



La News



Briatore & Zanella

Nei giorni in cui il product placement all'italiana festeggia i 10 anni, si riscalda il binomio vino - televisione, lontano, però, dai format di enogastronomia: lo scenario sarà quello di Ca' del Bosco, azienda simbolo del Franciacorta, che ospiterà i concorrenti di "The Apprentice", il talent sul mondo del business (Sky Uno) condotto da Flavio Briatore. Le squadre vedranno da vicino come si realizza un Franciacorta, dalla vendemmia all'imbottigliamento, dall'affinamento alla sboccatura fino al confezionamento, quindi dovranno scegliere quale personalizzare, tra i prodotti di Ca' del Bosco, per poi passare alle strategie di vendita. Vince chi fattura di più.

Primo Piano

Vinexpo: Cina consumatore n. 1 di vino rosso

In tanti hanno previsto il primato della Cina nel consumo di vino mondiale, in assoluto, intorno al 2015-2020. Ma il grande Paese asiatico sembra aver bruciato le tappe, almeno sui vini rossi. Diventando, già nel 2013, secondo uno studio di Vinexpo e International Wine & Spirit Research, il primo Paese (incluso Hong Kong) per volumi di vino rosso consumato, con 155 milioni di casse da 9 litri, o se preferite, 1,865 miliardi di bottiglie (+136% sul 2008). Superata, dunque, la Francia, che consuma 150 milioni di casse di vino rosso all'anno (-18% dal 2007), e l'Italia, in posizione n. 3, con 141 milioni di casse (-5,8%). Oltre l'80% del vino consumato sotto la Grande Muraglia, inoltre, continua il report, viene prodotto in patria, con la Cina che è già il produttore di vino n. 5 al mondo. E anche se il consumo di vino straniero è aumentato di 7 volte, tra il 2007 e il 2013, pesa per poco meno del 20%, anche in virtù della brusca frenata che ha caratterizzato un 2013 chiuso comunque in territorio positivo. Però, come sottolineano i dati della Dogana del Dragone, qualche campanello d'allarme esiste, ma più che l'Italia, ha a che fare con la Francia, leader incontrastata del mercato, che deve fare i conti con il primo stop in terra d'Oriente: se negli ultimi anni le esportazioni sono cresciute ad una media del 50% annuo, il 2013 ha regalato uno striminzito +5%, frutto quasi per intero dei primi 6 mesi dell'anno. Ma ciò che preoccupa è la crescita minima, dello 0,5% in valore complessivo, che testimonia una diminuzione del valore medio del 4%. Numeri che fanno ancora più rumore se si pensa che, tra i primi dieci partner enoici della Cina, solo il Cile ha chiuso in territorio negativo (-6%) in termini di valore medio, ma con una crescita quantitativa del 23%, la migliore in assoluto. E l'Italia? Sembra aver fatto il percorso inverso della Francia, con una crescita dei volumi a dir poco striminzita (+2%), bilanciata da un netto miglioramento in termini di valore (+15%). Tra gli altri, c'è da registrare il lieve arretramento in volume di Usa e Sudafrica (-1% e -2%), e le buone performance di Spagna e Portogallo, che crescono, quantità, dell'11 e del 14%, ed in valore del 17 e del 28%.

Focus

L'extravergine italiano sotto attacco

Il "New York Times" attacca l'olio d'oliva "made in Italy", con un pezzo, "Extra Virgin Suicide", che accusa apertamente, ma senza citare fonti ufficiali, l'olio tricolore di essere spesso adulterato e mescolato con olii meno nobili. Un'infografica, firmata da Nicholas Blechman e Tom Mueller, sostiene che gran parte dell'olio venduto come italiano proviene da Spagna, Marocco e Tunisia, e che venga "tagliato" con olio più scadente e arricchito con clorofilla, colorante beta-carotene, quindi trasportato al porto di Napoli, marchiato con il simbolo dell'extravergine e del "made in Italy", e spedito in giro per il mondo. Anche in Usa, dove, secondo i dati del "New York Times", il 69% di quello che finisce sugli scaffali, sarebbe adulterato. Accuse pesanti, specie perché si tirano in ballo persino accordi tra produttori e politici per evitare i controlli, pur riconoscendo lo sforzo dei corpi speciali dei Carabinieri, vanificato da test, secondo il quotidiano Usa, troppo superficiali. Al di là delle accuse, generiche e tutte da dimostrare, il problema della contraffazione è ancora tutto da risolvere, e vicende del genere rischiano di colpire duramente la credibilità stessa del brand più importante, il made in Italy.



SMS 600 milioni all'anno in ballo 600 milioni di euro all'anno, secondo le stime de "Il Sole 24 Ore": fondi potenzialmente a disposizione del vino italiano, secondo l'articolo pubblicato dal quotidiano di Confindustria il 25 gennaio, firmato Giorgio dell'Orefice, se anche il settore vitivinicolo sarà inserito, come pare, nello schema della nuova Pac per i pagamenti diretti. Possibilità che varrà, in ogni caso, solo per gli "agricoltori attivi" (il budget complessivo per l'agricoltura italiana è di 24 miliardi di euro fino al 2020). E che è subordinata, come si spiega ancora, anche alle molte scelte applicative della Riforma della Pac che l'Italia deve fare, e che deve presentare a Bruxelles entro agosto. Anche per questo è necessario trovare quanto prima una nuova guida politica e istituzionale che sia autorevole e di lunga visione ...



Cronaca

Eataly verso la Borsa

C'è chi lo mette nella rosa dei possibili Ministri dell'Agricoltura (lui lo esclude), ma intanto Oscar Farinetti, secondo l'Ansa, pensa alla quotazione in Borsa di Eataly. "Ci sarà. È lampante che si debba andare in questa direzione - ha detto - ma senza fretta. La quotazione la faremo al momento giusto, dobbiamo ancora coprire un paio di grosse città in Europa". L'Ipo, ha spiegato, potrebbe arrivare nel 2016-2017. Intanto, Farinetti ha ribadito il suo ritiro, a breve, dai ruoli operativi, per restare "chairman" della società.



Wine & Food

"Gusto in Scena" e la "Cucina del Senza" (zucchero, sale e grassi)

La prossima sfida per il mondo dell'enogastronomia non riguarda ciò che potrà allietare i piatti dei gourmet più esigenti, ma, al contrario, tutto quello che sarebbe meglio non ci fosse. Come il sale, lo zucchero, o i grassi aggiunti, protagonisti al contrario della "Cucina del Senza", tendenza e tema della prossima edizione, la n. 6, di "Gusto in Scena" (www.gustoin scena.it), l'evento di scena dal 16 al 18 marzo a Venezia, firmato dal giornalista e critico enogastronomico Marcello Coronini. L'obiettivo è sostituire, con la ricerca e la creatività, gli ingredienti di cui si abusa, e che non fanno bene alla salute.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'Amarone della Valpolicella, per il 90% della sua produzione, finisce sui mercati stranieri. Ma perché piace così tanto all'estero? Lo abbiamo chiesto ai produttori: parola a

Camilla Rossi Chauvenet (Massimago), Cecilia Pasqua (Pasqua), Stefania Romellini (Santa Sofia), Christian Scrinzi (Giv) e Stefano Cottini (Scriani).

