

La News



Usa, commercio enoico "di corsa"

Luglio non è tradizionalmente tra i mesi migliori per il commercio enoico, neanche in Usa. Eppure, Oltreoceano le vendite continuano a correre, con gli acquisti di vino nazionale che fanno segnare, secondo i numeri dell'Iri, un aumento dell'1%, grazie principalmente ai vini da tavola (+2%), fino ai 2,9 miliardi di dollari, di cui 139 milioni dagli spumanti (+3%). Così, negli ultimi 12 mesi (luglio 2017-luglio 2018), il giro d'affari legato al vino nazionale, ha toccato i 46 miliardi di dollari (+3%), a cui vanno aggiunti i 23 miliardi di dollari di vino imbottigliato importato, cresciuto negli ultimi 12 mesi del +7%, per un totale di 69 miliardi di dollari ed una crescita complessiva del +5%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Lieviti, l'opzione Starmerella bacillaris

Il dibattito sull'uso di lieviti indigeni e non-Saccaromyces è un tema caldo nel vino. Superata la semplicistica visione che tutti i lieviti non-Saccaromyces siano nocivi ad una buona vinificazione, sta diventando condivisa la consapevolezza che le vinificazioni spontanee producono vini più complessi e interessanti, specie dal punto di vista aromatico. Ma la questione non è così semplice, le vinificazioni spontanee devono essere condotte bene, non rinunciando alla tecnologia. La svolta potrebbe chiamarsi Starmerella bacillaris, "un lievito non-Saccaromyces - spiega Viviana Corich, docente di microbiologia dell'Università di Padova - che "va d'accordo" con il Saccaromyces Cerevisiae e produce più glicerolo, controlla meglio lo sviluppo di acidità volatile, favorisce la produzione di esteri e alcol superiore e possiede un contenuto effetto di riduzione del grado".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Constellation Brands investe nella cannabis

Dalla sua legalizzazione, conquistata in diversi Stati del mondo, il mercato della cannabis ha visto una rapida crescita in termini di utili e investimenti. Tanto da attrarre molti nomi importanti anche del beverage: ultimo è quello di Constellation Brands, gigante che ha tra i suoi brand la birra Corona e tante griffe del vino, come Ruffino e Kim Crawford Wines, che investirà ben 4 miliardi di dollari nella Canopy Growth, regina mondiale della produzione di cannabis, aumentando le sue azioni dal 9,9% al 38%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Uk, sei identikit dei consumatori di vino raccontano il mercato inglese

Non esiste un approccio univoco al vino, tanto meno in un mercato solido e ricco di sfaccettature come quello della Gran Bretagna, abituato a guidare le tendenze, più che a subirle, ed a mutare in maniera anche repentina, come racconta lo "Uk Portraits 2018" di Wine Intelligence, che mette in fila le diverse tipologie di consumatori di vino. I profili individuati sono sei, ognuno con le sue peculiarità. Il primo gruppo di wine lover è quello degli "Adventurous Explorers", gli esploratori, il 17% dei consumatori (erano il 10% appena due anni fa): per loro il vino è un punto di riferimento quotidiano, anche grazie ad una sempre maggiore conoscenza di Bacco ed alla centralità dell'aspetto esperienziale ("Instagram Moment"). È il target più interessante, perché maggiormente coinvolto, ed in continua crescita, anche sulla scia dell'affermazione dell'enoturismo nelle aziende inglesi del Sud del Paese. Questi fattori di coinvolgimento, però, riguardano, seppure in maniera minore, anche un altro gruppo, quello dei "Social Newbies", i neofiti: tendenzialmente più giovani della media, rappresentano il 17% dei consumatori, una volta restii al cambiamento, oggi si scoprono, anche loro, più "avventurosi", concentrando il consumo in occasioni sociali ben definite. Il segmento con il secondo maggior indice di coinvolgimento, dietro agli "Adventurous Explorers", è quello dei più giovani "Generation Treeters", che rappresentano appena l'11% dei consumatori, ma anche la maggior spesa media a bottiglia, tanto che in valore muovono il 26% del mercato enoico della Gran Bretagna. In termini quantitativi, invece, il target più ampio è quello dei "Mainstream Matures": bevono meno in casa e più fuori, rappresentano il 28% dei consumatori, i più avanti con gli anni ed i più esperti, cercano un vino familiare ed accessibile. Quindi, ci sono i "Kitchen Casuals", il 10% dei consumatori, che aprono una bottiglia solo a casa loro, molto di rado, e nelle loro scelte sono guidati dalle promozioni e da un repertorio decisamente ristretto di etichette e tipologie, ed infine i "Bargain Hunters", una fetta del 17% dei consumatori, i più anziani, quelli che bevono vino meno di frequente e che spendono meno di chiunque altro.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

