



La Prima di WineNews.it

Enconconsult WINERIES PROJECTS



n. 1156 - ore 17:00 - Lunedì 8 Luglio 2013 - Tiratura: 30312 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Le tasse sull'alcol non pagano

Il Governo inglese nel lontano 2008 per far quadrare i bilanci dello Stato decise di legare l'aumento delle tasse sulle bevande alcoliche all'inflazione, così da garantire un gettito costante alle casse dello Stato. Ma, con l'aggravarsi della crisi, la misura si sta inevitabilmente rivelando inadeguata, visto che negli ultimi 12 mesi c'è stato, per la prima volta, un calo delle entrate: come riporta il Wilson Drinks Report, l'ammancio è di 100 milioni di sterline, causato in larghissima parte dal tracollo dei consumi di birra, mentre vino e distillati, per ora, tengono botta. Ma le famiglie hanno sempre meno disponibilità, e il costante aumento dei prezzi rischia di spingere in basso anche i consumi enoici.

Primo Piano

Il sentiment dell'industria del beverage dice "ok"

Pur in tempi di crisi, c'è fiducia nel business del beverage. A dirlo l'indagine del sito specializzato "just-drinks.com", uno dei benchmark dell'industria mondiale, nel suo "Confident Survey 2013" tra produttori, uomini di marketing, distributori, importatori e retailer di tutto il mondo nei segmenti del vino, dell'acqua, della birra, degli spirits e dei soft drink. E se per la stragrande maggioranza del campione (71,2%) la competizione globale è destinata ad aumentare, solo il 3,3% degli intervistati prevede una diminuzione del giro d'affari a fine 2013, con un corposo 53,6% che, al contrario, prevede una crescita dal +5% in su. Occhi puntanti, ovviamente, sulle economie emergenti, ma tra i cosiddetti "Brics", i sentiment sono differenti: per il 52,7% le maggiori opportunità di crescita sono concentrate in Cina, seguita dal Brasile, indicato dal 43,3%, e dall'India, indicata dal 36,7% del campione. Solo un intervistato su 3, invece, guarda con favore alla Russia, dove la crescita del business del beverage è frenato dalle dure leggi sulla pubblicità delle bevande alcoliche introdotte dal Governo di Putin in nome della lotta all'abuso di alcolici. Poche speranze di un'inversione di tendenza, invece, nei paesi più colpiti dalla crisi dell'Eurozona, i cosiddetti Piigs (Portogallo, Irlanda, Italia, Grecia e Spagna), dove solo il 9,7% prevede una crescita degli affari, contro un 41,7% che si aspetta una contrazione. Ma, in ogni caso, per far crescere il business, soprattutto in aree del mondo in cui certi prodotti rappresentano ancora una nicchia di consumo o una novità, come il vino in Asia, per esempio, serve tanta comunicazione, e non a caso il 64% degli operatori prevede una crescita delle attività promozionali in tutto il mondo, contro solo un 8,1% che le vede in calo. Tra i canali di distribuzione che guideranno la crescita, in testa alle previsioni c'è nettamente la grande distribuzione organizzata, indicata come prima scelta dal 57,5% del campione (il 35,5% indica i supermercati, il 22% discount e convenience store), seguita dal canale on-trade (bar, ristoranti e simili) con il 20,2%, e dal commercio on-line, che sarà il primo driver di crescita per il 15%. E per il 94,7% saranno stabili o in crescita gli investimenti in "sostenibilità" ...

Focus

Grandi vini, dai "deserti" all'Italia

Nella Columbia Valley, nello stato di Washington, in Usa, Chateau S. Michelle Wine Estate, la più antica cantina del territorio, produce ogni anno 13.000.000 di bottiglie di vino di alta qualità e di gran successo. Eppure piovono solo 200 millimetri di pioggia. Più o meno come a Mendoza, in Argentina (foto), dove c'è sole per 330 giorni all'anno, e dove l'acqua arriva dalle nevi delle Ande che si sciolgono. O come in Sudafrica, a Bellville, dove nonostante la siccità, la Namaqua Wines, produce vini in quantità e di qualità, grazie a chilometri di canalizzazione che prendono l'acqua dall'Elephant River. Esperienze di viticoltura estrema, in zone "desertiche", riunite nel Congresso di Assoenologi. Per ribadire, da un lato, che la concorrenza sui mercati globali arriva ormai da tutto il mondo. E, dall'altro, che il vino non è un dono della natura, ma il frutto della fatica dell'uomo, e che con la conoscenza si può migliorare, anche in situazioni estreme. "Come quelle che, forse, con il cambiamento climatico - ha detto a WineNews.Tv il presidente Riccardo Cotarella - un giorno si ritroveranno anche nei territori italiani, e per gestire le quali sarà utile guardare ad altre esperienze e senza dogmi" ...



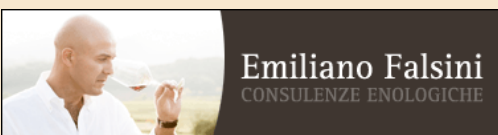
Tutti verso l'Expo 2015

Il cammino per l'Expo 2015 è ufficialmente partito, con il via alla campagna promozionale che porterà l'evento milanese nel mondo dato dal Presidente della Repubblica Napolitano e dal Premier Letta. "Leghiamo a Expo 2015 l'obiettivo della ripresa economica del nostro Paese", ha detto il Presidente del Consiglio. E non potrebbe essere altrimenti, visto la vetrina mondiale che rappresenterà per le eccellenze agroalimentari del Belpaese. "L'Expo di Milano vince, e vincerà, se sarà simbolo dell'unità nazionale", ha aggiunto Letta. E cosa, più del vino e dell'enogastronomia rappresentano questa unità, nel rispetto delle diversità, dalla Valle d'Aosta alla Sicilia? Speriamo davvero che la kermesse milanese sia la spinta per il rilancio del made in Italy. Nel mondo, dove già tira, ma anche "in Patria", dove soffre di più ...

Cronaca

In Italia il piatto è "sicuro"

L'Italia conquista il primato in Europa e nel mondo della sicurezza alimentare con il minor numero di prodotti agroalimentari con residui chimici oltre il limite (0,3%), che sono risultati, peraltro, inferiori di cinque volte a quelli della media europea (1,5% di irregolarità) e addirittura di 26 volte a quelli extracomunitari (7,9% di irregolarità). A dirlo Coldiretti sulla base dei dati Efsa, l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare, nel lancio della campagna per l'Expo di Milano 2015.



Wine & Food

Vernaccia di San Gimignano, 20 anni di Docg tra passato e futuro

E' la "versione" bianca dei grandi vini di Toscana, unico vino cantato nella "Divina Commedia" da Dante, ma anche da Boccaccio, Michelangelo e Lorenzo de' Medici, prima Doc italiana nel 1966, che domani, il 9 luglio, festeggia 20 anni di Docg. Ecco la Vernaccia di San Gimignano, che forte del suo passato, guarda al futuro con apertura mentale al mondo. "Che non vuol dire cambiare il vino a seconda dei gusti dei mercati - spiega il presidente del Consorzio della Vernaccia, Letizia Cesani - ma capire i valori che vogliono i consumatori: sostenibilità, salubrità e tracciabilità del vino".

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Quando i produttori di un territorio si uniscono per restituire al territorio stesso quel valore aggiunto che il luogo in cui nascono i loro vini, tra storia e bellezza, dà alle loro

bottiglie nel mondo. È successo a Montalcino, dove 25 firme top del Brunello hanno messo all'asta le loro bottiglie per un pulmino per i bambini delle scuole ...

