

La News



Gli americani e le bollicine

"America first", in Usa, se si parla di bollicine, esclusi gli Champagne. È il curioso risultato del sondaggio di "Wine Spectator" che, sotto le feste, ha chiesto ai propri lettori quali siano le loro bollicine preferite, ad eccezione delle più prestigiose di Francia. E così, primi tra tutti, ci sono gli sparkling americani, scelti dal 33% degli intervistati, mentre al secondo, un po' a sorpresa, i Crémant (22%), con il Prosecco, nonostante le 73 milioni di bottiglie importate nel 2018, solo in terza posizione (17%), poco davanti al Cava (13%). E poi, a seguire, a distanza, Trentodoc, Lambrusco, Moscato e Sekt tedesco.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

La "ricetta" di Piero Antinori

Per crescere nel mercato del vino, in particolare per chi produce solo dai propri vigneti, con le proprie uve, le uniche cose da fare sono migliorare la qualità, cercare di far aumentare i prezzi e migliorare il mix di prodotti. Che è la "ricetta" realizzata, nel 2018, dalla prima azienda privata del vino d'Italia per fatturato, Antinori. "Il 2018 è stato positivo, per la vendemmia e le vendite - ha detto Piero Antinori, pioniere dell'espansione del vino italiano nel mondo, nei giorni scorsi a Firenze - e per il prossimo anno prevediamo ancora una piccola crescita. Non possiamo crescere più di tanto, noi facciamo i nostri prodotti solo nei vigneti di proprietà. Ma ogni anno miglioriamo il mix di prodotti, la qualità, e riusciamo a venderli a un prezzo più alto e adeguato". Un Antinori che, inoltre, non ha escluso nuove possibili acquisizioni.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

In Valpolicella, "l'Università del territorio"

Nasce in Valpolicella il primo corso universitario pubblico-privato in Italia di Politiche e Governance del territorio, promosso dal Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Verona, sotto Scienze Giuridiche ed Economiche e la guida del professor Davide Gaeta. Con il supporto dei Comuni del territorio (a partire da Fumane, capofila) e di imprese, vino in primis, come Allegrini. "Obiettivo - spiega Gaeta - è costruire insieme il Distretto Rurale dell'Eccellenza. Progetto ambizioso che la Valpolicella si merita".

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Lo Champagne "da investimento", secondo "Wine-Lister"

Lo Champagne è la terza regione enoica più richiesta dai collezionisti, alle spalle di Borgogna e Bordeaux, almeno secondo i membri fondatori di "Wine Lister", tra wine merchant e case d'asta, che delle 589 etichette più interessanti da un punto di vista commerciale, ne hanno selezionate 47 tra le griffe delle bollicine più amate, che si piazzano così davanti alla Toscana, con 29 vini. A livello di redditività, sul breve periodo, la performance degli Champagne è la terza (+11%), dietro a Borgogna (+22%) e Piemonte (+13%), ma si dimostra un investimento decisamente meno redditizio sul lungo periodo: l'indice dei vini di Champagne mostra infatti un apprezzamento del +32% in sei anni, il secondo dato peggiore dietro a Bordeaux, che nello stesso periodo è cresciuto solo del +9%; decisamente meglio fanno Piemonte (+147%) e Borgogna (+107%). Nelle ricerche online, invece, gli ultimi due anni hanno incoronato Bordeaux ed i suoi vini, con la Borgogna, la Toscana e proprio la Champagne a seguire, ma a distanze siderali, seppure in crescita netta e costante a partire dal gennaio 2017. Tra le tendenze che stanno guidando la crescita dello Champagne, due, su tutte e collegate tra loro, staccano le altre: innanzitutto la capacità di imporsi dei piccoli produttori, sempre più apprezzati dalla grande critica, quindi l'importanza, sempre maggiore, del terroir, con i cru, anche delle grandi aziende, sulla cresta dell'onda. Tornando ai piccoli produttori, se a livello qualitativo hanno ormai raggiunto, ed in alcuni casi superato, le grandi Maison, c'è ancora una sproporzione enorme in termini di forza del brand, che premia ovviamente i produttori più grandi. Ma quali sono le etichette al top dello Champagne su "Wine Lister"? In cima alla top ten Salon Le Mesnil, con 983 punti, quindi Krug Brut Vintage (969), Dom Pérignon (959), Krug Brut Grand Cuvée (958), Louis Roederer Cristal (957), Dom Pérignon Oenothèque (956), Krug Clos du Mesnil (952), Taittinger Comtes de Champagne (952), Krug Clos d'Ambonnay (945) e Dom Pérignon Rosé (942). E non è certo un caso che siano proprio Krug, Louis Roederer, Salon e Dom Pérignon le aziende su cui puntare, secondo i membri fondatori di "Wine Lister", anche per i prossimi anni.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Anno nuovo, nuova stagione di Anteprime

