



## La News



### In arrivo il vino "in capsule"?

Come accade per il caffè in capsule, presto il vino al bicchiere potrebbe essere servito con una sorta di "nespresso" di Bacco: a rilanciare l'idea è "10-Vins", impresa francese che, qualche anno fa, ha lanciato, con discreto successo, le "bar-a-vins", ovvero il vino in flaconi da 10cl. E che ha realizzato il prototipo della "D-Vine" (raccogliendo 45.000 euro con il crowdfunding, su una richiesta di 15.000), macchinetta che, come succede con quelle per il caffè in capsule, alimentata con i "tubetti" di vino, promette di servire in pochi secondi un calice alla perfetta temperatura e con il giusto livello di ossigenazione. Arriverà allo scaffale sui 300 euro. Il tempo dirà se avrà successo.



**VILLA SANDI**  
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

SMS

### Numeri su cui riflettere

Fanno riflettere i numeri 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). Perché il fatto che i segnali di ripresa attesi nel 2015 non riguarderanno il cibo, settore storicamente anticiclico alle crisi economiche vuol dire che, probabilmente, gli ultimi anni hanno portato ad un cambiamento radicale e radicato negli stili alimentari del Belpaese. Sicuramente all'insegna del "meno", tanto che neanche il Natale è servito a riempire i carrelli come una volta. Anche all'insegna del meglio, certo, ma solo per chi può, mentre i 20 miliardi di spesa persi su 10 anni fa, difficilmente, crisi o non crisi, si potranno recuperare.

## Cronaca

### Sabrage record: 48 in 60"

Inizio d'anno col botto, è proprio il caso di dirlo, per il mondo dei record enoici: a cadere, pochi giorni fa, è quello del maggior numero di bottiglie di Champagne aperte con la tecnica del sabrage, in un solo minuto, fermo a quota 47 dal mese di settembre, quando lo svizzero Mirko Rainer entrò nel "Guinness World Record". Gloria durata appena una manciata di mesi, visto che Frank Esposito, ristoratore di Long Island, nello Stato di New York, è stato capace di aprirne ben 48 nello stesso lasso di tempo ...



## Primo Piano

### Le chiavi per la competitività del vino europeo

Accessibilità ai mercati, processi decisionali degli attori economici e capacità di adattamento dell'offerta ai mercati stessi: ecco i tre atout su cui puntare e lavorare per migliorare la competitività, e quindi le esportazioni, dei vini europei nel 2015, emersi dal rapporto condotto dalla società indipendente Cogea (www.cogea.it) per conto della Commissione Europea. Per creare un clima favorevole allo sviluppo commerciale, si possono prendere in considerazione diverse soluzioni. Per prima cosa, si può lavorare sullo stanziamento dei fondi per la promozione dell'Ocm, per favorire la penetrazione nei mercati non tradizionali, come la Corea del Sud, il Messico, l'Algeria o le Filippine. Ma gli aiuti per la ristrutturazione ed i fondi europei possono essere sfruttati anche per migliorare l'organizzazione strutturale e organizzativa delle aziende, orientandola all'esportazione. Quindi, bisogna provare a stringere accordi bilaterali con tutti i propri partner commerciali. Importante anche unire forze e risorse per favorire azioni di marketing collaborative tra piccole realtà, ma anche puntare, a livello tecnico, sull'imbottigliamento direttamente nelle aree di consumo, e sul trasporto del vino in flexitank. A livello decisionale, sarà fondamentale avere il maggior numero di informazioni possibili sull'andamento della filiera economica del vino nei diversi mercati, perché il panorama futuro sarà fatto di una domanda enoica sempre più complessa e sofisticata, e ad avere la meglio saranno quei player in grado di mantenere una vigilanza costante sui cambiamenti in atto nei diversi mercati, e di utilizzare questa mole di informazioni per trasformarle in decisioni aziendali. Infine, si dovrà adattare l'offerta enoica ai diversi mercati, aggiustando il tiro su due grandi tipologie, i vini ad indicazione geografica e gli entry level monovarietali, che devono necessariamente crescere. Come? Investendo in promozione ed armonizzando l'uso degli acronimi a livello europeo, nel caso dei primi, ed aumentando la produzione dei secondi, fondamentali per conquistare i segmenti più bassi del consumo enoico, in cui i vini della Vecchia Europa sono ancora decisamente sottorappresentati.

## Focus

### Su il mercato Usa, grazie alle "bolle" italiane

Le prime buone notizie del 2015, per il vino italiano, arrivano dal mercato Usa, partner storico per i produttori del Belpaese, visto che assorbe più o meno un quarto dell'export totale, in valore, dei nettari tricolori. A darle è il "The U.S. Wine Market: Impact Databank Review & Forecast", secondo cui il mercato a stelle e strisce è cresciuto anche nel 2014, seppur dello 0,3%, per un volume di 321,8 milioni di casse da 9 litri. Il merito è quasi esclusivamente delle bollicine, i cui consumi sono in aumento per il sesto anno consecutivo: +3%, a 16 milioni di casse, con gli spumanti che ormai rappresentano il 5% del mercato del vino Usa. Merito, appunto, delle bollicine straniere, cresciute in volume del 6,6%, a 7,1 milioni di casse, mentre gli sparkling made in Usa sono pressoché stabili, a 8,85 milioni di casse. In questa crescita, l'Italia, secondo i dati Iri, istituto di ricerca di Chicago, continua a fare la parte del leone, con i brand tricolori a guidare la crescita (+17,5%), anche per effetto dell'ennesimo boom del Prosecco, che fa segnare addirittura un +41,8%. E non è un caso che i marchi che sono cresciuti di più siano proprio i Prosecco di Mionetto, La Marca, Zonin e Riondo.



**Chianti**  
CONSORZIO VINO CHIANTI

**VERDICCHIO!!!**  
POTEVI DIRLO PRIMA...



## Wine & Food

### "Project DOC 365", il vino italiano raccontato ai russi

Una denominazione al giorno, per un anno, raccontata ai russi, per rendere loro più comprensibile la complessità e la ricchezza del vino italiano: ecco "project Doc 365" del portale www.spaziovino.com della giornalista russa Eleonora Scholes, che dal 2005 vive in Italia. "Il concetto - spiega a WineNews - è semplice: 365 articoli uno per ogni giorno dell'anno, su una Doc o Docg, con riferimenti geografici, storia e approfondimenti, con tanto di suggerimento di vini ed etichette, selezionati guardando, in primis, ai produttori e alle cantine con una presenza storica e qualificante nella denominazione".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Se dopo i tanti brindisi delle feste cercate qualcosa di diverso dalla "solita" bottiglia per brindare, niente paura: ecco quella che ricorda il viso di una donna. Ovvero "Janine", il

fiasco di Ruffino reinterpretato dall'artista Clet, firma celebre per gli "omini" che cambiano il messaggio dei cartelli stradali. L'ad Ruffino, Sartor: "inizio di un percorso?"



**Simply Italian**  
GREAT WINES