



La Prima di WineNews.it



n. 1177 - ore 17:00 - Martedì 6 Agosto 2013 - Tiratura: 30367 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Francia, soldi sporchi in vigna?

Abituato a difendere l'economia francese dalle minacce di chi, Oltralpe, vorrebbe riciclare i proventi di attività illecite, o finanziare indebitamente attività terroristiche, il Tracfin - Traitement du Renseignement et Action Contre les Circuits Financiers Clandestins, servizio del Ministero dell'Economia e delle Finanze di Parigi, alza il livello d'attenzione sugli investimenti stranieri nei vigneti di Francia. L'ultimo rapporto della task force contro il riciclaggio, infatti, parla chiaramente di come molte società russe e cinesi abbiano strutture difficilmente identificabili, con sedi in paradisi fiscali e architetture tanto complesse da non rendere tracciabili i flussi di soldi investiti nei terroir più prestigiosi.



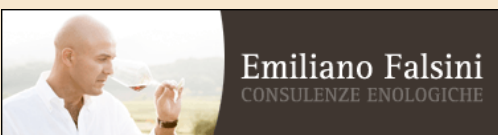
Tutto può migliorare. Ma ...

Tutto, nel mondo, è migliorabile. E vale per qualsiasi esperienza imprenditoriale, anche di successo. E va da sé che il primo obiettivo di un'impresa sia generare profitto. Perché, altrimenti, chiude. Detto questo, e nel rispetto di qualsiasi opinione, sembra eccessivo il dibattito che impazza sul web su Eataly, la creatura di Oscar Farinetti, "accusata" di far del male al made in Italy. Non tanto alla sua immagine, quanto ai produttori, soprattutto piccoli. Il dato indiscutibile, è che Eataly ha dato una visibilità al made in Italy, e a tanti prodotti, come forse mai successo prima. Ha creato un marchio e un'impresa, italiana, di diffusione mondiale, che sicuramente genera tanti profitti a Farinetti, ma anche tanti posti di lavoro, ed economie per i produttori che vendono nella sua catena ...

Cronaca

Moscato re dell'e-commerce

Le vendite enoiche online spingono in alto il vino italiano in Asia. Come riporta "The Drinks Business", tra le 10 etichette più vendute sul mercato cinese dal portale Wangjiu.com, uno dei più popolari in Estremo Oriente, ci sono ben tre italiani: al n. 6 il Primitivo del Salento Igt 2010 Cantore di Castelforte, al n. 4 il Montepulciano d'Abruzzo Doc 2011 Casa Vinicola Morando e, al n. 1, davanti alla nutrita rappresentanza francese (che occupa tutte le altre posizioni della top 10), una bollicina, il Moscato Spumante Morando.



