

La News



Vino e territorio, Marras e Sella&Mosca

Si fa presto a dire storytelling. Più difficile è creare una storia che racconti davvero il territorio. In questa ci sono una terra, la Sardegna, un'azienda d'eccellenza del territorio, Sella&Mosca del Gruppo Terra Moretti (550 ettari di vigneto), e uno stilista, Antonio Marras (nella foto con Francesca Moretti), uno dei nomi top del design e della moda italiani. Con visioni, suggestioni e valori condivisi, per creare le nuove etichette dei vini della cantina: su ogni bottiglia un personaggio di fantasia, ma che attinge ad un immaginario collettivo legato al territorio e ai suoi mestieri. E come nell'Antologia di Spoon River, sono le persone a raccontare questa storia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

Uk e vino, istruzioni per l'uso

Le trattative per la Brexit vanno avanti spedite, ed ogni settore economico e commerciale dovrà necessariamente fare i conti con la più grossa novità che la Vecchia Europa abbia vissuto negli ultimi 25 anni. Compreso il vino, forse il prodotto che più di ogni altro dipende dalle importazioni. Ecco perché il focus di wine2wine, il business forum di Vinitaly e Veronafiere che si chiude oggi a Verona, verte proprio sul mercato Uk, approfondito dalla Master of Wine Lynne Sheriff, che ricorda come quello britannico sia "un mercato dinamico, aperto, capace di mettere insieme vini da ogni parte del mondo". Ed è proprio questo l'aspetto fondamentale: con la concorrenza di produttori emergenti, bisogna imparare a tener conto delle richieste del mercato, dal tappo a vite alle varietà che vanno per la maggiore, dal Syrah al Pinot Grigio ...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

La "wine blockchain" contro i falsi

Tra lotta ai falsi del wine & spirits (che solo in Ue valgono 2,7 miliardi di euro, fonte Euipo) e richiesta del mercato di una filiera sempre più tracciata, il futuro passa anche dallo sviluppo della "blockchain" legato al vino, ovvero quel sistema in cui le informazioni vengono scambiate e certificate in ogni singolo passaggio dagli stessi operatori che le effettuano. "Uno strumento ideale soprattutto per le medie aziende che vogliono crescere", ha sottolineato da wine2wine a Verona Lorenzo Tersi, di Lt Wine Advisory.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Parigi, la Ruhr (Essen, Dortmund, Duisbourg) e Buenos Aires: le città dove si beve più vino

Con un consumo di 5,3 milioni di ettolitri nel 2017 (pari a 709 milioni di bottiglie) Parigi è la città dove si beve più vino al mondo, seguita dalla conurbazione della Ruhr (Essen, Dortmund, Duisbourg) con 4 milioni di ettolitri (537 milioni di bottiglie), e al terzo posto, da Buenos Aires (3,6 milioni di ettolitri). Ai piedi del podio c'è Milano (3,3 milioni di ettolitri), seguita da Londra (2,95), New York (2,8), Los Angeles (2,2), e quindi da Roma (1,7), alla posizione n. 8 di una Top 10 che si chiude con Berlino (1,95) e Tokyo (1,2), unica città asiatica nel ranking. A dirlo, lo studio "Consumo e la distribuzione del vino nei grandi agglomerati urbani a livello mondiale" di Wine Paris, l'evento internazionale rivolto ai professionisti del vino, dall'11 al 13 febbraio all'Expo Porte de Versailles a Parigi, con il supporto del JFL Conseil/XJ Conseil analyses et décisions (su dati Iwsr e Iri, Chd, Fda Usa, Nielsen e Gfk). Una grande fetta di mercato e di consumo si concentra nelle grandi città, dove vive il 54,9% della popolazione mondiale, una percentuale in crescita nei principali Paesi consumatori di vino: l'83 % di inglesi, l'82% di americani, l'80% di francesi, l'80% di spagnoli e il 77% di tedeschi vivono, comprano e consumano il loro vino in città. Ma è interessante notare che l'Italia ha ben due città in una classifica che conta appena 10 posizioni. New York, Parigi e Londra annoverano numerosi punti di distribuzione on e off-trade: sono 38.900 nella Grande Mela, 23.750 nella Ville Lumière e 17.500 nella City, mentre sono solo 13.350 nella Ruhr. Se rapportato alla popolazione, questo dato fa di Parigi l'area di distribuzione più densa al mondo. E la posizione leader della capitale francese è animata da una rete importante di opinion leader (20.000 hotel e ristoranti, wine bar, caffè, 1.100 enoteche, 1.990 grossisti, 142 stellati della Guida Michelin). Parigi offre ai consumatori francesi così come ai milioni di turisti e uomini d'affari internazionali che accoglie (33,8 milioni nel 2017) una vetrina per i grandi vini, con una diversità ineguagliabile di territori e produzioni. I grandi agglomerati urbani sono inoltre il luogo dove nascono le tendenze e le mode di consumo: la domanda di vini naturali, di vini bio o l'interesse per il vino rosato sono fenomeni il cui inizio può essere tracciato proprio a Parigi.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Il mercato del vino ed il bisogno di allargare la platea

