



## La News



## I "top influencer" in Usa

Eric Asimov del New York Times, Elin McCoy di Bloomberg, Lettie Teague del The Wall Street Journal, tra le firme del vino della stampa generalista, e poi i critici delle grandi testate specializzate come Monica Lerner di The Wine Advocate, Kerin O'Keefe di Wine Enthusiast, Antonio Galloni e Ian d'Agata di Vinous, Bruce Sanderson e Alison Napjus di Wine Spectator, James Suckling e così via, ma anche siti e blog come WinePair o WineFolly se si guarda ai Millennials: sono alcuni dei "top influencer" del mercato enoico americano, di cui il vino italiano deve tenere conto, come spiegato da Claire Hennessy dell'agenzia Colangelo & Partner, a Verona (<https://goo.gl/nciZGN>).

## Primo Piano

### Amarone: prove di dialogo Famiglie-Consorzio

Trovare un accordo, quanto prima, per il bene di uno dei territori più importanti del vino italiano, la Valpolicella, realtà da 60 milioni di bottiglie, 550 milioni di euro di giro d'affari (il 75% all'export), che oggi il Consorzio della Valpolicella guida e tutela, e che, indiscutibilmente le 13 realtà delle "Famiglie Storiche" (questo il nuovo nome, da ieri, poichè dopo la sentenza del tribunale di Venezia non si possono più chiamare "dell'Amarone d'Arte") hanno contribuito a costruire ed affermare nel mondo. È l'intento dichiarato, e di buon senso, del Consorzio, guidato da Andrea Sartori, e da Sabrina Tedeschi, presidente delle Famiglie, che, auspicabilmente, dopo le due voci, in contraddizione tra loro, del Tribunale di Venezia (che ha accettato le istanze del Consorzio vietando l'uso, come detto, della dicitura "dell'Amarone d'Arte" alle Famiglie, obbligandole a cambiare nome, rimuovere il logo e non solo) e dell'Euipo (l'ufficio Ue che gestisce i marchi, e che ha ritenuto legittimo, invece, quello delle Famiglie), spiegarlo a WineNews di voler chiudere importante il confronto diretto e costruttivo per il territorio, che non ha bisogno di queste liti, ma di essere promosso insieme. Abbiamo uno dei più grandi vini italiani da raccontare, ma tante cose devono essere fatte. Come riconoscere un'identità differente alle diverse vallate, e alla collina rispetto alla pianura, temi che stiamo portando avanti da tanto tempo", ha sottolineato la presidente delle Famiglie, Sabrina Tedeschi. "L'obiettivo è trovare un modus vivendi, anzi, io auspico che le aziende delle Famiglie rientrino in Consorzio, e che alcune in futuro siano anche nel Cda, per discutere dei temi che sono pertinenti alla denominazione - rilancia Andrea Sartori - perchè quello è il luogo istituzionale e deputato per farlo" (<https://goo.gl/zW1n83>).

## Focus

### I rosè del mondo sulla Croisette di Cannes

Il vino rosato cresce nel mondo, ormai rappresenta 1 bottiglia su 10 sia alla produzione che al consumo (dati Oiv), e vede trend positivi in ogni mercato, come in Usa, dove i rosè delle Provenza, per esempio, stanno trainando la crescita della Francia. E per far incontrare la crescente domanda e l'offerta di questa particolare tipologia di vino c'è il Pink Rosè Festival, unica kermesse professionale dedicata all'oenologia in rosa, a Cannes, dal 7 al 9 febbraio 2018 (<http://pinkrosefestival.com>), con la regia di Beyon Exhibit, Jean-Marc Ducasse, esperto di mercato del vino, e di Sofia Biancolin, alla guida della Desa (Desa - Deutschland Sommelier Association). Oltre 100 i produttori che saranno presenti "sulla Croisette", soprattutto da Francia e Italia, ma anche da Spagna, Israele e Est Europa, con ogni produttore che avrà 16 incontri garantiti con i buyer, dopo una profilatura precisa mirata proprio ad ottimizzare le necessità di chi il rosato lo produce, e di chi deve poi venderlo al consumatore finale. Tra Masterclass, una "Tasting Zone" con tutti i vini presenti, e i "Pink Rosè Festival Awards 2018". E, dal 2019, ci sarà anche la partnership con il "Mondial du Rosé", organizzato dagli "Cenologues de France".



## La versione Petrini-Barilla

"Dobbiamo sviluppare una visione olistica e multidisciplinare del cibo, non a compartimenti stagni; la mancanza di comunicazione tra i vari settori del food è dannosa per tutti". Parole del fondatore Slow Food Carlin Petrini, ieri al Forum Barilla a Milano, "vis-à-vis" sul futuro del cibo con Guido Barilla, presidente Gruppo Barilla (con il giornalista Gigi Padovani, ndr), per il quale "se non ricostruiamo il modello che dà a tutti gli operatori di filiera la giusta remunerazione per il prodotto che forniscono, il sistema fallirà". Filosofo del cibo, buono, pulito e giusto l'uno, imprenditore di una grande multinazionale l'altro, ma concordi sulla necessità di dare ai consumatori informazioni corrette su provenienza e qualità, perché "i cittadini non sono solo consumatori, ma possano essere coproduttori".

## Cronaca

### Il sughero all'Università

Andare nelle Università dove si studia enologia, per insegnare l'interazione tra le diverse chiusure ed il vino in bottiglia, ed il valore del sughero tra marketing e sostenibilità: è la strada intrapresa, con successo, da Apcor, (Associazione Portoghese dei Produttori di Sughero), che ha già incontrato gli studenti delle Università di Pisa, Milano, Padova e Torino, e proseguirà con Udine e Bologna, come racconta a WineNews Carlos Dos Santos, ad Amorim Cork Italia e voce di Apcor nel Belpaese (<https://goo.gl/wR5ift>).



## Wine & Food

### Il "private label" cresce nel vino, tra rischi e opportunità

Sempre più accettato dai consumatori che non lo considerano più un ripiego, il vino "private label" cresce nel mondo, e in mercati come Uk e Svizzera è addirittura predominante nelle vendite della gdo. Un canale che è spesso una soluzione "win-win" per produttori che devono smaltire eccessi di produzione, e grandi catene che, così, creano prodotti esclusivi a costi contenuti. Concorrenza con i marchi privati e poca costanza qualitativa, però, sono i talloni d'Achille di sempre. Così il broker svedese Cruz Liljegen, fondatore di "Premium Wine Broker", a Wine2Wine (<https://goo.gl/HjFcQa>).

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Unione nelle diversità, aumento dei prezzi riconosciuti alle cantine, dazi e accordi bilaterali, una migliore promozione, anche attraverso una società unica privato-pubblica, e non

solo: le priorità del vino secondo i presidenti di Cooperative (Ruenza Santandrea), Uiv (Ernesto Abbona), Federvini (Sandro Boscaini) e Fivi (Matilde Poggi).

