicinare nuovi consumatori.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



AMARONI TOMMASI
TOMMASI FAMILY - ESTATES

ZENATO
CINQUEMILA DEL LEGNANO
E IL CONFINO DELLA VALPOLICELLA

Verdicchio
Lungo per Natura

Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

Wine & Food

Il turismo spinge la filiera del cibo italiano a 580 miliardi: è un record, un quarto del Pil

La ripresa del turismo, dopo la pandemia, spinge in alto il valore del cibo made in Italy, che diventa la prima ricchezza del Paese, per un valore di 580 miliardi di euro nell'ultimo anno: emerge dal report Coldiretti "Cibo e turismo, l'Italia che vince", diffuso alla vigilia della Borsa Internazionale del Turismo di Milano, una delle più importanti fiere del comparto. La ripartenza delle attività di ristorazione e accoglienza, dai ristoranti agli agriturismi, ha avuto un impatto importante sul made in Italy a tavola, che vale oggi quasi un quarto del Pil nazionale e, dal campo alla tavola, vede impegnati ben 4 milioni di lavoratori in 740.000 aziende agricole, 70.000 industrie alimentari, oltre 330.000 realtà della ristorazione e 230.000 punti vendita al dettaglio. Non a caso, il cibo è diventato la voce principale del budget delle famiglie italiane e straniere in vacanza in Italia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

CARPINETO
GRANDI VINI DI TOSCANA

CHIANTI CLASSICO
CAMPAGNA FINANZIATA SECONDO LA (EU) REGULAZIONE N. 1380/2013

CONTELLANO, VALDOBBIADENE
PRATICA STABIANESE
TRATTO DA UNA STORIA VERA
UNICA AL MONDO
Sopori di più su prosecco.it

VINO NOBILE
MONTEPULCIANO
TOSCANA
A place of beauty
www.consorziovinobn.it

WineNews.tv

Il futuro dell'Italia con le "Agricoltura al Centro": la visione della Cia - Agricoltori Italiani

A WineNews, dalla Conferenza Economica n. 9 a Roma, le parole del presidente Cia, Cristiano Fini. "Dobbiamo ribadire la centralità ambientale, ecologica ed economica delle tante agricolture che abbiamo, diversificate sui territori, che sono il vero valore aggiunto a livello nazionale. Dobbiamo difendere il settore dagli attacchi che continuamente cercano di depotenziarlo. E valorizzarlo, anche per ridistribuire il valore lungo la filiera, che spesso vede la produzione agricola penalizzata".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)