

La News



Quando l'arte ispira il vino

"Nel nostro gruppo finanziario e immobiliare abbiamo una Fondazione che raccoglie opere d'arte, dove il vino è spesso protagonista, come la testa in bronzo di Papposileno di età ellenistica e una statua romana di Dioniso, che ci hanno ispirato a produrlo, grazie all'amicizia con l'enologo Riccardo Cotarella". Così, a WineNews, l'imprenditore Valter Mainetti, azionista di Papposileno e ad del Gruppo Sorgente, editore de "Il Foglio", e produttore di vino con la moglie Paola, raccontano il progetto Aramaicos nelle Coteaux des Baronnie, in Francia, dove, con Cotarella alla regia di vigna e cantina, è nato il rosso Les Deux Lévriers 2017.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Il vino unisce, nel cammino dell'umanità

Nei suoi 10 anni di pontificato, celebrati in questi giorni, Papa Francesco è stato un modello del dialogo interreligioso, nella profonda consapevolezza della fratellanza di tutti gli esseri umani. E un "piccolo grande" contributo può arrivare anche dal vino, che ha accompagnato il cammino dell'umanità sulla Terra, unendo popoli e religioni. E facendoci sentire, tutti, più consapevoli e sereni nell'accostarsi ad un suo calice come un "dono di Dio" e un simbolo di vita e gioia, con la moderazione indicata nella Bibbia cristiana come nella Torah ebraica. È emerso nell'incontro "Il vino nei secoli tra due religioni: Ebraismo e Cristianesimo", nei giorni scorsi al "Tempio del Brunello" a Montalcino, con il Rabbino capo di Firenze-Siena Gadi Piperno e il Cardinale Augusto Paolo Lojude, che hanno spiegato come il vino accomuna le due religioni.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Dom Pérignon & Lady Gaga

Uno degli Champagne più iconici insieme alla cantante pop più famosa del mondo: dal 2021, gli universi di Dom Pérignon e Lady Gaga si intersecano in un'affascinante dialogo. Adesso la loro visione si concretizza in una nuova campagna pubblicitaria che esalta l'ultima etichetta, il Dom Pérignon Vintage 2013, pronto a rivelarsi dopo quasi 10 anni di lenta maturazione. La campagna è stata affidata a tre importanti artisti contemporanei: il regista Woodkid (Yoann Lemoine), il coreografo Sidi Larbi Cherkaoui e il fotografo italiano Mario Sorrenti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Le esportazioni di vino italiano nel 2022 si fermano a 7,87 miliardi di euro (+9,8%)

Si ferma un po' al di sotto delle aspettative l'export del vino italiano nel 2022, che raggiunge un nuovo record, a 7,87 miliardi di euro, ma inferiore a quella previsione di 8 miliardi di euro condivisa per mesi dalla totalità degli osservatori. I dati Istat, analizzati a cadenza mensile da WineNews, del resto, hanno raccontato una costante frenata delle esportazioni, che alla fine segnano comunque una crescita importante: +9,8%. Si fanno sentire, nella seconda parte del 2022, gli effetti dell'inflazione, che ha portato ad una contrazione dei consumi in ogni mercato ed in ogni categoria merceologica, compreso ovviamente il vino. La scintilla, come abbiamo ricordato tante volte, è stata l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia che, a febbraio 2022, ha ripiombato l'Europa nel dramma della guerra. Con le ovvie conseguenze economiche, perché la Russia è un mercato importante per l'Italia, anche per il suo vino, e al contempo il gas russo è da decenni una risorsa fondamentale. Il boom dei costi energetici ha innescato la spirale dei prezzi che, almeno per il momento, non trova risposta in una crescita parallela dei salari, contraendo inevitabilmente il potere di acquisto dei consumatori. Sorprende, in senso positivo, il dato sui volumi di vino esportati nel 2022: 21,9 milioni di ettolitri, contro i 22 milioni di ettolitri del 2021, e un calo di appena lo 0,45%, il che vuol dire che il prezzo medio è cresciuto a 3,58 euro per litro. Ci sono, com'è facile immaginare, differenze sensibili tra un mercato e l'altro, e se i mercati di riferimento - Stati Uniti, Germania, Gran Bretagna, Canada e Svizzera - hanno chiuso positivamente il 2022, da Danimarca, Norvegia e Cina arrivano invece dati deludenti. La Germania si conferma solido punto di riferimento sul mercato Ue per il vino italiano, che ha chiuso il 2022 a 1,18 miliardi di euro (+4,9%). Bene la Gran Bretagna, ad un passo dal suo record storico, con 811,5 milioni di euro (+9,4%), così come gli Stati Uniti, primo partner commerciale con un fatturato di 1,86 miliardi di euro (+8,3%), il Canada, che ha segnato un ottimo +11,4%, a 427,4 milioni di euro, e la Svizzera, quinta meta per il vino italiano, a 426,3 milioni di euro, in crescita del 2,7% (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Pasqua Vini cresce tra giovani, premiumisation ed arte

