

La News



Novello 2009, è countdown

Ottenuto tramite macerazione carbonica, il Novello può essere messo in commercio solo a partire dalla mezzanotte del 5 novembre dell'anno di produzione, e se venti anni fa, quando nacque, si poteva degustare solo nei ristoranti, ora è possibile reperirlo nella grande distribuzione, con oltre 9 milioni di bottiglie prodotte. Dal nord al sud del Belpaese, inizia il countdown per il débloccage del Novello, e gli eno-appassionati si preparano ad assaggiare il primo frutto dell'ultima vendemmia ad Anteprima Novello, a Verona, il 5 e 6 novembre, al Palazzo della Gran Guardia, davanti all'Arena (nella foto), con il meglio della produzione italiana di questo vino giovane e fruttato.

Primo Piano

Usa, una bottiglia di vino "da pasto" su tre passa dalla grande distribuzione. Italia al vertice tra le bottiglie importate sugli scaffali

Negli Stati Uniti una bottiglia di vino "da pasto" su tre passa dalla grande distribuzione organizzata, con gli americani che, come gli italiani, sembrano preferire sempre di più i brindisi tra le mura di casa. Il trend emerge dall'analisi dell'Italian Wine & Food Institute, su dati Nielsen Company: nel periodo luglio 2008 - luglio 2009, un terzo delle vendite di vini al dettaglio è stato effettuato nei grandi magazzini e nei "grocery stores", per un totale di 8,35 miliardi di dollari, con un +4,7% sullo stesso periodo 2007-2008. E se tra gli scaffali del supermercato i cittadini a stelle e strisce tirano fuori il patriottismo enoico, con i vini statunitensi che rappresentano il 70,8% delle vendite totali, in crescita del 6%, tra quelle di nettari importanti il Belpaese è il leader. Le etichette italiane, seppur con una diminuzione dello 0,8%, restano ampiamente davanti a quelle australiane, in calo del 2,6%, per un valore di 788 milioni di dollari. A seguire, staccatissimi, i vini francesi, che perdono il 6,2% fermandosi a 240 milioni di dollari. E a conferma del trend, registrato nei mesi scorsi, che gli americani continuano a bere, ma preferendo bottiglie dal prezzo più basso, le vendite di vini sotto ai 3 euro a bottiglia sono cresciute del 7,1%, per 868 milioni di dollari, e quelle tra i 3 e i 5,99 dollari hanno visto un boom del 10%, per un valore complessivo di 2,18 miliardi di dollari. Segnali confortanti, però, arrivano anche dai vini di prezzo superiore, ovvero quelli che hanno risentito di più dei colpi della crisi. Le bottiglie che allo scaffale si trovano tra i 9 e gli 11,99 dollari, a cavallo della cruciale soglia dei 10 dollari, hanno registrato un balzo del 5%, ma crescono anche quelle tra i 12 e i 14,99 dollari (+3,6%), tra i 15 e i 19,99 dollari (+2,7%). In ribasso, anche nella gdo americana, le etichette sopra i 20 dollari a bottiglia, giù del 3,4%.

Focus

I migliori 100 vini da invecchiamento di Wine Enthusiast 2009? 1 su 5 è italiano

I migliori 100 vini da invecchiamento della rivista cult degli Usa Wine Enthusiast? 1 su 5 è italiano! Eccoli: Brancaia Il Blu, Toscana 2006; Benanti Serra della Contessa, Etna 2005; Masciarelli Villa Gemma, Montepulciano d'Abruzzo 2004; Vietti Rocche, Barolo 2005; Cantina del Pino Ovello, Barbaresco 2004; Uccelliera e Altesino, Brunello di Montalcino 2004; Cesari Bosan, Amarone della Valpolicella 2001; Marchesi Antinori, Solaia Toscana 2006; Castello di Bossi Berardo Riserva, Chianti Classico 2004; Tua Rita Redigaffi, Toscana 2006; Bertani, Amarone della Valpolicella Classico 2000; Pio Cesare Il Bricco, Barbaresco 2004; Bruno Rocca Rabaja', Barbaresco 2006; Renato Ratti Rocche, Barolo 2004; Poggio Antico Altero, Brunello di Montalcino 2004; Ceretto, Bricco Rocche Barolo 2004; Gaja Sori San Lorenzo, Nebbiolo Langhe 2005; Dal Forno Romano Vigneto di Monte Lodoletta, Amarone della Valpolicella 2003; Marcarini Brunate, Barolo 2004; Giulio Ferrari Riserva del Fondatore, Trento 1999; Biondi-Santi, Brunello di Montalcino 2004.




Il "formaggiometro"?

SMS "Se è vero che è la velocità la causa primaria degli incidenti, credo che l'educazione sia da indirizzare su come ci si deve comportare alla guida. Chi va forte lo fa a prescindere dall'alcol". È la riflessione che ci arriva da un nostro lettore, che di mestiere fa il naturopata, e che vi riproponiamo. Troppo spesso, infatti, puntando il dito sull'alcol (che non va consumato in eccesso, però), e a volte sulla droga, ci si dimentica della velocità come causa primaria delle tragedie stradali. Il nostro lettore lancia anche una provocazione: "ogni alimento ha i suoi pregi e difetti, anche un pasto abbondante riduce le capacità di guida, creando sonnolenza. Non è forse questa una delle cause degli incidenti? Tra un po' escogiteranno il formaggiometro, o l'ovometro, o magari il carnometro?" ... Chissà. Speriamo di no...

Cronaca

Falso aceto balsamico, maxi sequestro dei Nas di Parma

323.000 bottigliette di aceto balsamico di Modena spacciato per Igp, ma non in regola, per un valore di 1 milione di euro: ecco i numeri del maxi sequestro dei Nas di Parma, ieri, in provincia di Modena. Numerose violazioni amministrative contestate all'acetificio, con pesanti sanzioni pecuniarie. Le bottigliette sequestrate (161.000 litri di aceto balsamico), saranno probabilmente rietichettate e distribuite come "condimento alimentare", e non Igp.

GALILEO CANTINE
 SOLUZIONI GESTIONALI PER INTENDITORI


Wine & Food

In America vino e giornali vanno a braccetto: tocca a "Usa Today"

Un po' sarà per la grande passione degli americani per il vino, un po' che tutto sommato un bicchiere di nettare di Bacco può essere un buon palliativo all'enorme crisi dell'editoria che sta colpendo gli Stati Uniti, fatto sta che dopo "Wall Street Journal" e "New York Times", anche "Usa Today", il giornale più diffuso di America, ha il suo Wine Club online. Per i soci del club (www.usatodaywineclub.com) ogni 3 mesi 6 bottiglie a 69,99 dollari, selezionate, si legge, "non solo tra quelle portate in trionfo dagli esperti, ma anche dagli Usa Today Wine Panels, fatto da lettori proprio come te!"

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Da più parti si vedono piccoli segnali di ripresa dalla crisi, anche per il vino italiano. Ma c'è bisogno di un messaggio nuovo, forte e positivo. A chi il compito di darlo? Alle

istituzioni pubbliche o alle imprese? La risposta di Sandro Boscaini, alla guida della storica cantina veneta Masi Agricola e vicepresidente della fondazione Masi.

