



La Prima di WineNews.it



n. 1655 - ore 17:00 - Martedì 23 Giugno 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



Il n. 1 degli sparkling wine

Moët & Chandon (n. 19 della classifica assoluta), poi Veuve Cliquot (32), Freixenet (61), Dom Perignon (69), Mumm (86), Martini Sparkling Wine (89), Nicolas Feuillatte (97) e Taittinger (100): ecco le migliori griffe assolute degli sparkling wine del mondo, secondo la "The world's most powerful spirits & wine brands 2015" di "Intangible Business". Dove si nota che se il focus si sposta sul settore degli sparkling wine (8 i marchi complessivi nella top 100 del beverage mondiale), emerge ancora una volta il dominio della Francia, grazie allo Champagne, con 6 marchi, su Spagna (Freixenet) e Italia (Martini, unico alfiere assoluto per il vino tricolore, di proprietà del gruppo Bacardi Martini).



Rivoluzione al ristorante?

"I clienti dei ristoranti non vogliono solo bere e mangiare, ma vogliono anche godersela. In questo caso, i cocktail e le birre artigianali sono più adatte a loro rispetto al vino". A segnalare quello che per l'industria enoica è un piccolo allarme, dice l'Italian Wine & Food Institute, è Sandy Block, vicepresidente di "Legal Seafood" (di cui cura anche la lista dei vini), un gruppo di ristoranti con 36 location negli Stati Uniti. I numeri? Nel 2014 il vino venduto nei ristoranti Usa ha rappresentato il 19% del volume ed il 44% del valore al consumo, sul 23% in volume ed il 51% in valore del 2007. "A volte - dice Block - dire che il vino è il miglior abbinamento di un piatto, non corrisponde a quanto pensano i clienti. Ristoranti e bar sono una passerella: le persone vogliono essere notate mentre bevono qualcosa di trendy" ...

Cronaca

Padiglione Vino, la scienza

La scienza e la ricerca scientifica protagoniste del terzo "viaggio" alla scoperta del mondo di Bacco a "Vino - A Taste of Italy", il Padiglione Vino di Expo 2015. Appuntamento il 27 giugno, con i massimi esperti italiani in materia, per un confronto sulle ultime frontiere della viticoltura e dell'enologia, parlando di genetica, vitigni e incroci resistenti alle malattie, di viticoltura di precisione, convenzionale e "bio", e di come rispondere meglio alle nuove esigenze dei consumatori moderni e al mutamento climatico.



Primo Piano

Export Italia, come cresce il prezzo medio

Un processo di graduale riqualificazione sta accompagnando l'export di vini italiani nel mondo. Lo raccontano le statistiche, che indicano una costante crescita del prezzo medio dei vini italiani per il mondo. Tra i protagonisti di questo upgrade, analizzato dall'Uiv - Unione Italiana Vini (www.uiv.it), i vini a indicazione geografica (Doc, Docg e Igt), che costituiscono il grosso delle esportazioni di vini fermi in bottiglia. Per i vini Dop, il cui export dal 2010 al 2014 è cresciuto da 1,5 a 1,8 miliardi di euro, il miglioramento del posizionamento è costante: se nel 2010 il 30% dei vini esportati era nella fascia sotto i 3 euro al litro (450 milioni di euro), 4 anni dopo questa fascia è andata asciugandosi, fino a diventare assolutamente marginale (3%). A crescere sono state soprattutto quella tra 3 e 5 euro, passata da 752 milioni del 2010 al miliardo del 2014, per una quota del 60%. Ancora meglio la fascia immediatamente superiore (5-7 euro), che ha raddoppiato il proprio peso (dal 17% al 33%), quasi triplicando i fatturati: da 255 a 610 milioni di euro. In crescita anche le fasce top, soprattutto quella sopra i 9 euro al litro, arrivata al 4% di quota, complice il lento posizionamento dei vini italiani su mercati più remunerativi. Tendenzialmente simile nelle dinamiche la situazione dei vini Igp: qui però, al contrario dei vini Dop, la crescita nel 2014 non si è arrestata, ma anzi si è arrivati al record del miliardo e 300 milioni di euro, contro i 979 del 2010. La fascia basic (sotto i 2 euro al litro), pur restando stabile sopra i 200 milioni, ha perso di peso: dal 26% al 17%. Un peso guadagnato a cavallo del 2012 dai vini prezzati tra 2 e 3 euro, al record di 442 milioni nel 2012, ma poi ridiscesi nel 2014 a 363, per pesi percentuali sbalzati dal picco del 38% al 28%. La crescita, quindi, sta tutta nella fascia superiore, quella tra 3 e 4 euro al litro: 200 milioni in due anni, per una quota sul totale passata dal 20% al 32%. In crescita, anche se meno tumultuosa, le fasce al vertice: la 4-5 euro è al 13%, con un guadagno, nel quadriennio, di 40 di milioni di euro, mentre quella top, sopra i 5 euro, guadagna, nello stesso periodo, 30 milioni, per un peso percentuale rimasto stabile, attorno all'11%.