"The WineHunter Award": le etichette al top

Tenuta Biserno Biserno 2015, Monteverro Rosso 2014, Ornellaia 2015, Zymè Harlequin 2009, Clerico Barolo Ciabot Mentin 2014, Donnafugata Passito di Pantelleria Ben Ryé 2016, Letrari Trentodoc 976 Riserva del Fondatore 2008, Ca' del Bosco Franciacorta Dosage Zéro Noir 2009, Bellavista Franciacorta Vittorio Moretti 2011, Montevertine Pergole Torte 2015, Di Majo Norante Don Luigi 2014, Felsina Chianti Classico Gran Selezione Colonia 2013, Tommasi Amarone Riserva Ca' Florian 2011, Conterno Fantino Barolo Ginestra Vigna Sorì Ginestra 2015, Terlano Alto Adige - Südtirol Rarità Pinot Bianco 2005. Sono solo alcune delle 33 etichette al top dell'enologia italiana, quelle capaci di superare i 93/100 nella guida online di "The WineHunter Award", nata dall'esperienza di Helmuth Köcher, presidente e fondatore del Merano WineFestival, e che adesso possono sperare di conquistare la medaglia "Platinum", il vertice qualitativo assoluto, che verrà svelato però solo nei giorni della kermesse altoatesina, di scena a Merano dal 9 al 13 novembre 2018. In cima la Toscana, con ben 16 etichette, seguita come di consueto dal Piemonte, a quota 7, quindi Veneto, Alto Adige e Lombardia con 2, Sicilia, Trentino, Molise e Campania con un solo vino.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Tra "Cantine in Piazza" e "A Tavola con il Nobile", Montepulciano rievoca il Bravio delle Botti

Dalle "Cantine in Piazza", ovvero le migliori espressioni del Nobile, tra le prime e più importanti Docg d'Italia, nella cornice rinascimentale di Piazza Grande a Montepulciano, con i produttori del Consorzio ed i prodotti proposti dal Magistrato delle Contrade (stasera), a "A Tavola con il Nobile", sfida ideata dal giornalista del Tg2 Bruno Gambacorta nelle cucine delle Contrade dove si custodisce la tradizione più autentica di un piatto principe della tavola toscana come i "Pici", candidati Unesco, e di cui una giuria di giornalisti di tutto il mondo, con la sommelier Adua Villa come madrina, dovrà eleggere i migliori in abbinamento con il celebre rosso (domani e il 19 agosto). Ecco gli eventi che accompagnano il Bravio delle Botti (26 agosto), affascinante rievocazione storica della corsa delle botti rotolanti per le vie della città del Poliziano.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Dall'uva alla bottiglia, passando per i legni: Jean-Pierre Giraud di Tonnellerie Taransaud

Negli ultimi anni, nelle cantine d'Italia, si è tornati a guardare alle botti grandi, abbandonando le barrique, ma non è una tendenza che riguarda tutti, perché alcuni legni offrono davvero qualcosa in più. Come quelli di Jean-Pierre Giraud, direttore commerciale di Tonnellerie Taransaud, che racconta: "siamo stati i primi a certificare il legno 100% francese e la stagionatura, che insieme alla consistenza garantiscono la qualità delle nostre botti, i legni che vendiamo a Petrus sono gli stessi che vendiamo ad un produttore sperduto della Nuova Zelanda".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)