Nella stagione delle Anteprime, come annunciato da WineNews, arriverà una novità. Ad aprirla, anticipando tutti, saranno i vini delle Langhe ad Alba, con Nebbiolo Prima (23-27 gennaio) e le nuove annate di Barolo, Barbaresco e Roero, e Grandi Langhe (28-29 gennaio) con le nuove annate anche di Dogliani e Roero. A seguire, Anteprima Amarone 2015 a Verona (2-4 febbraio), e la "Tuscan Wine Week", al via a Firenze con Buy Wine (8-9 febbraio) con buyer da tutto il mondo per conoscere le nuove annate di oltre 200 aziende, e con la PrimAnteprima (9 febbraio) della collettiva di Consorzi Carmignano, Colline Lucchesi, Maremma Toscana, Montecarlo di Lucca, Montecucco, Orcia, Pitigliano e Sovana, Val di Cornia, Valdarno di Sopra e Terre di Pisa. Quindi, sempre a Firenze, Chianti Lovers (10 febbraio) con il Chianti 2018 e Riserva 2016, e la Chianti Classico Collection (11-12 febbraio) con le anteprime da botte 2018, l'annata 2017, Riserva 2016 e Gran Selezione 2015 e 2014. Ci si trasferisce a San Gimignano, per l'Anteprima della Vernaccia (10 e 13 febbraio), annata 2018 e Riserva 2017, e a Montepulciano per quella del Nobile 2016 e Riserva 2015 (9-11 febbraio). Infine, Benvenuto Brunello a Montalcino (15-16 febbraio), annata 2014 e Riserva 2013. Quindi il Sagrantino 2015 a Montefalco (18-20 febbraio), e ...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

A Natale gli italiani hanno speso 2,4 miliardi per la tavola

Tra la cena della Vigilia ed il pranzo di Natale, gli italiani hanno speso per la tavola 2,4 miliardi di euro tra cibo e bevande, con il 91% che ha festeggiato a casa con parenti e amici. A dirlo la Coldiretti, che evidenzia un calo della spesa del 4% sul 2017. Tra le diverse voci di spesa, 900 milioni di euro sono stati dedicati a pesce, carni e salumi, 430 milioni di euro a spumante, vino ed altre bevande, 280 milioni di euro sono stati spesi per i dolci, 480 milioni di euro per ortaggi, conserve, frutta fresca e secca, 180 per pasta e pane e 130 milioni di euro per formaggi e uova. Lo spumante si conferma come il prodotto immancabile per quasi nove italiani su dieci (87%) a pari merito con la frutta locale di stagione, mentre il panettone con il 73% batte di misura nelle preferenze il pandoro fermo al 67%.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Per creare più valore, il vino italiano deve aver un approccio più strategico al mercato"

Così Stefano Cordero di Montezemolo, docente di Economia dell'Università di Firenze ed esperto dei mercati del vino. "Le competenze produttive e la capacità degli enologi sono fondamentali, ma per colmare il gap di prezzo con i francesi, che hanno secoli di vantaggio, serve una strategia diversa. In futuro conterà sempre di più il brand dell'azienda, che garantirà affidabilità, che quello del singolo vino, con pochissime eccezioni".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)