

La News



Winemakers' Winemaker 2018

Non è un enologo emergente, al contrario, il "Winemakers' Winemaker 2018", premiato alla ProWein di Düsseldorf dai Masters of Wine e da "The Drinks Business": è Jean-Claude Berrouet, personaggio fondamentale per il panorama enologico degli ultimi quattro decenni. Nato letteralmente nel mondo del vino, a Château Samion, l'azienda di famiglia di Lalande-de-Pomerol, è cresciuto amando il vino. La svolta per la sua carriera e per la sua vita arriva nel 1964, quando entra a Établissements Jean-Pierre Moueix, diventando presto direttore enologico di Trotanoy, a Pomerol, Dominus, in California, e soprattutto Château Pétrus, dove resterà per 44 anni.



Riflessioni da ProWein

Senza dubbio, ProWein, è ormai la fiera di riferimento per il mercato mondiale del vino. A Düsseldorf non solo ci sono i produttori di tutto il mondo, ma i buyer di tutto il mondo, dalla Cina agli Usa, passando per il Nord Europa e dall'Asia. Una fiera che è cresciuta molto, negli anni, e che, però, secondo alcuni, pone anche interrogativi sul futuro delle fiere più in generale, sul rapporto tra espositori e buyer che queste riescono a mantenere, e sul loro ruolo futuro. A WineNews le riflessioni di Emilio Pedron (Bertani Domains), Alessio Planeta (Planeta), Marilisa Allegrini (Allegrini), Enrico Zanoni (Cavit), Giovanni Geddes da Filicaja (Frescobaldi), Alessandro Niccolai (Banfi), Sergio Zingarelli (Chianti Classico) e Giovanni Busi (Chianti, <https://goo.gl/iS3aPv>).

Cronaca

Hennkell compra Freixenet

691 milioni di euro di ricavi, con il 60% all'export, per un colosso della spumantistica mondiale che diventa ancora più grande: il gruppo tedesco Henkell & Co, tra i maggiori produttori di Sekt tedesco, e proprietario anche del marchio di Prosecco italiano Mionetto, come si vociferava da tempo, ha acquisito la maggioranza (50,7%) del colosso spagnolo del Cava, Freixenet. Un'operazione da 220 milioni euro. Notizia attesa da tempo, e diventata ufficiale nei giorni del ProWein (<https://goo.gl/q3x5ss>).



Primo Piano

Wine Intelligence: 15 anni di cambiamenti nel vino

Cos'è successo nel panorama del vino negli ultimi 15 anni, e come può la conoscenza del passato aiutare le aziende enoiche, oggi, ad avvicinare i mercati? È la domanda alla base di "The world of wine in 15 years' time: key success factors", il seminario di Wine Intelligence di scena alla ProWein di Düsseldorf. Sono 4 i grandi cambiamenti analizzati: "Disruption", ossia rottura, specie nella sfera politica, basti pensare alle ultime elezioni in Usa, o alla volontà espressa dalla Gran Bretagna di uscire dall'Unione Europea; "Ageing", l'inevitabile invecchiamento della popolazione, di cui chi si occupa di marketing deve tenere conto; "Communication", la comunicazione, che è cambiata radicalmente, ma soprattutto che continua a cambiare in fretta, e che dobbiamo essere abbastanza flessibili da seguire. Ma ciò che ci interessa maggiormente sono i "Wine Shifts", tutto ciò che è cambiato, in modo più o meno radicale, nei consumi e nell'approccio al vino. Innanzitutto, i Paesi storicamente produttori bevono sempre meno, gli altri, sempre di più, in un gioco a somma zero. Crolla la frequenza di consumo, ovunque, a causa di stili di vita sempre più salutari. Cambia il bilanciamento tra generi, specie in Cina, con le donne che pesano sui consumi ormai come gli uomini. Crolla, soprattutto in Uk, la popolarità delle varietà più importanti, come lo Chardonnay. Un altro fattore di novità è rappresentato dalle vendite online, mentre le due categorie che in questi 15 anni sono cresciute maggiormente sono rosé e sparkling, Prosecco su tutti. Anche nel mondo del vino, si assiste all'invecchiamento medio dei consumatori, che oggi hanno più di cinquant'anni, ma che, allo stesso tempo, sono più consapevoli di ciò che comprano e bevono, premiando la qualità più che il prezzo. Quali sono, allora, i fattori chiave del successo? Innanzitutto, capire il consumatore, di oggi e dei prossimi 15 anni, ma anche che tipo di vino e di etichetta si vuol fare: è fondamentale dedicarsi a qualcosa che ci rappresenti, così da conquistare un target solido. E ancora, bisogna capire e cogliere le opportunità del mercato, conoscere la concorrenza e scegliere i mercati giusti su cui puntare.

Focus

Una nuova cantina per il mito Masseto

Masseto, il vino italiano più famoso nel mondo, ed il più quotato nelle grandi aste internazionali, avrà una nuova casa. La vendemmia 2018 del grande rosso bolgherese, sarà la prima nella nuova cantina dedicata, realizzata sul progetto del prestigioso studio "ZITO+MORI". Cantina che sarà già operativa dalla metà di quest'anno ma che, spiega a WineNews, da ProWein, il ceo Giovanni Geddes da Filicaja, "sarà inaugurata ufficialmente nell'aprile 2019. Una cantina completamente interrata: si vedrà solo la vecchia casa di Masseto, che abbiamo ricostruito". Una nuova dimora tutta sua, per Masseto, che inizierà un nuovo capitolo, completamente separato, come nei fatti è da anni, da Ornellaia. "Sia sul marketing, che sarà guidato da Alex Belson, che sulla distribuzione: ad eccezione di Italia, Usa e Canada, dove questi due grandi vini hanno una distribuzione in comune, per il resto del mondo Masseto sarà tutto distribuito sulla "place de Bordeaux" - spiega Geddes - da 15 prestigiosi negoi. E anche sulla parte enologica, con l'arrivo a Masseto di Elenora Marconi (per anni al Castello di Nipozzano della famiglia Frescobaldi, ndr), che lavorerà sotto la supervisione di Axel Heinz" (<https://goo.gl/mp57iV>).



Wine & Food

Alla conquista della Cina con "I love ITALian wines"

Nel 2017 le importazioni di vino italiano in Cina hanno superato i 161,3 milioni di dollari in valore, con una crescita del +22% sul 2016. Negli ultimi 24 mesi la quota italiana è passata dal 4,93% del 2015 al 6,05% del 2017. È questo lo scenario che fa da sfondo a "I love ITALian wines", la campagna ideata e lanciata dall'Ice-Italian Trade Agency, che riparte da oggi per promuovere il vino italiano in Cina, by Ministero dello Sviluppo Economico e Ambasciata d'Italia, a Chengdu, con Vinitaly, e le cantine protagoniste dell'International Wine & Spirits Show, fino a domani nella capitale del Sichuan.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Dobbiamo migliorare servizi ed incoming. All'estero per ora stiamo sull'Asia, ma teniamo gli occhi aperti. Le altre fiere? A noi basta che il business del vino abbia la certezza

che a metà marzo c'è ProWein a Düsseldorf". A WineNews parla il dg Marius Berlemann. Tanti in lista di attesa, "ma gli spazi, per ora, non cresceranno".

