

La News



Boom enoturismo

Accelera l'enoturismo in Italia, con l'aumento nel numero e nelle tipologie delle esperienze offerte, e il ruolo delle donne che risulta determinante. È questo lo stato dell'arte del turismo del vino in Italia, con l'indagine di Nomisma-Wine Monitor per Movimento Turismo del Vino, Città del Vino, Donne del Vino e La Puglia in Più, presentato a "Vinitaly 2023", che va a costituire il Rapporto n.19 dell'Osservatorio Nazionale del Turismo del Vino. Il Ministro del Turismo Santanchè ne ha sottolineato le potenzialità per l'occupazione giovanile: "investire in formazione, ma anche in incentivi economici per chi lavora durante i weekend e le festività".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Il gusto delle donne per il vino

Oltre 12,1 milioni di donne bevono vino, ossia il 46,7% delle donne italiane, con un incremento percentuale nel periodo 2014-2021 del 15,5% a fronte del +2,9% degli uomini, tra cui la quota di chi consuma vino è ancora nettamente più elevata (pari al 70,7%). Numeri che raccontano una lenta ma continua evoluzione nel rapporto di genere con il vino, con un numero crescente di donne che nel tempo sta scoprendo il valore intrinseco e sociale del vino stesso, come emerge dallo studio "Il Consumo di Vino al Femminile" curato dall'Osservatorio sul Mondo Agricolo Enpaia-Enpaia, presentato oggi a "Vinitaly 2023". In termini di preferenze, il 40,6% delle donne preferisce i vini frizzanti, il 40,1% i rossi fermi, il 30,2% i bianchi fermi, il 29,3% gli spumanti e il 19,2% i rosati, il 12,9% i passiti e liquorosi e l'11,3% gli Champagne.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Il vino italiano salpa sull'Amerigo Vespucci

Uno è il veliero italiano conosciuto da tutte le marine militari come "la nave più bella al mondo", l'altro l'evento internazionale di riferimento per il vino tricolore. Insieme, l'Amerigo Vespucci e "Vinitaly", dal 1 luglio, salperanno per promuovere i vini italiani, con un tour mondiale che farà scalo nelle principali città di tutti i Continenti. A dare l'annuncio, oggi a Verona, il Ministro della Difesa Guido Crosetto, perché, ha spiegato, "le imprese ci hanno chiesto di aiutare a portare all'estero l'immagine italiana".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Gli Usa, primo mercato del vino italiano, ma tutt'altro che semplice, sotto i riflettori a Vinitaly

"Gli Usa sono il primo mercato del vino italiano (1,8 miliardi di euro l'export nel 2022, ndr), ma non sono così semplici come sembra. Anzi. Si parla di 50 Stati con regole diverse, con sistemi di accesso diversi e molto complessi da affrontare". Fotografia che è estrema sintesi degli Usa del vino, secondo Lamberto Frescobaldi, presidente di Unione Italiana Vini - Uiv e al vertice del Gruppo Frescobaldi, tra i più importanti del vino italiano, nell'incontro di scena a "Vinitaly 2023", che ha visto alcuni protagonisti del vino italiano come Filippo Polegato (Astoria Wines), Gaetano Marzotto (Santa Margherita), Massimo Romani (Argea) e Massimo Tuzzi (Terra Moretti), tra gli altri, "intervistare" il presidente degli importatori wine & beverage Usa della Nabi-National Association of Beverage Importers, Robert Tobiasen. Che ha analizzato un mercato che per il vino italiano è cambiato profondamente in pochi anni: nel 2010, in volume, l'esportazione di vini italiani verso gli Stati Uniti, secondo i dati dell'Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini-Uiv, Vinitaly e Ismea su dati Istat, era fatta al 49% da vini bianchi, al 42% da rossi e solo al 9% dalle bollicine. Nel 2022, il mix, invece, ha visto primeggiare ancora i bianchi, ma solo con il 36% del totale, con gli spumanti ormai al 34%, ed i rossi al 28%, mentre i rosati sono passati dall'1% al 2%. E con le vendite molto polarizzate, l'8% diviso a metà tra Chianti e Lambrusco, ed il 42,2% dagli altri. Sullo sfondo, ci sono le nuove generazioni, soprattutto la "Gen Z", che consuma vino, ma rappresenta solo il 4% dei "regular wine drinkers", che per il 47% sono ancora i "Boomers". E questo, ha spiegato Tobiasen, anche "perché c'è da parte dei giovani Usa sempre più attenzione alla salute". Un mercato gli Usa che, a dispetto della forza delle denominazioni del Belpaese, vede ancora prevalere il "varietale" nella scelta del vino. Tanto che, ha detto Tobiasen, in modo molto pragmatica, "il vino italiano in Usa non deve indugiare su dettagli del prodotto o delle denominazioni, ma parlare ai consumatori in modo più diretto, empatico. Nel presentarsi al pubblico americano il produttore italiano deve soprattutto saper identificare il valore aggiunto del suo prodotto in termini di piacere e gusto: qual è l'enhancement, l'arricchimento che il calice del suo vino dà all'esperienza".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Fondazione SOSTain Sicilia e nuove sfide "sostenibili"

