

(BERTANI DOMAINS)
Elogio dell'identità.

La Prima di Wine News.it



vinitaly
VERONA
7-10 APRILE 2019

n. 2415 - ore 17:00 - Martedì 5 Giugno 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



Federer e Moët & Chandon

Cosa lega il mondo del tennis e quello dello Champagne? Un anno, il 1998, e adesso un nome, quello del campione Roger Federer. Lo svizzero, vincitore di 20 tornei del Grande Slam, è infatti il volto della prestigiosa griffe francese Moët & Chandon, che ha deciso di celebrare la carriera di successi del tennista con 20 bottiglie edizione limitata di Magnum 1998 vintage, col nome di "Greatest since 1998". Si perché il 1998 è l'anno in cui Roger Federer ha dato inizio alla sua carriera da professionista. Ogni bottiglia è quindi avvolta in un nastro di pelle nera che ricorda quello sul manico di una racchetta da tennis. Sulla pelle è inciso "Greatest since 1998" e la firma di Federer.



SMS Buone pratiche

Ne abbiamo dato notizia ieri, perché 150.000 litri di vino bianco generico, venduto, o meglio "spacciato" in dame da 5 litri ed etichettato come Verdicchio dei Castelli di Jesi Doc non passano certo inosservati (<https://goo.gl/D3DZUr>). Quello che non sapevamo, invece, è che la segnalazione all'Ispezzione Repressione Frodi dei prodotti agroalimentari di Emilia Romagna e Marche è arrivato proprio dall'Istituto Marchigiano di Tutela Vini (Imt) che, con una nota firmata dal direttore dell'Imt, Alberto Mazzoni, ha voluto ringraziare i Carabinieri. Così, quella che era una notizia tutt'altro che bella, diventa perlomeno una buona pratica ed un buon esempio, perché quando i Consorzi lavorano bene, i risultati sono questi, e cresce la tutela per un'intera denominazione ...

Cronaca

Il Governo apre a Mosca

Il Governo gialloverde prende vita e oggi, con il debutto a Palazzo Madama, il Premier Giuseppe Conte ha di fatto illustrato, con un lungo discorso, il manifesto di quelle che saranno le prossime azioni che caratterizzeranno questa legislatura. Tra queste c'è anche l'apertura alla Russia, accolta con soddisfazione dalla Coldiretti, che ricorda come le esportazioni italiane siano scese da 11 a 8 miliardi di euro, con l'embargo che ha colpito anche una importante lista di prodotti agroalimentari.



Primo Piano

Allarme made in Italy: in Cina è quasi sconosciuto

La pasta e il Barolo sono, o meglio sarebbero, il cibo e il vino italiani più conosciuti dall'upper class cinese. Ma a vincere, in realtà, è la non conoscenza del made in Italy, con la metà dei consumatori chiamati ad associare al Belpaese un prodotto/brand agroalimentare che risponde "non so", come rivela l'indagine dell'Osservatorio Paesi Terzi di Business Strategies sul posizionamento del made in Italy in Cina, condotta da Nomisma Wine Monitor su un campione di 1.000 cittadini dal reddito medio-alto residenti a Pechino e Shanghai. "L'equazione Italia-buona tavola - commenta Silvana Ballotta, ceo di Business Strategies - è un'associazione che non può ancora essere data per scontata in Cina. A fronte di un mercato in crescita e di un primo trimestre record a +41,4% per il vino italiano, solo la metà dei consumatori dimostra di saper associare al nostro Paese almeno un prodotto enogastronomico. Questa mancanza, da un lato di conoscenza e dall'altro di promozione, si traduce in un deficit di comprensione sul fronte consumer e in una conseguente difficoltà di posizionamento per i nostri produttori, a vantaggio dei competitor". Quasi 7 cinesi su 10, infatti, associano la categoria "vino" alla Francia, mentre sono solo 2 su 10 quelli che si orientano verso l'Italia. Un risultato che migliora solo leggermente quando si parla di cibo, con il Belpaese menzionato da un quarto del campione, dietro al Giappone (37%), ma prima di Francia (15%) e Usa (14%). Secondo la survey condotta nelle due metropoli asiatiche, è la pasta la più conosciuta dai cinesi, nominata dal 31% di coloro che danno un'indicazione di prodotto, e seguita dai brand Ferrero (10%) e Illy (4%). E mentre restano appena fuori dal podio la pizza (4%) e l'olio d'oliva (3%), a sorpresa il tiramisù batte spaghetti, Barilla, formaggio e maccheroni. La classifica del vino vede premiati Barolo (13%), Amarone (7%) e Chianti (6%), seguiti però da risposte come "Piemonte", "Docg", "Italia", "vino italiano", "vino rosso" e "Toscana", indicazioni che evidenziano una sostanziale confusione culturale rispetto al nostro prodotto enologico. Se in Cina c'è ancora tanto, sarà fondamentale non lasciare indietro la comunicazione ...

Focus

L'outlook del vino secondo UniCredit

Nel 2018 il settore vino in Italia crescerà dell'1,8%, con un giro d'affari dell'export che dovrebbe chiudere l'anno in crescita del +3,4%: sono le previsioni emerse dall'"Industry Book 2018" di UniCredit, che stima il fatturato del comparto enoico, nel 2017, intorno a 11,3 miliardi di euro. Anche per l'istituto bancario, gli spumanti sono il segmento trainante, grazie soprattutto alle buone performance del Prosecco, con l'export al +11,6%, tendenza che dovrebbe scendere nel 2018 al +10%. Ma le prospettive sono anche migliori se si pensa che, nel 2016, uno studio della Sace, la società per azioni di Cassa Depositi e Prestiti, stimava che il settore del vino avrebbe potuto aumentare le proprie esportazioni di quasi il 30% in un triennio, reindirizzando le proprie vendite sui mercati esteri a maggior potenziale di crescita della domanda. Quali? Essenzialmente, stando allo studio di UniCredit, per i vini fermi in pole la Cina, dove sono previste vendite in aumento, da qui al 2020, del 25,5%, il Canada (+12,5%) e gli Usa (+9,1%); per gli spumanti, la Svizzera, che dovrebbe registrare un +33,9% nello stesso periodo, il Regno Unito (+31,8%) e il Canada (+31,1%).

