

La News



Marco Caprai, Ufficiale al Merito, al Quirinale

Una medaglia per riconoscere il valore di un grande progetto capace di unire l'eccellenza del vino all'inclusione vera: Marco Caprai ha ricevuto il titolo di Ufficiale al Merito della Repubblica Italiana, ieri la Quirinale, a Roma, dalle mani del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, che ha voluto premiare, motu proprio, per l'imprenditoria etica, il produttore che ha rilanciato il Sagrantino di Montefalco nel mondo, per il progetto che, iniziato nel 2016, insieme alla Caritas di Foligno ha dato a più di 200 richiedenti asilo un lavoro nella sua azienda, la Arnaldo Caprai di Montefalco, favorendo così l'integrazione.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Banqueting & catering in ripresa

Dopo il Covid, uno dei settori in cui la ripresa è stata più veloce e repentina è quello del banqueting & catering: nel 2023 il fatturato generale (somministrazione, servizi di logistica e allestimento) ha superato i 2,2 miliardi di euro (+10%), grazie ad una rinnovata voglia di grandi eventi e cerimonie. Un vero e proprio boom per un comparto che coinvolge più di 14.000 persone a tempo indeterminato e oltre 100.000 addetti nei periodi di maggiore attività. A fare il punto, nei giorni scorsi, l'assemblea dell'Associazione Nazionale Banqueting & Catering (Anbc) su "R-Evolution: aree di intervento e nuove prospettive per il settore banqueting e catering". Tra le azioni future, il focus sulla sostenibilità, con azioni per la sensibilizzazione di tutti gli associati verso l'adozione di pratiche più consapevoli e virtuose. Per banchetti e ricevimenti sempre più green.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Asta charity con i vini dei vip di Provenza

Non solo amici e star di livello internazionale: George Clooney, Brad Pitt e George Lucas sono accomunati dall'aver comprato, in tempi diversi, una tenuta in Provenza, per trascorrere le vacanze e produrre vino. Ora le bottiglie dei tre divi di Hollywood saranno protagoniste, per la prima volta insieme, di una prestigiosa asta di beneficenza, in programma il 20 giugno, organizzata dai Maitres Vignerons di Correns, nel Var. Grazie a Michael Latz, sindaco di Correns (900 abitanti), ex allievo dell'agronomo e politico francese René Dumont.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Gli italiani amano Dop e Igp, ma serve comunicazione diversa per origine e qualità

Che la Dop Economy sia qualcosa di realmente importante, ed in crescita continua, per l'economia italiana lo dicono i numeri. Il settore delle Dop e Igp, secondo il "Rapporto Ismea-Qualivita" 2023, ha superato i 20 miliardi di euro di valore alla produzione nel 2022. Ma quale è la reale percezione delle denominazioni Dop e Igp da parte dei consumatori italiani? Una domanda a cui ha provato a dare risposta uno studio, sostenuto da Amazon Italia, realizzato da un gruppo di ricerca della Luiss Business School. Quello che emerge è un quadro positivo, ma c'è comunque spazio per "aumentare l'adesione dei consumatori ai prodotti in questione, attraverso un'adeguata azione di comunicazione e promozione dei prodotti in questione", viene sottolineato nelle conclusioni. La maggior parte dei consumatori (oltre il 90%) conosce le denominazioni Dop e Igp. Il legame con il territorio e la qualità del prodotto risultano essere due elementi chiave per i consumatori, non a caso l'origine territoriale del prodotto è considerata molto importante dal 58% e il 62% del campione totale ritiene che queste denominazioni dovrebbero essere più strettamente correlate alla qualità effettiva del prodotto se si vuole rafforzare l'impatto dell'attributo Dop/Igp. In fase di acquisto, il 28% dei consumatori presta una notevole o decisiva attenzione alle denominazioni Dop/Igp, percentuale che aumenta al 32% durante il consumo. I dati acquisiti sulla conoscenza e la percezione di Dop/Igp da parte dei consumatori italiani, spiega lo studio, evidenziano la necessità di rafforzare l'informazione riguardo all'origine territoriale dei prodotti e di migliorare la penetrazione di questi prodotti attraverso interventi della comunicazione, nell'imballaggio e nelle iniziative promozionali nei punti vendita. Per il valore attribuito a prodotti Dop/Igp, poco più di un quarto dei consumatori ritiene che questi abbiano un valore superiore del 15% a quello degli altri generi alimentari; per il 7,4% del campione anche più del 20%. Quasi il 35% ritiene che il differenziale di valore economico debba essere compreso tra il 6% e il 10%. Ma l'effettiva "disponibilità a spendere" è decisamente inferiore pur rimanendo significativa. L'indagine ha dato spazio anche alla percezione del problema della contraffazione.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Moët & Chandon e il bassorilievo di Arsham nella Maison

