



La News



Un nuovo "tempio" del vino

Tra i ristoranti d'Italia, c'è chi cerca di ridurre la cantina, chi di far girare di più la carta dei vini, e chi investe per dare una nuova casa al proprio tesoro enoico. Come la Ciaù del Tornavento, a Treiso, nel cuore delle langhe, ristorante stellato di Maurilio Garola (foto) che custodisce una collezione di 60.000 bottiglie da tutto il mondo, con perle come Château d'Yquem 1967, Barolo Riserva Borgnoglio 1967, Mouton Rothschild 1979, Gaja Barbaresco 1974, Cristal Louis Roederer 1983, una verticale di magnum di Sassicaia dal 1996 al 2010, e tanto altro, con tutti i top d'Italia e di Langa in particolare, che a settembre inaugurerà il nuovo "tempio" enoico per questi tesori.



Basta morti nei campi

È semplicemente inaccettabile che, nel 2015, si possa morire ancora di lavoro nei campi. Ovunque, per una questione di dignità umana, e tanto più in un Paese avanzato e che fa dell'agricoltura un vanto, come l'Italia. Eppure, come riportano le cronache degli ultimi giorni, continua a succedere, soprattutto dove parte del lavoro è gestito ancora in modo irregolare e criminale, dal caporalato in agricoltura. "Che va combattuto come la mafia, e con la massima mobilitazione di tutti: istituzioni, imprese, associazioni e organizzazioni sindacali. Chi conosce situazioni irregolari deve denunciarle senza esitazione", ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina. Bene, purché si passi ai fatti. Oltre che commuoversi, come dice Don Ciotti, bisogna muoversi.

Cronaca

Android per ghiotti

L'informatica prende ancora spunto dall'enogastronomia per dare un nome ad un nuovo sistema operativo. E se il nuovo sistema Apple (10.9) è tutto da bere, con il nome in codice "Cabernet", per Google, il prossimo Android sarà il 6.0 e si chiamerà "Marshmallow", proprio come i dolcetti bianchi e gommosi made in Usa. Prosegue così la tradizione che vuole che ogni release di Android abbia un nome in codice tratto da un ghiottoneria dolce, dopo "Cupcake", "Donut", "Jelly Bean", "KitKat" e "Lollipop".



Primo Piano

Prosecco: in Uk è leader assoluto tra gli spumanti

Il Prosecco continua a correre a velocità altissima nel Regno Unito: nelle ultime 52 settimane monitorate da Iri nel canale off-trade, fatto di supermercati, convenience store ed enoteche (dato aggiornato al 18 luglio 2015), le più celebri bollicine Italiane hanno visto una crescita del 72% in valore, arrivando al record di 338 milioni di sterline, e del 78% in volume, per 37,3 milioni di litri. Molto meglio, in termini assoluti, dello Champagne: le bollicine francesi sono cresciute dell'1,2% in valore, a 250 milioni di sterline, e i volumi sono diminuiti, sebbene solo del -0,4%, a 9,8 milioni di litri. Evidente che il prezzo medio dello Champagne sia ancora nettamente più alto di quello del Prosecco, ma i numeri dicono di un successo made in Italy che, da moda degli ultimi anni, è diventato ormai un fenomeno più che consolidato, in uno dei mercati più importanti del mondo. Come dimostra anche il fatto che molti parlino del primo storico sorpasso del Prosecco sullo Champagne nel Regno Unito: in realtà si tratta di un corposo allargamento della forbice visto che, nel 2014, sempre secondo Iri, il Prosecco, con 21 milioni di litri venduti, aveva fruttato 182 milioni di sterline, contro i 141 milioni di sterline realizzati dallo Champagne (anche se con soli 6,5 milioni di litri). "Il mercato Uk è diventato il primo mercato in termini di crescita sia per il Prosecco Docg che per la Doc. E ora si sta livellando verso la fascia di prezzo medio-alta - commenta a WineNews Domenico Scimone, ad della storica griffe Carpenè Malvolti - e quindi è sempre più importante. Sappiamo che gli inglesi hanno sempre apprezzato le bollicine francesi, e anche quelle spagnole, ma negli ultimi 3 anni in particolare hanno fatto registrare un netto cambiamento rivolgendosi all'Italia e al Prosecco, con risultati a dir poco esaltanti. È un mercato già consolidato, ma anche di grande prospettiva". Decisamente male, invece, il Cava spagnolo, a -11% in valore, per 18,5 milioni di sterline, e -16,5% in volume, a 2 milioni di litri. In un mercato che, nel complesso, nelle 52 settimane monitorate da Iri, ha visto gli sparkling wine crescere del 28,6% in valore, a 585 milioni di sterline, e del 28% in quantità, a 68 milioni di litri.

Focus

I "Paperoni" del vino di Francia

Il settore enoico garantisce un ottimo livello di redditività, e l'ennesima dimostrazione arriva dalla Francia dove, tra i "Paperoni" del Paese, sono in molti ad avere interessi nel vino. A partire dal più ricco imprenditore d'Oltralpe, il patron di Lvmh Bernard Arnault (Hennessy, Moët et Chandon, Château d'Yquem, Dom Perignon e Cheval Blanc, e che secondo rumors insistenti sta guardando con interesse a tenute nelle grandi denominazioni del Belpaese, ndr) che, secondo la top 500 dei più ricchi di Francia del magazine "Challenges", vanta 34,6 miliardi di euro. Dietro, al n. 5, con 17,5 miliardi, c'è Serge Dassault, proprietario di Château Dassault. Seguono i fratelli Wertheimer, proprietari di Chanel, ma anche di Château Rauzan Ségla e Château Canon che, con 16,6 miliardi di euro, si piazzano alla posizione n. 7. Alla n. 8, con un patrimonio di 12,7 miliardi di euro, François-Henri Pinault, proprietario della casa d'aste Christie's, ma anche di Château Latour, Araujo (Napa Valley) e altre aziende. E ancora, Philippe Sereys de Rothschild, Frederic Rouzaud (Louis Roederer), Corinne Mentzelopoulos (Château Margaux) e Henry-Frederic Roch (Romanée Conti).



Cronaca

Wine & Food

Heineken sponsor del Museo Van Gogh di Amsterdam

Dopo Dom Pérignon, che aveva firmato un protocollo d'intesa con la Fondazione dei Musei Civici veneziani per restaurare due sale espositive di Ca' Pesaro, sede della Galleria Internazionale d'Arte Moderna, ora è un altro colosso del beverage ad annunciare un sostegno economico ad un museo. Heineken, azienda olandese che produce una delle birre più famose in Europa, ha trovato un accordo di sponsorizzazione di tre anni, con il Museo Van Gogh, altra icona della cultura dei Paesi Bassi che riguarderà anche la promozione del marchio Heineken sui prodotti e attività del Museo di Amsterdam.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il mercato del vino di Israele, nel cuore del Medio Oriente, è tra i più complessi del mondo. Il consumo medio non supera i 6 litri pro capite annui, l'import è ancora basso (30%),

e la vera sfida per il futuro è sulle spalle dei piccoli produttori. Alla scoperta del panorama enoico israeliano, dove la viticoltura rinasce a distanza di millenni.

