

La News



Il rosato n. 1 al mondo è di Pasqua

I vini rosati più venduti nel mondo, senza dubbio, sono quelli della Provenza. Ma il migliore in qualità è italiano, ovvero il peculiare "Y By 11minutes" 2020 di Pasqua, sempre più affermata tra le cantine di riferimento del Veneto e del Belpaese, che, con il suo rosato, ha vinto il titolo di "Best Rosé of the Competition - Vinolok Trophy" nella sessione dedicata ai vini rosati dello storico Concours Mondial de Bruxelles, che ha svelato i suoi migliori a ProWein 2023, con il vino di Pasqua (blend di Corvina, Trebbiano di Lugana e Carmenère), migliore in assoluto e guida di un'Italia che, nel complesso, ha ottenuto il 33% delle medaglie totali.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Formazione by Wine in Moderation

Il rapporto tra alcol e salute, da anni al centro del progetto europeo "Wine in Moderation", è un tema oggi più caldo che mai, specie in sede europea, dove la proposta irlandese di inserire in etichetta degli health warning, che non distinguono tra uso ed abuso, rende ancora più attuale il lavoro dell'associazione europea che promuove la cultura del consumo consapevole e del bere responsabile. "Come produttori di vino siamo assolutamente convinti della differenza che esiste tra uso ed abuso, ma dobbiamo anche attivarci per formare ed educare il consumatore a questa differenza", spiega a WineNews il presidente di Wine in Moderation, Sandro Sartor, che alla ProWein ha lanciato un nuovo strumento, pensato per i professionisti del vino, che li ... educi ad educare (in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il 2022, da record, del Parmigiano Reggiano

Il Parmigiano Reggiano, la Dop made in Italy più amata nel mondo, ha chiuso il 2022 con un giro d'affari al consumo che tocca il massimo storico di 2,9 miliardi di euro (+6,9% sul 2021), con un +2,6% di vendite e un +3% di esportazioni, con un aumento della quota export al 47% (+2%), trainata da Usa, Francia e Spagna, dove le quotazioni hanno registrato una media annua di 10,65 euro/kg (sui 10,34 del 2021), e con un valore generato alla produzione di 1,8 miliardi di euro (+5,3%). Ecco i numeri presentati dal Consorzio, oggi, a Milano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Parigi val bene una "Messe": sulla ProWein 2023 aleggia la concorrenza della fiera francese

Düsseldorf manda in archivio ProWein 2023, fiera di riferimento, a livello internazionale, per il mondo del vino, tornata alla sua collocazione di calendario "naturale", ma qualcosa, in questi anni, è cambiato: sulla scena si è fatto largo un competitor capace di catalizzare l'attenzione e l'interesse del panorama enoico, il Vinexpo Paris, capace di proporsi come appuntamento annuale, a febbraio. L'agenda degli imprenditori, così, diventa estremamente fitta, e sostenere tre appuntamenti di dimensioni tanto importanti, diventa difficile, sia da un punto di vista economico che organizzativo. È un argomento caldo da tempo, su cui WineNews ha spesso stimolato il dibattito, tornato attuale proprio a ProWein, dove abbiamo incontrato centinaia di produttori. Raccogliendo un sentimento condiviso dai più: nei prossimi anni, si dovrà fare una scelta, guidata da una bella dose di pragmatismo. Oggi, ciò che viene chiesto ad una fiera internazionale del vino è di mettere al centro il business, la professionalità ed ovviamente i servizi, in una logica di razionalizzazione delle spese e del tempo. In quest'ottica, al momento forse la fiera tedesca è ancora un passo avanti, perché ha tanta esperienza alle spalle e perché la Germania è una sorta di "territorio neutrale". Parigi ha dalla sua più di un asso da giocare: è una delle città più belle al mondo, capace di assorbire l'impatto di una grande fiera del vino quasi senza accorgersene, e poi la capitale francese è collegata praticamente con qualsiasi aeroporto della Penisola. Molto dipende da quanto la Francia voglia "condividere" della propria rete commerciale, ma l'esempio della Place de Bordeaux, che ormai distribuisce decine di grandi etichette italiane, è indicativo ed incoraggiante. Una disputa che vede Vinitaly confermarsi il punto di riferimento fondamentale per tutto il vino italiano, con al centro sempre di più il business, mentre la comunicazione e la promozione torneranno sempre di più nei loro luoghi "naturali": nelle aziende e nei territori, dove nascono le storie familiari e vedono la luce i vini che fanno grande il Belpaese enoico nel mondo. E dove si sta finalmente capendo l'importanza di una "comunicazione territoriale" che mette insieme tutte le bellezze che i territori italiani offrono: vino ma anche cibo, cultura, arte e paesaggi inimitabili.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

