



La News



Un vino al Polo Nord

Far viaggiare a lungo il vino vuol dire "stressarlo" e, a volte, metterne persino a rischio la qualità. Eppure, in Francia, un produttore di Martigné-Briand (Anjou), Olivier Cousin, la pensa diversamente, ed ha fatto fare ad una botte del suo Cabernet Franc il giro del Polo Nord a bordo della nave Tara. 8 mesi e 15.000 chilometri per scoprire che la traversata ha giovato: la "magia del ghiaccio", come l'ha definita il vigneron, ha reso il vino "più chiaro, più rotondo in bocca, persino più fruttato, con delle note legnose, ma nel complesso più contratto dal freddo artico. Abbiamo dimostrato che, anche a temperature abbondantemente sotto lo zero, il vino può evolvere senza soffrire".



La Cina "non capita"

La sostanza, è che l'Europa del vino, della Cina, non ha ancora capito molto. A dirlo Damien Wilson, docente di marketing alla Burgundy School of Business di Digione, in un articolo pubblicato su "Harpers". Per Wilson, tanti gli errori d'approccio dei produttori europei al grande mercato asiatico. In primis, pensare che riuscire ad entrarci sia fonte di guadagni semplici. Secondo, pensare di voler educare i consumatori cinesi, piuttosto che avvicinarli al vino con prodotti già pensati per loro. Terzo, sottovalutare la Cina come produttore, ma anche gli investimenti del Paese nel turismo e nei servizi che possono ruotare intorno al vino. Insomma, una Cina da vedere anche (o soprattutto) come competitor, e non solo come terra di conquista enoica.

Cronaca

Vini top e ... di "Class"

Il Primitivo di Manduria Es 2010 Gianfranco Fino tra i rossi, il Cervaro della Sala 2010 Castello della Sala (Antinori) tra i bianchi e la Cuvée Anna Maria Clementi Rosé 2004 Ca' del Bosco tra le bollicine: ecco "il meglio del meglio" del vino italiano, per la classifica del magazine "Class", che ha messo a confronto i giudizi delle guide più importanti. Al top in Usa, per Class, che ha incrociato i giudizi di "Wine Spectator" e "The Wine Advocate", il Brunello di Montalcino Biondi Santi Riserva 2006 Tenuta Greppo.



Primo Piano

Le sfide del 2014 "economico" del vino italiano

Spinta verso l'aggregazione, nuovi "schemi di pensiero" nella distribuzione italiana, dove serve un'alternativa al dominio della gdo che rivalitizzi anche le enoteche, diversi paradigmi sui mercati del mondo e un modello di management sempre più evoluto rispetto alla "gestione familiare": ecco gli atout che caratterizzeranno il 2014 delle cantine italiane, secondo Stefano Cordero di Montezemolo, docente di finanza strategica del master in Management e Marketing delle Imprese Vitivinicole dell'Università di Firenze. Partiamo dall'export, dove tutti investono per contrastare il calo del consumo interno. In questo senso, "soprattutto le micro e piccole imprese, benché forti di prodotti di alta qualità, nel futuro avranno sempre più bisogno di strategie molto più pianificate per continuare a lavorare bene e ad essere competitive. È finita la fase in cui era il prodotto a trascinare le aziende, e le aziende si facevano trascinare dal prodotto. Oggi servono più leve per consolidare la propria presenza sui mercati internazionali. A partire, come comincia ad accadere, dallo studio di prodotti che siano concepiti immediatamente per i mercati esteri". Ma, per Montezemolo, sarà sempre più fondamentale collocare correttamente il prodotto, in termini di posizionamento e di prezzo, avere delle presenze stabili e continue sui mercati, ed aggregarsi, soprattutto per i piccoli. E, in questo senso, si deve agire anche sul mercato italiano, che rappresenta comunque il 50% del totale, e dove "è necessario costruire dei canali di vendita specializzati sul prodotto alcolico in senso lato, come accade in molti Paesi esteri con successo, per permettere - afferma Montezemolo - la creazione di una alternativa alla gdo, che supplisca al declino delle enoteche. In più, i produttori sono ancora troppo legati alla vendita basata sul sistema degli agenti che, in una fase come questa, non permettono un controllo diretto sulle reti commerciali". Ma la sfida più ostica per la struttura aziendale del vino italiano, forse, è quella di abbandonare pian piano il la "gestione familiare" di tante realtà, anche di successo, e aprire a collaborazioni, competenze e management dall'esterno ...

Focus

Cabernet Sauvignon e Sangiovese, al top

Di varietà di vitigni da uva ce ne sono a migliaia, in tutto il mondo. Ma ce n'è una che, in assoluto, è la più diffusa, ovvero il Cabernet Sauvignon, piantato in 290.091 ettari in tutto il mondo, seguita dal Merlot, a 267.169 ettari, e dal vitigno spagnolo Airen (20 anni fa, secondo il report, la varietà più coltivata nel mondo), a 252.364 ettari secondo uno studio dell'Università di Adelaide (Australia). Lo studio (dati riferiti al 2010), finanziato dalla "Grape & Wine Research Development Corporation", ha indagato 44 Paesi produttori, 521 regioni e 1.271 diverse varietà di uva. A completare la "top 5" dei vitigni più diffusi ci sono poi il Tempranillo, a 252.364 ettari, e lo Chardonnay, a 232.561 ettari. E in Italia? A guardare il report australiano, il vitigno in assoluto più coltivato, neanche a dirlo, è il Sangiovese, con 71.619 ettari, più del doppio di Montepulciano (34.824 ettari) e di Catarratto Bianco (34.794 ettari), che completano il podio. Ma tantissime le varietà coltivate in meno di 5 ettari, se non addirittura in uno soltanto, come Maiolina, Ruggine, Paolina, Uvalino, Gosen, Ripolo, Perla dei Vivi, Canaiolo Rosa, Lecinaro, Sanforte ed Orpicchio. 625.700, nel complesso, gli ettari a vigneto in Italia.



Wine & Food

Allarme nei cieli: i passeggeri ubriachi sono un problema

L'abuso e gli eccessi legati all'alcol non riguardano più solo le strade, ma anche i cieli. Il problema a bordo degli aerei, però, sono i passeggeri, le cui continue intemperanze hanno fatto suonare il campanello d'allarme tra le compagnie aeree. Lo dicono i numeri: dal 2007, gli incidenti gravi a bordo sono stati ben 15.000, con un aumento degli episodi pericolosi, dal 2008, del 700%. Tanto che adesso le compagnie pensano a soluzioni radicali, come lo stop ai drink a bordo, compresi vino e Champagne, nella consapevolezza, però, che i veri problemi nascono a terra, tra i bar e i gli scaffali dei duty free.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Tra Italia e Cina c'è una enorme asimmetria: Pechino vive un periodo di grande forza economica, che condiziona i rapporti sia con il Belpaese che con l'Europa. Per

cambiare le cose bisogna creare rapporti solidi". Specie nel mondo del vino, come racconta Angelo Morano, che da 16 anni in Cina porta il meglio del made in Italy.