Focus

I top brand del vino mondiale

Il cileno Concha y Toro (n. 18) e gli statunitensi Barefoot Wine (23) e Gallo 28: ecco i primi tre marchi top del vino mondiale (relativamente ai soli vini fermi) secondo la "The world's most powerful spirits & wine brands 2015", la classifica dei primi 100 marchi del beverage mondiale, redatta dallo studio specializzato "Intangible Business" (edizione n. 10), realizzata tenendo conto, in primis, di parametri come la quota di mercato, la crescita, il posizionamento di prezzo e il numero di mercati in cui il brand è presente (www.drinkspowerbrands.com). Una classifica dominata, ovviamente, dagli spirits (ai primi posti Johnnie Walker, Smirnoff Vodka e Bacardi), ma dove il vino cresce leggermente sulle edizioni passate, e dove l'Italia enoica, duole sottolinearlo, è praticamente assente. Tra i brand di vini fermi in classifica vengono ancora Robert Mondavi (30), Yellowtail (43), Sutter Home (44), Hardys (46), Lindemans (52), Beringer (60), Jacobs Creek (68), Blossom Hill (79), Kendall Jackson (87) Black Box Wines (91) e Wolf Blass (93), in una partita che, a parte il caso cileno Concha y Toro, si gioca tutta sull'asse Stati Uniti - Australia, con ben 8 brand su 14 made in Usa.



Cronaca

Padiglione Vino, la scienza

La scienza e la ricerca scientifica protagoniste del terzo "viaggio" alla scoperta del mondo di Bacco a "Vino - A Taste of Italy", il Padiglione Vino di Expo 2015. Appuntamento il 27 giugno, con i massimi esperti italiani in materia, per un confronto sulle ultime frontiere della viticoltura e dell'enologia, parlando di genetica, vitigni e incroci resistenti alle malattie, di viticoltura di precisione, convenzionale e "bio", e di come rispondere meglio alle nuove esigenze dei consumatori moderni e al mutamento climatico.



Wine & Food

Illinois University: Dna lieviti modificato, vino "migliorato" ...

Alterando il Dna dei lieviti per la produzione di vino, potrebbe essere possibile non solo rendere più difficile l'ubriacatura, potendosi così concedere qualche bicchiere in più, ma anche migliorare le proprietà nutritive del vino stesso. È la tesi di uno studio della Illinois University of Champaign, coordinato dal professor Yong-Su Jin. Sarebbe possibile grazie alla tecnica del "coltello genoma": con un enzima si "tagliano" più copie del Dna del lievito e si riprogramma il genoma per migliorare il valore nutritivo della bevanda, aumentando, per esempio, fino a 10 volte la quantità di resveratrolo ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"2050: il cibo che vogliamo" indagato da Coop, ad Expo con l'economista Giacomo Vaciago, il teologo Vito Mancuso, Vilma Scarpino di Doxa, Mike Watsing di Nielsen e Albino

Russo di Coop. Riflessioni su un bene privato prodotto con risorse comuni, il cui futuro preoccupa i cittadini che, tuttavia, avranno sempre più voce in capitolo ...

