

La News



Se i Millennials "tradiscono" il vino

Se i Millennials sono quelli che guideranno il futuro dei consumi enoici, non c'è di che stare troppo tranquilli perché, a quanto pare, preferiscono sempre di più altri tipi di bevande alcoliche. Almeno, è quello che succede in due mercati fondamentali, oggi, per il vino mondiale ed italiano, Usa e Uk, come evidenziato dal magazine "Wine Industry Insight". Secondo i dati comparati del BofA Merrill Lynch Global Research Survey, se nel 2017 i Millennials che sostenevano di preferire liquori ed altri alcolici erano il 36%, nel 2018 la quota arriva al 41%, con la birra scesa dal 40% al 39%, ed il vino, settore più penalizzato da questo cambio di rotta, dal 22% al 18%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

La Borgogna sorride all'export

Territorio del vino tra i più prestigiosi del mondo, la Borgogna sta vivendo un anno d'oro sui mercati: in 11 mesi (tra agosto 2017 e luglio 2018), le spedizioni sono cresciute del 10% in quantità, a 1,3 milioni di ettolitri, e nei primi 7 mesi del 2018 sullo stesso periodo del 2017, le esportazioni sono cresciute del 4% in volume (47 milioni di bottiglie), e del 7,6% in valore, toccando quota 532 milioni di euro. Primo mercato sono gli Stati Uniti, con 125,5 milioni di euro (+6,8%), seguiti dal Regno Unito a 73,2 milioni di euro (-0,3%), e dal Giappone a 61,7 (+1,3%). L'Italia, grazie ad un sostanzioso +26%, ha importato vini di Borgogna per 5,3 milioni di euro. A dirlo il report del Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Russia: nel 2030 raddoppia il consumo di vino

L'Italia, nei primi 5 mesi del 2018, secondo Eurostat ha esportato vino per 38 milioni di dollari (+15%). E le cose, potrebbero migliorare ancora, visto che, secondo la "Russian Union of Viticulturists and Wine-Makers", i consumi di vino nel Paese di Putin, da qui al 2030, potrebbero raddoppiare, fino a 25 milioni di ettolitri all'anno. Ma l'obiettivo a lungo termine, per i russi è quello di una sostanziale autarchia vinicola, poiché dai poco più di 3 milioni di ettolitri in cui è stimata la produzione 2018, si vuole arrivare ai 21 milioni nel 2030.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Vino ed e-commerce in Italia: l'arrivo di Signorvino, le tendenze di Tannico

Le vendite di vino online, che guidano il boom dei consumi in Paesi che hanno scoperto solo recentemente la passione per Bacco, come la Cina, sono destinate a crescere anche in Italia, dove rappresentano ancora una nicchia che, nel 2023, secondo una ricerca-sondaggio realizzata da Ovse-Ceves (Osservatorio Vini Spumanti Effervescenti), dovrebbe raggiungere un fatturato di 200 milioni di euro. Alle spalle, c'è un comparto in fermento, dove player relativamente "storici" colpiscono nicchie e segmenti specifici, mentre altri si affacciano al mercato in cerca di un proprio ruolo. Una delle novità, in questo senso, è la partnership tra WineLivery, servizio di consegna rapida, in mezz'ora, ma solo nelle principali città (come Milano, Bologna, Torino e Bergamo), di vino, birra ed altri alcolici, e Signorvino, per la commercializzazione a domicilio dei vini delle 15 enoteche della catena sparse in tutto il Belpaese: una sperimentazione che partirà su Firenze, e che accresce così l'offerta dei negozi fisici della catena fondata da "Mr Caldezon" Sandro Veronesi e diretta da Luca Pizzighella. Per una novità, una certezza, quella di Tannico, sul mercato ormai da sei anni, forte di un'offerta ben precisa e di una profonda conoscenza delle dinamiche commerciali dell'online. "In termini di consumi - spiega a WineNews Marco Magnocavallo, ceo di Tannico - c'è una netta predominanza dei vini italiani negli acquisti dei nostri clienti, che scelgono vini su fasce di prezzo superiori ai 10 euro a bottiglia, con numeri importanti anche sul segmento dei super premium, ossia sopra ai 40 euro a bottiglia. C'è una percentuale comunque molto forte di vini francesi, specie di Champagne, guidati dalle maison che dominano il mercato, come Dom Pérignon, Ruinart, Roederer. È interessante notare come anche Champagne di maison meno conosciute, che importiamo direttamente noi dalla Francia, stiano scalando posizioni, dimostrando che c'è un mercato anche per i nomi meno conosciuti, magari a prezzi un po' più accessibili". Tornando all'Italia, quello dipinto dal ceo di Tannico è un quadro in cui "la Toscana è soprattutto Bolgheri, fa bene ormai da qualche anno l'Alto Adige, mentre al Sud la Sicilia è trainata dall'Etna, e c'è anche la Puglia, che ci sta dando grandi soddisfazioni".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Mercati, storytelling, enoturismo: torna "Wine2Wine"