Attirare clienti, per il vino come per ogni altro prodotto, è fondamentale per il business, e per stare ai vertici, la rete è il futuro, se non già il presente, di tutto il commercio: l'e-commerce è un settore in via di sviluppo, e per il mondo di Baccho, secondo i dati di Trovaprezzi.it, le vendite online di wine & food toccheranno a fine 2018 gli 800 milioni di euro, di cui 200 solo per il vino. Ma la rete ed il mercato in genere sono un'arena affollata, variegata, dove non è semplice emergere. Qualche consiglio, arriva dagli esperti riuniti a wine2wine a Veronafiere. Per Felicity Carter e Rebecca Hopkins, esperte di comunicazione, uno dei segreti sta nel creare una rete di fiducia tra aziende e media, con la comunicazione che deve raggiungere le grandi masse, in cui ci sono milioni di potenziali wine lovers. Messaggio forse scontato, ma non così recepito, in un settore, molto spesso, decisamente autoreferenziale. Anche perchè, per far crescere il business, è necessario allargare la platea, più che investire sulla crescita dei consumi di chi è già cliente, come sottolineato da Armando Corsi dell'Ehrenberg-Bass Institute. E per farlo, è necessario puntare su un linguaggio semplice ed efficace, anche nel packaging, perchè "la maggior parte dei consumatori - sottolinea Corsi - sceglie vino in modo rapido, in pochi secondi".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Nasce a Roma il Parco Edoardo Valentini, dedicato da Bibenda al vignaiolo d'Abruzzo

Ha scritto alcune delle pagine più belle della storia del vino d'Abruzzo ed italiano, dedicando vita e lavoro nella cantina di famiglia - le cui origini affondano a Loreto Aprutino, Pescara, fin dal 1650 - alla valorizzazione di vitigni all'epoca ancora poco conosciuti, come Montepulciano e Trebbiano, e facendone apprezzare la longevità: è il ritratto di Edoardo Valentini, vignaiolo e cantiniere d'Abruzzo che ha scritto la storia di Valentini, simbolo del vino "artigianale", in ricordo del quale nascerà a Roma un Parco dedicato, voluto da Franco Ricci, patron della Fis-Fondazione Italiana Sommelier e di Bibenda. Ad annunciare la nascita del Parco lo stesso Ricci, nella cerimonia della Guida Bibenda 2019, tra gli eventi più attesi del mondo del vino, nei giorni scorsi a Roma, con il vice sindaco della Capitale Luca Bergamo.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Difficile selezionare solo 100 cantine per il vino italiano: Opera Wine per Alison Napjus

La Senior Editor di Wine Spectator, a WineNews: "la filosofia della selezione, che è esclusiva responsabilità di Wine Spectator, non è cambiata. Vogliamo mostrare e raccontare la grande varietà e qualità del vino italiano, ed è anche per questo che fino ad oggi, in otto edizioni, tra questa e le precedenti, abbiamo selezionato oltre 200 produttori del Belpaese. E non vuol dire che chi non c'è non faccia ottimi vini".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)