Jean-Rémy Moët, il discendente di Claude Moët, colui che ha fondato nel 1743 la leggenda Moët & Chandon, ancora oggi il primo brand del vino in assoluto, sognava di "condividere la magia dello Champagne con il mondo". La missione può sicuramente dirsi riuscita e non solo per la qualità delle bollicine, ma anche per il suo status di icona glamour e culturale capace di creare una liaison tanto con il mondo del cinema, con lo Champagne di Moët & Chandon che è stato protagonista di oltre 100 film hollywoodiani, che con quello dell'arte. L'ultima novità in arrivo dalla Maison è l'annuncio dell'opera creata in collaborazione con l'artista americano contemporaneo Daniel Arsham, ora esposta al pubblico nelle storiche cantine di Epernay, nella Champagne. Svelata per la prima volta lo scorso autunno a Parigi per celebrare l'anniversario n. 280 della Maison, l'opera trova oggi la sua collocazione nella Galerie Impériale: commissionato da Moët & Chandon, il bassorilievo è diventato parte integrante dell'eredità della Maison con i visitatori della Galerie Impériale che possono così ammirarla. "Siamo entusiasti di invitare il pubblico a scoprire l'ultima novità della nostra cantina - ha detto Benoît Gouez, Chef de Cave Moët & Chandon - un'opera d'arte di Daniel Arsham che racchiude la nostra storia e la nostra maestria".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Tra Chianti Classico e Bolgheri oltre 9 milioni di investimenti: Folanari guarda al futuro

In tempi di incertezze economiche, che riguardano anche un settore come quello del vino, non manca chi decide di continuare ad investire e alzare ulteriormente l'asticella della qualità, con la convinzione che questa sia la strada giusta da seguire per affrontare il futuro da protagonisti: un esempio solido, in questa direzione, arriva dalla Ambrogio e Giovanni Folanari Tenute, uno dei nomi di punta del vino di Toscana, che ha annunciato un programma di investimenti per il triennio 2023-2025, che ammonta ad una cifra superiore ai 9 miliardi di euro. Investimenti che si concentreranno sulla nuova cantina della "casa madre" nel Chianti Classico, le Tenute del Cabreo a Greve in Chianti, ma anche per la crescita della Tenuta Campo al Mare a Bolgheri, oltre che sulla tecnologia per la salvaguardia ambientale. "Cresce solo chi si rinnova", ha commentato Giovanni Folanari.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

L'impasse del vino italiano in Usa, e come superarla, secondo ristoratori e comunicatori

Dal Simply Italian Great Wines Tour di Miami by Lem, le riflessioni di chi sta a contatto, ogni giorno, con i consumatori americani. Che cercano novità, ma che vanno anche guidati nella scelta, cercando di andare anche oltre i grandi nomi più noti, e garantendo qualità al giusto prezzo, in un'economia meno florida che in passato, come raccontano Stefano Campanini (Wine by the Bay), Pietro Morelli (Wine Comunicator), Mauro Bortignon (Borti Pasta), Angelo Masarin (Salumeria 104) e Luciano Zanon (Tullio).

[Approfondimento su WineNews.tv](#)