

La News



Top 100 WS: Oregon sul podio

Si delinea il podio della "Top 100" 2016 di "Wine Spectator", una delle classifiche più attese da appassionati e vigneron, che ai piani alti parla inglese, con uno spiccato accento dell'Oregon: se alla posizione n. 4 c'è un francese, il Barsac 2013 di Château Climens, sul gradino più basso del podio sale il Pinot Noir Ribbon Ridge 2014 di Beaux Frères, ed alla n. 2 lo Chardonnay Dundee Hills Evenstad Reserve 2014 di Domaine Serene, entrambi dell'Oregon, uno degli Stati emergenti nel panorama enoico Usa. Adesso, quindi, non resta che aspettare domani per il numero 1 del 2016 secondo il magazine diretto da Thomas Matthews, e il 5 dicembre la classifica completa.

SOAVE
ORIGINE STILE VALORE

SMS Quanto pesa lo sfuso

L'export di vino italiano nel mondo punta sempre di più sulla qualità, tanto che il 14% delle spedizioni, nel 2015, è rappresentato dagli sparkling, ed il 61% dai vini fermi imbottigliati, ma resiste una quota di sfuso, pari al 25%, sensibilmente inferiore al 35% del 2005, ma comunque rilevante. Per capire l'importanza del vino sfuso, basti pensare che, nel 2015, a livello globale, l'export ha raggiunto i 39,49 milioni di ettolitri, ossia il 38,6% di tutte le esportazioni enoiche, per un volume commercializzato di 102,43 milioni di litri, il 71% in più del 2000 (a 59,99 milioni di litri), con una crescita in valore del 70%, per un prezzo medio di 0,71 euro al litro, +16% sul 2000, secondo i dati della World Bulk Wine Exhibition, la rassegna mondiale dei vini sfusi di Amsterdam (<https://goo.gl/muF5pK>).

Cronaca

Uk conquistato dal panettone

Da anni si parla di destagionalizzarne il consumo, almeno in Italia, e portarlo sotto l'ombrello. Difficile, più facile vederlo fuori dal Belpaese, perché se è vero che ogni Paese ha le sue tradizioni, al panettone lo "Stivale" sembra stare stretto. Tanto che nel più tradizionalista dei Paesi europei, la Gran Bretagna, le vendite di "pan del Toni" hanno surclassato quelle del pudding, dolce simbolo del Natale britannico, dalle catene della gastronomia londinese come Waitrose, agli scaffali della gdo, da Sainsbury ad Asda.



Primo Piano

Vino & Millennials: New York batte Londra

Se Usa e Uk sono il primo ed il secondo importatore di vino al mondo in valore, superati solo dalla Germania in termini quantitativi, New York e Londra sono le due città più influenti: è qui che nascono le mode e che si consolidano le tendenze, specie se si parla di vino, perché a Manhattan come nella City a fare la differenza sono i Millennials. Ma le differenze sono enormi, come racconta lo studio di ViniSud, il salone internazionale dei vini del Mediterraneo, "New York vs Londres - Les tendances de consommation de vin chez les Millennials en 2016". I giovani newyorkesi dichiarano di saperne di più dei coetanei londinesi: il 42% dei Millennials si considera un vero appassionato, mentre il 48% di chi vive a Londra si dichiara alle prime armi. Simile l'approccio alle fonti d'informazione: il 51% si fida del proprio entourage, fatto di parenti ed amici, ma chi vive a New York ha un rapporto più stretto con la tecnologia. Anche nei consumi vince la Grande Mela, dove il 59% dei giovani beve vino una o più volte a settimana, contro il 52% dei londinesi, e nella City la percentuale di chi non beve vino in assoluto è addirittura del 12%, contro il 3% di New York. Un'altra costante è il ruolo dell'Italia, indicato come secondo Paese di provenienza preferito sia da chi vive a New York che da chi vive a Londra, con la stessa identica percentuale, il 36%. Tra le tipologie preferite, il rosso batte tutti, con il 44% delle preferenze a New York ed il 43% a Londra, il bianco riceve il 35% dei consensi nella Grande Mela ed il 26% nella City, ed il rosato piace al 17% dei giovani d'Oltreoceano ed al 23% dei Millennials d'Oltremarica. Le bollicine, prima tipologia in Uk e seconda in Usa, vivono una frequenza di consumo particolarmente alta in Usa, con il 40% dei wine lovers che le scelgono almeno una volta a settimana, mentre in Uk il consumo è occasionale nel 36% dei casi. New York sventa anche per la frequenza d'acquisto, con il 49% dei giovani che acquistano vino più volte a settimana, specie al supermercato, indicato dal 51% dei newyorkesi e dal 66% dei londinesi. Tra i criteri di scelta, infine, il primo è il prezzo, indicato dal 40% dei newyorkesi e dal 47% dei londinesi.

