



La Prima di WineNews.it

Enconconsult WINERIES PROJECTS



n. 1071 - ore 17:00 - Venerdì 8 Marzo 2013 - Tiratura: 30021 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Sold out il vino di "Brangelina"

Il vino rosé di Brad Pitt e Angelina Jolie "Miraval Rose 2012" è già sold out: le 6.000 bottiglie, prodotte in Francia dalla coppia insieme alla famiglia di viticoltori Perrin, in edizione limitata in prevendita da stamani su internet (a 105 euro la cassa da sei) per il lancio del prodotto, sono state smaltite in poche ore. Per chi non fosse riuscito ad aggiudicarsi uno di questi vini, non c'è da disperarsi. Altre 150.000 bottiglie di "Miraval Rose 2012" saranno in vendita tra due settimane a 15 euro l'una, nelle cantine indipendenti e nei ristoranti. Ma il progetto enoico della coppia Pitt-Jolie non finisce qui: nell'immediato futuro arriveranno anche un vino bianco e uno rosso. Potere del marketing.



SMS Spontanee ma gustose
Arriva la primavera e le cucine di tutta Italia ricominciano a sprigionare sapori nuovi, di qualcosa di fresco ma che si rinnova tutti gli anni. Per chi, però, con l'arrivo del bel tempo, ha voglia di sapori ancora più unici e naturali, può sperimentare piatti insoliti ma comunque gustosi con le erbe spontanee stagionali. Dall'ortica al topinambur fino al centocchio (ma anche gli stessi asparagi "selvatici"), non tutte le "erbacce" infestanti sono da buttar via, l'importante è saperle riconoscere. Per questo motivo nasce "Erbe spontanee: erbacce buone da mangiare" il corso per conoscere e riconoscere le principali infestanti presenti in natura per imparare ad utilizzarle come erbe officinali e in cucina, promosso dall'Officina Botanica di Castello Quistini a Brescia il 24 marzo. Ci piace!

Cronaca

Problemi di igiene al "Noma"!

Gli scandali alimentari arrivano anche nel tempio dell'alta ristorazione mondiale: cibo contaminato da un virus e scarsa pulizia del personale al Noma di Copenaghen (news riportata da www.corriere.it). Nel ristorante del pluristellato chef danese René Redzepi, n. 1 della "The 50 Best Restaurants of the World", l'oscar della ristorazione by S. Pellegrino, il Dipartimento dell'Alimentazione Danese ha riscontrato "problemi di igiene" dopo che 63 clienti avevano segnalato malori, causati dal virus di Norwalk.



Primo Piano

"Most Admired Wine Brands": Concha y Toro n. 1 nel mondo, Antinori unico alfiere dell'Italia enoica

Che sia un'epoca di cambiamento, anche per gli equilibri del vino mondiale, non ci sono dubbi: l'Oriente fa crescere il suo peso come consumatore e come produttore, gli Usa sono aperti a nuovi vini come non mai, e l'Europa vede diminuire consumi e volumi di produzione, e crescere l'export. In questa era così fluida, uno dei pochi punti fermi su cui le cantine più importanti possono contare, è il valore, o meglio la reputazione del loro brand. E a dire quali siano i più "ammirati" al mondo, come ogni anno, è la "Most Admired Wine Brands", stilata dall'importante magazine "Drinks International" (www.drinksint.com). E nella classifica 2013, è la storica griffe Antinori a tenere alta la bandiera italiana, unico brand del Belpaese (alla posizione n. 32), secondo la giuria formata da professionisti del wine business mondiale (da Dan Jago, direttore del settore vino del colosso Uk Tesco, a Stephen Rannekleiv, executive director & analyst di Rabobank), in grado di competere, per "prestigio", con i colossi del vino del pianeta. Come la cilena "Concha y Toro" (20 milioni di casse spedite in tutto il mondo) che per il terzo anno consecutivo si conferma il brand n. 1 assoluto, seguita da Torres, al n. 2, leader incontrastata del vino di Spagna (5 milioni di casse esportate), e da Penfolds, marchio di punta (2,6 milioni di casse) del colosso australiano Treasury Wine Estates. E se è vero che i Paesi più associati al vino di prestigio, nel mondo, sono Francia e Italia, a livello di brand si scopre che la concorrenza è davvero globale. È solo al n. 4, infatti, il primo brand francese, Michel Chapoutier, realtà con 200 anni di storia alle spalle, seguita al n. 5 da Cloud Bay, in Nuova Zelanda, del gruppo Lvmh, e da Ridge, al n. 6, primo marchio Usa in classifica, di proprietà della giapponese Otsuka Pharmaceutical Co. Al n. 7 ancora la Nuova Zelanda, con Brancot Estate, del gruppo francese Pernod Richard. A chiudere la "top 10" altri tre francesi: Guigal al n. 8, Dubouef al n. 9, e Domaine de la Romanée-Conti al n. 10.

Focus

Il vino italiano tra New York e Mosca

L'export è determinante per il vino italiano, ed è cresciuto molto anche grazie ai fondi per la promozione dell'Ocm. Che ormai determinano anche le "location" delle iniziative di promozione, visto che sono orientate ai Paesi extra Ue, soprattutto Usa, Cina e Russia. E proprio in Russia volerà il Consorzio del Soave, "guardiano" di una delle denominazioni bianchiste più importanti d'Italia, che, dal 20 al 23 marzo, sarà alla Mitt Travel & Turismo di Mosca, per poi andare (dal 27 al 29 marzo), a Kiev, in Ucraina, per conquistare i palati dei russi e dell'Est Europa con il vino, ma anche con una campagna che lega tutto il bello dell'italian life style (foto). In Usa, invece, a New York, dopo il successo del Consorzio del Carignano del Sulcis, storico territorio del vino sardo, nei giorni scorsi, è arrivato il Consorzio di Montefalco, protagonista per tutto marzo nelle location più "in" della città, da "Eatly" a "Il Buco Alimentari e Vineria" nel quartiere di Noho. America che ama le "piccole" (per dimensione) denominazioni italiane, ma anche le grandi, come il Chianti, con il Consorzio del Vino Chianti, che sarà il 22 aprile a New York e il 25 aprile a Los Angeles, insieme al celebre sito "Snooth.com".



Wine & Food

"Cavex", in rete il nuovo indice per collezionisti e winemercants

Un nuovo indice dei fine wine, per collezionisti e winemercants sia commerciali che privati, sta per essere lanciato in rete. Si chiama "Cavex", ed ha come target quello di cercare di aprire nuovi scenari nel sistema di compravendita di vini pregiati, in concorrenza ai benchmark già esistenti come il Liv-ex. "Cavex", che sarà operativo da fine marzo, ha un database con oltre 50.000 vini e nasce con l'idea di tagliare gli aggrevi messi da commercianti e intermediari, lasciando così la possibilità di acquistare e vendere i vini direttamente, ad un prezzo concordato. Una sorta di collezionismo d'alta gamma "2.0" ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'educazione al territorio dei più piccoli attraverso quella alla terra, e quindi al cibo e al vino: un'idea realizzata da WineNews e "abbracciata" nel Chianti Classico (a

San Casciano Val di Pesa e a Bargino) da una realtà leader del vino italiano come Antinori. Le parole di Alessia Antinori, dell'insegnante Sonia Corsi e dell'agronoma Gabriella Ferrari.

