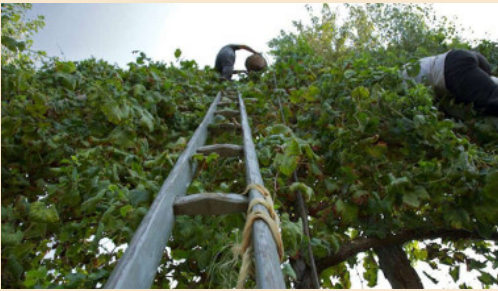


La News



La "vite dell'aria"

La Vitis vinifera è, a tutti gli effetti, una rampicante, e questa non è certo una novità. Ma non tutti sanno che i primi ad allevare la vite nella Penisola italiana sono stati gli Etruschi, dall'VIII secolo a. C., prima che i Greci diffondessero in Italia la Vitis vinifera sativa. Nell'agro di Aversa, ancora oggi, la vite è maritata al pioppo, la cosiddetta coltivazione in arbusta, e dà una forte impronta al paesaggio agrario. L'esempio più evidente e più famoso è quello dell'Asprinio di Aversa, denominazione campana dentro la quale ricade la "vite dell'aria", coltivata come all'epoca degli Etruschi, con le viti che raggiungono i 15 metri arrampicandosi ai pioppi che fungono da tutori.



Marchi collettivi e tutele

Il "marchio collettivo" può essere un grande strumento per il made in Italy nel mondo, soprattutto in quei Paesi che non riconoscono la tutela di alcune Dop o Igp. Discorso che vale per il vino, in primis, ma anche per tanti altri prodotti enogastronomici. Se ne parlerà nell'incontro "I Marchi e il Vino", di scena il 19 gennaio nella Sala Stampa della Camera dei Deputati, con l'onorevole Massimo Fiorio, vicepresidente della Commissione Agricoltura della Camera e relatore del "Testo unico del vino", Maria Cristina Baldini di Partner Studio Torta, storico riferimento italiano in tema di consulenza tecnica e legale in brevetti e marchi e nei vari temi della proprietà industriale, e ancora Giusi Mainardi e Pierstefano Berta, direttore responsabile e direttore di "Oicce Times - Rivista di Enologia".

Cronaca

"Forbes" e l'Alto Piemonte

C'è l'Alto Piemonte, quello meno conosciuto di Gattinara, Ghemme, Lessona, Boca e Bramaterra, e dei Nebbiolo diversi dal Barolo, "aromatici, cristallini e a prezzi molto accessibili, vini di carattere, che molti ancora non conoscono", tra le destinazioni vinicole da visitare nel 2017 per la wine writer di "Forbes" Lauren Mowery (www.forbes.com). Che ha realizzato una sorta di "calendario" dell'enoturismo assegnando al Piemonte il mese di ottobre, quando prende il via anche la stagione del tartufo bianco.



Primo Piano

I numeri del presente del vino italiano

L'Italia del vino spende il doppio dei suoi principali competitor in promozione e in riconversione dei vigneti, vede sempre Veneto (di gran lunga), Toscana e Piemonte ai vertici nelle esportazioni, e anche se i consumi interni sono ormai a poco più di 36 litri procapite all'anno, dopo qualche anno di stallo, quelli in ristoranti, enoteche e wine bar tornano a crescere. Sono alcuni degli atout che emergono da "Vino in Cifre" 2017, edizione n. 7 dell'annuario statistico del "Corriere Vinicolo" di Unione Italiana Vini (https://goo.gl/tlm3A2). Partiamo dal tema dell'Ocm Vino: nel 2015, il Belpaese ha speso 92 milioni di euro per la misura promozione, più del doppio di Francia e Spagna, con 44 milioni a testa. Stessa dinamica se si guarda alla voce "ristrutturazione e riconversione dei vigneti", a cui l'Italia ha destinato 164 milioni di euro, contro i 99 dei francesi e gli 80 degli spagnoli. Il discorso si ribalta se si parla di investimenti nelle spese: la Francia ha investito 101 milioni di euro, la Spagna 57, l'Italia 47. Sul fronte dell'export, nel Belpaese, al netto della crescita innegabile, negli ultimi anni, di alcune Regioni, sembra improbabile, almeno nel breve termine, che la classifica di quelle che fatturano di più (tra esportazioni di vino prodotto localmente e vino di altre Regioni esportato da operatori diversi, ndr) cambi di molto: tra gennaio e settembre 2016, quella che ha esportato di più, nettamente, è il Veneto, con 1,4 miliardi di euro, +8,8% sullo stesso periodo 2015. A seguire ci sono Toscana a 644,4 milioni di euro (-0,3%) e Piemonte con 638,8 (-4%). In Italia, invece, a bere vino (dato 2015) sono 28,4 milioni di persone, con un consumo procapite di 36,2 litri di vino all'anno (sui 30,8 di birra). Interessante osservare le dinamiche dei canali di acquisto nel Belpaese: l'off-trade, quindi in buona sostanza i supermercati ed i negozi, oggi valgono il 68% del totale in volume, e le stime per il 2020 parlano del 70%. Nell'horeca, invece, il 60% delle vendite è rappresentato dai ristoranti, il 40% da wine bar, enoteche e bar (dati dell'Osservatorio del Vino nell'ultimo anno a giugno 2016). Gli spumanti sono la tipologia più venduta, con il 33% del totale, seguita da vini rossi con il 28% e dai bianchi con il 26%.

Focus

Il costo dichiarato di una bottiglia di vino

Il costo reale di una bottiglia di vino è argomento ricorrente del dibattito enoico. Che serve a trovare la risposta alla domanda fondamentale: perchè devo spendere tot per una bottiglia? Di modelli teorici di certo non ne mancano, tra chi calcola le percentuali di materiale, vino tout court, packaging, marketing, distribuzione, ricavi e così via. Ma c'è chi è passato direttamente alla pratica, in maniera chiarissima, come la piccola realtà dell'Oregon, Alit Wines, nella Willamette Valley. Il consumatore, che può acquistare direttamente e solo sul www.alitwines.com, sa che una bottiglia del suo Pinot Nero 2015 costa 27,45 dollari, spedizione esclusa, dati dal costo della viticoltura e dell'uva (5,66 dollari), della paga di 5 impiegati (2,14 dollari), dai costi di cantina (3,31 dollari), dal costo delle botti di rovere francese (1,11 dollari), e di quelli di imbottigliamento ed etichettatura (2,88 dollari), a cui si aggiunge un margine di profitto lordo del 45%, pari a 12,35 dollari. "Siamo convinti che il processo di produzione debba essere condiviso con tutti. Per questo siamo completamente trasparenti su quanto ci costa il nostro vino, senza compromessi", spiega la realtà fondata da Mark Tarlov nel 2012 ...

OUR COSTS PER BOTTLE

ALL-NATURAL FARMING & FRUIT	\$ 5.66
ALTY TEAM OF FIVE	\$ 2.14
WINERY & EQUIPMENT	\$ 3.31
FRENCH OAK BARRELS	\$ 1.11
CUSTOM PACKAGING	\$ 2.88
TOTAL COST	\$15.10
GROSS PROFIT (45%)	\$12.35
YOU PAY	\$27.45 + \$8.11

