



La News



Un profilattico per il vino

La necessità è la madre di tutte le invenzioni. Poi, se al bisogno si aggiunge una buona dose di ironia, ecco che nascono idee ai limiti dell'assurdo, come quella venuta a Mitchell Strahan, giovane, ambizioso e creativo texano che vuole conquistare il mondo del vino con i suoi ... preservativi. Si chiamano "wine condom", sono in gomma naturale e si srotolano sulle bottiglie aperte per conservarne al meglio il contenuto, in maniera semplice ed economica, strappando più di qualche sorriso. E non è finita, perché i "wine condom" si adattano a qualsiasi tipo di bottiglia, anche di birra o altre bevande, e una volta usato un paio di volte, semplicemente, si butta, e poi è facile da portare sempre con sé.



Se Google ci crede

La notizia che Google, per la prima volta nella sua storia, investe per promuovere le produzioni top di un Paese, e che lo faccia in Italia, puntando anche sull'agroalimentare, con "Made in Italy: eccellenze in digitale", insieme a Fondazione Symbola, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Unioncamere e Università Ca Foscari di Venezia ha, ovviamente, già fatto il giro del mondo. Ma più del progetto in sé, che può diventare una vetrina "digitale" mondiale per il made in Italy, è il messaggio che conta, perché il gigante del web non è un "buon samaritano", come ha spiegato, con altre parole, il segretario di Symbola Fabio Renzi, ma un'azienda importante, che deve fare business. E che dimostra di credere nelle potenzialità dell'Italia migliore. Un messaggio di grande fiducia, quindi, per i suoi protagonisti ...

Cronaca

Il vino di Gorgona al Quirinale

Uno storico vignaiolo e un vino "speciale" al Quirinale: è Lamberto Frescobaldi, presidente della Marchesi de' Frescobaldi, ricevuto oggi dal Presidente della Repubblica Napolitano con il Capo del Dipartimento dell'Amministrazione Penitenziaria Giovanni Tamburino, per illustrare i primi risultati di "Frescobaldi per Gorgona", un vino (bianco, prodotto in sole 2.700 bottiglie vendute in pochi mesi in tutto il mondo) e, soprattutto, il progetto pluriennale della griffe con e per i detenuti del carcere dell'Isola.



Primo Piano

Aste, male il 2013. Ma il 2014 sorride "ex-cellar"

Chissà se il mondo delle aste enoiche tornerà mai ai fasti del 2011, quando le vendite all'incanto di fine wine crearono un giro d'affari di 478 milioni di dollari, record che aveva molto a che vedere con il boom dei collezionisti asiatici. Tant'è che nel 2013 continuano le difficoltà, sulla falsa riga di quanto successo nel 2012, come raccontano i bilanci di fine anno delle maggiori vendite all'incanto andate in scena durante l'anno, raccolti da "Wine Spectator". Si scopre così che il giro d'affari scende del 13%, passando dai 389 milioni di dollari del 2012 ai 340 milioni di dollari del 2013. Gli Stati Uniti limitano i danni, nonostante le difficoltà di New York (-14%) chiudendo con il -7%, a quota 125 milioni di dollari, mentre, dall'altra parte del mondo, Hong Kong, più che rallentare sembra aver innestato la retromarcia, e lascia sul terreno il 26%, passando da 155 a 115 milioni di dollari. Meglio di tutti, alla fine fa la vecchia Europa, che perde qualcosa, il 2%, ma dà segni importanti di rinascita, specie, com'è facile immaginare, a Londra. Tra le case d'asta, sul podio ci sono Christie's, con 70,4 milioni di dollari di ricavi, Acker Merrall & Condit a quota 63,8 milioni di dollari e Sotheby's a 57,8 milioni di dollari. A pesare su queste performance sono tanti fattori, ovviamente, ma più di tutti, probabilmente, ha inciso il boom del fenomeno della contraffazione di grandi bottiglie, soprattutto in Oriente (e non a caso Hong Kong è stata la piazza che ha perso di più), culminata con l'ormai celeberrimo caso del falsario Rudy Kurniawan, e che ha seminato un po' di timore tra collezionisti ed investitori. Ma, come spesso accade, ogni medaglia ha due facce, e la paura di comprare bottiglie rare e costose, dalla provenienza non sicura al 100%, potrebbe fare da trampolino di lancio per le aste "ex-cellar", dove sono le stesse cantine a fornire le bottiglie per i lotti. Un segnale assai convincente, in questo senso, è quello che arriva dall'asta della griffe francese di Louis Jadot, battuta da Zachys, alla presenza del proprietario del gruppo vinicolo in persona, Pierre-Henry Gagey, che ad Hong Kong ha segnato il sold-out, andando ben oltre le aspettative, e sfiorando i 300.000 euro in valore ...

Focus

Il vino tra le "generazioni" Usa

Riusciranno i Millennials, gli under 35 che stanno guidando la crescita dei consumi di vino in Usa, a sostituire in toto, nel futuro, la "potenza di fuoco economica" dei "baby boomers", ovvero la generazione che, oggi, ha tra i 48 ed i 65 anni, che pesa per il 44% delle vendite di vino in America, e che vede uscire dal mercato, per tanti motivi, 11.500 consumatori al giorno, secondo gli analisti? È l'interrogativo, sul futuro a lungo termine, nel mercato n. 1 al mondo, con 28,9 miliardi di dollari in valore e 318 milioni di casse da nove litri consumate nel 2013 (+1.9% sul 2012), che si pone il report annuale sull'industria del vino della Silicon Valley Bank. Come dimostrato da tanti studi ed analisi, quella dei Millennials è la generazione più coinvolta, curiosa e amante del vino della storia americana. A preoccupare, infatti, non è la fedeltà al "culto di Bacco" dei giovani americani, quanto la loro capacità di spesa futura, in un mondo che è cambiato, e che per molti vedrà le nuove generazioni stare economicamente un po' peggio, in generale, di quelle passate. Intanto, c'è chi consiglia di puntare sulla "Generation X", le persone che oggi hanno tra 36 e 47 anni e che, per gli analisti, sono state troppo trascurate dal marketing ...



Wine & Food

In Uk, contro l'abuso di alcol, la prima sbornia si simula a scuola

Un paio di occhiali che deformano la realtà, come se si fosse sotto l'effetto di una sbornia, agli studenti liceali del Regno Unito, per renderli più consapevoli degli effetti devastanti dell'abuso di alcol: è il nuovo approccio proposto in Uk per combattere l'alcolismo, adottato dalla Market Bosworth High School nel Leicestershire, dove agli studenti è stato chiesto, appunto, di indossare degli occhiali che, deformando il campo visivo, simulano gli effetti di una sbornia da birra (da qui il nome di "beer goggles"), come i tempi lenti di reazione, senso di confusione e distorsione della percezione visiva.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Conquistare i ricchi cinesi, passando dai tanti esclusivi club nati con il boom economico della Cina: ecco "Academy of Excellence for Italian Wine", progetto pensato per i

piccoli e medi produttori italiani, spiegato dal professor Luigi Bellini, della storica famiglia di antiquari fiorentini, da anni in Oriente, con importanti partner cinesi.

