



La Prima di WineNews.it



n. 1868 - ore 17:00 - Martedì 19 Aprile 2016 - Tiratura: 31087 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Le "blue chips" Pandolfini

Il "duo" Barolo & Barbaresco, con 2 casse di Barolo Falletto Riserva Etichetta Rossa 1990 di Bruno Giacosa (a 6.600 euro), 6 bottiglie di Barbaresco Asili Riserva Etichetta Rossa 1990 (4.800 euro) e 6 bottiglie di Barolo Collina Rionda Riserva Etichetta Rossa 1990 (3.850 euro) sempre di Giacosa, tra i gli italiani, ma con il "trio" di 6 bottiglie di Château Pétrus 2009 (16.200 euro), 1 bottiglia di Romanée Conti Domaine de La Romanée Conti 2001 (7.950 euro) e 1 bottiglia di Vosne-Romanée Cros-Parantoux Domaine Henri Jayet 1978 (6.250 euro), a far la parte del leone: ecco i top lot della prima asta enoica dell'anno in Italia, firmata da Pandolfini, il 15 aprile a Milano.

Primo Piano

E-commerce e vino: le difficoltà in Italia

L'e-commerce è un business, ma ancora poco sfruttato dal mondo del vino. Tuttavia, sembra essere questa la strada che molte aziende vogliono percorrere per aprirsi nuove finestre di mercato. Ma l'universo delle vendite on line non è così facile ed immediato, come sembra. Le "insidie" sono, infatti, dietro ogni angolo. Soprattutto in Italia, dove "la fiscalità gioca un fattore determinante ed è un ostacolo forte". A frenare su una presenza massiccia delle vendite di vino nel web è Stefano Setti, commercialista esperto di e-commerce e curatore della rubrica "l'Esperto risponde" de Il Sole 24 Ore, che ha evidenziato le criticità di un mondo apparentemente "facile", come ha detto al convegno "Vini della Valpolicella: mercati obiettivo e opportunità dell'e-commerce", organizzato dal Consorzio di Tutela Vini Valpolicella, che guarda con interesse a questo canale. "Prima di parlare di costi - ha detto Setti - bisogna dire che il wine&food nell'e-commerce in Italia vale solo l'1,5% del totale. Questo perché nel cibo c'è un valore emozionale importante. Il vino preferiamo sceglierlo di persona. Le vendite di vino on line, in Italia, però, non sono decollate anche per le complessità della gestione di vendite on line di prodotti alcolici. I costi per la gestione della vendita del vino via internet all'estero, diventano troppo importanti, nel senso che bisognerebbe appoggiarsi a rappresentanti fiscali iscritti all'Uff (Ufficio Tecnico di Finanza) in ogni singolo Stato dove si commercia il vino. Solo l'apertura di un rapporto fiscale costa 2-3.000 euro, la gestione dell'ufficio commerciale si aggira sui 15.000 euro annui, che, moltiplicata per tutti i Paesi Ue, può arrivare a costare 400-500.000 euro annui". Ma non è una chiusura definitiva, Setti delinea anche le linee guida per avere successo sul web. "Può avere successo in internet il prodotto vino se ben "brandizzato" e commercializzato all'interno di siti dedicati appositamente, senza troppa diversificazione del prodotto. In un sito di vino, io consiglio di vendere solo 3 o 4 etichette, guardando alla qualità e alla specificità del prodotto. Ma prima di buttarsi in un business plan, bisogna capire bene i costi di gestione ed avere un legale ed un fiscalista ad hoc".



Dall'"en primeur" all'attesa

Dopo qualche anno di scarsa brillantezza sui mercati, la vendemmia 2015 di Bordeaux, assaggiata dalla critica mondiale "en primeur" ad inizio aprile, a detta di molti, potrebbe essere quella della riscossa definitiva (dopo i buoni segnali della 2014). A fare la differenza, come sempre, saranno i prezzi di rilascio dei vini da parte degli Châteaux, attesi a giorni. Ma, intanto, a livello qualitativo, il giudizio di critici e wine merchant concorda nel parlare di grandissima annata, in generale, per l'ultima raccolta bordolese, nonostante le difficoltà nella fase di vendemmia, dovute alle piogge intermittenti. Grande annata, dunque, che però ha fatto selezione, anche nelle stesse sottozone, con alcuni assaggi che raccontano di vini addirittura migliori del 2009, 2010 e 2014, altri di risultati sotto le attese ...

Focus

La Cina (s)vende le sue cantine

Dopo anni di acquisti roboanti nei territori più importanti del mondo e di investimenti in patria, la Cina del vino fa notizia, ancora una volta, ma per motivi diversi: Cofco, la più grande impresa di Stato in agricoltura, avrebbe messo in vendita la sua quota di maggioranza (55%) della Junding Winery Co e della Shandong Cofco Junding Wines & Spirits, per l'equivalente di 11 penny inglesi. Un affare? Non proprio, visto che, riporta DecanterChina.com, il compratore dovrebbe accollarsi anche i 42 milioni di sterline di debito accumulati dalle due realtà. Una mossa che sarebbe motivata dalla volontà di Cofco di concentrarsi soprattutto sui vini di importazione. Ma c'è chi sostiene che tutto sia dovuto alla sostanziale sconfitta della Junding Winery Co (tenuta di 400 ettari, creata nel 2006, e che comprende campi da golf, cantine sotterranee, sale degustazione e negozi) nella competizione sull'notorietà di alta gamma con la rivale Changyu, cantina privata più importante della Cina, arrivata soprattutto dopo la stretta del Governo di Pechino contro la corruzione, che ha innescato una politica di austerità che ha colpito duramente tutto il business del vino di lusso nel Paese negli ultimi mesi ...



Cronaca

Parker "lascia" Bordeaux

Dopo aver recensito ogni annata negli ultimi 38 anni, segnandone le sorti, Robert Parker "lascia" Bordeaux, con la copertura di tutte le recensioni (assaggi "en primeur" da botte compresi) affidata a Neal Martin. Ad annunciarlo una nota ufficiale di "The Wine Advocate". Parker continuerà a coprire i vini del nord della California, comprese Napa e Sonoma Valley, e rimarrà presidente della pubblicazione (di cui nel 2012 ha ceduto la maggioranza ad imprenditori di Singapore per 15 milioni di dollari, ndr).



Wine & Food

Vino, essere o non essere "bio" conta. Ma non troppo.

Essere o non essere biologico, per un vino, non sembra fare la differenza al momento della scelta della bottiglia. Almeno secondo un sondaggio di "Wine Spectator", che ha chiesto ai lettori quanto siano più propensi ad acquistare un vino "green" rispetto ad uno da viticoltura convenzionale. Per il 55% è sostanzialmente lo stesso: prima vengono altri fattori, come prezzo e gusto. C'è anche un 31% di consumatori che dice di preferire nell'acquisto un vino sostenibile, perché "sapere come le uve vengono coltivate è importante". Il 13%, infine, considera i vini "bio", in generale, poco interessanti ...

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La consapevolezza della gravità dei reati alimentari e delle agromafie cresce. Bene l'impegno del Governo sulla nuova legge in materia, ma si deve concretizzare". A WineNews

Gian Carlo Caselli, presidente del Comitato Scientifico della Fondazione Osservatorio sulla criminalità nell'agricoltura e sul sistema agroalimentare.

