



La News



Questione di tappo

Il sughero resta la chiusura più utilizzata per il vino (chiude il 60% delle bottiglie nel mondo) e la più amata dagli appassionati. Che, però, sono sempre più aperti anche al tappo a vite, e "neutrali" verso i tappi sintetici. Così un sondaggio di Wine Intelligence. Favorevoli al sughero il 41% dei consumatori Uk, il 61% di quelli Usa, il 37% di quelli australiani, il 60% dei tedeschi ed il 61% dei cinesi. Per il tappo a vite, il massimo del gradimento è in Australia (45%), poi Uk (40%), Usa (31%), Germania (27%) e Cina (23%). Su tappi sintetici, ci sono più contrari che favorevoli in Uk, Australia e Germania, mentre è il contrario in Cina e Usa, ma la maggioranza è ovunque "neutrale" (<https://goo.gl/DjP5x7>).



Premiumisation Uk

"Premiumisation". Ecco cosa sta accadendo in Gran Bretagna, un po' per scelta un po' per necessità, dove, anche sotto la spinta della Brexit e della conseguente svalutazione della sterlina, i prezzi medi del vino hanno vissuto, negli ultimi tre mesi, una crescita del 3,5% sul periodo precedente, a 5,45 sterline (+0,17), come rivelano i dati di una ricerca firmata da Iri - Industrial Research Institute per il colosso del vino cileno Concha y Toro. Lo slogan sembra ormai essere "bere bene, bere meglio", tanto che sugli scaffali si registra un netto calo delle referenze per le etichette da 6-7 sterline (86 in meno) ed in una crescita del numero di bottiglie sopra le 8 sterline (43 in più). Si accorciano, inoltre, i tempi delle vendite promozionali, con gli sconti che non superano il 20% (il 30% del periodo precedente).

Cronaca

L'Ue tra Bayer e Monsanto

Fusione Monsanto e Bayer: "questo matrimonio non s'ha da fare"? Si vedrà l'8 gennaio 2018, quando la Commissione europea deciderà in merito al progetto di acquisizione di Monsanto da parte di Bayer, dopo "un'inchiesta approfondita" sull'eventualità che l'operazione possa "ridurre la concorrenza in settori come i pesticidi, le sementi e l'agrochimica", con conseguenti "prezzi più alti, qualità inferiore, meno scelta e meno innovazione", che pagherebbero agricoltori e distributori.



Primo Piano

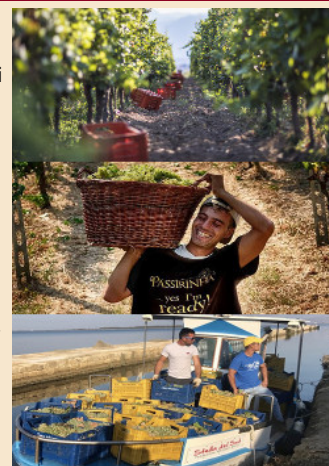
Cina, conoscerla meglio per conquistarla

