



# La Prima di WineNews.it



n. 1066 - ore 17:00 - Venerdì 1 Marzo 2013 - Tiratura: 30008 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Guccini, "maestro" del vino

"Mi piace far canzoni e bere vino", canta Francesco Guccini, il celebre cantautore emiliano che nessuno ha mai visto sul palco senza l'immane "fiasco" di vino, nella famosa "L'avvelenata". Un amore per il nettare di Bacco, che ricorre spesso nelle sue canzoni, e che si lega inestricabilmente all'affetto per la propria terra: sentimenti che gli sono valsi il riconoscimento "Il Maestro di Bere il Territorio" del Concorso letterario nazionale promosso da Go Wine. Guccini, che succede ad altri grandi personaggi della cultura italiana come Niccolò Ammaniti e Dacia Maraini, Claudio Magris e Franco Loi, verrà premiato il 16 marzo al Teatro Sociale di Alba. Info: [www.gowine.it](http://www.gowine.it)

## Primo Piano

### Nel calo delle bollicine, ride il Franciacorta

Neanche le bollicine si salvano dal calo generale dei consumi che continua a colpire il comparto enico del Belpaese, anche se con percentuali ben al di sotto della media. Nel 2012 le vendite, nel loro complesso, hanno fatto segnare un calo dello 0,8% in volume (60,8 milioni di bottiglie), ma un crescita dello 0,2% in valore (325,9 milioni di euro), secondo i dati di Symphony Iri Group. Il prezzo medio a bottiglia, dunque, cresce seppur di poco, e si attesta a 5,35 euro. Un risultato che premia soprattutto i produttori italiani, "condannando" lo Champagne, crollato del 7,6% in valore e del 6,8% in quantità vendute, mentre i metodo classico del Belpaese, che rappresentano il 20,9% del valore e il 10,4% in volume del totale Italia, hanno contenuto il crack, con un calo del 2,6% in volume e valore. Ma anche in un panorama del genere c'è chi ha ragione di brindare, come i produttori del Prosecco, che in gdo hanno venduto 33 milioni di bottiglie (+3,1% a volume e +6,4% a valore), confermando il metodo Charmat veneto come uno dei vini più amati nel Belpaese. E poi c'è la lieta sorpresa, il Franciacorta, protagonista di una performance importante: 13,85 milioni di bottiglie vendute tra gdo, ristorazione e bar, con una crescita del 25% a 269 milioni di euro di valore, re dei metodo classico tricolore, forte anche di un prezzo medio tutt'altro che low cost, a 19,41 euro a bottiglia, e di un radicamento eccezionale sul territorio nazionale, dove rimane il 92% della produzione totale, mentre il restante 8% prende ogni anno la strada che porta in Giappone, Svizzera, Germania e Nord America. Quello del Franciacorta è una parabola all'insegna della crescita e dell'innovazione, che guarda oltre le bottiglie vendute, grazie "alla sensibilità e all'impegno da parte delle aziende vitivinicole della Franciacorta - come spiega il presidente del Consorzio, Maurizio Zanella - protagoniste della razionalizzazione dei processi produttivi, orientati alla sostenibilità economica ed ambientale". Sostenibilità resa possibile anche dal progetto Ita.Ca (by Studio Agronomico Sata), che ha permesso intanto di tagliare 3.000 tonnellate di Co2, che salirebbero a 5.000 proiettando il dato su tutta la Franciacorta.

