

La News



La Dop Bolgheri "batte Bolgaré"

Il marchio bulgaro "Bolgaré" è evocativo della Dop Bolgheri, e non può essere utilizzato. Così ha sentenziato il Tribunale dell'Unione Europea, dando ragione alla denominazione toscana, in una sentenza la cui importanza va ben oltre i propri confini. "Il Tribunale dell'Unione Europea riconosce tutte le ragioni del Consorzio Bolgheri e Bolgheri Sassicaia nel caso contro il marchio bulgaro Bolgaré" spiega una nota del Consorzio, guidato dalla presidente Albiera Antinori e dalle vicepresidenti Cinzia Merli e Priscilla Incisa della Rocchetta, che ha avuto così ragione contro il tentativo di registrare il marchio da parte della cantina Domaine Boyar.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Quanto vale l'e-commerce food & beverage

Nel 2022 i food merchant di tutto il mondo hanno registrato un aumento del +13% del volume lordo di merci sul 2021, con il numero totale degli ordini cresciuto dell'8,1%, per un valore medio aumentato del 4,8%: sono i numeri emersi dall'indagine della piattaforma di e-commerce BigCommerce, secondo cui il mercato globale dell'e-commerce food & beverage raggiungerà i 140,42 miliardi di dollari entro il 2027, ed anche in Italia i dati sono estremamente positivi. Il valore degli acquisti nel settore dell'e-commerce business to consumer food & grocery, nel nostro Paese, era di appena 800 milioni di euro nel 2017, ma ha raggiunto quota 4,8 miliardi di euro già nel 2022.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il Parmigiano Reggiano è italiano

Il Parmigiano Reggiano è un prodotto italiano, simbolo del made in Italy nel mondo, ed è nato in Italia. Le prime testimonianze sulla commercializzazione risalgono ad un atto notarile redatto a Genova nel 1254, che testimonia come il "caseus parmensis" (il formaggio di Parma) era già noto all'epoca in una città lontana dalla sua zona di produzione. Lo ricorda il Consorzio, dopo l'articolo del "Financial Times" sulla cucina italiana, che ne mette in discussione piatti e prodotti, tra cui il Parmigiano: quello vero sarebbe del Wisconsin.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Il made in Italy agroalimentare di scena a Cibus, tra export che vola e nuovi trend

Il made in Italy vola in tutto il mondo ma il fenomeno dei "falsi" cresce e preoccupa. Aumentano del 18% le esportazioni alimentari nel 2023, che fanno segnare un nuovo record dopo il massimo storico di 60,7 miliardi di euro registrato lo scorso anno grazie ai prodotti simbolo della Dieta Mediterranea come vino, pasta e ortofrutta fresca che salgono sul podio delle specialità italiane più vendute all'estero. A sostenerlo è l'analisi Coldiretti (dati Istat a Gennaio 2023), a "Cibus", il salone internazionale dell'alimentazione, di scena a Parma (da domani 29 marzo al 30 marzo), dove, tra le altre cose, Coldiretti manderà in scena "la rassegna delle tipicità nazionali messe a rischio dai cibi sintetici", dopo il Disegno di Legge "Disposizioni in materia di divieto di produzione e di immissione sul mercato di alimenti e mangimi sintetici", presentato al Consiglio dei Ministri, dalla Premier Giorgia Meloni e dal Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Francesco Lollobrigida. A livello generale la Germania resta il principale mercato di sbocco dell'alimentare con un valore di 9,4 miliardi nel 2022 davanti agli Stati Uniti con 6,7 miliardi che superano di misura, evidenzia Coldiretti, la Francia che si piazza al terzo posto 6,6 miliardi. Risultati positivi anche nel Regno Unito con 4,2 miliardi che evidenziano come l'export tricolore si sia rivelato più forte della Brexit, dopo le difficoltà iniziali legate all'uscita dalla Ue. Nel mondo il campione dell'export tricolore, come noto, si conferma il vino, per un valore di 7,9 miliardi di euro nel 2022, secondo i dati Istat, grazie ad una crescita del 10% delle vendite all'estero. Intanto però, si parlerà anche dei nuovi trend che guideranno il mercato del cibo, e di prodotti innovativi: dai prodotti Healthy & Natural, ad alto contenuto salustico, al Territory Valorization, un fil rouge che racconta l'Italia tramite prodotti con forti richiami alle tipicità dei territori; dal Better for Us, un insieme di prodotti dai profili di sostenibilità spiccati o dalla matrice plant-based agli Unguilty Pleasures, una rassegna di referenze indulgence, che strizzano l'occhio ai golosi, senza sensi di colpa, ed ancora gli Horeca Revolution, galleria di innovazioni pensate per il canale del fuori casa.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

