

La News



Un brindisi a gravità zero

Tra i tanti progetti del visionario magnate inglese Charles Branson, a capo del brand Virgin, il più incredibile è quello della Virgin Galactic, una compagnia creata per offrire voli spaziali suborbitali per il mercato commerciale: 500 posti all'anno, al costo di 200.000 dollari ciascuno. Con tutti i comfort della terraferma, progettati dal designer francese Octave de Gaulle, cui è dedicata la mostra "Octave De Gaulle, Civiliser L'espace", a Bordeaux, tra cui spicca una bottiglia di vino dalla forma circolare, con cui portare il vino alla bocca attraverso un utensile che ricorda la bacchetta di un maestro d'orchestra anche in assenza di gravità, cosa impossibile con una normale bottiglia di vino.

Primo Piano

X Generation e Millennials negli Usa del 2025

Il 2015 è stato l'anno dei Millennials, ma il mondo viaggia in fretta, e Wine Intelligence, con il suo ultimo report, "Future Wine Consumers in the Us Market", realizzato per ProWein, si interroga già su quello che sarà il panorama del 2025, perché "la popolazione dei wine drinkers Usa - come spiega il Coo di Wine Intelligence, Richard Halstead - sta cambiando radicalmente. Di fronte, abbiamo il più grande mercato del vino al mondo, sia in termini di valori che di volumi, con 91 milioni di wine drinkers regolari. Ma saranno sempre di più, perché al crescere della popolazione complessiva, cresce anche la penetrazione del vino tra le abitudini di consumo: se oggi - continua Halstead - i wine lover veri e propri sono il 40% degli americani, nel 2020 saranno il 42%, e nel 2025 il 44%, ossia 110 milioni di persone". Con i Millennials e la Next Generation, quella degli under 21 (che ancora non sono sul mercato del vino), che peseranno, insieme, per il 50% (21% Next Generation, 17% Young Millennials e 12% Old Millennials). Sono loro i leader di domani, ed è importante conoscerli, anche se sono ancora tra i banchi di scuola e non hanno un'indipendenza economica, perché il 57% di loro si dice molto interessato al mondo del vino, un dato enorme per chi, del vino, non sa neanche il sapore. Ma per capire meglio come evolverà il mercato Usa, bisogna affidarsi ai numeri, o meglio alle previsioni elaborate da Wine Intelligence. Oggi il segmento più importante è quello degli Old Millennials, che bevono 37 litri di vino l'anno, spendendo ben 527 dollari, seguito dalla X Generation, con 29,1 litri e 367 dollari, e gli Young Millennials, a 27 litri e 351 dollari, quindi i Boomers (24,4 litri e 250 dollari) ed i Silents (25,2 litri e 216 dollari). E nel 2025? Iromperà la Next Generation, che conterà su 22,7 milioni di wine drinkers, che spenderanno una media di 434 dollari l'anno per bere 27,7 milioni di litri, a ridosso degli Young Millennials (463 dollari e 30 litri) e degli Old Millennials (519 dollari e 33,1 litri), e meglio della X Generations (381 dollari e 27,5 litri) e dei Boomers (277 dollari e 24,6 litri), in un mercato che varrà 43,3 miliardi di dollari e muoverà 3,1 miliardi di litri di vino.

Focus

"Buoni & Giusti" secondo Coop

La tutela della legalità nell'agroalimentare non passa solo dai controlli della Pubblica Amministrazione, ma anche dall'impegno concreto dei privati. Come quello di Coop Italia, leader della gdo del Belpaese (oltre 12 miliardi di fatturato, il 70% dal wine & food). Che oggi, alle Politiche Agricole, ha lanciato "Buoni & Giusti", "up grade", di un percorso storico per Coop, che estenderà a tutti i suoi 832 fornitori di ortofrutta (per 70.000 aziende agricole) il suo "Codice etico", e anche i controlli su legalità e rispetto dei lavoratori (orari, stipendi, sicurezza), già applicati da anni agli 80 fornitori e 7.200 aziende agricole che danno vita ai prodotti a marchio Coop. Pena l'esclusione dal circuito. E invitando le aziende ad iscriversi alla "Rete del Lavoro Agricolo di Qualità" lanciata dal Ministero. Investimento che "premiando pagando produttori e fornitori più dei prezzi minimi di mercato - ha detto il presidente Marco Pedroni - anche per evitare che la cattiva impresa, che fa concorrenza sleale sfruttando chi lavora, sostituisca quella buona". "Coop, è un modello, la sfida della legalità è un investimento in competitività - ha detto il Ministro Martina - noi, intanto, dobbiamo approvare presto la legge contro il caporalato".



SMS Le sfide raccolte da Vinality

Vinality accetta la sfida, e pare avere tutta l'intenzione di vincerla. La prima è quella dei mercati, da conquistare con i buyer in arrivo a Verona (dal 10 al 13 aprile) da 140 Paesi diversi, per un investimento complessivo nell'incoming di 8 milioni di euro. E se la Fiera sarà un momento di business, è nel cuore di Verona, con Vinality & the City che, dall'8 all'11 aprile, i wine lover potranno immergersi nella cultura di Baccho con degustazioni, appuntamenti culturali e musica dal vivo nei luoghi più suggestivi, unendo cibo, vino, cultura e musica. In quello che si presenta come il Vinality più mediatico, grazie alla presenza delle più alte cariche dello Stato, il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella ed il Premier Matteo Renzi, e più "digitale" di sempre, con Alibaba, eBay, Amzon, Facebook, Twitter e Google.

Cronaca

30 anni fa lo scandalo metanolo

Il vino ha chiuso il 2015 con il record storico nelle esportazioni, che hanno raggiunto il valore di 5,4 miliardi di euro, con un aumento del 575% su 30 anni fa, quando raggiunsero appena gli 800 milioni di euro, in un panorama, come ricorda Coldiretti, ben diverso per il made in Italy, il cui prestigio fu drammaticamente compromesso dallo scandalo del metanolo, deflagrato proprio il 17 marzo 1986. Un risultato figlio della rivoluzione qualitativa, che si traduce nel 66% di bottiglie esportate a marchio Doc, Docg o Igt.



Wine & Food

Santa Margherita punta sul Piemonte (Barolo e Barbaresco)

Santa Margherita cerca casa in Piemonte: il gruppo vinicolo della famiglia Marzotto continua l'espansione nei mercati internazionali a livello commerciale, ma vuole estendere ulteriormente il perimetro in Italia. Dopo la presenza in Veneto, dove è nata, in Trentino Alto Adige, in Toscana e in Sicilia, il gruppo sta cercando un'occasione nella Regione a vocazione vinicola che ancora le manca, il Piemonte, come ha rivelato a WineNews Ettore Nicoletto, ad Santa Margherita. "Non nascondo che stiamo cercando in Piemonte - ammette Nicoletto - e ci interessa un brand che abbia del potenziale".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

55 libri di cucina che ripercorrono la storia d'Italia dai primi del Novecento al nuovo millennio, per un ricavato di 5.000 euro, devoluto all'Airc: ecco "Come eravamo

Golosi", l'asta, a Taste, a Firenze, dell'editore Guido Tommasi. Con due banditori d'asta d'eccezione: i conduttori di "Decanter" (Radio Due) Fede e Tinto.

