



# La Prima di WineNews.it



n. 997 - ore 17:00 - Mercoledì 21 Novembre 2012 - Tiratura: 29824 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Negli Usa, il cibo va al museo

Non è certo la terra madre della gastronomia mondiale, ma gli Stati Uniti si apprestano a celebrare il cibo con due mostre nei musei più importanti del Paese. All'American Museum of Natural History di New York andrà in scena, da oggi all'11 agosto 2013, "Our Global Kitchen: Food, Nature, Culture", un percorso interattivo nella storia del cibo, dalla preistoria ad oggi ([www.amnh.org](http://www.amnh.org)). Il National Museum of American History, invece, ospiterà per i prossimi due anni la mostra "Food: Transforming the American Table, 1950-2000" su come le abitudini alimentari in Usa sono cambiate in conseguenza delle rivoluzioni sociali, by Smithsonian Institute ([www.si.edu](http://www.si.edu)).

## Primo Piano

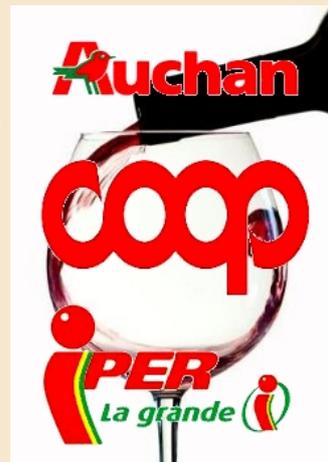
### Il destino comune di Italia e Francia nel bicchiere

Il dualismo tra Italia e Francia si rinnova nel vigneto anno dopo anno, tra l'infinita lotta a chi produce più vino, a chi ha i migliori territori e a chi riceve più riconoscimenti. Eppure, la Francia del vino sta vivendo le stesse dinamiche del Belpaese: calo inarrestabile dei consumi interni, una delle vendemmie più scarse della storia ed una crescita delle vendite legata sempre di più alle esportazioni. Per avere un'idea di ciò che è stato il 2012 del vino d'Oltralpe, è bene cominciare dalla fine, da una vendemmia che, dopo il solito balletto di cifre, darà 40,7 milioni di ettolitri di vino, il 12% in meno della media dei 5 anni precedenti. Un tracollo che colpisce soprattutto i vini sfusi (-22,1%), i vini a denominazione d'origine (-13%) e gli Igp (-12%) e, a livello di terroir, non risparmia nessuno: la Champagne paga più di tutti, con una diminuzione del 37% sul 2011, mentre la Valle della Loira perde il 28% e Borgogna e Beaujolais il 26%. Ma, proprio come in Italia, se la produzione paga lo scotto di un'estate poco generosa, i dati dell'export dipingono un quadro molto più rasserrenante: nei primi 8 mesi del 2012, infatti, le esportazioni dei vini francesi hanno ripreso a volare, facendo segnare, sulla media dei 5 anni precedenti, un +8% nei volumi ed un +24% in valore, pari a 9,47 milioni di ettolitri e 4,81 miliardi di euro, sugli stessi livelli, da record, del 2001 e del 2003. A "tirare la volata", soprattutto i vini a denominazione d'origine (+8% in volume e +19% in valore), mentre lo Champagne, pur crescendo in valore (+6%), arretra nelle quantità (-2%) e, se il mercato europeo sembra ormai saturo, è nei Paesi extra Ue che i vini d'Oltralpe fanno segnare i progressi migliori, specie in termini quantitativi: +20% negli Usa, +30% in Cina, Giappone e nella vicina Svizzera. A tendenza che, invece, desta maggiore preoccupazione, è quella che vede in calo il numero dei consumatori interni: nel 2012, la percentuale di famiglie che acquistano abitualmente vino è sceso all'86,4%, in calo sui 5 anni precedenti (comunque percentuale altissima, ndr), ma con un risvolto positivo, perché la spesa media per singolo acquisto è in crescita, così come il numero di bottiglie comprate.

