



La News



Champagne poco brillante

La performance globale dello Champagne nel 2013 è poco brillante. Il totale delle spedizioni delle bottiglie di Francia, nel mondo, scivola dell'1,2% a 25,4 milioni di casse da nove litri e il valore diminuisce dello 0,4% (a 4,4 miliardi di euro), secondo i dati Impact Databank. Solo negli Stati Uniti si registra un modesto aumento che, tuttavia, non è riuscito a compensare il declino nei principali mercati europei: Francia, Regno Unito e Germania. Cresce l'interesse, però, in Australia, Giappone e Asia in genere. Nel 2013, le prime 10 maison dello Champagne hanno registrato una crescita di guadagno dell'1%, e le prime sette per volumi esportati non superano lo 0,7% di crescita.



SMS La Cina che non spaventa

La Cina del vino continua a crescere, sia come produttore, che come consumatore, tanto che con i suoi 20 milioni di ettolitri ogni anno, è ormai stabilmente il quinto Paese al mondo in termini produttivi, e addirittura al primo per consumi di vino rosso. Una super potenza che, però, non fa paura, visto che gli esperti di tutto il mondo non vedono nella Cina un competitor credibile o da temere sul resto dei mercati, anche per via di una totale mancanza di storia produttiva del Dragone, che certo non attrae i consumatori, pur riuscendo a far fronte all'80% dei consumi interni. Del resto, gli scandali legati alla contraffazione fanno il resto, e allora la Cina sarà ancora per tanti anni terra di opportunità, perché la qualità non nasce ovunque.

Cronaca

La crisi di Bordeaux in Uk

Per capire la crisi commerciale di Bordeaux, può essere importante fare un salto in Inghilterra, partner storico per i vini della Regione, e termometro della situazione attuale, in cui il mercato sembra "punire" i due principi strategici fondamentali di Bordeaux: la politica di prezzo e la vendita en primeur. Proprio i wine merchants ed i consumatori inglesi, nella campagna 2013, hanno disertato in massa le vendite en primeur e, se i prezzi non scenderanno, sono pronti a virare sui vini di Spagna ed Italia.



Primo Piano

"Campolibero", la querelle delle "fascette Igt"

Dettagli da definire ma, domani, potrebbe arrivare il via libera ufficiale nel Consiglio dei Ministri vero e proprio: il decreto "Campolibero", annunciato dal Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina, sta per vedere la luce. E tra tante novità positive, ce n'è una che fa discutere: la possibilità, per i Consorzi del vino, di richiedere l'obbligo di utilizzo di fascette e contrassegni di Stato anche per gli Igt (in media sui 13-14 milioni di ettolitri all'anno, oltre il 25% del vino prodotto in Italia, ndr) che, per molti, mal si sposa con l'obiettivo semplificazione del decreto stesso. "Una norma che proprio non ci piace - spiega a WineNews Rolando Chiossi, vicepresidente del colosso Gruppo Italiano Vini - prima di tutto perché in sede di discussione sul "testo unico", con le varie organizzazioni di filiera, non avendo trovato un punto di incontro, era stato deciso di ripensarci più avanti, e invece qualcuno ha fatto rientrare la cosa dalla finestra in quest'altro decreto. Inoltre complica la burocrazia e la gestione delle aziende, senza contare i costi: noi imbottigiamo sui 100 milioni di bottiglie di vini Igt, facendo due conti è un costo ulteriore di 2-3 milioni di euro. Senza contare - aggiunge Chiossi - che potrebbe creare confusione nel consumatore, che vede tutto con la fascetta, dai vini Igt, che non dimentichiamo che fino a qualche anno fa erano vini da tavola, ai Doc e Docg. E, aggiungo, il sistema dei controlli sui vini Igt, che è in vigore da poco più di un anno, deve essere ancora valutato nella sua efficacia. Affrettare così le cose su questa materia è una cosa incomprensibile". Concorde anche Sandro Boscaini, alla guida della griffe veneta Masi, e presidente in pectore (salvo sorprese) di Federvini, che aggiunge: "usare la fascetta dappertutto è come non usarla". Diversa la posizione di Federdoc, l'organizzazione che rappresenta oltre l'80% dei Consorzi di tutela del vino italiano: "la proposta non arriva da noi - precisa il presidente Riccardo Ricci Curbastro - e si parla di possibilità e non di obbligo. E poi la fascetta di per sé non certifica la qualità o la bontà di un vino, ma il rispetto delle regole di un disciplinare, e quindi non vediamo perché non si può pensare ad utilizzarla per i vini ad Indicazione Geografica".

Focus

A WineNews le anticipazioni sul dl

Tante le "note liete" di "Campolibero", per il mondo del vino e non solo: si va dal coordinamento degli organi di vigilanza, con tanto di istituzione di un registro unico dei controlli presso il Ministero delle Politiche Agricole, per evitare sovrapposizioni, alla dematerializzazione dei registri dei prodotti vinicoli nel Sian (Sistema Informativo agricolo nazionale), con agevolazioni per le aziende che producono meno di 1.000 ettolitri di vino. Semplificato anche il sistema sanzionatorio, che vede di fatto sparire lo strumento della diffida per le infrazioni minori, ovvero quelle per cui la sanzione amministrativa minima edittale è inferiore ai 500 euro. Ma c'è anche, per le imprese agricole, la possibilità di utilizzare credito di imposta per investire in internet, e-commerce, reti di impresa e sviluppo di nuovi prodotti. E anche provvedimenti per l'occupazione giovanile, con incentivi per chi assume persone tra i 18 ed i 35 anni, con un fondo del Ministero con una dotazione di 1 milione di euro nel 2014, che crescerà di altri 25 milioni nel 2015, e di ulteriori 9 nel 2016. E misure per i giovani imprenditori (fino a 40 anni), come, per esempio, mutui agevolati decennali, a tasso zero, e fino al 75% della spesa ...



Wine & Food

“.wine” e “.vin”: tra Ican e vino l'ennesimo nulla di fatto

È scaduta, senza alcun risultato concreto, la proroga di 60 giorni accordata dall'Icann (l'organismo Usa che gestisce i domini internet), per consentire a chi detiene i diritti sulle indicazioni geografiche, e all'industria enoica, di trovare un accordo con i candidati all'acquisizione dei domini “.vin” e “.wine”, contro il rischio di frode e sfruttamento improprio delle denominazioni. Il timore, ora, è che gli acquirenti dei nuovi domini, potendoli declinare in “chianti.wine”, “champagne.vin” o altro, potranno venderli al miglior offerente, senza alcuna tutela per chi produce queste eccellenze.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il rosato, dopo l'oblio in cui è precipitato per decenni, si sta riprendendo la scena sul panorama enoico nazionale ed internazionale. Di fronte, non lo spazio di una moda

effimera, ma il lungo respiro di un futuro radioso. A WineNews, le parole dell'ad Ruffino Sandro Sartor e dell'ex dg dell'Oiv, Federico Castellucci.

