

La News



Top 100 "Wine Spectator", il Saffredi al n. 8

Con il Saffredi 2019 di Fattoria Le Pupille, al n. 8, la Maremma piazza, per la prima volta, un vino di uno dei territori più autentici e selvaggi del vino italiano e di Toscana tra i primi dieci vini del mondo, il vertice della "Top 100" by "Wine Spectator", che oggi ha svelato anche la posizione n. 7, lo Châteauauneuf-du-Pape 2019 di Château de Beaucastel (il vino dell'anno sarà svelato l'11 novembre). Per la Maremma Toscana e per la Fattoria Le Pupille è un grande riconoscimento, ed un ulteriore testimonianza del genio del grande Giacomo Tachis, che ha ideato questo grande vino nato dalla volontà della produttrice Elisabetta Geppetti.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



BERTANI

SMS

Farinetti: "il vino italiano sia tutto bio!"

"Dobbiamo diventare il primo Paese produttore di vino totalmente bio, e raccontarlo come "pulito", perché abbiamo le condizioni climatiche che ci consentono di farlo", disse Oscar Farinetti, imprenditore e produttore di vino. "Ma non possiamo farlo: andrebbero cambiate le regole dei Consorzi, i protocolli, i disciplinari", rispose Attilio Scienza, decano della viticoltura e presidente del Comitato Nazionale Vini. "Ed allora cambiamo le regole: il modo lo troviamo, se c'è la volontà: le innovazioni nella storia sono sempre state aversate, ma sono quelle che hanno fatto progredire il mondo". Un dialogo, un piccolo "simposio" improvvisato che, a suo modo, sintetizza, in maniera plastica, il dibattito interno alla filiera sul suo futuro. Compreso quello della comunicazione del vino (in approfondimento).

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Bordeaux, un'acquisizione record

La bandiera a stelle e strisce sventola tra i vigneti di Bordeaux: Château Lascombes, la cui storia risale al 1861, che conta su 120 ettari di vigneti a Margaux e 10 ettari nell'Haut-Médoc, è stata acquisita da Lawrence Wine Estates, gruppo americano che possiede già alcune tra le migliori aziende vinicole di Napa. Per la stampa francese è la più grande transazione immobiliare e finanziaria nella storia di Bordeaux: le cifre sono top secret, ma si parla di 300-400 milioni di euro...

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Primo Piano

Fine Wine: cosa sono, quali consumatori coinvolgono e cosa comunicano

Tempo, costanza, scarsità, riconoscibilità (in termini di brand ma anche di territorio) e reputazione, sono i mattoni su cui si basano le scelte di fine wines dei consumatori e su cui devono imparare a concentrarsi anche i produttori, che devono imparare a usare anche strumenti che non sempre sono immediati: come circondarsi di attori che lavorano nel mercato dei fine wine (distributori, comunicatori...), spingere il proprio territorio di appartenenza diffondendo un modo sano di consumare vino (usare lo sport, ad esempio come leva), costruire strumenti unici che permettano di conoscere a fondo il lavoro costante di un'azienda. Il tutto, senza perdere di vista i mercati e senza illudersi che la crescita dei prezzi del segmento sia garantita e stabile come negli ultimi anni. È la sintesi estrema del focus sui fine wine di scena a Wine2Wine 2022, di cui hanno parlato Pauline Vicard dell'Istituto Areni Global e il consulente di business strategies americano Peter Yeung, stimolati da Ettore Nicoletto e Andrea Lonardi, rispettivamente ceo e direttore operativo di Bertani Domains. Secondo uno studio dell'Istituto Areni Global effettuato su Usa, Uk, Honk Kong e Cina, il mercato dei fine wines è un mercato di nicchia che coinvolge percentuali minime di vendita sia in Asia che in occidente (il 7% in America, ed esempio), ma coinvolge 3 fasce diverse di prezzo, dove la prima (dai 30 ai 150 dollari) è accessibile a più persone rispetto alle due superiori (150-450 dollari e oltre i 450 dollari). Demograficamente parlando è un mercato più maschile in occidente, ma trasversalmente coinvolge consumatori giovani, sotto i 44 anni di età. Ma come accedere a questo segmento di mercato? Il posizionamento si stabilisce in termini di valore percepito, di qualità, di reputazione del marchio, di qualità relativa comparata al contesto e infine di disponibilità del consumatore a pagare: questi sono i 5 punti su cui dovrebbero ragionare i produttori nel definirsi e quindi decidere in quale fascia di prezzo collocarsi, secondo il consulente in finanza, marketing e strategie aziendali americano Peter Yeung. La sintesi è che ci vogliono analisi e intuito, ma non deve mai mancare la qualità: consistente e garantita nel tempo, deve essere la sostanza che rende possibile posizionare il proprio vino a livelli desiderati.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

