

La News



Igt Toscana, Consorzio operativo

“Questo traguardo, raggiunto anche grazie alla Regione Toscana, è un punto di partenza, per sviluppare i programmi di gestione, tutela, e valorizzazione che i vini Toscana Igt meritano”: così Cesare Cecchi, presidente Consorzio Vini Toscana che, come anticipato ieri da WineNews, ha ottenuto il riconoscimento dal Ministero dell'Agricoltura, rappresentando il 39,5% dei produttori e oltre il 58% della produzione. “Un risultato importante che riguarda ben 4.000 produttori che rivendicano Toscana Igt, contribuendo al valore del brand “Toscana” a 360 gradi”, ha aggiunto la vicepresidente della Regione e Assessore all'Agricoltura, Stefania Saccardi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Il valore dei primati (stimati) di vendemmia

Essere primi nel mondo per quantità prodotta, nel vino, conta quello che conta. Perché la sfida vera è sul valore. E sempre stato così, e lo è oggi, nei giorni in cui con grande enfasi (e come riportato da WineNews già da qualche giorno), viene sottolineato da molti che “l'Italia non è più il maggiore produttore mondiale di vino, superata dalla Francia, se le prime stime sulla vendemmia in corso saranno confermate”. Così Coldiretti, che sottolinea come in Italia si stimi una produzione in calo del 14% sul 2022 (a sentire molti, un dato ottimistico, ndr), intorno ai 43 milioni di ettolitri, facendo entrare il 2023 fra i peggiori anni della storia del vigneto Italia nell'ultimo secolo, con 1948, 2007 e 2017. Mentre in Francia, nonostante Peronospora e siccità, per il Ministero dell'Agricoltura francese, la vendemmia dovrebbe attestarsi tra i 44 ed i 47 milioni di ettolitri.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Dall'hard al vino: c'è anche Selen

Il mondo del vino continua ad affascinare numerosi personaggi provenienti da mondi diversi. Compreso quello del cinema hard. E così, dopo Natalie Oliveros, in arte Savanna Samson, con “La Fiorita”, a Montalcino, o Clara Morgane, pseudonimo di Emmanuelle Aurélie Munos, con la storica maison di Champagne di Reims, Charles de Cazanove, arriva anche Luce Caponegro, in arte Selen, sexy icona degli Anni Novanta del Novecento, che ha presentato le tre etichette del progetto “Selengiovese”, create dal giovane imprenditore ravennate Giulio Petronici.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Usa: il vino non riesce a conquistare i giovani, e il futuro adesso si fa preoccupante

L'industria del vino negli Stati Uniti è di fronte ad un bivio cruciale, ignorare i cambiamenti che il mercato dei consumi sta attraversando sarebbe delittuoso, e senza un lavoro importante sul consumatore finale non rimane che arrendersi a risultati inferiori alle aspettative. Parte da questo presupposto, forte delle tante case history che hanno segnato la storia recente dell'economia Usa (come la previsione errata di Steve Ballmer, ad Microsoft, sul flop dell'iPhone sul mercato dell'elettronica), l'analisi sui consumi e domanda dello “State of the US Wine Industry 2023”, curato da Rob McMillan, fondatore della Silicon Valley Bank Wine Division. Il consumatore americano si sta evolvendo in fretta, ed è ovvio che la maggiore capacità di spesa sia concentrata nella fascia 35-55 anni, che abbraccia il maggior numero di adulti. I Boomer, che sono ancora i primi consumatori di vino, sono in evidente calo numerico, così come i consumatori più maturi, e il quadro attuale è quello di una ripartizione assolutamente equilibrata tra le quattro generazioni di consumatori: i Boomer rappresentano il 21% del totale, i Millennial il 22%, la Gen X il 20% e la Gen Z il 21%. A guidare la crescita dei consumi di vino fermo negli ultimi 25 anni, comunque, sono stati gli Over 60, la cui quota di spesa è ancora, sorprendentemente, in crescita. Via via che i Boomer superano l'età della pensione, però, vedono diminuire il proprio potere d'acquisto, venendo “sostituiti” da consumatori più giovani, con gusti, valori e desideri ben diversi, ma anche, purtroppo, una diversa affinità con il vino: gli Under 60 lo amano meno di chi ha più di 60 anni. Ciò significa che il mercato dei consumi Usa sta perdendo i consumatori più legati al vino in favore di consumatori più volubili, che bevono qualsiasi categoria di alcolico, senza “legarsi” direttamente a nessuna. A ciò bisogna aggiungere il numero crescente di consumatori di vino che stanno cercando di ridurre il consumo per motivi di salute, ed il risultato è che nel prossimo decennio i consumi di vino non cresceranno, una verità difficile ma fondamentale e, ad ora, inconfutabile, da accettare (continua in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

