

La News



Bordeaux 2016, si parte!

L'en primeur di Bordeaux si avvicina e, come sempre, ancor prima di assaggiare (da botte) i vini delle vendemmie 2016 (da più parti giudicata eccezionale), si inizia a discutere sui prezzi. Secondo "Decanter", i wine merchant sondati dal Liv-Ex, lamentano le modalità di decisione dei prezzi di rilascio dagli Châteaux "poco trasparenti", e sperano in qualche ribasso sul 2015. Sul fronte delle vendite, invece, secondo una analisi di Wine Lister, ci si aspetta un leggero calo, ad eccezione di Usa e Asia. Ma la piazza principale, per Bordeaux, rimane il Regno Unito, dove si teme un aumento dei prezzi, tra quotazioni ex-Châteaux e ribasso della Sterlina, anche del 25% (<https://goo.gl/8em6QR>) ...



SMS Il ciclone Brexit-Trump

Per l'Italia del wine & food, è impossibile non preoccuparsi dei venti che tirano dagli Stati Uniti (che per l'Italia valgono 1,6 miliardi di euro di vino e 4,8 di agroalimentare complessivo) e dal Regno Unito (763 milioni di euro di vino, e 3,2 miliardi nel complesso). In Usa Trump, fedele all'"America First", dopo lo stop Ue alle importazioni di carne di manzo trattata con gli ormoni dagli States, ha subito minacciato dazi altissimi, anche del 100% su diversi prodotti Ue, anche gastronomici, che già fanno gridare alla catastrofe associazioni agricole ed istituzioni. In Uk, invece, la Brexit è iniziata con toni accesi e, con minacce di nuovi dazi tra le parti ad ogni piè sospinto. Difficile capire come evolveranno le cose. Ma, almeno per il vino, WineNews ha provato a tratteggiare dei possibili scenari (qui: <https://goo.gl/OEXXPO>).

Cronaca

Giansanti a Confagricoltura

"Consapevolezza, Responsabilità, Avanguardia, Orgoglio e Successo": ecco le parole chiave per il nuovo presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, che subentra a Mario Guidi al vertice della più importante ed antica organizzazione agricola italiana. "Il made in Italy è un marchio forte che il mondo ci invidia, ma nasconde le inefficienze del sistema Italia, che impediscono all'agricoltura italiana di essere competitiva sui mercati", ha esordito Giansanti (<https://goo.gl/kQANI3>).



Primo Piano

Vino, le enoteche italiane alla riscossa

Ritrovarsi in enoteca in compagnia attorno ad un buon vino, o farci un salto per acquistare quella bottiglia particolare: dopo anni di consumi in chiaroscuro, torna la voglia incontrarsi e si riscopre il fascino di bere e comprare vino nei suoi luoghi di culto, grazie ad un panorama sempre più ampio di etichette e un'offerta "multitasking", tra chi fa ristorazione ad ogni livello, organizza degustazioni particolari, serate a tema, promuove corsi ed eventi culturali, fa servizi a domicilio e personalizzati. È una delle tendenze registrata da WineNews, "ascoltando" le voci di tante enoteche di riferimento in Italia - da Luca Sarais (Cantine Isola a Milano) a Francesco Trimani (Enoteca Trimani di Roma), da Michele Rimpici (managing director di SignorVino, con negozi a Milano, Brescia, Verona, Merano, Torino, Bologna e Firenze) a Luca Nicolis (Antica Bottega del Vino di Verona), da Paola Longo (Enoteca Longo di Legnano) a Enrico Maccari (Enoteca Grandi Vini di Alba), da Gabriele Ricci Alunni (Beresapere Enoteca a Perugia) ad Andrea Formigli (Vinoteca al Chianti di Firenze), da Rosario Russo (Enoteca Partenopea 1951 di Napoli) a Vera Bonanno (Enoteca Picone a Palermo), e Francesco Bonfio, presidente della "giovane" Aepe-Associazione Enotecari Professionisti Italiani, qui tutte le dichiarazioni, <https://goo.gl/ZWR4up> - e di cui si parlerà a Vitaly (Verona, 9-12 aprile). "L'andamento è positivo, e si parla sull'anno di una crescita delle vendite in enoteca fino al 5% - sottolinea Andrea Terraneo, presidente Vinarius, l'associazione delle Enotecche Italiane - ma c'è un ritorno anche nella mescita, e un consumo stimola l'altro, con prospettive interessanti per il 2017. Soprattutto tra i giovani, più curiosi, mentre gli over 50 sono più legati alla tradizione ed ad alcuni brand" (nel 2016, le vendite a valore in enoteche e bar/wine bar sono aumentate del +6,6% e del +4,4%, soprattutto grazie ai Millennials; dati Osservatorio del vino). I vini del momento? Giovani e leggeri i rossi, aromatici i bianchi, tante bollicine, ma accanto ai grandi classici, verso cui anche le nuove generazioni hanno un approccio più "friendly", perché assaggiarli vuol dire accrescere la propria cultura personale.

Focus

Ecco chi compra vino on line in Italia

Maschio, età media 48 anni, prezzo medio pagato a bottiglia pari a 13 euro, con preferenza verso i vini rossi: questo l'identikit dell'acquirente di vino on-line in Italia, come evidenziato da uno studio realizzato da Wine Monitor Nomisma in collaborazione con Vino75.com. Perché sebbene l'e-commerce rappresenti ancora solamente l'8% dell'alimentare on line, che complessivamente vale 575 milioni di euro e ha guadagnato il 30% sul 2015 (dati dell'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano), i tassi di crescita a doppia cifra percentuale che stanno interessando, anno dopo anno, gli acquisti in questo canale non possono passare certo inosservati, soprattutto da parte dei produttori. L'approfondimento ha messo in luce come l'identikit del "consumatore tipo" riguardi una persona di genere maschile (le donne sono solo il 15% degli acquirenti), di 48 anni di età (il 61% degli acquirenti appartiene alla "Generazione X", di fascia di età 36-55 anni), residente nelle Regioni del Centro-Nord Italia e con una predilezione verso i vini rossi fermi e gli spumanti (rispettivamente il 42% e il 27%, al contrario delle donne che preferiscono al 36% le bollicine e al 31% i vini rossi fermi).



Wine & Food

Fondazione Edmund Mach & Banfi alleate per la ricerca in vigna

Quando due "buoni giganti", uno della ricerca e l'altro della produzione, si alleano per trovare benefici comuni e condivisibili con un intero comparto: Fondazione Edmund Mach di San Michele all'Adige e Banfi faranno nascere a Montalcino un vigneto sperimentale sostenibile. Banfi testerà 8.550 barbatelle selezionate dall'Istituto di San Michele all'Adige: 6.750 barbatelle di varietà derivanti da incroci di Vitis vinifera tolleranti alla botrite, e anche altre varietà prodotte dalla ricerca di San Michele, 900 barbatelle di "lasma Eco 1" e 900 barbatelle di "lasma Eco 2" (<https://goo.gl/hsZ9Jg>).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

A WineNews Nicoletta Polliotto, tra le maggiori esperte di web marketing in Italia, specialmente quando si parla di piccole e medie imprese del wine & food, al centro di Be Wizard, il più

grande evento dedicato al digital marketing del Belpaese: "digital food marketing sempre più importante, anche per il vino, e cresce il peso di video e foto".