## Focus

### Se gdo e produttori si alleano con successo

Mentre si legifera ("articolo 62") per correggere le storture tra produttori e distribuzione, i leader della gdo italiana e mondiale puntano, con successo, sulla collaborazione con i produttori, piccoli e grandi. Se il gruppo francese Auchan ha lanciato, anche in Cina, "I sapori delle Regioni", con prodotti di 1.000 pmi del Belpaese, Coop Italia, già dal 2011, ha la linea "Assieme", con vini di cantine cooperative da diverse Regioni che, in 9 mesi, nel 2012, ha venduto 1,7 milioni di bottiglie per 4,7 milioni di euro, e sta puntando, con i produttori, all'abbattimento della solforosa, e con il Csq a misurare il "Valore Condiviso", la giusta remunerazione nella filiera. E anche Iper La grande ha potenziato la linea "Grandi Vigne": 27 produttori da 15 Regioni, "permettendo ad aziende che sarebbero escluse da un rapporto diretto con la distribuzione - si legge in una nota - di crescere professionalmente ed economicamente". Con un supporto nell'organizzazione e verificando il rispetto di regole sanitarie, e la salubrità del prodotto (livelli di solforosa e allergeni), a prezzo equo, remunerativo per il produttore e sostenibile per il consumatore". Perché le alleanze funzionano meglio delle imposizioni.



**SMS**  
**"Federalismo produttivo"**  
Ci sono Paesi produttori che competono con altri Paesi. Ma anche chi la competizione su scala mondiale sostiene di poterla affrontare quasi da solo, con una "rappresentativa regionale", seppur ben attrezzata e qualificata, invece che con la "nazionale", in una sorta di "federalismo produttivo". È il caso del Veneto, con l'assessore all'agricoltura Manzano che sulla vendemmia 2012 ha detto: "siamo il primo distretto produttivo al mondo di vino a denominazione e a indicazione geografica (6,5 milioni di ettolitri complessivi), con Prosecco, Amarone, Valpolicella, Soave, Bardolino ... Esportiamo il 30% del valore dell'Italia, ed il 15% di quello dell'Europa. E la nostra produzione totale, 10 milioni di ettolitri, è paragonabile a quella di Paesi come Sudafrica, Argentina, Australia, Cile ...". E il sistema-Paese?



## Cronaca

### Vino cinese "alla plastica"

Mentre in tanti Paesi, dagli Usa alla Russia, si chiedono controlli rigidi sui vini che vengono importati, dalla Cina arriva un nuovo allarme: per la China Alcoholic Drinks Association, stando a "Beijing News", in tutti i vini prodotti nel Paese, ci sarebbero sostanze "plasticizzanti" in concentrazioni superiori al doppio di quanto consentito dalla legge cinese. Il tutto perché la Cina, a quanto pare, non richiede controlli in materia alle aziende. Campioni di vino sono ad ora sotto ispezione.



## Wine & Food

### Le emozioni dei turisti per il marketing territoriale del Chianti

A promuovere il territorio del Chianti (tra le 10 parole più conosciute al mondo, ricorda il Consorzio del vino Chianti), saranno le emozioni dei turisti che lo visitano. Un marketing territoriale all'inverso, fondato sulla formula "esperienziale": è l'idea di "Wine Experiences. Social mapping wine tourism", della dottoressa Chiara Certomà della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Che vuole "analizzare l'immaginario che i turisti hanno del Chianti e, con la tecnica del "social mapping", creare una piattaforma informatica con flag "emozionali", dei luoghi che hanno lasciato il segno in chi c'è stato".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La prossima sfida della comunicazione del vino è quella di trovare un linguaggio capace di educare ed informare, aprendosi ad approcci e discipline diverse,

mischiando le competenze e riuscendo così a generare linguaggi capaci di intercettare il nuovo che avanza". Parola dell'"enofilofo" Giacomo Mojoli.