Capire il mercato per anticiparlo e continuare a crescere: è la via che ha scelto Pasqua Vini, una delle più importanti realtà del vino veneto, che ha chiuso il 2022 con 65,4 milioni di euro di giro d'affari (+4% sul 2021), grazie da una quota export superiore all'89%, e al traino dei vini di alta gamma, capaci di intercettare al meglio la premiumizzazione in atto. Anche grazie all'approfondito studio sul rapporto di Millennial e Gen Z con il vino in Italia, Uk e Usa, al centro di una ricerca (presentata oggi a Milano) firmata dalla società internazionale Toluna, da cui emerge la conferma del profilo di un consumatore sempre più consapevole e informato. Se l'aspetto di convivialità e di coinvolgimento emotivo è percepito in maniera simile da Millennial e Gen Z, i primi trovano in questo rituale anche una gratificazione personale (Italia 33%, Uk 34%, Usa 27%), mentre i secondi un modo per sentirsi più spensierati e predisposti verso gli altri (21% Italia, 28% Uk, 26% Usa). Tra i trend, emerge anche la voglia di vedere il vino abbinato ad altri linguaggi, come quello dell'arte. Con Pasqua Vini che, per il secondo anno consecutivo, ha affidato a fuse* il compito di portare a Vinitaly un progetto artistico, che vede la luna come protagonista: "Luna Somnium", installazione site-specific di scena alle Gallerie Mercatali (nella foto).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Food online, nel 2021 lo ha acquistato il 25% degli italiani (in Uk 46% e in Spagna 33%)

Nel 2021, in Italia, quasi il 25% dei consumatori ha acquistato cibo o generi alimentari online, sul 46% del Regno Unito e il 33% della Spagna. Si potrebbe pensare che i consumatori italiani siano meno attratti dagli acquisti online di generi alimentari, eppure la quota di mercato raggiunta dal food online ci racconta tutt'altro. Il valore degli acquisti nel settore dell'e-commerce b2c food & grocery in Italia nel 2017 era di 0,8 miliardi di euro, mentre nel 2022 ha raggiunto i 4,8 miliardi di euro. Nel nostro Paese il problema non è la propensione all'acquisto ma, probabilmente, un'offerta che non è sempre all'altezza delle aspettative. È l'analisi di BigCommerce Italia, una delle principali piattaforme e-commerce a livello globale. Per l'Osservatorio eCommerce b2c Netcomm-School of Management del Politecnico di Milano, il food & grocery è il comparto più dinamico in Italia (+17%).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Le mille sfumature del vino italiano, ed il suo valore: la visione di "The Wine Advocate"

A WineNews, da "Matter of Taste" 2023 a Zurigo, le riflessioni di Monica Lerner, italian editor della più autorevole voce della critica enoica mondiale. Tra una promozione ancora da migliorare, per raccontare con più chiarezza il vino italiano al mondo, la forza dell'enoturismo, i territori classici dei grandi rossi in salute, e un patrimonio diffuso di grandi bianchi ancora tutto da scoprire, passando per l'importanza della sostenibilità e di mettere il vino in relazione a contesti più ampi, per uno storytelling moderno ed efficace.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)