I mercati, ovviamente, dagli Usa alla Cina, passando per Germania, Uk, Giappone, Messico, Polonia, Svizzera e non solo, ma anche l'innovazione in viticoltura ed enologia, l'enoturismo, l'uso dei social, la sostenibilità, e l'annuncio delle cantine protagoniste di "Opera Wine" 2019, la prestigiosa degustazione, e unica in Italia, firmata da "Wine Spectator", e tanto altro: prende forma il programma di "Wine2Wine" 2018, il forum firmato Veronafiere e Vinitaly, di scena a Verona il 26-27 settembre. Tra gli ospiti di maggior rilievo internazionale Margareth Henriquez, presidente e Ceo di Krug, che parlerà della comunicazione dei brand del lusso, Shenghan Wang, ovvero Lady Penguin, una delle massime influencer del vino in Cina (1,5 milioni di fans e un wine show con 200 milioni di visualizzazioni), che spiegherà come costruire una wine community nel grande Paese asiatico, dove oltre il 30% del vino è venduto via web, e ancora Geoff Kruth, presidente di Guild Somm, organizzazione internazionale no profit che si occupa di educazione al vino, che approfondirà il tema dello "storytelling", ad Alison Napjus, Senior Editor di "Wine Spectator", che a chiusura della prima giornata di lavori, svelerà le cantine "elette" per Opera Wine 2019, che sarà di scena, come sempre, come anteprima di Vinitaly (il 6 aprile 2019).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Le "Barolo Week(s)" di Fontanafredda, al via con la degustazione "dei tappi"

Celebrare il Barolo, "re" dei vini italiani, e tra i più celebri nel mondo, facendolo diventare, per qualche giorno, da vino speciale ed elitario, a vino quotidiano: è l'idea alla base delle "Barolo Week(s)" promosse da Fontanafredda, uno dei nomi storici del grande vino di Langa, di proprietà di Oscar Farinetti. Con oltre 100 appuntamenti in 17 Paesi, dagli Usa al Regno Unito, dal Canada alla Germania, ed una singolare anteprima, che sarà di scena a Eataly Milano, il 18 ottobre, con una curiosa degustazione "di tappi", in partnership con Vinventions. Nei calici il Barolo Serralunga e altri vini tutti con una particolarità: stesso vino, stesso giorno di imbottigliamento, tappi diversi, dal sughero alle chiusure alternative.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Il vino ha cicli economici lunghi, la finanza aiuta": l'ad Borsa Italiana Raffaele Jerusalemi

"Se ad oggi, nel Belpaese, ci sono solo due realtà quotate in Borsa (Masi Agricole ed Italian Wine Brands) e 10 nel percorso ELITE, propedeutico alla quotazione o all'apertura del capitale a terzi (nomi di primo piano come Varvaglione, Vigne & Vini, Farnese Vini, Guido Berlucchi, Gruppo Italiano Vini, Barone Montalto, Casa Vinicola Botter, Velenosi, Argiolas e Frescobaldi, oltre alla rumena Jidvei, ndr), il numero è destinato ad aumentare, e nei prossimi 5-10 anni potrebbero arrivare a quotazione 20-30 realtà".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)