



La Prima di WineNews.it



n. 1340 - ore 17:00 - Lunedì 31 Marzo 2014 - Tiratura: 30623 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Originale vs imitazione

Affrontare il fenomeno dell'Italian sounding prendendolo di petto, ovvero mettendo faccia a faccia l'originale e "l'imitazione": così l'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, che a Vinitaly, il 7 aprile, non solo svelerà, con l'Università Politecnica delle Marche, pericoli e bugie dei wine kit, che promettono di "riprodurre" in 4 settimane i grandi vini ad 1 euro a bottiglia (foto), ma manderà in scena una degustazione comparata tra vero Verdicchio, tra le massime espressioni bianchiste d'Italia, e falso Verdicchio "dei Castelli Canadesi".
"Tutti parlano dei famigerati kit - ha detto il direttore dell'Istituto, Alberto Mazzoni - ma nessuno si è mai preso la briga di guardare "il mostro" negli occhi".

Primo Piano

Export, l'Italia va, con il Veneto leader assoluto

I cinque anni della crisi, dal 2008 al 2013, sembrano non aver neanche sfiorato l'export del vino italiano, cresciuto, nel periodo, di ben il 37% in valore, e passato dai 3,6 ai 5,039 miliardi di euro dell'ultimo anno, record storico. Ottenuto anche grazie ad un aumento del prezzo medio, salito del 12,3% sul 2012, da 2,47 euro al litro, per una crescita dell'export totale, in valore, del 7,3%, nonostante un leggero calo in quantità. Dati Istat, rielaborati da Assoenologi e Veronafiere per approfondire un tema, quello dell'export, che sarà al centro di Vinitaly (6-9 aprile, Verona). Analisi da cui emergono aspetti importanti. Come il fatto che, nonostante oggi il vino del Belpaese sia bevuto in ogni angolo del pianeta, i due mercati storici, Stati Uniti e Germania, entrambi ad oltre 1 miliardo di euro in valore, rappresentino il 41% del totale esportato. La nota positiva, per le cantine del Belpaese, è che il valore delle esportazioni, nel 2013, è cresciuto un po' ovunque: +15,4% in Uk, +15,2% in Svezia, +12% in Norvegia, +14,4% in Russia, fino agli interessanti, seppur con numeri di partenza decisamente più piccoli, +28,3% in Vietnam, +39,2% in Malaysia, e +19,7% nelle Filippine. Intanto, dal mercato più importante e più evoluto per il Belpaese, quello degli Usa, arriva un dato da guardare con attenzione: secondo i dati dell'Italian Wine & Food Institute, a gennaio 2014, le esportazioni hanno fatto segnare un +9,7% in valore e un -3% in volume sullo stesso periodo 2013. Anno che, nei primi 3 mesi aveva fatto segnare un +9,6% in quantità e un +5,5% in valore sul 2012, per poi chiudersi, secondo l'istituto guidato da Lucio Caputo, a -0,5% in quantità e +6,5% in valore. Da uno studio dell'assessorato all'Agricoltura della Regione Veneto, poi emerge un altro dato su cui riflettere: 5 sole Regioni del Belpaese hanno fatturato l'82,5% dell'export complessivo. Veneto in testa, con 1,58 miliardi di euro, il 31,5% del totale nazionale, seguito da Piemonte (969 milioni di euro, 19,2%), Toscana (747 milioni, 14,8%), Trentino Alto Adige (477 milioni, 9,5%), ed Emilia Romagna (388 milioni, 7,7%). Segno che c'è ancora tanto potenziale da esprimere, nel mondo, per le altre Regioni del vino italiano.