I trend che cambiano il mercato del vino in Usa

Con i suoi 1,86 miliardi di euro di importazioni di vino italiano ne 2022 (+8,3% sul 2021, dati Istat), gli Stati Uniti rimangono il primo partner straniero delle cantine italiane. Un mercato florido, fatto in realtà da tanti Stati diversi tra loro, ma con trend comuni, raccontati a WineNews - dalla ProWein che si chiude oggi a Düsseldorf - da MaryAnn Pisani, Chief Revenue Officer di Mhw, uno dei più grandi importatori e distributori di vino in Usa, con licenze in tutti i 50 Stati del Paese. Tra i trend più importanti, Pisani ne sottolinea uno che non è nuovo, ma che è sempre più accelerato in ogni canale, che è quello della premiumisation. "Ormai è un fenomeno strutturale, e lo dicono anche i dati. Nell'ultimo anno, per esempio, i vini di prezzo più basso hanno perso quote di mercato, mentre i vini premium e di lusso sono cresciuti dell'1,2%, superando per la prima volta la quota del 10% del mercato totale. E i dati di Nielsen dicono che il price point allo scaffale tra i 20 ed i 25 dollari è quello che cresce di più". Ma sono i fenomeni sociali quelli che stanno cambiando il mercato. Tra social che spingono spumanti e vini rosati, consumo cross-categoria (con birra, vino e non solo consumati anche nella stessa occasione), boom dei ready-to-drink a base di vino, ma anche di vini no e low alcol e non solo (in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Al via il primo corso di alta formazione per agenti di commercio di fine wines e distillati

Quella dell'agente di commercio, in particolare per i vini pregiati, è una figura fondamentale per il settore, un trait d'union imprescindibile tra produzione, distribuzione e Horeca. Proprio a preparare il top della forza vendita di domani è destinato il primo "Corso Agenti Excellence", un percorso di formazione per accrescere conoscenze e competenze nella vendita di fine wines e distillati di pregio, organizzato a Milano da Società Excellence, realtà nata nel 2012 che riunisce 21 tra i maggiori importatori e distributori italiani di vini e distillati d'eccellenza. Il corso si articola in quattro incontri di approfondimento, e si pone come obiettivo quello di fornire nuovi strumenti di lavoro per aumentare le competenze e dare un nuovo volto alla professione dell'agente di commercio del mondo del vino e dei distillati di pregio.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Dalla vetta della Hit Parade a quella delle vendite di vino: la parabola di Kylie Minogue

"Dopo una lunga carriera nella musica (che continua, ndr), ora ho più tempo per dedicarmi a me stessa e alle cose che mi appassionano e mi coinvolgono in maniera importante, come il vino. Ho iniziato a fare il vino rosé perché mi piaceva berlo, ed un giorno, con il calice in mano, mentre la luce del giorno filtrava dalla finestra, mi sono detta che mi sarebbe piaciuto produrre un mio rosé, e poi ho avuto la fortuna di trovare tanti partner importanti e bravissimi, come Zonin per il prosecco Rosè, un produttore fantastico".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)