Focus

Il Piemonte enoico viaggia compatto

Il Piemonte è una delle Regioni simbolo del vino italiano, se solo si pensa al prestigio di Barolo e Barbaresco, ma anche a Gavi, Asti, Barbera, Alta Langa e Roero, senza dimenticare nicchie come Erbaluce, Freisa, Brachetto, Colli Tortonesi. Qualità e quantità: sono 18.000 le aziende vitivinicole piemontesi, per 43.500 ettari vitati, pari al 7% del vigneto Italia, che generano un miliardo di euro dall'export, con il 60% del vino imbottigliato che va all'estero, il 70% rimane in Europa ed il 30% va nei Paesi extra Ue. È in questo panorama che, nel 2011, primo in Italia, è nato Piemonte Land, brand che riunisce tutti i Consorzi delle Doc e delle Docg regionali, per un progetto unitario di sviluppo, comunicazione e promozione in Italia e all'estero, che ha presentato i risultati produttivi del 2016 ed il tour mondiale che porterà i vini piemontesi, nel 2017, in tutto il mondo, da Bordeaux a Hong Kong, passando per Londra, la Cina e la Corea del Sud. "Il vino va promosso lontano da casa - spiega a WineNews il presidente di Piemonte Land, Giorgio Bosticco - ma con meno risorse disponibili occorre fare sistema, fare economia e presentarci sotto un'unica veste, quella del Piemonte". (<https://goo.gl/116ijF>)



VINO 2017
ITALIAN WINE WEEK
New York | February 6
Miami | February 8
San Francisco | February 9



Verdicchio
Stale di Castelle
Consorzio di Tutela Verdicchio Rosso di G. Verdicchio di Matina e Rosso di G. Verdicchio di Matina Rosso D.O.C.G. Verdicchio di Matina Rosso D.O.C.G.

Cronaca

Wine & Food

Le vendite di food & grocery online nel 2016 a 575 milioni di euro

Il giro d'affari del food & grocery nell'e-commerce, nel 2016, ha toccato i 575 milioni di euro, +30% sul 2015, mentre l'enogastronomia cresce del 17% e, con un valore di poco superiore ai 240 milioni di euro, rappresenta ancora il 47% del valore dell'alimentare online. La spesa grocery sui siti e-commerce dei supermercati tradizionali con consegna a domicilio cresce del 40%, e vale 188 milioni di euro. Emerge dalla fotografia scattata dall'Osservatorio eCommerce B2C, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, il consorzio del commercio elettronico italiano.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il "Testo Unico del Vino" e le sue novità, il bilancio del percorso che ne ha portato alla costruzione, le prospettive, i cambiamenti ed il futuro nelle parole del suo relatore,

Massimo Fiorio, vicepresidente della Commissione Agricoltura alla Camera. "Un buon testo, frutto della mediazione, ma è un punto di partenza, non di arrivo".

NONINO

Acquista online
Grappa Nonino

SHOP.GRAPPANONINO.IT