Focus

L'uomo è "cicala" e la donna "formica"

Dalla favola di Esopo alla parodia della vita reale, quando scelgono un vino, l'uomo è "cicala" e la donna "formica". Lei, parsimoniosa e attenta, è la "ragioniera" di casa, addetta all'acquisto di vino per il consumo quotidiano (nell'85% dei casi), che compra al supermercato (70%). Lui, meno oculato, si riserva il compito di sceglierlo al ristorante (94%) e per le occasioni speciali (92%), rivolgendosi soprattutto all'enoteca (75%). Anche nel mondo del vino, gli stereotipi sono duri a morire, secondo un sondaggio WineNews per Vinitaly (Verona, 6-9 aprile, www.vinitaly.com). Ma poi, alla fine, una buona bottiglia di vino "fa miracoli", e concilia sempre, con l'88% delle donne che dichiarano di non discutere mai, ed il 53% degli uomini solo ogni tanto, con la propria metà per la scelta di un vino. Il criterio di scelta maschile, si basa principalmente sull'abbinamento menu-vino (86%), mentre il 10% sceglie il vino preferito, il 3% si orienta sull'etichetta e l'1% sperimenta. Nei racconti degli enonauti, però, sono molti gli aneddoti di liti e riappacificazione, soprattutto al ristorante. Il più comune? Lui che sceglie un rosso corposo, il suo preferito, mentre lei ama le bollicine ...



2015 con la valigia in mano

Se per i produttori di vino che esportano in tutto il mondo vivere con la valigia sempre pronta è, ormai, la normalità, il 2015, guardando solo alle fiere top d'Europa, si annuncia più intenso del solito, vista la concentrazione di tanti eventi, tutti immancabili, per il vino del Belpaese. Si parte: il 15-17 marzo 2015, a Dusseldorf, c'è Prowein. Giusto il tempo di cambiare il bagaglio, e arriva Vinitaly, a Verona il 22-25 marzo 2015 (in attesa di ufficialità, ndr). Poi un po' di respiro, anche se il lavoro non mancherà, per i preparativi dell'Expo 2015, che aprirà i battenti il 1 maggio a Milano. Ma, ad Expo aperta, in giugno (probabilmente dal 21 al 25 giugno, date ancora da confermare), a Bordeaux, torna Vinexpo. E poi, ovviamente, ci sono i tanti eventi in Usa, Cina, Russia e così via ...

Cronaca

"Una buona stagione" on air

Aprile porterà sul piccolo schermo, dopo tanta attesa, "Una buona stagione", la fiction Rai in onda i prossimi 6 martedì (da domani) in prima serata su Rai 1, che racconta le vicende della famiglia Peruzzi, da sempre stimati viticoltori in Trentino, che cercano il salto di qualità per portare il loro vino nell'Olimpo dell'enologia e del mercato mondiale. Protagonista della fiction, girata tra Mezzacorona, la Vallagarina, i vigneti della Piana Rotaliana, Castel Doplino e San Michele all'Adige, Ottavia Piccolo.



Wine & Food

Consorzio Italia del Vino & Grandi Marchi: alleanza per la Cina

Il mondo del vino italiano si allea, e va alla conquista della Cina: il Consorzio Italia del Vino, in sinergia con i Grandi Marchi, che insieme rappresentano il 20% del fatturato del settore, investono, con un piano triennale, 2,7 milioni di euro in attività di promozione. "Ci sono delle attività - spiega Ettore Nicoletto, presidente Consorzio Italia del Vino - che non possono essere fatte da soli" e, soprattutto, "non si può restare in ordine sparso". "Mettere insieme le imprese italiane è difficile, con Italia del Vino siamo riusciti in questo intento", aggiunge il vicepresidente Andrea Sartori.

Winenews.TV

Se il vino italiano cresce grazie all'export, è merito di mercati storici, come Germania e Usa, ma anche di Paesi che si sono affacciati al consumo di vino di qualità del

Belpaese da meno tempo: dal Nord Europa, soprattutto grazie al boom dei Paesi scandinavi, ai cosiddetti Brics, Russia e Brasile in primis. A WineNews parlano gli importatori.

Guarda il Video / Ascolta l'audio

