

La News



Usa, "wine without food"

Altro che vino ai pasti! Il 59% degli americani che consumano abitualmente il nettare di Bacco in casa lo bevono da solo, magari mentre preparano la cena o con uno snack. Lo dice un sondaggio di "Wine Opinions", agenzia Usa specializzata in ricerche sul mercato enoico. A guidare questo trend sono le donne e i giovani, i cosiddetti "Millennials". Il rapporto si ribalta al ristorante, dove il 58% degli appassionati si gode un calice con un buon piatto. Ancora, oltre la metà del consumo di vino si concentra tra il venerdì e il sabato. Dall'analisi, emerge anche che la maggior parte di bevitori più esperti non sia poi così interessata all'abbinamento cibo-vino, come spesso si pensa.



SMS **Se lo dicono in francesi ...**

Il vino deve essere più accessibile ai consumatori, più comprensibile, meno "esoterico" e meno elitario. Un messaggio che non viene rilanciato da un produttore moderno e senza storia, o da un Paese del nuovo mondo produttivo. A dirlo è niente meno che "sua maestà" la Francia, regina dell'immagine del vino di altissima gamma, che dell'allure e dell'esclusività dei suoi nettari ha fatto uno dei pilastri del suo successo, insieme alla qualità, ovviamente. Lo ha detto Anne Haller di FranceAgriMer, agenzia pubblica francese, nel riportare uno studio sull'impatto della comunicazione dei vini di Francia, presa ovunque come modello, che i transalpini stessi hanno però definito "insufficiente e potenzialmente più efficace". Quando si dice "non sedersi sugli allori"!

Cronaca

Nel porto di Genova è in arrivo la "nave" di Eataly

Ci siamo: Eataly approda anche a Genova. Con l'accordo tra Regione Liguria e Comune di Genova è stato compiuto il primo passo per l'apertura del polo enogastronomico nel Porto Antico del capoluogo ligure. Dopo gli store "internazionali" di New York e Tokyo, e dopo quelli italiani di Roma, Torino, Milano e Bologna, un'altra location strategica entra a far parte della grande famiglia di Oscar Farinetti ...



Primo Piano

Germania: ecco il primo mercato per l'Italia enoica, con 6 milioni di ettolitri e 850 milioni di euro

Dici Germania, e dici il mercato più importante per il vino italiano, dove il Belpaese ha esportato, nel 2010, più di 6 milioni di ettolitri per 850 milioni di euro (dati Vinality). Mercato che si prepara a "ProWein 2011", di scena a Düsseldorf, dal 27 al 29 marzo (www.prowein.de), evento di riferimento del vino in Germania, ma anche vetrina per l'enologia mondiale nel Nord Europa. "Sarà una prova importante per verificare se quel trend positivo registrato anche in questo inizio di 2011 resisterà ai nuovi problemi internazionali, Libia e Giappone su tutti" spiega a WineNews Francesco Sorrentino, uno dei maggiori importatori di vini italiani in Germania. "I primi mesi 2011 sono stati positivi, anche se alcune situazioni del passato sono cambiate: soffrono un po' i grandi vini da invecchiamento, soprattutto di Piemonte e Toscana, perché il gusto va su prodotti più "semplici" da bere". E questo spiega anche il boom del rosé? "Sì - risponde Sorrentino - anche se è ancora un prodotto molto legato a primavera ed estate, e si parte da numeri non grandissimi". Tanto che la quota di mercato di tutti i rosati è meno del 10% del totale (dati ProWein). E se, come in ogni Paese, "è nella gdo che si fanno i volumi, concentrati nella fascia dai 3 ai 5 euro allo scaffale, anche l'Horeca, e soprattutto le enoteche, dove si vendono i vini di maggior valore e pregio, mostrano segnali di leggera crescita". Una visione in parte confermata anche da Marco Viscardo, a capo dell'agenzia commerciale Enobis di Verona, specializzata per il mercato tedesco. Tipologie come Brunello, Barolo e Amarone soffrono un po', a vantaggio per esempio di Chianti Classico e Rosso di Montalcino. In crescita notevole i vini del Sud Italia, anche per un riscontro in aumento nei gusti dei consumatori tedeschi: i prodotti di Puglia, Calabria, Sicilia e Abruzzo vivono un deciso trend positivo, mentre la Campania è un po' rallentata da un tendenziale aumento dei suoi prezzi". Speriamo che i tedeschi dicano ancora: "ein prosit"!

Focus

Vino, re dell'export alimentare italiano

Se la prima bottiglia del vino ufficiale dell'Unità d'Italia ideato da Vinality sarà stappato dal Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, a New York, una delle capitali dell'economia mondiale, il 27 marzo, un motivo c'è. È la testimonianza di come l'export sia fondamentale per il vino italiano. Ma anche un attestato al ruolo dell'enologia per il Belpaese, visto che il vino, con un export 2010 da 3,9 miliardi di euro (+11,7% sul 2009), si conferma prima voce della bilancia agroalimentare, spingendo il settore oltre la crisi. Lo annuncia Vinality (Verona, 7-11 aprile; www.vinality.com), evento di riferimento del settore, che ha elaborato dati Oiv, Ismea, Assoenologi, Istat, Area Research/Banca Mps. A trainare le esportazioni sono la Germania, primo mercato per il vino italiano in valore (850 milioni di euro) e volume, seguito dagli Stati Uniti (827 milioni di euro), con l'Italia primo Paese esportatore in America. Ed ottime performance arrivano anche dai Paesi emergenti nel consumo di vino, come Russia (+59,6%) e Cina (+109%). In Italia il vino muove un giro d'affari di 13,5 miliardi di euro (2010), più 2 miliardi di indotto e occupa 1,2 milioni di persone in 770.000 aziende.



Wine & Food

Un futuro "glocal" è possibile per la filiera alimentare italiana

L'incontro di due culture diverse può dare effetti positivi. A "Cibus Tour" (Parma, 15-17 aprile), andrà in scena un'inedita sinergia tra l'industria alimentare e gli "artigiani del cibo". Uno spazio di confronto e convergenza tra Federalimentare e Slow Food, con l'obiettivo della tutela della qualità e della sicurezza, dove l'esperienza locale dei piccoli produttori sarà messa a disposizione di un'industria che guarda con interesse ai microimpianti. Un incontro per immaginare un futuro "glocal" del cibo, dove anche la grande produzione (e distribuzione) può rispondere ai criteri di "buono, pulito, giusto".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Territorio, denominazione, prodotto, vitigno, azienda: cosa conta di più per l'affermazione di un marchio nel mondo del vino? Risponde Ettore Nicoletto, ad Santa

Margherita, uno dei brand del vino italiano più affermati nel mondo. Che punta sul mix di questi elementi, e sulla grande attenzione per le nuove generazioni.

