



La Prima di WineNews.it



vinitaly
Growth & Innovation in Wine

22-25 MARZO 2015
49ª EDIZIONE VERONA

n. 1582 - ore 17:00 - Mercoledì 11 Marzo 2015 - Tiratura: 30835 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Carpineto anche a Montalcino

I territori top del vino italiano continuano ad attirare l'interesse e gli investimenti dell'imprenditoria tricolore, specie di chi, nel panorama vitivinicolo, è presente da anni. Dopo una settimana in cui il mercato ha avuto come protagonista il Barolo, è la Toscana a ribadire il proprio appeal, con l'acquisizione, da parte di Giovanni Carlo Sacchet ed Antonio Mario Zaccheo, proprietari di Carpineto, nel Chianti Classico, de "Il Forteto del Drago", dalla famiglia lombarda Troise, nel cuore del Brunello di Montalcino. 53 ettari, 11 vitati, di cui 3,5 a Brunello, che abbracciano il podere e la cantina che, da Località Rogarelli, guardano il paese, pagati, secondo le stime di WineNews, 7-8 milioni di euro.



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

L'Italia e il mondo

L'Italia, oggi è il Paese n. 1 per consumo pro capite di vino al mondo, con 48 litri a testa, primo consumatore di vino bianco, primo esportatore mondiale in volume e mercato n. 4, nel complesso, per fatturato. Note liete, ma che non devono ingannare: il successo delle cantine del Belpaese è sempre più inesorabilmente legato alle esportazioni, visto che i consumi interni, già scesi del 5,4% tra il 2009 ed il 2013, sono destinati a diminuire ancora, del 5,1%, tra il 2014 e il 2018. A dirlo lo studio Vinexpo e IWSR. Che ha fotografato anche i trend globali che guideranno il mercato nei prossimi 5 anni: "premiumizzazione", crescita del mercato femminile e della "generazione Y", e slittamento delle quote di mercato da Ovest ad Est, per motivi demografici ed economici", ha detto il dg Vinexpo, Guillaume Deglise.

Cronaca

Saint-Émilion contro le frodi

Saint-Émilion dichiara guerra alla contraffazione e adotta un'etichetta antifrode capace di far individuare, in ogni momento, la posizione esatta delle loro bottiglie. Questo dispositivo, a prova di manomissione, combina un QR code, un codice univoco e altre misure di sicurezza che garantiscono la provenienza della bottiglia per l'acquirente, e dice esattamente dove e quando una bottiglia è stata prodotta. Ma anche i produttori potranno vedere, in tempo reale, dove e quando viene scannerizzato il QR code.



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Primo Piano

Vinexpo 2015, tra novità e un mercato in crescita

Italia primo espositore straniero dopo la Francia, Usa Paese "d'onore" (con il lancio della partnership con la rivista enoica più diffusa al mondo, "Wine Spectator"), oltre 48.000 visitatori attesi da 120 Paesi del mondo, di cui il 26% da Asia e Cina in particolare, e il 17% dalle Americhe: ecco, in estrema sintesi, gli atout di Vinexpo 2015, di scena a Bordeaux, dal 14 al 18 giugno, presentato oggi dal dg Guillaume Deglise a Milano, con tante novità, in vista. Come "Les Terraces", nuovo spazio espositivo che si affaccia sul lago del quartiere, e dove tra i protagonisti ci sarà anche il Belpaese, con una occupata "da Tenute Piccini, e una dall'"Italian Signatures Wine Academy", consorzio di 5 marchi importanti del calibro di Allegrini, Fontanafredda, Feudi di San Gregorio, Planeta e Frescobaldi, con quest'ultimo che torna a Vinexpo dopo molti anni", sottolinea Deglise. Ma, come detto, grande attenzione sarà dedicata agli Usa, anche grazie alla partnership con "Wine Spectator", "con un convegno sulle dinamiche del mercato americano, e degustazioni che vedranno in "joint venture" vini statunitensi e di altri Paesi del mondo, come quella con il Solaia di Antinori e Col Solare, cantina di Washington nata dalla collaborazione tra la stessa Antinori e la californiana Château St. Michelle, per esempio". E ancora gli "One to Wine Meetings", dove i produttori potranno chiedere quali importatori e distributori contattare, "con un'agenda che sarà organizzata da Vinexpo", ristorazione stellata con la possibilità di portare a pranzo i propri vini, e tanto altro. Il tutto orientato al business e al mercato, che è stato al centro dello studio di Vinexpo e International Wine & Spirits Research. Mercato che, se dal 2009 al 2013 è cresciuto del 2,7% a livello mondiale, con un consumo di 2,6 miliardi di casse da 9 litri, dal 2014 al 2018 crescerà ancora dell'1%, per arrivare a 2,7 miliardi di casse. Una crescita in buona parte trainata dalle bollicine, che entro il 2018 vedranno la propria quota di mercato passare dall'8% all'8,9% del consumo complessivo di vino. Gli Usa, oggi mercato n. 1 del vino mondiale, cresceranno ancora, +11%, così come la Cina, anche se il grosso dei consumi (il 76%) rimarrà in Europa ...

Focus

L'export del vino italiano secondo i buyer

Buone per tutti, nonostante i cambiamenti di scenario di alcuni Paesi, e la necessità di trovare il giusto approccio alle varie situazioni. Con opportunità anche in Francia, grazie all'ottimo rapporto qualità - prezzo dei vini italiani, ma i feedback migliori arrivano dai partner storici, Germania, Usa e Uk, mentre l'India si dimostra ancora ostica, la Russia paga la peggior svalutazione del rublo degli ultimi anni, il Brasile paga dazi altissimi e la Cina continua, lentamente, a crescere: ecco le prospettive dell'export enoico tricolore, secondo alcuni buyer dei più importanti e interessanti mercati per l'Italia enoica, sentiti da Vinitaly alla vigilia della fiera più importante del vino italiano. "Il contatto con i mercati - spiega Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere - è fondamentale per capire le tendenze e dare alle aziende le informazioni e i servizi di cui hanno veramente bisogno e per scegliere con cognizione di causa dove potenziare di anno in anno il nostro incoming di buyer, che per il 2015 ha visto un incremento degli investimenti del 34%. Per questo Vinitaly, con Vinitaly International, è una fiera aperta tutto l'anno, che da Verona si sposta in Cina, Usa, Canada e in altri Paesi".



VERDICCHIO
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!



Wine & Food

A Pasqua vincono il made in Italy e la dieta mediterranea

Una Pasqua all'insegna della dieta mediterranea e del made in Italy: secondo l'83% degli chef e dei food blogger, gli italiani, anche in tempi di crisi, non rinunciano alla qualità dei prodotti nostrani. Influenze orientali, sapori africani e profumi americani non sono più così attraenti, e gli italiani riscoprono i prodotti di casa. Per il 78% dei 130 esperti, tra nutrizionisti, chef stellati e food blogger, coinvolti nell'ultimo studio del Polli Cooking Lab, nulla conta come le tradizioni e la scelta del menù viene fortemente condizionata da tutti quegli alimenti che caratterizzano la dieta mediterranea.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Con l'Expo, l'educazione alimentare è al centro del dibattito. Dai concetti base capaci di educare le giovani generazioni alla riscoperta della stagionalità dei prodotti, passando

per il racconto dell'enogastronomia, a WineNews le parole della firma di "La Repubblica" Licia Granello: "la natura ha dei tempi, e dobbiamo rispettarli".



PRESENTA

Simply Italian
GREAT WINES