L'Italia nella “Top 100 of 2023” di “Wine & Spirits”

Produzione, promozione, vendita: è questo, semplificando, l'eterno ciclo del mercato, per qualsiasi merce. Anche per il vino. E se il pensiero ora è soprattutto alla fase produttiva, con la vendemmia 2023 che si prende la scena, la promozione, dopo la breve pausa agostana, sta ripartendo a tutta forza, e già guarda anche all'autunno; e, in particolare, se si parla di vino italiano, al mercato Usa, che pur mostrando qualche segnale di difficoltà, resta, comunque, il primo partner straniero nonché approdo sicuro per le cantine del Belpaese. Tante e prestigiose, come sempre, saranno quelle selezionate nella lista delle “Top 100 Wineries of 2023” dal magazine “Wine & Spirits”, tra i più importanti in uso per gli addetti ai lavori: da Adami a Fratelli Alessandria, da Castello di Ama a Luigi Baudana, da Biondi-Santi ad Elvio Cagno, da I Favati a Le Macchiole, da Ornellaia a Petrol, da Pieropan a Pietradolce, da Rocca di Montegrossi a Sottimano, da Tasca d'Almerita a G.D. Vajra, a Vietti, sono i grandi nomi italiani selezionati dalla rivista. Che l'11 ottobre 2023 saranno tra le protagoniste, insieme a tanti top brand del mondo, del “Top 100 Tasting”, di scena al Metreon di San Francisco, per l'edizione n. 20 della celeberrima degustazione.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Arancini, piadine e arrosticini: 7 italiani su 10 in vacanza scelgono lo street food

Dagli arancini siciliani alla piadina emiliana, dagli arrosticini abruzzesi alle olive ascolane, passando per la focaccia ligure, la polenta frita veneta e i panini con i salumi locali: 7 italiani su 10 (70%) in vacanza quest'estate scelgono lo street food, non solo per assaggiare piatti tradizionali, ma anche per risparmiare e far fronte agli effetti dell'inflazione. Emerge dall'indagine Coldiretti/Ixè su un fenomeno favorito dal moltiplicarsi di sagre, feste ed iniziative di valorizzazione alimentare nei luoghi di vacanza. Lo street food rappresenta per molti una valida alternativa per mangiare fuori in vacanza, nelle località turistiche e nelle città d'arte. Tra chi mangia cibo di strada, ad essere nettamente preferito dall'83% è il cibo della tradizione locale italiana, mentre il 13% sceglie i cibi etnici come il kebab o felafel e il 5% quello internazionale, come gli hot dog.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Raccontare il vino e le sue emozioni con il linguaggio dell'arte: Salcheto e Gianluigi Toccafondo

La cantina di Michele Manelli, riferimento del territorio di Montepulciano, insieme ad uno dei più grandi illustratori e animatori dei nostri tempi, che ha creato un corteo di visual art onirico ed immaginifico. Il produttore: “il vino è arroccato in una “fortezza” che a volte spaventa, appare troppo complicato, e questo è dovuto anche al linguaggio. Se vogliamo avere un futuro e coinvolgere i giovani e non solo, dobbiamo raccontarne anche la semplicità e la gioia nel berlo”.

[Approfondimento su WineNews.tv](#)