



brindate a una
RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di WineNews.it



New date.
Same passion.

vinitaly

Verona
25 - 28 marzo 2012

n. 731 - ore 17:00 - Martedì 8 Novembre 2011 - Tiratura: 28884 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Bisol: "Nel 2035 il Prosecco a quota un miliardo di bottiglie"

Già nel 2006 le previsioni di Gianluca Bisol fecero scalpore, quando dichiarò che il Prosecco sarebbe diventato, entro il 2020, lo spumante più venduto del mondo: se si considera la crescita della bollicina veneta, il risultato appare a portata di mano. E dal "Wine Future" di Hong Kong, in questi giorni capitale mondiale del vino, arriva il rilancio: "intendo alzare la posta, entro 25 anni, la richiesta di mercato del Prosecco supererà il miliardo di bottiglie". Non resta che aspettare, ma intanto i prezzi delle uve hanno superato anche quelli del Franciacorta ...



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

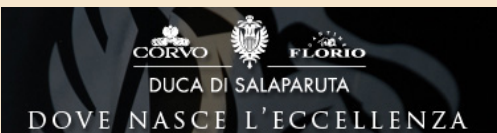
Quando il vino va in borsa

Grandi novità per il mondo del vino arrivano dal Trentino, dove Nosio, il braccio commerciale di una delle cooperative vinicole più grandi del Belpaese, Mezzacorona, ha deciso di entrare nel Mercato Alternativo del Capitale, il cosiddetto "Mac", il quarto livello della Borsa. Il via libera dovrà darlo l'assemblea dei soci, programmata per il 7 dicembre, ma il bilancio presentato alla Consob è in utile di 2,3 milioni, e la volontà di Nosio, come spiega il presidente Luca Rigotti (ascolta l'intervista su www.winenews.tv), è quella di garantire maggiore trasparenza agli azionisti oltre, ovviamente, a trovare nuove risorse sul mercato per continuare a conquistare quote di mercato in Italia e all'estero, dove Mezzacorona esporta già l'80% della produzione.

Cronaca

Francia-Italia: il sorpasso

Per quanto può contare, la Francia si riprende il primato mondiale della produzione di vino ai danni dell'Italia. Complice il maltempo, la vendemmia verde e uno sconsiderato settembre caldissimo, l'Italia ha raggiunto il minimo storico di 42,2 milioni di ettolitri di vino prodotto, mentre lo Stato transalpino è volato a 49,6 milioni. A riferirlo è l'autorevole quotidiano francese "Le Monde" commentando le stime Oiv (Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino), date dal dg Federico Castellucci.



Primo Piano

Il vino del futuro? Sarà sempre più "social"

Internet e i social media come antidoto al calo dei consumi nella Vecchia Europa, come motore di crescita in Usa e come timone per i consumatori del Nuovo Mondo? È una risposta, ma non a tutto, e a patto che si capisca che servono prima di tutto a stabilire relazioni tra produzione e consumo, e solo dopo a fare business. O almeno, la pensano così gli esperti di "WineFuture" Hong Kong. Prima di tutto i dati di Lulie Halstead, Ceo dell'agenzia di ricerca Uk Wine Intelligence: "tra chi beve regolarmente vino, utilizza i social media applicati "a Bacco" il 13% nel Regno Unito, il 21% in Usa, il 13% in Francia e il 62% in Cina (dato riferito ai consumatori di vino importato nelle città "1 tier"), ma se guardiamo a chi produce, che non è solo fruitore, ma anche produttore di contenuti (su Twitter, Facebook, blog), le percentuali scendono al 5, 11, 5 e 48". Nel mercato cinese il web pare fondamentale per creare un rapporto con i consumatori, ma a guardare gli altri Paesi storici del consumo di vino, viene da chiedersi: quella di internet e dei social media "in salsa enoica" è solo una montatura? "Niente affatto, sono una realtà molto importante - risponde David Pearson, Ceo di Opus One, la joint venture californiana di Baron Philippe de Rothschild e Robert Mondavi - ma lo sbaglio è pensare che sia sufficiente esserci. I social servono soprattutto a creare relazione con il pubblico, a capire cosa pensa di te, ad invitare la gente in cantina. Chi produce vino vende esperienze, e la tecnologia permette un'evoluzione del marketing dove anche il consumatore può dire la sua. L'obiettivo è essere parte della conversazione, perché il 70% delle scelte di consumo, anche nel vino, si basa ancora sul passaparola". "E i social media stanno espandendo a dismisura il potere del passaparola" dice in video conferenza dagli Usa "Mr. Wine Library" Gary Vaynerchuk, uno dei pionieri del "vino 2.0", che aggiunge: "internet e i social non sono una bolla, sono uno strumento, un luogo dove tanta gente si riunisce, e noi dobbiamo esserci al meglio possibile per stringere relazioni, raccontare storie e fare business. Le persone vivono di relazioni da sempre, questa è solo un'evoluzione".

Focus

Champagne al top, Borgogna all'asta e vino etiopico: le ultime notizie dalla Francia enoica

Guardiamo sempre alla Francia come l'esempio da seguire, ma cosa sta succedendo al di là delle Alpi? Iniziamo con il vino più conosciuto ed amato, lo Champagne, che fa segnare un incremento dei prezzi delle uve che fanno presagire un'impennata decisa dei prezzi dello Champagne nei prossimi anni: nel 2011, un chilo di uva è costato tra i 5 ed i 6 euro al chilo. Per farsi un'idea, un chilo di uva Docg Prosecco costa 1,20 euro ... Da un grande territorio all'altro, i vini di Borgogna al centro di una delle aste più "clamorose" della storia: per una parte della propria inestimabile collezione, Don Stott, il maggior collezionista al mondo di vini della Borgogna, ha ottenuto dalla casa d'aste Acker Merrall and Condit 10,5 milioni di euro. Soldi ben spesi, visto il successo riscosso dall'asta di scena ad Hong Kong. Ma c'è anche un'altra Francia, quella che parte alla conquista dell'estero non con i propri vini, ma con i propri mezzi. È la storia di Castel Winery, la prima azienda straniera a produrre vino in Etiopia dalla fine del regime socialista: Chardonnay e Merlot alla conquista dell'Africa.

