

La News



"Nebbiolo Prima": Barbaresco

A "Nebbiolo Prima" (8-13 maggio, Alba, www.albeisa.it), il Nebbiolo, vitigno principe del Piemonte, si svela in tutte le sue declinazioni più importanti, con le nuove annate in degustazione: Barolo (2012 e Riserva 2010), Barbaresco (2013 e Riserva 2011) e Roero (2013 e Riserva 2012). WineNews inizia il suo percorso gustativo con i Barbaresco 2013 (qui i nostri migliori assaggi curati da Francesca Ciancio, <http://goo.gl/tzF2QV>), figli di una vendemmia che non è stata affatto calda, il che, in molte zone, ha posticipato la raccolta del Nebbiolo di 7-10 giorni. Dando vita ad un'annata piuttosto equilibrata in termini di struttura e complessità, con una marcia in più sulla 2012.



Cibus: industria & gdo

Oltre a raccontare le tendenze e le novità nel mondo dell'alimentare, Cibus è anche e soprattutto il luogo d'incontro tra l'industria di settore e la gdo, tricolore ed estera, dove cresce l'interesse per la marca del distributore italiana, spesso con rapporti diretti tra le catene ed i produttori italiani, perché il made in Italy nel retail estero si distingue come prodotto di alta qualità, che nobilita la gamma dell'offerta. Ma cosa cercano i consumatori stranieri? Prodotti tradizionali ed autentici, facili da cucinare, che consentono ampi margini di crescita per la marca privata all'estero. E in Italia? Da noi crescono il peso dell'ittico fresco e degli alimenti funzionali, con i supermercati che si scoprono sempre più hi-tech. E l'educazione alimentare nelle scuole è diventato tra gli argomenti più dibattuti.

Cronaca

Expo dopo Expo

Poco più di un anno fa l'Esposizione Universale italiana dedicata al tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" era appena iniziata. Qual è l'eredità che ci ha lasciato, e ha lasciato al Pianeta, sulle grandi questioni alimentari? Domani, al Piccolo Teatro Grassi di Milano (ore 13:30), ad "Expo, un anno dopo - Ad un anno dalla Carta di Milano, dimensioni, opportunità, idee per un futuro sostenibile", il LabExpo, il Ministero delle Politiche Agricole ed il Comune di Milano si riuniscono per fare il punto.



Primo Piano

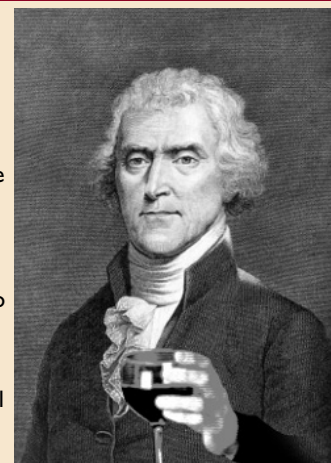
Cina: l'Italia del vino corre. Ma i competitor di più

