



La Prima di WineNews.it

100% **ARTIGIANATE**
NONINO
Distillatori in Friuli dal 1897



n. 1771 - ore 17:00 - Mercoledì 2 Dicembre 2015 - Tiratura: 31016 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Millenials Usa e vino italiano

Il consumatore medio americano è sempre più vecchio, come raccontano i dati Nielsen presentati da Danny Brager, responsabile Beverage Alcohol Practice, a wine2wine, e lo dimostra il fatto che, in media, ogni salto generazionale porta con sé una diminuzione dei consumi di birra proprio in favore del vino (dell'8-9%). C'è ancora molto da fare per conquistare i Millennials, che valgono già il 21% dei consumi enoici, ma la buona notizia è che tra i giovani wine lover il vino italiano è quello che vanta la maggior penetrazione e la maggiore qualità percepita, in un pubblico che fa della curiosità la propria cifra, con il 37% di loro che ha assaggiato, nel 2014, più di 10 etichette.



Mercato Uk. Nudo e crudo

Italia seconda, dopo l'Australia, nel mercato Uk, ma solo grazie a Prosecco, Pinot Grigio e vino rossi di basso costo, perchè il resto è poco. In un panorama dove l'85% del vino si vende nei grandi supermercati, ad un prezzo medio di 5,25 sterline, che vuol dire una partenza, dalla cantina, di 60-70 centesimi. E dove cresce il peso di discount e retailer indipendenti, dell'on-line, che vale l'11% del valore, ma anche del private label. Eppure un mercato con grandi prospettive di crescita, a patto di poter investire per far crescere la cultura del vino, missione molto più complicata che in Usa, perchè Oltremarica, a differenza degli States, punteggi come quelli di "The Wine Advocate" o "Wine Spectator" non valgono più di tanto. Così, a WineNews, uno dei massimi esperti del mercato Uk, Robert Joseph (Wine Business International).

Cronaca

Uiv: "allarme Ocm vino"

Se non ci si muove da subito, c'è il rischio concreto che il vino, dal 2020, non abbia più un capitolo specifico e riservato nell'Ocm, come accaduto fino ad oggi, perchè è una specificità che, di fatto, interessa a pochi Stati (Italia, Francia, Spagna, Portogallo e Germania), e che venga trattato alla stregua di tutti gli altri prodotti agroalimentari, "e sarebbe una batosta incredibile per il settore e non solo". A dirlo, a WineNews, il presidente di Unione Italiana Vini Domenico Zonin, che lancia l'allarme.



Primo Piano

Viticultura del futuro, tante le cose da cambiare

Nel futuro del vino e della viticoltura ci sono molti parametri da rimettere in discussione, in primis mettere la tutela dell'equilibrio ambientale in testa alle priorità, prima delle esigenze economiche e produttive. Così, in estrema sintesi, il Master of Wine Pedro Ballesteros Torres, ne "Il futuro della viticoltura e della vinificazione", di wine2wine 2015, il forum sul business del vino by Vinalty, Unione Italiana Vini - Uiv e Federvini. Una tematica e una riflessione non nuovissima, ma su cui Ballesteros entra a gamba tesa: "la soluzione ai cambiamenti climatici nei vigneti del mondo non passa dallo spostamento delle viti più a nord o più in alto. Non ha senso. Bisogna comprendere che la viticoltura di oggi non è più compatibile con l'ambiente. Non è più tempo di pensare alla quantità del prodotto ma alla qualità dell'ambiente. Bisogna diminuire gli insetticidi e i pesticidi, pensare ad un nuovo modello in cui il produttore non sia soltanto una entità economica rincorsa dai suoi debiti, ma diventi un attore del rapporto uomo-natura. La viticoltura intensiva, specialmente dove l'acqua scarseggia, non possiamo più permettercela. Non possiamo usare un bene come l'acqua, fondamentale e in pericolosa diminuzione, per produrre vino". Parole nette, quelle di Torres, che affronta un altro punto fondamentale per il futuro, la propagazione di malattie della vite come il mal dell'Esca e tutte quelle che attaccano il legno. "Si tratta di un flagello più grave della fillossera. E se non mancano progetti a livello europeo per fronteggiare questa criticità, mancano quelli a livello mondiale, però". Il terzo punto da considerare attentamente è quello delle nuove generazioni dei consumatori di vino con i loro nuovi modelli e i loro nuovi stili. E per Torres "sarà necessario, prima o poi, abbandonare i vini fatti in legno". In questo senso, come quarto punto Torres suggerisce che "le denominazioni continueranno ad essere importanti, ma come semplice indicazione di origine. Il resto è un "bla bla" che non ha nulla a che fare con la qualità di un vino. La qualità deve invece essere garantita da accordi e patti concreti fra produttori, da comunicare in modo trasparente ai consumatori".

Focus

Ocm & promozione, si può migliorare

Regole più omogenee e meno farraginose con i competitor Ue sulla promozione, soprattutto Spagna, Francia e Portogallo, perchè l'Italia del vino sia davvero più competitiva nel mondo. "Perchè va bene come dice il Ministro Martina, aver speso il 99% delle risorse Ocm, ma poi va valutata anche la qualità della spesa, e su questo c'è da migliorare, perchè spendere in maniera inefficace soldi pubblici e privati (al 50%) vuol dire sprecare risorse o rendere vani gli sforzi". A chiederlo, da wine2wine, sono Sandro Boscaini, presidente di Federvini, e Silvana Ballotta, alla guida di Business Strategies. Nondimeno, il settore funziona, cresce, ed è la punta di diamante di un'agricoltura che tira l'economia - ha aggiunto il presidente della Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati, Luca Sani - e per il quale sono in arrivo oltre 1 miliardo di euro, attraverso la Legge di Stabilità, tra risorse dirette e defiscalizzazione, e anche 120 milioni in più sulla promozione dal piano per il made in Italy del vice ministro allo Sviluppo Economico, Carlo Calenda. Oltre al Testo Unico, che sarà in Commissione la prossima settimana, e alla proposta per rendere il vino patrimonio nazionale".

