

La News



Jody Scheckter, pilota vignaiolo

Laverstoke Park Farm, nell'Hampshire, in Inghilterra, sarà il suo nuovo circuito, ma niente asfalto e alta velocità, perché il campione di Formula 1 Jody Scheckter ha deciso di cambiare strada. Il traguardo da tagliare è la presentazione del suo primo vino nel 2012, destinando a cantina una parte della sua fattoria, biologica e biodinamica, e specializzata in allevamento di bestiame e produzione di carne, birra e mozzarella di bufala (con già 10 ettari di vigneto a chardonnay, pinot noir e pinot meunier). E da ex pilota Ferrari (nella foto a Montecarlo nel 1979), pensa già al suo spumante, "un rosso frizzante, anche se i puristi lo odiano, ma d'altra parte i rossi sono più salutari dei bianchi".

Primo Piano

Prezzi ancora in discesa, problemi per il nuovo mondo e per lo Champagne, e occhio alla Cina. Il 2010 del vino secondo John Mariani (Bloomberg)

Prezzi che continueranno a scendere per tutti, dai pregiati vini di Borgogna e Bordeaux ai grandi californiani, passando per italiani, spagnoli e cileni; crescita dell'e-commerce che permette di paragonare in tempo reale i prezzi delle bottiglie in tutto il mondo; crisi per i vini della Nuova Zelanda che soffrono di sovrapproduzione e non riescono a fare un salto di qualità, e grossi problemi per lo Champagne, anche per la concorrenza delle altre bollicine del mondo. Ecco lo scenario per il vino nel 2010, dipinto da John Mariani, editorialista americano del gruppo Bloomberg. "Era dal 1999, che non vedevo tanta frenesia nel mercato del vino" scrive Mariani su www.bloomberg.com. "Allora c'era il boom delle ordinazioni, le case d'aste battevano record su record, dallo Champagne avvisavano che non ce ne sarebbe stato abbastanza per le feste, i produttori erano entusiasti e i prezzi delle bottiglie si facevano mese per mese. Ora con l'alta disoccupazione, budget di spesa al ribasso ed eccesso di vino, è il turno del consumatore di essere felice, con prezzi più bassi, più scelta e meno pretese. Ora 99 punti in classifica non sembrano essere più il requisito per comprare buon vino". I ristoranti di livello comprenderanno pochi vini costosi, in attesa di recuperare i grandi investimenti in cantina fatti in passato, e i locali meno lussuosi si concentreranno su etichette meno costose e interessanti. Ma, in tempi di crisi c'è spazio anche per il cambiamento: molti produttori ed enologi vorrebbero passare ai tappi a vite, anche per eliminare problemi da sughero e ossidazione, ma temono che i consumatori poi considerino i vini di minor qualità. E tra i mercati in espansione, occhio al Celeste Impero: i cinesi sono assetati di vini buoni a prezzi contenuti. E presto, come per ogni cosa, se li produrranno da soli.

Focus

Il Giappone distribuisce il vino in Cina: Suntory Group compra Asc Fine Wines

Il gruppo giapponese Suntory, una delle più grandi compagnie di beverage al mondo, ha comprato la maggioranza delle azioni della Asc Fine Wines, società leader in Cina per l'importazione di vini di alta gamma (nella foto un guerriero cinese rivisitato dall'artista Sandro Chia). Con l'operazione - e l'ok dell'ufficio dell'antitrust cinese - la Suntory acquisirà il 70% della Asc da una compagnia di Gernot Langes-Swarovski dei Cristalli Swarovski, e un altro 10% andrà alla società di vendita all'ingrosso di bevande Kokubu. Dopo l'accordo, il cofondatore della Asc, Don St Pierre Senior, si ritirerà, e il figlio Don sarà il nuovo Ceo. Nel 2010 la domanda di grandi vini nel mercato cinese dovrebbe risalire e la Asc è situata nelle migliori posizioni per intercettarla. Nata nel 1996, la Asc ha fatto la parte da leone nel recente wine boom della Cina: oltre 100 marchi di grandi vini, come Bollinger, Gaja, Beringer, Guigal e Robert Skalli. Nel 2007 è stata il più grande compratore di Château Latour, e per la Decanter Power List Don St Pierre Jr è al n.16 tra i più influenti del mondo del vino.



Anche la Befana!

Ora anche la Befana serve a comunicare! La solerte Coldiretti sale a cavallo della scopa più amata dai bambini per dire che "nelle calze degli italiani tornano arance, mandarini, fichi e prugne secche, nocciole, noci e biscotti fatti in casa, mentre per i più "discoli" aglio, peperoncino, patate e carbone vero", e questo testimonierebbe che la crescente attenzione per l'alimentazione dei bambini italiani (1 su 3 è obeso) ha cambiato il contenuto delle calze "appese" al camino dalla simpatica vecchietta. "Sono tornati i prodotti naturali dunque - precisa la Coldiretti - a simboleggiare il significato della ricorrenza che, nell'antichità celebrava la morte e la rinascita della natura dopo il solstizio invernale". Chissà, anche la Befana avrà fatto scorta direttamente in azienda?
Federico Pizzinelli

Cronaca

Australia: il creatore di Yellow Tail, John Casella, sotto ricatto

Il creatore di Yellow Tail, John Casella, è stato vittima di un ricatto da 5,5 milioni AU\$. Casella, Ceo della Casella Wines, ha subito intimidazioni fin dal febbraio 2009. Il responsabile sarebbe Matteo De Dominicis, comparso di fronte al Tribunale di Riverina con l'accusa di estorsione. Yellow Tail è il marchio di vino australiano di maggior successo e la Casella Wines è la terza compagnia per volumi prodotti, dopo Constellation Brands e Foster's Group.



Wine & Food

Nestlé: sì alla pizza di Kraft, no alla cioccolata di Cadbury

Si alla pizza americana di Kraft, no alla cioccolata inglese di Cadbury. Il colosso mondiale del cibo Nestlé (73 miliardi di euro di fatturato nel 2008) ha messo fine alle indiscrezioni che lo volevano interessato all'acquisto del gruppo britannico leader dei dolciumi (che nel 2008 ha prodotto 6 miliardi di euro di ricavi), e ha annunciato di aver acquisito la divisione del gigante americano Kraft (25 miliardi di dollari il fatturato 2007, secondo gruppo mondiale del food dopo la stessa Nestlé) che produce pizze surgelate negli Stati Uniti e in Canada, con un'operazione da 2,5 miliardi di euro.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino, se ne parla sempre di più ma se ne beve sempre di meno. Il perché di un apparente paradosso? "Si beve meglio, per questo meno, anche perché bere bene costa di

più". Così la scrittrice e produttrice Isabella Bossi Fedrigotti. "Tra i giovani sta tornando la moda del vino, si vede nei wine bar e nelle enoteche. E le mode sono importanti

