



La News



A WineNews Antonio Galloni

Un'Italia che negli ultimi 20 anni ha visto una "esplosione di qualità di tutte le Regioni", con tante zone ancora da far scoprire ai consumatori del mondo, ma che a loro modo saranno tutte un "must", a seconda del tipo di vino che si vuole bere. Ancora, la necessità della zonazione, ma in modi diversi, nei territori più blasonati e importanti, e poi il fenomeno del bio e della sostenibilità, "che devono essere uno strumento e non una religione", e quello delle bollicine "per cui c'è ancora tanto spazio nel mondo". Di questo, a WineNews.tv (<http://goo.gl/kgnxRo>), parla Antonio Galloni, uno dei palati più autorevoli e rispettati nel mondo del vino e fondatore di "Vinous".



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Il vino by MedioBanca

Nonostante le vendite domestiche in Italia siano rimaste invariate sul 2013, il fatturato estero dei maggiori produttori con passaporto italiano cresce, nel 2014, del 2,8%, trainando il fatturato complessivo a un +1,4%. Gli spumanti confermano il trend positivo del 2014 e guidano la crescita con un +4,1% sul 2013, sospinti dall'estero (+6,2%). A dirlo lo studio MedioBanca sulla filiera del vino italiano, che evidenzia anche un solido aumento degli investimenti (+10%), in contrasto con il -0,4% dell'economia generale. Positivo anche il sentiment per il 2015, con il 50% delle aziende che si aspetta di crescere ancora, seppur sotto il +5%. Tra i marchi, al vertice della graduatoria 2014 per fatturato si riconferma primo il Gruppo Cantine Riunite - Giv, con 536 milioni di fatturato, e n. 6 a livello mondiale.

Cronaca

Da Vinitaly ad Expo

Ormai ci siamo: domani si parte con "Opera Wine", la degustazione a Verona promossa da "WineSpectator" e Vinitaly, con il debutto della guida firmata dalla rivista Usa e dal "Corriere della Sera" che, per questo, ha svelato oggi in esclusiva tutti i 103 vini in degustazione. Ma un brindisi "uno e trino", virtuale, anche ad Expo, perché se il Franciacorta è il vino ufficiale dell'evento, di oggi la notizia che Ferrari sarà quello del Padiglione Italia, e il Trentodoc quello del "Padiglione Vino - A taste of Italy".



Primo Piano

I marchi "vino-territorio" che valgono di più

Il Chianti, che vale 1,83 miliardi di euro, seguito dal Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, con 1,15 miliardi, e dal Montepulciano d'Abruzzo, con 1,1 miliardi. Ecco i valori top del marchi di "vino-territorio" più quotati, secondo i dati della Camera di Commercio di Monza e Brianza, analizzati da WineNews, in una classifica che tiene conto di parametri economici e di immagine, tra i quali i flussi del turismo enogastronomico, il valore dell'export del prodotto, la conoscenza del prodotto stesso all'estero e in Italia, e il valore economico della zona di produzione. Al vertice, dunque, si conferma forse il nome più conosciuto, quel Chianti che è quasi sinonimo di Toscana, denominazione che dal cuore della Regione si è estesa, negli anni, a quasi a tutti i confini del Granducato, e rappresenta uno dei vini più diffusi e dei territori più visitati d'Italia. A seguire c'è il Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, summa qualitativa e zona storica dello sparkling wine italiano di maggior successo nel mondo, con le sue colline e le sue "rive". E, a completare il podio, il Montepulciano d'Abruzzo, vino e vitigno simboli di un'intera Regione. Ai piedi del podio uno dei territori bianchisti più importanti del Belpaese, Soave, che vale 1,04 miliardi di euro. Alla posizione n. 5 c'è il Piemonte, ma non con il suo vino più blasonato, il Barolo, che è addirittura al n. 12 (con un brand che vale 317,6 milioni di euro), bensì con la più popolare Barbera, il cui valore è stimato in 1,01 miliardi di euro. Appena davanti ad un altro tra i "re" del vino italiano, il Brunello di Montalcino, alla posizione n. 6 con un brand dal valore stimato in 794,9 milioni di euro, seguito dalle bollicine di Franciacorta, alla n. 7, con 665,9 milioni di euro. Alla posizione n. 8 uno dei vini più venduti nella grande distribuzione italiana, il Lambrusco, con 595,6 milioni di euro. In posizione n. 9 un vino spesso lontano dalla luce dei riflettori, ma motore economico di un territorio che costeggia in gran parte la riva sud-est del lago di Garda, il Bardolino, con 473,8 milioni di euro e, a chiudere la "top 10", il vino simbolo di uno dei territori più blasonati d'Italia, l'Amarone della Valpolicella, il cui brand è stimato in 465,5 milioni di euro.