Primo Piano

Usa & vino, l'Italia sempre più in alto. Ma più piano

Il vino italiano in Usa continua a crescere e a far segnare nuovi record nel 2013, anche se sembra affievolirsi un po' la spinta che aveva fatto segnare, nei primi 3 mesi dell'anno, un +9,6% in quantità e un +5,5% in valore sul 2012. A dirlo la lettura di WineNews sui dati dell'Italian Wine & Food Institute guidato da Lucio Caputo, che registra, nei primi 5 mesi 2013, un aumento del 2% in quantità e del 5,4% in valore, per un totale di 1,02 milioni di ettolitri per un valore di 517,8 milioni di dollari di vini italiani che, tra gennaio e maggio, dalle coste del Mediterraneo hanno attraversato l'Atlantico alla volta degli States. Buone notizie, comunque, per l'Italia del vino, che mantiene la leadership tra i vini esportati (25,2% la quota di mercato in quantità, 31,6% quella in valore) nel mercato n. 1 al mondo. Dove cresce, seppur di poco, anche il prezzo medio al litro per i nettari del Belpaese imbottigliati, che crescono dai 5,1 ai 5,3 dollari al litro, che rimane, tuttavia, lontanissimo dai 9,5 dollari al litro dei francesi. Nel complesso, i primi cinque Paesi esportatori verso gli Stati Uniti, nell'ordine Italia, Australia, Cile, Argentina e Francia, detengono una quota di mercato pari all'83,4% in quantità e al 80,3% in valore. Un mercato che sembra tornato in salute, in generale, quello americano, visto che le importazioni complessive, nei primi 5 mesi del 2013, sono cresciute in valore del 7,6%, per 1,6 miliardi di dollari, nonostante il calo delle quantità, -4,5%, a 4 milioni di ettolitri complessivi. Capito a parte per gli spumanti, che grazie all'onda lunga della moda del Moscato e al boom del prosecco, continuano a crescere sia in valore (+4,1%, a 232,4 milioni di dollari), che in volume (+9,1%, per 246.810 ettolitri). E anche qui l'Italia gioca un ruolo da top player, con il primato in quantità (121.910 ettolitri) e un valore di 67,6 milioni di dollari, superato solo dalla Francia. E le buone notizie, per i produttori del Belpaese, arrivano non solo dagli ordini degli importatori, ma anche dal mercato di massa, visto che nella grande distribuzione Usa i vini italiani, in un anno, da maggio 2012 al 2013, hanno registrato un aumento delle vendite del 4,8%, per un giro d'affari superiore al miliardo di dollari.

Focus

Il mondo cambia (anche) tra i fornelli

I lunghi anni della crisi economica più dura che l'Occidente abbia mai dovuto affrontare, lasciano un mondo decisamente cambiato nei suoi equilibri, non sono economici, ma anche culturali, con il "peso" dei vecchi leader fortemente ridimensionato, e nuovi Paesi pronti a prenderne il posto, anche in cucina, nonostante roccaforti come Francia e Stati Uniti continueranno a segnare la rotta all'alta cucina mondiale anche nei prossimi anni. Ad analizzare il panorama, segnalando gli astri nascenti della ristorazione, il magazine del luxury "Elite Traveler", che ha messo in fila i 24 chef più influenti dell'ultima decade ed i 15 giovani in rampa di lancio. Per l'Italia, tra gli chef più rappresentativi degli ultimi 10 anni, ci sono tre dei sette "tristellati" Michelin, Massimo Bottura (Osteria Francescana), Nadia Santini (Dal Pescatore) ed Heinz Beck (La Pergola), mentre il futuro è nelle mani del solo Antonino Cannavacciuolo (Villa Crespi). Perde terreno, in prospettiva, anche la Spagna, dopo la fine dell'epoca d'oro di Ferran Adrià e dei suoi discepoli, mentre si affacciano sul grande palcoscenico culinario chef di Paesi storicamente lontani dai riflettori, come il brasiliano Alex Atala e Ande Chiang di Singapore.



Wine & Food

Zachys punta sull'e-commerce per conquistare Hong Kong

Re delle aste enoiche da anni, adesso Zachys punta forte sull'e-commerce per conquistare Hong Kong, porta d'accesso privilegiata al mercato cinese: si chiamerà zachysasia.com, il sito bilingue con 2.500 tra le etichette più prestigiose del mondo. "Molti dei nostri clienti - racconta il managing director di Zachys Asia, David Wainwright, al magazine britannico Decanter - vogliono investire fuori dalla Cina, e alcuni hanno anche conti in Gran Bretagna, Francia e Svizzera per comprare vino senza problemi". Ma Hong Kong, dove l'amore per il vino ha raggiunto vette mai toccate, è certamente più comoda ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il vino ha sempre ricoperto un ruolo centrale nella storia dell'uomo, dalla quotidianità all'aspetto sacrale. Passando da centro della tavola a centro delle conversazioni fino a

protagonista in alcuni testi fondamentali. A parlare, a WineNews, di approccio alla vite e al vino nella storia, i professori Simone Beta e Piero Bevilacqua.