Di giornalismo del vino, comunicazione ed altre storie

Il racconto del vino che deve essere quasi "evangelico", e parlare sempre più non di quello che dentro al calice, ma intorno alla bottiglia, nel territorio e nelle sue storie, dove risiede il bello del vino; una stampa di settore che riflette il mondo della produzione, spesso troppo autoreferenziale, sorretta economicamente dall'oggetto stesso di cui parla, ovvero il vino, e cioè dagli investimenti dei produttori (tema eterno che porta con sé la questione eterna dall'autorevolezza e dell'indipendenza, e problematica comune, però, alla stampa specializzata di tanti settori); l'evoluzione del mestiere del giornalista e del comunicatore del vino, da Soldati e Veronelli a Tik Tok: ecco alcuni degli spunti in libertà, emersi a "wine2wine", il "Business Forum 2022", di scena oggi e domani a Veronafiere, nella sessione sul "Giornalismo del vino. Esiste? Che cos'è? Come funziona? A cosa serve?", dedicata alla qualità dell'informazione e della comunicazione sul vino oggi, con il direttore di WineNews Alessandro Regoli (sul sito il suo intervento integrale), Luciano Ferraro ("Corriere della Sera"), Alessandro Torcoli ("Civiltà del Bere"), Alessandro Morichetti ("Intravino"), Marco Tonelli ("Spirito Divino"), Fabrizio Carrera ("Cronache di Gusto") e Fabio Piccoli ("Wine Meridian"), moderati da Chiara Giannotti (il dibattito in approfondimento). [Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Tutta l'Italia ai "Decanter Fine Wine Encounter London 2022"

Oltre 100 tra i migliori produttori del mondo, dalla Francia all'Italia, dalla Spagna all'Argentina, con 600 etichette in degustazione, sotto lo stesso tetto, quello del Grand Tasting al centro del "Decanter Fine Wine Encounter London 2022", l'appuntamento firmato dal magazine britannico di scena pochi giorni fa a Londra. Che, nell'edizione n. 25, ha dedicato addetti ai lavori (inclusi giornalisti) e collezionisti del settore la "Cellar Collection Room", una speciale selezione di soli 20 produttori da tutto il mondo, che hanno presentato tre annate iconiche degli ultimi anni. Tra questi, cinque provenienti dall'Italia: Tedeschi, Tenuta Luce (Frescobaldi), Tua Rita, Planeta e Lamole di Lamole. Tra gli appuntamenti più importanti anche la masterclass sul Sassicaia di Tenuta San Guido, con dieci annate tra la 1999 e la 2019.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

"Con le cantine di Opera Wine raccontiamo la grande ricchezza del vino italiano"

A WineNews Alison Napjus, senior editor di "Wine Spectator". "La vostra diversità e varietà conquista il mondo, ed è per questo che abbiamo voluto rappresentare tutte le Regioni con 130 cantine, anche se Toscana, Piemonte, Veneto e Sicilia restano le più rappresentate". Riconoscimento del valore del lavoro fatto, maggiore visibilità del brand e non solo, il valore di essere nella selezione per l'unica degustazione italiana firmata dalla celebre rivista Usa (il 1 aprile 2023, a Verona, come consueto prologo di Vitality).

[Approfondimento su WineNews.tv](#)