



La Prima di WineNews.it

colangelo & partners
An Integrated Communications Agency

VERONA
APRILE 15-18
2018

SCOPRI VINITALY DIRECTORY

n. 2341 - ore 17:00 - Giovedì 22 Febbraio 2018 - Tiratura: 31087 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Un calice per un bel sorriso

Tra le mille proprietà "miracolose" attribuite al vino rosso e al suo consumo moderato, ce n'è anche una che farà "sorriderci". Letteralmente, perché sembra che un paio di calici al giorno facciano bene anche a denti e gengive, riducendo la capacità dei batteri patogeni di formare la placca. Così uno studio pubblicato sul "Journal of Agricultural and Food Chemistry" della American Chemical Society, firmato da María Victoria Moreno-Arribas del Consiglio Nazionale delle Ricerche di Spagna, riporta l'Ansa. Secondo il quale alcuni antiossidanti del vino rosso (acido caffeico e acido cumarico) impedirebbero ai batteri che causano queste patologie di aderire a denti e tessuti gengivali. Cin!



"Simply the best"

Dalla "a" di Antinori alla "z" di Zymè, passando per le migliori cantine d'Italia (dalla Tenuta San Guido/Sassicaia a Bertani Domains, da Tenuta San Leonardo a Donnafugata, da Ornellaia a Venica&Venica, da Nino Negri a Masciarelli, da Umani Ronchi a Planeta, da Cantina Santadi a Monteverro, per citarne alcune): sono le 50 protagoniste di "Simply the Best", di "Civiltà del Bere" che, il 26 febbraio a Milano, riunisce al Museo Nazionale "Leonardo da Vinci" le realtà che hanno ottenuto il massimo punteggio da almeno tre delle otto guide enoiche italiane top, nell'ultima edizione: Ais - Vitae (Associazione Italiana Sommelier), Bibenda (Fondazione Italiana Sommelier), Daniele Cernilli-DoctorWine, Espresso, Gambero Rosso, Luca Maroni, Slow Wine e Veronelli (<https://goo.gl/zMrXiF>).

Cronaca

L'eno dizionario italo-cinese

Un cinese va al supermercato per acquistare un vino. Nelle bottiglie francesi, da Bordeaux allo Champagne, l'etichetta in cinese che traduce la denominazione è inequivocabile. Ma non per i vini italiani: il cinese può acquistare due vini con denominazione diversa in cinese, ma che in entrambi i casi è Nero d'Avola. In aiuto, arriva il Dizionario del vino italiano-cinese dell'Istituto Confucio dell'Università di Milano, Carc-Contemporary Asia Research Centre e l'Accademia della Crusca (13 marzo, Milano).



