



La News



Barcelò per Mouton Rothschild

Château Mouton Rothschild svela l'etichetta per l'annata 2012: un acquarello che raffigura due arieti sulle zampe posteriori che si scontrano. A disegnarla è stato l'artista catalano Miquel Barcelò. Mouton Rothschild commissiona la propria etichetta fin dal '45 e il pittore di Maiorca si unisce ad artisti del calibro di Pablo Picasso, Salvador Dalí e Andy Warhol. Ma c'è un piccolo "giallo" dietro la scelta dell'artista: sembra infatti che Barcelò sia stato scelto personalmente dalla Baronessa Philippine de Rothschild prima che morisse ad agosto, anche se il compito spettasse al figlio, Julien de Beaumarchais. Ma "la decisione - fanno sapere dalla maison - è stata presa dopo aver consultato la famiglia".



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Wine & Spirits

Il mondo dei wine & spirits vive viaggiando a due velocità: da una parte liquori e superalcolici, capaci di grandi performance, e di rivalutarsi in tempi brevi sul mercato azionario; dall'altra c'è il vino, con i suoi ritmi e la sua redditività, che va ad una velocità diversa da quella degli spirits, pur rimanendo un investimento solido e, a lungo termine, redditizio. Può succedere, così, che un grande gruppo decida di concentrare i propri sforzi su uno solo dei due business, "sacrificando" l'altro. Come starebbe pensando di fare, secondo rumors, il Gruppo Campari, con i tre marchi del vino tricolore, Tenute Sella & Mosca, Teruzzi & Puthod ed Enrico Serafino, per i quali Mediobanca, scelta come advisor, avrebbe già ricevuto mandato di raccogliere le eventuali offerte (ed alcune già ci sarebbero) ...

Cronaca

Galloni raddoppia ...

Antonio Galloni si allarga, ed il portale del wine critic americano, "Vinous", acquista l'"International Wine Cellar" di Stephen Tanzer, un archivio di 180.000 recensioni e 1.000 articoli, che andranno così ad arricchire la piattaforma di Galloni, amico e collega di lunga data di Tanzer, che accoglierà nella redazione di "Vinous" tutti i suoi collaboratori: Josh Reynolds, Ian D'Agata e Joel Payne. Più che un'acquisizione, una joint venture, per diventare insieme una piattaforma della comunicazione del vino di spessore globale.



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Primo Piano

Liv-ex "Power 100" 2014: boom dell'Italia

Torna la "Power 100", stilata, come ogni anno, da "Liv-ex" (www.blog.liv-ex.com) e "The Drinks Business" (www.thedrinksbusiness.com), che mette in fila i marchi più potenti nel mondo del vino, in base a criteri ben precisi, come i volumi di vendita, i punteggi della critica e le performance di prezzo. La novità 2014 più grande, che salta subito all'occhio, è la crescita esponenziale dell'Italia, con il Sassicaia, protagonista delle grandi aste internazionali durante tutto il 2014, capace di salire fino alla posizione n. 3 (dalla 39 a cui si era fermato solo un anno fa). Ottime anche le performance dell'Ornellaia, arrivato alla posizione n. 13 (dalla 37 del 2013), mentre Gaja è addirittura la "new entry" più quotata, visto che entra direttamente alla posizione n. 14, e cresce anche il Masseto (che passa dalla posizione n. 33 alla n. 25). Alla posizione n. 31, troviamo, quindi, Giacomo Conterno, che scala ben 45 posizioni, mentre Bruno Giacosa di posizioni ne perde 20, e passa dalla n. 40 del 2013 alla n. 60. Scende anche il Tignanello, che si ferma alla n. 75 (era alla n. 53 un anno fa), preceduto da un'altra "new entry" tra i brand del Belpaese, il Solaia, alla n. 61. Stabile la classifica delle Macchiole, che sale alla n. 85, dalla n. 89 del 2013, mentre a chiudere la "Power 100" è la terza "new entry" tricolore dell'anno, Guado al Tasso. La tendenza generale che emerge dalla classifica dei brand più potenti nel mondo del vino, nel complesso, racconta di un panorama in cui chi muove il mercato dei fine wine ha voglia di ampliare i propri gusti, cercando etichette di valore anche lontano da Bordeaux (nonostante la conferma di Château Pavie al n. 1), meglio se in Borgogna, che si conferma ad altissimi livelli, con 6 brand tra i primi 10 per le performance di prezzo degli ultimi 12 mesi. Oltre ai vini del Belpaese, infatti, anche le etichette di California, Australia e Rodano, hanno vissuto una crescita, sia negli scambi che nei prezzi. Di conseguenza, nelle prime 20 posizioni dell'edizione 2014 della classifica, ci sono brand provenienti da 9 diverse regioni: un fatto unico nei 9 anni di vita della classifica, specie se si pensa che solo 4 anni fa 18 brand su 20 arrivavano da Bordeaux.

Focus

Se il Regno Unito scopre le enoteche

La maggior parte degli acquisti enoici, nel Regno Unito, si fa tra gli scaffali della gdo, o tra quelli degli storici wine merchant. Negli ultimi anni, però, stanno guadagnando sempre più spazio ed attenzione i retail indipendenti (nulla di troppo diverso dalle nostre enoteche), al centro dell'ultimo studio di Wine Intelligence, "UK Independent Wine Retail 2015" (www.wineintelligence.com), da cui emerge come il settore oggi valga 500 milioni di sterline, e possa contare su una rete di 750 punti vendita, in crescita del 50% dal 2007. I motivi del successo stanno nei dati e nelle tendenze del report: il 55% di chi beve vino regolarmente, e che si affida ad un retail indipendente, dice di apprezzare molto "la gamma di vini in offerta". Il 39% dei wine lover, invece, sceglie un retail indipendente per le raccomandazioni del personale del negozio, il 37% per il buon rapporto qualità - prezzo, e a tantissimi piace la possibilità di assaggiare un vino prima di decidere di comprarlo. Nel complesso, però, la percentuale di consumatori che sceglie un retail indipendente è solo del 13%, e la maggior parte di chi non sceglie l'enoteca è perché se sente più a proprio agio tra gli scaffali del supermercato.



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

VERDICCHIO!!!
POTEVI DIRLO PRIMA...



Wine & Food

Il pranzo dei politici diventa cool con "A Lunch out of a Box"

Se il pranzo dei politici diventa cool: si chiama "A Lunch out of a Box", ed è la scatola di food design riciclabile ideata da Food Armada, in collaborazione con il Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che contiene un percorso enogastronomico selezionato da Eataly Roma, offerta a 200 rappresentanti di amministrazioni pubbliche di 25 Stati Membri dell'Ue a Roma, il 14 novembre, al "VI Evento Europeo Caf". Un modo originale per far conoscere e valorizzare la cultura dei territori: dalla Mozzarella di Bufala Dop al Cioccolato di Modica.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Canaletto è una società che prende il nome da un brand presente sui mercati da 40 anni, la sede centrale è a New York, e prevede in 18 mesi di realizzare 3 piattaforme di macro

area: Nord America, Asia e Russia. Vogliamo parlare di territori, non di etichette". A WineNews l'ad di La-Vis Marco Zanoni e l'ad di Simest Massimo D'Aiuto.



Simply Italian
GREAT WINES