



La News



Bere antiche birre ... oggi!

Assaggiare antiche birre del centro America, dell'antica Grecia o addirittura Etrusche, è ora possibile grazie a Patrick McGovern, l'"Indiana Jones delle antiche bevande", che riesce a risalire alla composizione delle vecchie bevande, identificando i marcatori delle sostanze naturali trovate sui frammenti di contenitori utilizzati per lo stoccaggio e, quindi, a ricrearle. Tra le sue ricostruzioni più famose anche la Birra di Mida, una combinazione di vino, birra d'orzo e idromele, "Theobroma", antica bevanda dell'Honduras e l'"Etrusca" fatta con malto d'orzo, grano cimelio, farina di nocchie e melograno, quasi tutte in commercio grazie al lavoro del birrifico Dogfish Head Brewery.



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

SMS

Fine di un amore?

L'interesse e l'amore della Cina per Bordeaux arrivano dal lontano 1997, quando Peter Kwok acquistò Château Haut-Brissou. Ma quanti sono in effetti gli Château in mani cinesi, e qual è la tendenza? A rispondere ci pensano, in maniera plastica, i dati del Civb di Bordeaux, che rivelano come siano 63 le aziende che parlano cinese nella più grande denominazione di Francia. Il record, nel 2011, con 21 acquisizioni, ma andò bene, in questo senso, anche il 2013, con 20 Château diventati di proprietà cinese. Il dato del 2014, invece, segna una brusca frenata, con solo 6 trattative andate in porto e la sensazione che Bordeaux non sia più in cima alla lista dei desideri, specie per i suoi prezzi fuori portata, che ne hanno limitato le potenzialità sia nelle vendite in primeur, sia sul mercato delle aste e dei fine wine.

Cronaca

La Fivi vince la sua battaglia

Tra i temi irrisolti del 2014, i Vignaioli Indipendenti della Fivi chiedevano chiarimenti al Ministero per assicurare i corretti usi commerciali dell'indicazione del nome geografico più ampio, quindi regione o provincia, in cui ricade la zona di produzione di un determinato vino Dop o Igp. Risposta che è arrivata proprio l'ultimo giorno dell'anno, con una circolare delle "Politiche Agricole" che precisa l'applicazione in Italia delle disposizioni contenute nel Regolamento Europeo 1308/2013.



Primo Piano

La promozione enoica vista da Jancis Robinson

Per l'Europa il vino è un settore economico decisamente importante, tanto che una buona parte delle politiche agricole del Vecchio Continente riguardano proprio la viticoltura, e la voce più pesante è quella relativa ai fondi europei per la promozione assegnati agli Stati membri. Che, come ricorda in un lungo articolo sul "Financial Times" (www.ft.com) la Master of Wine Jancis Robinson, per gli anni 2014-2018 sono addirittura raddoppiati sul periodo precedente, passando dai 522 milioni di euro del 2009-2013 agli attuali 1,16 miliardi di euro l'anno a disposizione per la promozione sui mercati extraeuropei, a fronte, come sottolinea la stessa Jancis Robinson, di un valore complessivo delle esportazioni enoiche extra Ue che supera di poco gli 8,6 miliardi di euro annui. Non sempre, però, si tratta di soldi spesi bene, anzi, la Corte dei Conti Ue, a luglio dello scorso anno, ha puntato il dito su sprechi e utilizzo poco trasparente dei fondi. Tanto che se oggi la Francia può contare su un budget di "soli" 280,5 milioni di euro l'anno, forse, è colpa anche dei 3.405 euro messi a bilancio come "press tour per giornalisti ed importatori", rivelatisi in realtà soldi spesi per tre biglietti Vip al Roland Garros. E certo non ha aiutato l'aver rivendicato stanziamenti per un nome già famoso e ferocemente protetto in ogni angolo del mondo, come quello dello Champagne. Non va meglio alla Spagna: nel 2013 poteva contare su 353 milioni di euro, finiti in larga misura (88%) a sei grandi aziende, già presenti pesantemente sui mercati esteri. Una strategia che poco è piaciuta alla Ue, che ha tagliato di netto il budget destinato alla viticoltura iberica. Va meglio all'Italia, che può contare su 334 milioni di euro l'anno, difficilissimi da gestire, come racconta, sempre a Jancis Robinson, Silvana Ballotta, che con la sua "Business Strategies" aiuta le piccole e medie imprese a crescere all'estero. "La parte più facile - racconta la Ballotta - è ottenere il finanziamento, mentre il problema più grande l'inadeguatezza con cui tanti produttori approcciano le iniziative all'estero: non conoscono i Paesi in cui andiamo, né le lingue, e non hanno spirito d'iniziativa, specie alle sempre più richieste fiere asiatiche ...".

Focus

Il 2015 non illumina i consumi alimentari

Se il 2014 è stato l'anno della "ripresa che non c'è stata", il 2015 sarà quello della "luce in fondo al tunnel", almeno secondo i dati e le previsioni del rapporto "Consumi e distribuzione" di Coop, la catena della distribuzione più grande d'Italia, con il 19,1% della quota di mercato, per 12,7 miliardi di euro di fatturato (di cui l'80% grazie al food & beverage). Luce che, però, non tornerà ad illuminare il comparto del cibo che, tra il 2006 e il 2014, ha visto la spesa scendere di ben 12 punti percentuali e, proiettandosi verso il 2016, le cose non sembrano affatto migliorare: i consumi risultano in termini reali ancora inferiori di quasi 20 miliardi ai livelli di dieci anni prima. A livello di tendenze, invece, nel 2015 si rafforzeranno gli stili alimentari emergenti: le diete bio, veg, gluten free, che faranno segnare incrementi a due cifre. Contro le difficoltà, gli italiani continueranno a giocare di un mercato retail sempre più ricco di opportunità dove, al fianco della Gdo, si riqualificano gli operatori tradizionali, si affermano i nuovi specializzati (chimico, bio, surgelati) e crescono le nuove forme di approvvigionamento nostore (autoproduzione, gruppi d'acquisto, eCommerce).



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

VERDICCHIO!!!
POTEVI DIRLO PRIMA...



Wine & Food

Crollo dei raccolti: il 2015 tra gli scaffali si preannuncia nerissimo

Iniziato da una manciata di giorni, il 2015, secondo le previsioni della Coldiretti, si preannuncia già un anno nerissimo tra gli scaffali dei supermercati, dove, secondo l'associazione degli agricoltori più numerosa del Paese, ci sarà il 35% in meno di olio di oliva italiano, ma anche un calo del 25% per gli agrumi, del 15% per il vino e addirittura del 50% per il miele, mentre il raccolto di castagne è stato da minimo storico. L'allarme nasce dagli effetti del crollo dei raccolti made in Italy, che costringerà, nel nuovo anno, al "razionamento" di tutti i prodotti base della dieta mediterranea.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

In un mercato del vino dove gli scaffali sono superaffollati di etichette, il brand, come elemento distintivo è fondamentale. Ne abbiamo parlato con Francis Michael

Claessens, fondatore dello studio specializzato londinese Claessens International, che lavora con nomi del wine & beverage che vanno da Gallo ad Antinori.



Simply Italian
GREAT WINES