



La News



"Top 10 Wine Brands" 2015

La mappa dei consumi enoici mondiali è in continua evoluzione, ed il 2014 ha sancito, su tutti, il sorpasso degli Stati Uniti sulla Francia come primo consumatore mondiale: è in questo dato che si spiega la "Top 10 Wine Brands" 2015 di "The Drinks Business", che mette in fila i brand più importanti per bottiglie vendute nel 2014. Nulla cambia nelle prime tre posizioni, dove si confermano Barefoot (Gallo Winery), a quota 216 milioni di bottiglie (-0,6%), seguito proprio da Gallo, con 174 milioni di bottiglie (-3,3%), mentre a chiudere il podio, proprio come un anno fa, è il big del vino cileno Concha y Toro, unico dei grandi marchi in crescita (+7,6%), con 170,4 milioni di bottiglie vendute.

NIPOZZANO
VECCHIE VITI
COLLEZIONE PRIVATA 2012



SMS

Obiettivo prezzo medio

Quantità, fatturati e prezzi medi: sono questi i tre parametri che raccontano i trend dell'export enoico, e che delineano un panorama decisamente complesso. Se il leader indiscusso in termini quantitativi è la Spagna, con 22,6 milioni di ettolitri di vino, che stacca Italia (20,4 milioni di ettolitri) e Francia (14,4 milioni di ettolitri), è sul prezzo medio che si gioca la battaglia più dura ed importante. Una battaglia che la Francia continua a vincere, spuntando un prezzo di 5,37 euro al litro, seguita, a sorpresa, dalla Nuova Zelanda, cui viene riconosciuto un prezzo di 4,36 euro al litro. L'Italia è ancora indietro, a 2,50 euro al litro, ad un soffio da Germania e Portogallo, ma la vera sconfitta è la Spagna, che supera a stento l'euro al litro (1,1 per la precisione) e per lo sfuso si accontenta, in media, di 0,40 euro al litro ...

Cronaca

La Xylella irrompe in Europa

La Xylella diventa una questione spinosa per tutta l'Europa: da una parte, la Francia blocca l'import dei vegetali pugliesi, con la "benedizione" della Commissione Ue per la salute e la sicurezza, mentre l'Italia chiede tutele proprio all'Europa. In Puglia, intanto, uno dei produttori simbolo del Salento, Francesco Montagna, denuncia, con un manifesto funebre per annunciare la morte dell'olivicoltura, l'inerzia delle istituzioni e della politica di fronte ad un problema noto fin dall'estate 2013.



Primo Piano

Se il vino sfugge al "paradosso della scelta"

Cosa si cela dietro ad una decisione è da decenni argomento di studio e dibattito tra gli psicologi di tutto il mondo e, tra le tante teorie che hanno provato a spiegare le dinamiche che portano all'acquisto di un bene, c'è quella dello psicologo Usa Barry Schwartz descritta in "The Paradox of Choice", pubblicato nel 2004, su come la libertà di scelta di cui gode il consumatore americano di oggi, in realtà, non sia un'opportunità, ma una sorta di condanna, alla perenne ricerca di una felicità impossibile da soddisfare. Lo studio, che ancora oggi divide il mondo della psicologica, è diventato una pietra miliare dell'analisi dei consumi, e "Wine Economics", grazie alla collaborazione di Douglas Zucker, proprietario della catena di enoteche "Stew Leonard's Wines", ha pensato bene di "calarlo", per la prima volta, sul mondo del vino. La ricerca, divisa in tre parti, ha coinvolto inizialmente 4.000 wine lover, ridotti poi ad un campione rappresentativo di 100 consumatori ed il risultato è ben diverso da quanto ci si aspettasse. Se l'eccesso di scelta, in inglese "Choice Overload", è un fenomeno analizzato da 40 anni in decine di ambiti di consumo, quasi sempre con risultati che ne confermano la validità, non sembra essere un ostacolo nell'acquisto di vino. L'importanza dello studio del "Wine Economics", così, è ancora maggiore, perché racconta, su basi solide, l'unicità di un settore in cui la grande varietà di scelta non è un problema (come sostengono il 70% degli intervistati), ed il livello di soddisfazione dopo l'acquisto è quasi sempre altissimo, ed è questo l'aspetto più importante, perché è proprio l'alto livello di soddisfazione ad annullare gli effetti della "Choice Overload". La tesi di partenza era ben diversa, e poggiava sulla convinzione che una bottiglia di vino fosse un bene paragonabile più ad una merce dall'alto valore intrinseco (come un elettrodomestico), che ad un bene di consumo quotidiano, ed invece la sua peculiarità sta proprio in questo: pur essendo un bene dall'alto valore intrinseco, non delude mai, ed il wine lover Usa, nella stragrande maggioranza dei casi, sa già cosa vuole comprare ed è da quella bottiglia che riceve un alto livello di soddisfazione.

Focus

L'export italiano ringrazia l'Europa

L'export italiano di vino ha chiuso il 2014 in leggera crescita, decisamente sotto le aspettative, ma comunque in territorio positivo, a 5,1 miliardi di euro (con una crescita dell'1,4% sul 2013) per 20,2 milioni di ettolitri (+0,8%). Merito soprattutto delle bollicine, che toccano il nuovo record storico, a quota 840 milioni di euro, mentre se l'imbottigliato rimane stabile, è lo sfuso a pagare, con un calo in valore del 17%, dovuto all'exploit della Spagna, come racconta l'Uiv - Unione Italiana Vini. Quello che cambia, però, è la composizione del panorama dei nostri partner commerciali, che si fa un po' più complessa, ma dalla quale emerge un dato su tutti: l'Europa è ancora la macroarea di riferimento per il vino italiano. Per quote, la metà del valore generato dal nostro export si fa in Unione Europea, anche se il peso è diminuito negli ultimi 15 anni: -5%, quota passata interamente all'extra Ue, che nel frattempo è arrivata all'11% del totale. Gli altri aggregati, invece, vedono il Nord America (Usa e Canada) stabile, attorno al 30%, e l'Asia ferma al 6-7%, di cui solo il 2% relativo a Cina e Hong Kong che, dal 2000, hanno guadagnato solo 2 punti, restando marginali sull'andamento delle nostre esportazioni.



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

VERDICCHIO
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!



Wine & Food

Da Milano alla Franciacorta, nel terroir della bollicina dell'Expo

All'Expo si brinda con il Franciacorta, ma dall'Esposizione i visitatori di tutto il mondo possono anche andare a vedere di persona il terroir dove nasce: ecco le "Travel experiences" di Made in Uvet, brand incoming del Gruppo Uvet per il Consorzio Franciacorta, per visitare vigneti e cantine in Franciacorta, tra degustazioni, lezioni di cucina e le bellezze del territorio. "Un'opportunità da sfruttare - dice Maurizio Zanella, presidente del Consorzio - per far scoprire ai visitatori le nostre cantine, che sono veri e propri musei di arte, musica e artigianato, a un'ora da Milano ...".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La politica agricola del Belpaese vive un momento importante, tra il Testo Unico del Vino e l'Expo di Milano, e l'agenda si infittisce con l'emergenza legata alla Xylella e le polemiche

sull'Imu agricola. A WineNews, una voce critica, quella del senatore Dario Stefano, per anni coordinatore degli assessori regionali all'Agricoltura.