Trentasette soci (erano 14 nel 2021), 22 aziende certificate (erano 5 sempre nel 2021) con 32.000 ettari di vigna associati di cui 5.000 certificati. Ma, numeri in crescita a parte, comunque significativi, nel futuro della Fondazione SOSTain Sicilia, uno dei primi progetti sulla sostenibilità "di territorio" a 360° nel vino italiano, nata nel 2020 su impulso della Doc Sicilia e di Assovini Sicilia, sono molte le novità importanti che hanno coinvolto nuove istituzioni, associazioni e sponsor-partner (come il Consorzio Vini Etna, Amorim Cork Italia e la Fondazione Allianz Umana Mente) attivi nel contribuire alla causa di un'associazione che vuole essere comunità e un traino per una sostenibilità sempre più diffusa, condivisa e ben comunicata. A presentarli, a "Vinitaly 2023", il presidente della Fondazione Alberto Tasca, a partire, tra gli altri, dalla firma, il 2 aprile, della convenzione siglata col Consorzio Vini Etna. "Abbiamo subito aderito alla partnership - ha spiegato il presidente del Consorzio Francesco Cambria - per trovare un modo di avvicinare al protocollo le aziende piccole, assistendole lungo un percorso che è difficile e oneroso. L'Etna è un territorio caratterizzato da questo tipo di cantine e questo è solo l'inizio per arrivare a trasformare l'intera denominazione in un territorio interamente certificato".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Vini rossi italiani +200% dal 2010 per il segmento premium a 1,9 miliardi di euro di export

Calo del vino rosso? Per l'Osservatorio Uiv-Vinitaly non è proprio così, ma si assiste a un'accelerazione verso l'auspicato posizionamento in fascia alta delle denominazioni italiane più virtuose. Perché se è vero che all'export la tipologia ha fatto peggio di tutte (-4,3% in quantità), con cali evidenti nei principali Paesi della domanda, a cominciare dai top 3 (Germania, Usa e Uk), l'analisi qualitativa vede le categorie premium (da 6 a 9 euro/litro in cantina) e superpremium (oltre i 9 euro) conquistare quote di mercato molto importanti negli ultimi 12 anni: nel 2010 i prodotti sotto i 6 euro rappresentavano a valore i due terzi del mercato, oggi l'inversione di tendenza, con gli over 6 euro al 60% delle vendite. In poco più di 10 anni la crescita del segmento di fascia alta, che vale ora 1,9 miliardi di euro di export, è stata del 200%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Vespa: "vino e arte, insieme, creano un effetto moltiplicatore di valore per tutta la filiera"

La politica a Vinitaly, con 12 Ministri ed il Premier Giorgia Meloni è "il segnale che questo Governo crede molto nell'agricoltura e nel vino, un patrimonio pazzesco ma che va saputo vendere. Non dobbiamo prendere lezioni da nessuno, specie se si parla di rossi, anche se i francesi riescono a farsi pagare meglio. Portare la grande arte di Caravaggio e Guido Reni dagli Uffici a qui in fiera è un'operazione straordinaria".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)