

La News



Volano i "distretti", vino in testa

Continua a volare l'export dei distretti del wine & food, con una crescita del 14,1% nei primi 9 mesi del 2022 sul 2021, per un valore di 19 miliardi di euro, vino in testa. A dirlo il monitor di Intesa Sanpaolo. I distretti del vino si confermano leader assoluti, con 4,9 miliardi di euro (+11,7%). E se il Prosecco di Conegliano Valdobbiadene (foto) è quello che contribuisce di più alla crescita, con un saldo di +167 milioni di euro, per un totale di 759 milioni di euro (+28,1% tendenziale), il primo distretto in assoluto, in valore, si conferma quello dei Vini di Langhe, Roero e Monferrato, che totalizza oltre 1,5 miliardi di euro nei primi 9 mesi 2022.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Parma-Milano, accordo tra fiere

"Con le delibere positive, prima dell'assemblea di Fiere di Parma e successivamente quella del Cda di Fiera Milano, è stato definitivamente siglato l'accordo tra le due società per una gestione armonizzata delle loro manifestazioni dedicate al settore agroalimentare, ovvero Cibus e Tuttofood. Da oggi Fiera Milano è il secondo azionista privato di Fiere di Parma, con una quota del 18,5%, dopo Crédit Agricole Italia, che detiene il 26,44%". Così, dopo Fiera Milano, una nota ufficiale di Fiere di Parma conferma l'accordo tra i due poli fieristici. Con un obiettivo chiaro: "creare un campione in grado di competere a livello europeo, specializzando le due manifestazioni: Cibus Parma vetrina immersiva del made in Italy Alimentare e dei suoi territori, Tuttofood Milano piattaforma globale e innovativa per il food & beverage di tutto il mondo".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Ferrari "Adotta una Scuola"

Il progetto si chiama "Adotta una Scuola", ed è stato lanciato nel 2021 dalla Fondazione Altgamma con l'obiettivo di formare i futuri professionisti dell'ospitalità. E così Ferrari Trento, top brand delle bollicine made in Italy, guidato da Matteo Lunelli (che è anche presidente di Altgamma) ha "adottato" l'Istituto Alberghiero Trentino di Levico Terme, ed i suoi studenti, che potranno fare approfondimenti su vino, ristorazione e non solo con visite in cantina, stage nel ristorante stellato del Gruppo Lunelli, Locanda Margon e ai Ferrari Spazio Bollicine.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Il consumatore digitale di vino è uomo, Millennial, preferisce il rosso e beve a casa

I consumatori che discutono di vino sui social e sul web sono per la maggior parte uomini, Millennials e vivono nell'area del Centro-Nord Italia; le conversazioni riguardano prevalentemente il vino rosso (60%), seguite da quelle sul vino bianco (38%); le caratteristiche maggiormente apprezzate del vino sono la territorialità, il senso di convivialità, la sostenibilità, la qualità e gli abbinamenti ai piatti; la maggior parte dei consumatori dichiara di bere vino a casa (61%), mentre per quanto riguarda l'acquisto il 70% delle conversazioni menziona i canali tradizionali, ed il restante 30% i canali online; chi acquista dai siti dei produttori lo fa principalmente per una migliore esperienza d'acquisto e per la possibilità di accedere ai programmi di fidelizzazione. Ecco gli aspetti più importanti emersi dalla ricerca realizzata da PwC Italia, in collaborazione con Gruppo Meregalli, storica azienda di distribuzione di vino e distillati di Monza, presentata ieri pomeriggio nel talk "Chi sono oggi i consumatori digitali di vino?", con i distributori di Club Excellence. Al centro del dibattito, i trend del mercato del vino attuali, i comportamenti e le preferenze d'acquisto del consumatore, sia online che offline, e gli scenari futuri di un ambito in continua trasformazione. Coloro che parlano del vino nei canali social e web appartengono principalmente alla generazione dei Millennials, ed i canali più utilizzati per discutere di vino sono Twitter (49%) e Facebook (46%), mentre se ci focalizziamo sulla Gen-Z emerge un utilizzo dei canali social che più gli appartengono, ossia Instagram, You Tube e Tik Tok. L'identikit del consumatore di vino rosso è Millennial, tra i 25 e 34 anni, uomo, con un marcato interesse per lo sport. Profilo pressoché identico a quello del consumatore tipo di rosato, mentre la consumatrice di vino bianco è Millennial, donna, con un marcato interesse per il fashion & beauty. A guidare la scelta da parte del consumatore sul canale di acquisto tradizionale (70%) rispetto all'online (30%) è prima di tutto l'assortimento (40%), per il 25% è invece una questione di abitudine e comodità, per il 25% conta l'esperienza, mentre solo il 10% si lascia influenzare dal prezzo e dalle promozioni (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Fine + Rare, il wine merchant dedicato ai collezionisti

