



La News



“Calici di Stelle” ad Expo

Con i vini di Calabria, Lombardia e Molise (4 agosto); con le etichette in arrivo da Abruzzo, Campania e Lazio (5 agosto); con i vigneroni ed i loro vini di Puglia e Umbria (6 agosto); con i vini made in Emilia Romagna e Sicilia (7 agosto); con le etichette di Basilicata, Friuli Venezia Giulia e Piemonte (8 agosto); con i produttori ed i vini di Marche, Sardegna e Trentino Alto Adige (9 agosto); gran finale con Liguria, Toscana e Valle d'Aosta (10 agosto). Ecco la settimana di “Calici di Stelle” all'Expo 2015 a Milano, da domani alla notte di San Lorenzo, sotto il cielo stellato di “Vino - A Taste of Italy”, il padiglione vino, grazie alla partnership tra il Movimento Turismo del Vino e Vinitaly-Veronafiere.



SMS Italia, ristorante “culturale”

Degustazione “dell'infinita offerta di archivi e biblioteche” per cominciare, arte e siti archeologici per continuare, e “per i palati più raffinati beni storici e antropologici, e specialità come cinema, spettacoli dal vivo e circensi, e per finire la dolcezza del patrimonio paesaggistico. Italia, il cibo per la mente è in tavola”. Usa il linguaggio di una delle eccellenze del Belpaese, la ristorazione, lo spot dei Beni Culturali “Cultura, cibo per la mente” (<https://goo.gl/QGI8Vf>), per promuovere la ricchezza unica dell'Italia. A recitarlo Giancarlo Giannini, a Palazzo Farnese a Caprarola. Chissà che, insieme al recente “Food Act”, non sia un altro piccolo passo verso il tante volte annunciato “fare sistema” tra patrimonio enogastronomico, storico, artistico e paesaggistico dell'Italia, che molti invocano da tempo.

Cronaca

Si vendemmia in Franciacorta

Da oggi si vendemmia in Franciacorta, uno dei territori top per gli spumanti italiani. Dopo l'annuncio della griffe Castello Bonomi, arriva anche la voce ufficiale del Consorzio del Franciacorta: condizioni ottime, i primi vigneti ad essere pronti sono quelli “a Sud del Monte Orfano”. L'attesa è per una raccolta decisamente più abbondante delle ultime tre. Intanto, confortano i dati di mercato: +10,6% in Italia e +8,4% all'export (Giappone n. 1) nei primi 6 mesi 2015 sul 2014 (www.franciacorta.net).



Primo Piano

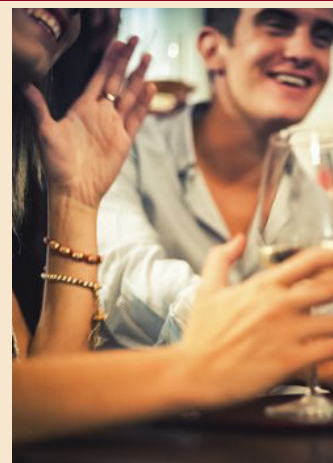
Millennials e social media in Usa visti da Sopexa