"La Liste" 2023: Cerea e Alajmo sul podio. E Romito ...

Allo chef tre stelle Michelin con il "Reale" di Castel di Sangro, nel cuore dell'Abruzzo, Niko Romito, l'"Innovation Award" de "La Liste" 2023, la super classifica francese che incrocia i giudizi di più di 600 di guide e pubblicazioni e quello di milioni di recensioni online, che mettere in fila i 1.000 ristoranti migliori al mondo, premio che riconosce l'inventiva della cucina di Romito, capace di costruire un'impresa globale, con "Il Ristorante Niko Romito" presente a Dubai, Pechino, Shanghai, Milano e Parigi (e presto a Roma e Tokyo), grazie alla partnership con gli hotel Bulgari, e con l'Accademia Niko Romito. L'Argine a Vercelli, il ristorante di Antonia Klugmann a Dolegna sul Collio, in Friuli Venezia Giulia, e, invece, tra gli "Hidden Gems Awards", quei locali fuori dalle rotte gastronomiche classiche ma che meritano una deviazione. Venendo alla classifica, ad un passo dalla perfezione, con 99,50 punti, troviamo tre ristoranti: il "Frantzén" di Stoccolma, il "Guy Savoy" di Parigi e "Le Bernardin" di New York. A 98,50 punti troviamo quindi i più alti in classifica tra le insegne italiane: i tre stelle Michelin "Da Vittorio" della Famiglia Cerea, a Brusaporto, tra i modelli di business più solidi del fine dining del Belpaese, e "Le Calandre" dei Fratelli Alajmo, a Rubano (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

L'"Etichetta dell'Anno 2023"? Il Rosso Verona Igt 2022 "Fresco di Masi" di Masi Agricola

L'"Etichetta dell'Anno 2023"? Il Rosso Verona Igt 2022 "Fresco di Masi" di Masi Agricola, firmata nella grafica da Ma! design&partners e nel design della bottiglia da Piero Lissoni di Lissoni & Partners: ad eleggerla, come premio speciale, la "Vinitaly Design International Packaging Competition", il concorso promosso da Veronafiere-Vinitaly all'edizione n. 27, con 11 categorie premiate e il record di campioni in gara (315) provenienti da Italia, Slovenia, Spagna e California, valutati dalla giuria presieduta da Paco Adin, famoso e pluripremiato direttore creativo di Supperstudio. E, con la novità, per la prima volta, del Premio Speciale "Tecnologia & Innovazione" a Citra Vini, per il Terre di Chieti Igt Pecorino 2021 in bag in box, e che ne ha ideato anche la grafica. Le premiazioni a "Vinitaly 2023" a Verona, il 2 aprile.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

A tu per tu con Aubert De Villaine, per mezzo secolo guida di Domaine de la Romanée-Conti

Riflessioni sul vino come "medium" dei territori e della loro civiltà, il suo valore culturale, e la capacità di andare contro "gli standard". E sulla capacità di adattarsi al clima della vite, grazie alla sua forza e al lavoro e alla cura dei viticoltori. "Il vino è guardiano della cultura: senza i vini di territorio, molti aspetti della nostra cultura sarebbero perduti".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)