



La News



Champagne & sostenibilità

Un manuale in 125 punti da seguire, a cui i viticoltori di Champagne dovranno aderire, per ora, in maniera volontaria, per dare una decisa accelerata ad un percorso "green" che nella Regione, in realtà, non è totalmente nuovo, e che ha già visto negli ultimi 10 anni, per esempio, la riduzione del 15% della "carbon foot print" di ogni bottiglia. A lanciarlo il Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne (sulla scia di quanto già fatto, in questi anni, nei territori del Prosecco). Il traguardo finale è una "viticoltura sostenibile 100%" e certificata. A medio termine, invece: -50% di fitosanitari, valorizzare il 100% degli scarti e -25% di impronta carbonica nel 2020.

Primo Piano

Il mercato mondiale del vino, questione di "fiducia"

È una ben strana "guerra". Una guerra in cui quello che conta è, paradossalmente ma non troppo, fare più prigionieri possibile: l'Institute Masters Of Wine, nel Simposio di Firenze, ha scelto proprio questo termine per descrivere le tensioni fra i produttori, i distributori ed i venditori finali del nettare di Bacco, dopo 25 anni nei quali, ha sottolineato l'italo-britannico Pierpaolo Petrassi, a capo del settore acquisti della britannica Waitrose - la platea potenziale del vino a livello globale non ha fatto che espandersi a tutti i livelli della piramide qualitativa. E dove anche l'ottica dei produttori è cambiata, come ricorda Annette Alvarez-Peters, Global Wine Buying Director del gigante della gdo Usa Costco, che vende oltre 1,5 miliardi di dollari all'anno di vino: "alla fine degli anni Novanta, molti produttori e distributori non volevano fornire a Costco i loro prodotti, e questo per una mancanza di rapporti fra le persone che dovevano far incontrare queste realtà". Certo, il rapporto produzione-distribuzione è delicato. Ma è "necessario" - ha detto Bruce Jack, Chief Winemaker di Accolade Wines South Africa - che anche i produttori stiano attenti a ciò che desiderano, perché se si vuole accedere alla grande distribuzione è necessario essere sicuri di poter soddisfare i volumi di offerta che vengono richiesti. Ma chi tiene in mano le chiavi della catena è la distribuzione, e per questo sono fattori imprescindibili la fiducia e le relazioni interpersonali". La conoscenza tra le parti, insomma, per tante ragioni. Come ha ribadito, tra gli altri, anche Willi Klinger, Managing Director dello Austrian Wine Marketing Board: "c'è battaglia fra chi vende e chi compra quando manca una cultura del vino tra le controparti. È necessario capire, per esempio, che un termine come "entry level", è soggettivo, perché se chi vende e chi compra hanno entrambi ben presente cosa c'è dietro ad una bottiglia di vino ad un euro, sia in termini di sostenibilità che di esternalità negative di produzione - diventa molto più facile, e benefico per l'intero sistema, modificare la percezione del consumatore sul fatto che il vino non è una commodity per ubriacarsi, ma un prodotto pieno di poesia". Ma che, comunque, vive di mercato.

Focus

Tra scienza & fede, "i benefici" del dubbio

"Praticare il dubbio è alla base della filosofia produttiva di Château Margaux". Così il direttore tecnico e ad del più celebre "castello" bordeaux, Paul Pontallier, sul rapporto fra scienza e credenza, nel Simposio dei Masters of Wine. "A Bordeaux la qualità è sempre messa in dubbio, storicamente. Vorremmo capire meglio, per primi noi stessi, ed il nostro terroir, perché ci sono ancora cose che non comprendiamo, anche se il tempo ci ha detto che i vini di Margaux sono unici. Solo senza apriorismi è possibile costruire un futuro enologico e conciliare la scienza, la tecnica e la tecnologia con le credenze e la tradizione è il modo per raggiungere alcuni sogni". Sulla stessa linea di pensiero Francis Baetting, enologo capo della cilena Vina Errazuriz. Anche perché, spesso, la scienza migliora o realizza quella che è stata una tradizione, nata dall'intuizione di qualcuno: "benché costruire barrique sia, nell'immaginario collettivo, una attività fatta di tradizione ed empirismo - afferma, per esempio, Henri De Pracomtal, ceo di Chêne & Cie (Tonnellerie Taransaud) - è una vera e propria industria, in cui la scienza ci ha aiutato a comprendere limiti e punti forti del rovere" ...



SMS Expo 2015, vino & unità

"L'Expo 2015 potrà giocare un ruolo importante e sarà una grande occasione per presentare il vino italiano finalmente in maniera unitaria". A dirlo Piero Antinori, membro del Comitato scientifico del "padiglione vino" di Expo, e presidente dei Grandi Marchi, in chiusura del Simposio dei Masters of Wine. "Questo Simposio - ha detto Antinori - è stato un evento memorabile che avrà ricadute positive a lungo termine per tutto il vino italiano. Iniziative come questa possono ribaltare la nostra posizione, secondaria in questa prestigiosa accademia che influenza il business sul vino a livello globale. Ora dobbiamo lavorare sui prezzi, ancora troppo bassi, sulla diversità del nostro patrimonio vitivinicolo, e sulla nostra comunicazione all'estero, con progetti di sistema. E l'Istituto Grandi Marchi può essere un esempio".



Cronaca

MW: giù il sipario sul Simposio

Cala il sipario sul Simposio dei Masters of Wine, per la prima volta in Italia, a Firenze, dove il gotha del vino mondiale ha tracciato le linee guida per i prossimi anni. "Giornate intense e bellissime - ha raccontato Sarah Jane Evans, vice presidente dell'Istituto - in cui ci siamo arricchiti tutti di idee e riflessioni. In questa edizione abbiamo deciso di puntare su tre principi: eccellenza, apprendimento ed interazione. Ma, nei lavori, si sono liberate altre parole chiave, come diversità, integrità e comunità".



Wine & Food

Il futuro del vino passa per la Cina, ma il presente è duro

Il futuro del vino passa per la Cina, ma il presente si rivela decisamente più duro delle aspettative: nel 2013, secondo i dati dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, i consumi interni sono calati del 3,8% sul 2012, a 1,7 miliardi di litri complessivi, con le importazioni che fanno segnare un -4,4%, ed una produzione interna giù, addirittura, addirittura del 14,6%. Colpa del boom dell'ultimo biennio, che ha riempito i magazzini ben oltre le reali necessità, e della spending review imposta dal presidente Xi Jinping ai funzionari del Paese. Per risalire, ora, bisogna conquistare nuovi consumatori.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il racconto al mondo del vino italiano, passa anche da quello della bellezza, antica e moderna dei luoghi in cui nasce e vive. Come successo nelle cene del Simposio dei Masters

of Wine a Palazzo Corsini, a Firenze, e nella nuova cantina Antinori nel Chianti Classico. Che è stata anche pista da ballo: da Masters of Wine a "masters of dancing" ...