Un wine merchant moderno, con neanche trent'anni di attività alle spalle, fondato da Mark Bedini e Bud Cuchet a Londra, cuore pulsante del commercio enoico globale, ma presente anche ad Hong Kong, in California e a Milano, ed una peculiarità che lo rende unico: una clientela fatta da 30.000 collezionisti privati sparsi in ogni angolo del mondo. Una rete su cui Fine + Rare ha saputo costruire un modello di business tanto originale quanto funzionale. "In questi anni siamo stati in grado di costruire una fitta rete di connessioni tra tutti i nostri asset, che ci permettono di attirare investimenti importanti e costruire ponti solidi tra i collezionisti e i più grandi produttori del mondo enoico. Inoltre i nostri clienti, tra le varie alternative, hanno anche la possibilità di acquistare i vini in bond, ovvero acquistarli ma lasciarli stoccati nel nostro magazzino in Uk e non pagare alcuna tassa", racconta, a WineNews, il managing director Europa Fine + Rare, Merch Pescollderung. C'è poi una dimensione esperienziale, con degustazioni nelle cantine più prestigiose ed un fitto calendario di appuntamenti esclusivi: il prossimo è "The future icons of Burgundy & Barolo", il 23 marzo a Milano, con i Barolo di Giuseppe Rinaldi e i Puligny Montrachet di Alvina Pernot e Domaine Paul Pernot.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

"L'elevage come esaltazione del gusto del luogo", per "Reincontrare Giulio Gambelli"

Da Jacky Rigaux ad Aubert De Villaine, co-proprietario, fino al 2022, di Domaine Romanee Conti, da Thibault Liger Belair a Bruno Clavelier, da Alessandro Ceretto (Ceretto) a Silvine Pataille (Domaine Marsannay), da Giovanni Neri (Casanova di Neri) a Frederic Lafarge, da Calogero Portannese (Passopisciaro) a Loic Pasquet (Liber Pater), da Raffaele Pagano (Joaquin) a Elena Mascarello (Bartolo Mascarello), da Francesco Ripaccioli (Canalicchio di Sopra) a Federico Radi (Biondi-Santi), da Tristan Lelay (Domaine Chappaz) a Sabine Eichbauer (Salicutt); sono solo alcuni dei produttori e degli enologi chiamati "a corte" da Pasquale Forte a Podere Forte, nel cuore della Val d'Orcia Patrimonio Unesco, per l'edizione 2023 di "Reincontrare Giulio Gambelli", il 24 marzo. Tema di confronto di quest'anno, "La pratica vinicola dell'elevage come esaltazione del gusto del luogo".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Il vino italiano secondo Robert Camuto, wine writer e contributor di "Wine Spectator"

"Oggi c'è grande apertura anche per le zone e le denominazioni meno conosciute, e una grande curiosità sulla varietà dei vostri vini. Io in questi anni sto lavorando molto sui vini del Sud Italia, perché una parte che sta emergendo con tante realtà, dalla Sicilia alla Campania, dalla Basilicata alla Calabria, che stanno facendo tanta qualità. Il "territorio" è il grande valore del vino italiano".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)