Primo Piano

Vino ed e-commerce, tra Italia e Cina

L'e-commerce, in Italia, per il vino, muove numeri ancora relativamente piccoli. Ma il "boom" sembra a portata di mano, grazie ai giovani che stanno arrivando sul mercato enoico, e soprattutto sulle fasce di prezzo più alte. A sostenerlo, ancora una volta, alcuni dei player più importanti d'Italia, come Tannico e Vino75, e del mercato asiatico, come Alibaba. "Siamo nati 5 anni fa, ed ora pesiamo per un terzo su tutto il vino venduto on line in Italia - ha detto Marco Magnocavallo, fondatore di Tannico - muoviamo 1 milione di bottiglie, abbiamo toccato 11 milioni di fatturato nel 2017, e arriveremo a 18 nel 2018". Dai dati di Tannico (13.000 referenze da 3.000 cantine), la Toscana è la Regione più "venduta" on line, con il 30% del totale, seguita da Piemonte (15%) e Veneto (10%). Tendenza che si riverbera sulle tipologie più vendute: nella fascia premium (sopra i 12 euro), spiega Magnocavallo, nell'ordine i più venduti sono Bolgheri, Brunello di Montalcino, Igt Toscana, Amarone della Valpolicella e Chianti, mentre in quella ultra-premium (oltre i 25 euro) il "re" è il Brunello. Sintomo del fatto che chi compra vino via web in Italia guarda alla qualità: "il cliente tipo spende 5-600 euro all'anno, ed ha un reddito medio di 40.000 euro". Lo conferma anche Andrea Nardi Dei di Vino75: "siamo nati 3 anni fa, il fatturato 2017 è stato di 3 milioni di euro, +82% sul 2016. E all'estero abbiamo puntato sulla Cina, con Alibaba. E abbiamo visto che ci sono differenze importanti tra chi compra vino on line in Italia e in Cina. Da noi, per esempio, la fascia di età più importante è quella tra i 36 ed i 55 anni, in Cina quella tra 18 e 30 anni. Nel Belpaese l'ordine medio è di 10,5 bottiglie, per una spesa tra i 120 ed i 140 euro, in Cina di 2,3 bottiglie, con un carrello tra i 40 ed i 50 euro. Per la Cina, però, sono fondamentali le informazioni: i cinesi conoscono molto poco il vino italiano, e voglio sapere tutto, però, prima di comprare". Per questo, ma non solo, il web è perfetto, spiega Manfredi Minutelli di Alibaba: "in Cina ci sono 260 città di oltre 1 milioni di abitanti, ma non ci sono molte enoteche e supermercati con un assortimento di qualità. Con l'e-commerce sono raggiungibili in poche ore" (<https://goo.gl/4WfU5y>) ...

Focus

Barbera (e Monferrato) "world tour"

"Lui", il vitigno, e "lei", il vino, si chiamano Barbera, e rappresentano la storia del bere quotidiano tipico del Piemonte dei grandi Barolo e Barbaresco, e tratto enoico identitario del Monferrato. Una Barbera "pop" nel calice, alter ego musicale dello Champagne "per colpa" di Gaber, che sta tornando protagonista della scena enoica, grazie alle sue tante declinazioni e agli investimenti di produttori ed istituzioni. A partire dalla Barbera d'Asti che, nel 2017, ha toccato i 21 milioni di bottiglie prodotte (+6,3%). E che, in un vero e proprio "world tour", nella prima parte dell'anno toccherà Svizzera (Zurigo, il 26 febbraio, con Vinum), gli Usa (con lo Slow Wine Tour, il 27 febbraio ad Atlanta, il 5 marzo a Huston ed il 7 marzo a San Francisco, e con il Gambero Rosso World Tour 2017, il 28 marzo a Chicago e l'8 giugno a Toronto), poi Bruxelles (il 4 marzo, con Ian d'Agata ed il progetto "Indigena" di Collisioni Vino), passando per ProWein, a Düsseldorf (18-20 marzo), la prima grande fiera del vino mondiale dell'anno. Una Barbera che vede finire all'estero il 50% della produzione, ha ricordato il presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, Filippo Mobruci (<https://goo.gl/qBZ7pa>).



Wine & Food

La svolta "salutista" degli italiani a tavola

La spesa degli italiani in tavola è tornata a crescere, ma con una decisa svolta "salutista": nel 2017 per i beni alimentari si è speso il 3,2% in più del 2016, soprattutto per pesce (+7%) e frutta fresca (4,3%), ma anche per i prodotti "senza" (+18,4%), primi su tutti quelli senza olio di palma (+17,6%) e quelli "integrali" (+14,2%). Salgono anche le vendite di cibi senza o con ridotto contenuto di grassi saturi (+7,6%) e quelli senza sale (+7,2%). In forte crescita, anche quelli senza zuccheri aggiunti (+6,1%), con poche calorie (+3,4%) e senza additivi (+3,4%). A dirlo la Coldiretti su dati Ismea.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

180 milioni di euro di giro d'affari, vigneti che valgono anche 700.000 euro (+4.405% in 50 anni), un "melting pot" da 70 Paesi diversi: i numeri del sistema del Brunello di

Montalcino, commentati dai produttori. Da Il Poggione a Col d'Orcia, da Fattoria dei Barbi a Banfi, da Il Marroneto a Pian delle Vigne (Antinori) a Poggio Antico.