Secondo i dati, ormai consolidati, le importazioni enoiche in Cina nel 2016 hanno raggiunto i 638 milioni di litri (+15,2% sul 2015), per un valore di 2,36 miliardi di dollari (+16,38%), mentre quelli previsti per il 2020, tutti da verificare, parlano di spedizioni verso Pechino che cresceranno di 41,7 milioni di casse (+79,3%), con la Cina che rappresenterà il 71,8% dell'intera crescita dell'export mondiale. Un mercato su cui ormai convergono gli interessi di tutti i maggiori produttori, compresa l'Italia, che qui, nonostante una crescita del 39% nel solo 2016, ha fatturato appena 114 milioni di dollari. Cercare di capire come sta, velocemente, evolvendo il panorama dei consumi in Cina, allora, diventa vitale, ed un aiuto arriva dal report di Wine Intelligence "China Landscape 2017", che ha individuato i 12 motivi per cui il mercato cinese sta diventando sempre più maturo e pronto, che approfondiamo partendo dalle prime quattro. Per prima cosa, quello cinese è un mercato in espansione: il crescente reddito disponibile, accompagnato da una migliore logistica nella distribuzione del vino, ha consentito un'accessibilità migliore al vino anche nelle città medie, contribuendo ad un forte aumento dei consumatori in grado di potersi avvicinare al vino d'importazione. Così, il consumo di vino, da eccezionale, sta diventando quotidiano, ed i motivi principali del suo successo sono la salubrità, indicata dal 56% dei consumatori, il relax (51%) ed il piacere legato esclusivamente al gusto (47%). Merito di una terza dinamica, fondamentale, quella di una generale normalizzazione dei prezzi al dettaglio, grazie ad una sempre maggiore conoscenza del prodotto ed alla trasparenza nei prezzi da parte dei rivenditori, specie nell'online, che hanno portato ad un migliore rapporto qualità/prezzo. Inoltre, il quarto punto sono le differenze regionali a tavola, che vuol dire opportunità per tanti vini stilisticamente diversi: la tradizione culinaria cinese è ben più complessa di come siamo abituati a considerarla, e se nel Nord del Paese vanno forti vini secchi e corposi, ad Est sono preferibili vini ricchi e fruttati, a Sud freschi e succosi e ad Ovest leggeri e dolci.

Focus

Foto di vendemmia, previsioni di export

Scarsa nelle quantità (-24% sul 2016 per Assoenologi, a 41,1 milioni di ettolitri stimati, ad oggi), incerta più che mai sulla qualità, la vendemmia 2017, piuttosto anticipata, sta entrando nel vivo un po' in tutta Italia, almeno per le varietà più precoci. Un'annata che, come detto già nei giorni scorsi, sta mettendo alla prova i territori e le interpretazioni aziendali. Come il caso di Bellavista, tra le cantine leader in Franciacorta, che, in un territorio in cui molti hanno anticipato la raccolta, ha deciso di sfidare il clima ed attendere il perfetto grado di maturazione delle uve, spiega la Ceo Francesca Moretti (<https://goo.gl/6kuxAp>). In altre realtà, invece, molte uve bianche e precoci sono già in cantina, sia nel Centro che nel Sud Italia (nelle foto, tra le tante arrivate dal Belpaese, la vendemmia della stessa Bellavista, quella della marchigiana Velenosi e quella di Tasca d'Almerita, in Sicilia e in barca, sull'Isola di Mozia). Intanto, buone notizie per l'export: secondo Coldiretti, se nei primi quattro mesi del 2017 (dati Istat) le esportazioni enoiche del Belpaese sono cresciute del 4,7% sullo stesso periodo 2016 (chiuso con il record di 5,6 miliardi di euro), alla fine dell'anno la crescita complessiva sarà +6,3%.



Wine & Food

Nielsen: in Usa i consumi di vino crescono più della birra

Negli ultimi 12 mesi, tra giugno 2016 e giugno 2017, le vendite di vino nel commercio al dettaglio Usa sono cresciute dell'1,5%, con la birra che, al contrario, lascia sul terreno il -2%. A dirlo gli ultimi dati Nielsen, che certificano anche il calo degli acquisti nei bar e nei ristoranti, con i consumatori statunitensi che sembrano cercare in enoteca nuove etichette da scoprire, specie di rosato, la categoria che ha segnato la crescita maggiore: +57%, per un giro d'affari annuo complessivo di 389 milioni di dollari. Bene anche i distillati: +2,2%, trainati da whisky, cognac e tequila.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

In fondo al mare ... c'è una cantina. Quella di Crusoe Treasure, che, nella baia di Plentzia, nei Paesi Baschi, affina i migliori vini di Spagna nel pieno rispetto della vita marina, dove

le bottiglie si lasciano cullare dalle onde. A WineNews, il progetto raccontato da Francesc Ricart e Borja Saracho Echevarria, a capo di Crusoe Treasure.