Non si vergognano di sapere poco del vino, ma ne sono curiosi, aperti a sperimentare, e per informarsi si affidano soprattutto ad internet, e ai social media in particolare, fidandosi delle opinioni dei loro coetanei che ne sanno di più, magari giovani sommelier, e si influenzano a vicenda. Ecco i “Millennials”, la generazione che cambierà e guiderà il mercato Usa, il n. 1 al mondo per il vino, di cui si parla da tempo, ed ora analizzata in profondità da Sopexa Usa, divisione americana dell'agenzia francese che si occupa di promozione del wine & food (non solo di Francia) in tutto il mondo. Una generazione che, complessivamente, ha una capacità di spesa di 200 miliardi di dollari all'anno, “e che è molto interessante perché i Millennials, che ora sono la più grande categoria di wine drinkers in Usa - spiega, a WineNews, Pauline Oudin, managing director di Sopexa Usa - non hanno trovato ancora i loro vini di riferimento, uno stile, ma sono aperti a sperimentare. Ed è anche per questo che per ingaggiarli i social media sono così importanti”. Un grande ruolo in tutto questo, ovviamente, lo hanno gli “influencer” che però, per i Millennials, non sono i “vecchi saggi” del vino, i critici già affermati e sulla scena da anni, ma persone della loro cerchia, della loro età. “L'influencer può essere un amico che ne sa di più, un sommelier che hanno incontrato e che seguono sui social. E un'altra cosa interessante è che i Millennials-sommelier si influenzano di più tra loro, in rete, che attraverso le riviste che leggono. Per questo abbiamo pensato a nuovi approcci, come “Young Sommelier Lunches”, chiedendo a giovani sommelier con una forte influenza sui social di invitare altri giovani colleghi, a trovarsi insieme per un pranzo e a portare un vino di un certo territorio, condividendo discussioni e pareri. Così si creano molti contenuti che poi vengono utilizzati in diversi modi, dalla creazione di interesse e curiosità per il brand o il territorio fino, ovviamente, all'orientamento all'acquisto”. Un approccio che può piacere o meno, quello dei social, ma che è importante seguire, perché è una realtà, e importante: “puoi solo decidere se fare parte o meno della conversazione, e se tentare di guidarla o subirla”.

Focus

Gli States, il mercato più ... “attraente”

Sono ancora gli Stati Uniti il mercato più attraente al mondo sia per il commercio enoico che per gli investimenti sul vino in generale, mentre il Giappone sale fino alla posizione n. 3, la Gran Bretagna torna nella top 5 e la Cina scende alla n. 6: a dirlo è il “The Wine Intelligence Compass Report 2015-16”, che ha messo in fila i mercati mondiali per grado di attrattività, in base ad una combinazione di criteri economici ed enoici. Nonostante la struttura distributiva contorta e frammentaria, gli Usa rimangono la scommessa vincente, grazie ad un'economia in espansione e ad un cambio di abitudini dei consumatori, sempre più spostati verso il vino. Dietro gli Stati Uniti, la Germania rimane il secondo mercato, grazie a consumi enoici particolarmente solidi e ad ottime performance economiche compressive. Rientrano in top 5, come detto, il Giappone (n. 3) ed il Regno Unito (n. 4), che hanno beneficiato della ripresa economica degli ultimi 2 anni e, nel caso del Giappone, anche di un andamento più sostenuto nella crescita dei consumi di vino. La Cina, invece, scivola alla posizione n. 6, a causa del significativo raffreddamento del mercato del vino importato negli ultimi due anni.



Cronaca

Wine & Food

Spi Group (già in Ornellaia) compra la spagnola Arinzano

Dagli spirits al vino: Spi Group, gigante lussemburghese fondato dal russo Yuri Shefler, e celebre per marchi di vodka come Stolichnaya o Moskovskaya investe ancora nel mondo di Bacco, con l'acquisto della tenuta spagnola Arinzano, realtà del XI secolo, 355 ettari ai piedi dei Pirenei, che farà parte della nuova divisione dedicata al vino di lusso, la Hew Holding Bv. Che già vede partecipazioni in nomi top del vino mondiale, come la griffe argentina Achaval Ferrer, o le toscane Tenuta dell'Ornellaia a Bolgheri e Castlegiocondo e Luce della Vite a Montalcino, in joint-venture con Frescobaldi e Mondavi.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Expo è al giro di boa, ed una delle attrazioni di maggior successo è il Padiglione Zero, la porta d'ingresso dell'Esposizione, un viaggio nella “memoria alimentare” dell'uomo,

ideato da Davide Rampello. Dall'enorme biblioteca di cassette alimentari agli schermi che trasmettono i dati sui consumi di alimenti nel mondo ...