## Focus

### Gallo punta forte sui vini "light"

Parlare di vino a bassa gradazione alcolica fa storcere il naso a molti "puristi", ma, come si dice spesso ultimamente, è il mercato che lo richiede. Secondo una ricerca dell'americana Accolade Wine, che combina uno studio su 50.000 consumatori britannici con i dati delle vendite di Nielsen, il settore in Uk è cresciuto in valore del 27% nel 2012, per un giro d'affari di 38 milioni di euro. Un trend che si spiega soprattutto con l'esigenza, da parte di molti consumatori, di prestare sempre un occhio alle calorie ed un altro al bere responsabilmente. La risposta forte, pronta ad invadere il mercato, arriva dal più grande produttore Usa, il gigante californiano Gallo, con due nuove etichette che andranno a completare l'offerta nata (proprio per il mercato inglese) nel 2011 con il "Gallo Summer Red". Si tratta di un bianco, il "Summer White" che, grazie ad un processo di de-alcolizzazione, raggiunge appena 5,5 gradi ed un moscato, il "Barefoot Pink Moscato", che arriva invece a 9 gradi alcolici. L'obiettivo, dopo il lancio costato 1 milione di sterline, è quello di vendere almeno 700.000 bottiglie di "Summer White" nella gdo britannica, a partire dagli scaffali delle catene più importanti, Tesco e Sainsbury's.



FRIULI VENEZIA GIULIA, TERRA DI GRANDI VINI BIANCHI

[www.friulano.fvg.it](http://www.friulano.fvg.it)

SMS

### Strumenti "di precisione"

Niente nel mondo del vino è "fluid" quanto i suoi numeri. Fondamentali, per gli imprenditori, per capire e pianificare il mercato. E ora arrivano due nuovi strumenti. Il primo è l'Osservatorio di Unione Italiana Vini, con Symphony Iri Group, e promosso da Italia del Vino - Consorzio (il 6 marzo a Milano), di cui fanno parte 12 aziende top italiane (Banfi, Ferrari, Sartori, Zonin, Gancia, Gruppo Italiano Vini, Marchesi di Barolo, Medici Ermete, Santa Margherita, Drei Donà, Terredora e Cantina Lunae), che rappresentano il 10% dell'export italiano con un giro d'affari di 400 milioni di euro. L'altro, che debutterà in aprile, a Bologna, è "Wine Monitor" di Nomisma (con Agra Editrice). E chissà che i contorni del mondo del vino, anche a livello numerico, non diventino più precisi, a beneficio di tutti.



[WWW.CARPINETTO.COM](http://WWW.CARPINETTO.COM)

## Cronaca

### Il futuro in Cina: donna & web

Nella Cina dove le "quote rosa" al potere sono una rarità, e dove internet non è poi così libero, il futuro del vino italiano dipende proprio dalle donne e dal web. Emerge da un incontro, di scena a Shanghai, promosso dalla managing director Vitaly International, Steve Kim, con Sophie Liu, celebre scrittrice di libri sul vino italiano (intervistata recentemente da WineNews), Linda Wu (Vinehoo.com) ed alcune donne cinesi che si sono lanciate nell'impresa dell'importazione di vino italiano.



VILLA SANDI VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

## Wine & Food

### Il futuro della ristorazione italiana passa anche dal "franchising"

Come sta la ristorazione italiana? A guardare dai numeri, non troppo male, visto che nel 2012 sono cresciuti gli esercizi, soprattutto i bar, seguiti dalle tavole calde, dalle gelaterie e pasticcerie, per un settore che, nel complesso, conta 160.000 ristoranti e 141.000 bar e pubblici esercizi, per un giro d'affari di 28 miliardi. E in questo contesto si fa largo il fenomeno del "franchising", con gli esercizi cresciuti del 4,6%, e il numero di "insegne" del 6,8% (dati Assofranchising Italia). Una tendenza al centro di "Tirreno Ct Ospitalità Italia", a Carrara, dal 3 al 7 marzo ([www.tirrenoct.it](http://www.tirrenoct.it)).

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La creatività delle grandi firme della moda incontra le bollicine del Franciacorta: a Milano, le passerelle della "Settimana della Moda" bagnate da brut, rosé, pas dosé, satén e

prestigiosi millesimati, un connubio perfetto tra due prodotti simbolo del made in Italy, come raccontano a WineNews alcuni protagonisti dell'evento.



Simply Italian GREAT WINES