

**La News**



**Le etichette più "scambiate"**

Il 2016 del mercato dei fine wine è stato davvero brillante, nel complesso. Ma, ovviamente, ci sono state delle superstar, etichette che, nel complesso, sono quelle che hanno mosso più denaro perchè al centro del maggior numero di compravendite. A stilare la "top 10" ci ha pensato, come sempre, il benchmark "Liv-Ex". Al top assoluto c'è Château Lafite Rothschild, che occupa la prima posizione con la sua annata 2010, il cui ultimo prezzo per una cassa da 12 bottiglie è stato di 6.040 sterline, e con il suo secondo vino, il Carruades Lafite 2014 (ora quotato 1.640 sterline alla cassa). Sul podio anche l'unico italiano, il Sassaicaia 2013 della Tenuta San Guido (a 1.091 sterline).



**Controlli & registri**

**SMS** Negli ultimi tempi sono molte, purtroppo, le notizie di frodi legate al vino. L'ultima quella degli arresti, di ieri, per una truffa che vedeva vini di qualità scadente spacciati per marchi e denominazioni celebri come Chianti, Brunello di Montalcino e così via. Notizie che fanno male al settore ma che, guardando il rovescio positivo della medaglia, raccontano anche di un sistema di controlli che, almeno in Italia, è attivo e funziona bene, a tutela dei consumatori e dei produttori onesti. E che magari, in futuro, funzionerà ancora meglio (almeno questo è l'auspicio) grazie alcune delle novità normative in arrivo, come il registro telematico di cantina che, ha ricordato il Ministero delle Politiche Agricole, dal 1 gennaio 2017 sarà in vigore e obbligatorio, anche se fino al 30 aprile sarà consentita la "convivenza" con il cartaceo ...

**Cronaca**

**La zonazione del Barbera**

Il futuro è nella zonazione: ne è convinto il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato che, come ha spiegato il presidente Filippo Mobrì, punta a questo "progetto ambizioso, ma essenziale, in collaborazione con l'Università di Torino, per una migliore comprensione dei processi di coltivazione e vinificazione del territorio della Barbera". Che, intanto, vive un momento di rilancio, con le barbatelle che "vanno a ruba, e i prezzi sono aumentati del 20%. E anche i terreni in vendita scarseggiano" ...



**Primo Piano**

**I vini più cercati del mondo e d'Italia**

Il 2016 è ormai agli sgoccioli e, come ogni anno, è tempo di bilanci, non solo economici, ma anche di popolarità tra le etichette più prestigiose del panorama enoico mondiale. Un buon modo per mettere ordine è quello di affidarsi alle ricerche fatte dai wine lover di tutto il mondo su "Wine-Searcher", che conta su un database di ben 400.000 etichette diverse, per un milione di ricerche al giorno. Nasce così la "Top 100 Most Searched-For Wines": al primo posto Château Mouton Rothschild, con 100.991 ricerche al mese, seguito da Château Lafite Rothschild con 91.973, e da Château Margaux con 74.617. Tra gli italiani, il primo è il Sassaicaia di Tenuta San Guido, alla posizione n. 10 (un anno fa era alla n. 13), con 40.276 ricerche al mese, quindi il Tignanello di Marchesi Antinori, alla n. 22 (dalla n. 28) con 26.002 ricerche, e ancora il Masseto, alla posizione n. 33 (dalla n. 36), con 18.917 ricerche, mentre l'Ornellaia si conferma alla n. 37, con 18.599 ricerche, seguito da Solaia di Marchesi Antinori, alla n. 53 con 13.580 ricerche (dalla n. 63). E ancora, il Barolo Riserva Monfortino di Giacomo Conterno, alla n. 64 con 11.852 ricerche (dalla n. 66), il Barolo di Bartolo Mascarello, new entry alla n. 76 con 10.917 ricerche, ed il Barbaresco di Gaja al n. 79, con 10.659 ricerche, dalla n. 95 del 2015. Tornando alle prime dieci posizioni, alla n. 4 uno Champagne, il Dom Perignon, con 71.680 ricerche, seguito da un altro trio di bordolesi: Petrus, al n. 5 con 71.032 ricerche, Château Latour, al n. 6 con 60.166 ricerche, e Château Haut-Brion, al n. 7 con 49.795 ricerche. Alla posizione n. 8 si inserisce la griffe simbolo della Napa Valley, Opus One, con 49.467 ricerche, che precede Château d'Yquem, alla posizione n. 9, davanti, come detto, al Sassaicaia, con 45.935 ricerche. In ogni caso, quale che sia il vino cercato, negli Usa, mercato n. 1 del vino al mondo, si sa almeno quanto gli appassionati spenderanno per regalare una bottiglia, grazie ad un sondaggio di "Wine Spectator": il 38% spende tra i 25 ed i 50 dollari, mentre il 26% decide di volta in volta, in base all'occasione ed al destinatario del dono, con un 21% che si tiene sotto i 25 dollari, e ancora il 13% tra i 50 ed i 75 dollari. Solo il 2% investirà più di 75 dollari a bottiglia.

**Focus**

**Wine & food protagonisti dei regali**

Il regalo enogastronomico, a Natale, è sempre uno dei più gettonati. E in questo 2016 anche la regalistica aziendale legata al wine & food di qualità torna a sorridere: "abbiamo fatto un +18% sul 2015". Così, a WineNews, Giovanni Longo, che con i fratelli Paola e Osvaldo (nella foto) guida l'Enoteca Longo di Legnano, specializzata proprio in regalistica business to business, di cui è riferimento nazionale. "Abbiamo fatto più di 300.000 confezioni, nel complesso (e, quindi, una stima sul milione di bottiglie di vino, ndr), e un trend che emerge chiaro è che più che il vino da solo, dall'Alto Adige alla Sicilia, va molto bene la confezione enogastronomica che alle bottiglie abbina prodotti di qualità. E c'è stata anche una grande richiesta per i prodotti gastronomici delle zone colpite dai terremoti". Il vino come regalo a sé stante resiste, spiega Longo, "ma solo se si parla di grandi bottiglie e denominazioni, come Barolo, Barbaresco, Brunello di Montalcino e Supertuscan tra i rossi, o Franciacorta e Trentodoc tra le bollicine, per esempio, dove va molto bene anche lo Champagne. E, vale per tutti, sempre più nei formati magnum, che per un regalo esclusivamente enoico sono molto richiesti".



**Cronaca**

**Wine & Food**

**Le parole del cibo: new entry e paradossi per Cinzia Scaffidi**

"Le parole del cibo sono evolute con la nostra storia, quella dei consumi & costumi, e anche degli eventi, perché legate agli atteggiamenti e a ciò che succede. Oggi ci sono parole che 50 anni fa non si usavano nemmeno, come Biodiversità, una new entry, o come Diritti e Legalità; altre che da positive sono diventate negative, e viceversa, come Grasso e Magro, Sicuro e Pulito". Così Cinzia Scaffidi, docente all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e autrice, tra gli altri, del libro "Mangia come parli: come è cambiato il vocabolario del cibo" (<https://goo.gl/vJlpZ5>).

**Winenews.TV**

Guarda il Video / Ascolta l'audio

I piccoli dettagli, per un mercato mastodontico (ma tutt'altro che uniforme) come quello statunitense, spesso sono più importanti della teoria generale, e per un produttore

italiano occorre sfruttare la leva dei social media e delle app per wine lover: ecco la chiave del mercato enoico Usa per Steve Raye, ad Bevology Inc.

**NONINO**

Acquista online  
Grappa Nonino

SHOP.GRAPPANONINO.IT