È partito bene il 2016 per il vino italiano in Cina: le esportazioni del Belpaese verso la Grande Muraglia nei primi 3 mesi dell'anno, sono cresciute del 7% in volume (6,2 milioni di litri) e del 15,3% in valore (26,1 milioni di dollari) sullo stesso periodo 2015, con un prezzo medio di 4,2 dollari al litro (+7,7%). A dirlo i dati della dogana cinese riportati da "DecanterChina.com". Ma i competitor, ancora una volta, corrono di più: la Francia, che si conferma leader assoluta in Cina, fa segnare +33,4% in volume (41,4 milioni di litri) e addirittura +77,9% in valore (256 milioni di dollari), con un +33,76% del prezzo medio, a 6,16 dollari al litro. Dato che è di 8,51 dollari al litro per l'Australia, secondo Paese importatore che, nel 2016, mette a segno fin qui una crescita del 50% sia in volume (16,8 milioni di litri) che in valore (143,5 milioni di dollari). Una performance sicuramente aiutata anche dall'accordo di libero scambio Cina-Australia (ChAFTA) firmato tra i due Paesi nel 2015, che prevede di abolire gradualmente le tasse d'importazione sui vini australiani entro il 2019. Ma bene fanno anche il Cile, con +42,4% in volume (14 milioni di litri) e +34,4% in valore (47,3 milioni di dollari) e la Spagna, a +37% in quantità (16,5 milioni di litri) e +26,9% in valore (33,8 milioni di dollari). Una crescita, però, quella dei due Paesi, che arriva a scapito del prezzo medio, sensibilmente in calo: -4,88% per il Cile, a 3,37 dollari al litro, -7,4% per la Spagna, a 2,04 dollari al litro. Il tutto in un quadro complessivo che vede le importazioni di vino in Cina crescere, nel complesso, del 35,3% in volume (139,1 milioni di litri) e del 45,3% in valore (591,4 milioni di dollari), con aumenti importanti sia per il vino imbottigliato che per lo sfuso (meno bene gli spumanti, ancora una quota residuale del mercato nel Paese: 2,7 milioni di litri, +4,8%, per 11,7 milioni di dollari, -18,2%, ndr). Una crescita robusta che, per "DecanterChina.com", è dovuta anche al fatto che colossi dell'e-commerce (che in Cina veicola il 20% del mercato del vino) come JD.com e Alibaba hanno iniziato a importare vino direttamente dai produttori. E chissà che le promesse fatte proprio dal fondatore di Alibaba, Jack Ma, a Vinaly, non aiutino il Belpaese a marciare al ritmo degli altri.

Focus

I vini del cuore di ... Thomas Jefferson

Tra tutti i presidenti Usa, nessuno ha amato il vino quanto Thomas Jefferson, e adesso sappiamo anche cosa amasse bere. La New York Public Library, infatti, ha digitalizzato tutti i documenti appartenuti al presidente americano, compreso il quaderno degli appunti in cui Jefferson teneva nota dei suoi acquisti, che va dal 1791 al 1803. Come racconta il "Wall Street Journal" (www.wsj.com), i documenti sono particolarmente precisi: tra il 4 marzo 1802 ed il 4 marzo 1803, ad esempio, Jefferson spese 1.296,63 dollari in vino. Una bella cifra per l'epoca, che comprende sia il vino per uso personale che quello con cui accoglieva i propri ospiti alla Casa Bianca. Tra gli acquisti, spiccano 100 bottiglie di Champagne, per 172,50 dollari, 360 bottiglie di "Sauterne", Sherry, Bordeaux, Chambertin e, sorprendentemente, 138 bottiglie di vino italiano "da Firenze", incluse 123 bottiglie di Montepulciano, quindi di Nobile. Il fatto interessante è che all'epoca il vino italiano non godeva di alcuna considerazione tra l'alta società britannica ed americana, che prediligeva francesi e portoghesi, e difficilmente valicava i confini nazionali. Tra le "chicche", 400 bottiglie di Champagne da Ay e 36 di Château Margaux 1798.



Cronaca

Wine & Food

Vino e "big data": in Usa alle ore 16:45 scatta la "Wine o'clock"

La "Wine o'clock", l'ora in cui il lavoro si è concluso e ci si può rilassare con un bicchiere di vino, è sempre più comune nel mondo. E, da un'analisi di "big data" firmata EnoAnalytics e Hello Vino, emerge che, almeno in Usa, gli appassionati si avvicinano al vino dalle 16:45 circa, con l'interesse che cresce progressivamente tra le 18 e le 18:45, per poi scemare alle 21. E questa, assicura il "Wine O' Clock Report" delle due aziende, è solo una delle informazioni che si possono ricavare dall'analisi dei dati raccolti anche tramite app e social network. Con ricadute non secondarie sul marketing del vino.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Le aziende del vino devono fare propria la cultura d'impresa, sia per resistere agli andamenti del mercato, sia per superare i cambi generazionali. A WineNews

l'avvocato Franco Cesaro (Cesaro & Associati), il professore di Economia e Gestione delle Imprese Claudio Baccarani (Università di Verona) ed il notaio Jacopo Sodi.