Focus

Tommasi, dalla Valpolicella a Montalcino

Il mercato degli investimenti su vigneti e cantine non è mai stato così vivace come negli ultimi mesi, e l'ultima acquisizione riguarda due dei territori vinicoli più prestigiosi del Belpaese, con l'Amarone che "abbraccia" il Brunello, dove le quotazioni hanno raggiunto i 400.000 euro ad ettaro vitato. La famiglia Tommasi, storica realtà della Valpolicella Classica, come WineNews è in grado di anticipare, aggiunge un'altra freccia al progetto Tommasi Family Estates (www.tommasi.com), con un nuovo investimento a Montalcino: Fattoria Casisano, 53 ettari, di cui 22 a vigneto tra Brunello e Rosso e 12 a oliveto, tra l'Abazia di Sant'Antimo e la vallata del Fiume Orcia. Il progetto Tommasi Family Estates, partito nel 1997, raggiunge così la piena maturità, dopo un percorso di crescita che ha portato la griffe dell'Amarone ad investire prima nel consolidamento dell'azienda di famiglia, con i vigneti "La Groletta" e "Conca d'Oro", prestigiosi Cru dell'Amarone, quindi nelle zone più vocate del Paese, con gli acquisti di Poggio al Tufo, nel cuore della Maremma Toscana, di Masseria Surani, in Puglia, dove produce il Primitivo, e, di nuovo al Nord dello Stivale, di Tenuta Caseo, nell'Oltrepò Pavese.



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

VERDICCHIO
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!



Cronaca

Da Vinitaly ad Expo

Ormai ci siamo: domani si parte con "Opera Wine", la degustazione a Verona promossa da "WineSpectator" e Vinitaly, con il debutto della guida firmata dalla rivista Usa e dal "Corriere della Sera" che, per questo, ha svelato oggi in esclusiva tutti i 103 vini in degustazione. Ma un brindisi "uno e trino", virtuale, anche ad Expo, perché se il Franciacorta è il vino ufficiale dell'evento, di oggi la notizia che Ferrari sarà quello del Padiglione Italia, e il Trentodoc quello del "Padiglione Vino - A taste of Italy".



Wine & Food

Santa Margherita, fatturato 2014 da 110 milioni di euro (+7,8%)

Leggera crescita nell'area Euro, segnali positivi nel mercato interno, accelerazione più decisa nell'export verso i Paesi terzi: sono questi i trend su cui si muove l'economia del vino. A confermarlo, la "case history" di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, marchio tra i più importanti del Belpaese che, nel 2015, festeggia i suoi 80 anni con un fatturato 2014 a +7,8%, nel complesso, per 110,1 milioni di euro, trainato dalla crescita delle esportazioni (+9%), soprattutto nei Paesi Terzi, visto un Euro-zona sostanzialmente stabile (+0,8%), ma dove brilla l'Italia, a 5,3% in volume e +6,4% in valore sul 2013.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Slow Food ad Expo ci sarà, in particolare con "Terra Madre Giovani", in ottobre, per portare i giovani contadini del mondo a Milano, per un dibattito sulla

biodiversità e su un sistema economico intorno al cibo che ci sta distruggendo, elemento che ad Expo mancava". A WineNews il fondatore e presidente Carlin Petri.



PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES