



La Prima di WineNews.it



n. 1117 - ore 17:00 - Martedì 14 Maggio 2013 - Tiratura: 30192 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Un tycoon tra i filari

Anche il magnate dell'editoria Rupert Murdoch, l'uomo più ricco del mondo n. 91 secondo "Forbes", con un patrimonio di 11 miliardi di dollari, punta sul vino: è ufficiale l'acquisto di vigneti, cantina e una residenza privata da 2.200 metri della Moraga Vineyards, tenuta che sovrasta la celeberrima collina di Bel Air, a Los Angeles (California). Secondo "Wine Spectator", la tenuta, che conta oltre 6 ettari di terreno, sarebbe stimata sui 30 milioni di dollari, anche se la cifra reale dell'affare non è stata diffusa. Una tenuta, in ogni caso, abituata ad avere proprietari celebri: fino al 1959 il proprietario è stato Victor Fleming, storico regista di pellicole come "Via col vento" e "Il mago di Oz".

Primo Piano

Eno-business: dai grandi capitali al mass-market

Il business del vino, nel mondo, tira, e in tanti cercano di sfruttarne l'appeal. Chi puntando sui grandi capitali, chi sulla passione dei collezionisti, e chi sul mass-market, coinvolgendo i consumatori dal basso. Della prima "filosofia" è paradigmatica l'ultima esperienza della casa d'aste Christie's, che ha aperto, ad Hong Kong la sua prima divisione di "real estate" specializzata nella consulenza per l'acquisto di cantine, puntando decisamente sui ricchi asiatici e cinesi in particolare. Che stanno comprando soprattutto a Bordeaux: come ricorda "The Drink Business", nel 2011 su 35 châteaux venduti, 21 sono andati ai cinesi, e nel 2012 su 37. Un trend che non si arresta: è di pochi giorni l'acquisto di Château La Fleur Jonquet da parte dell'architetto cinese Wengcheng Li (che ha già Château La Dominante e Château Lucas). Ma c'è anche chi focalizza il suo business su chi investe in bottiglie, come il celebre Liv-Ex, che con i suoi indici è diventato il benchmark delle quotazioni delle grandi bottiglie nel mercato secondario, soprattutto bordeaux, ma non solo (c'è anche un indice tutto dedicato ai Supertuscan, per esempio), che ora, per i suoi abbonati, ha lanciato un servizio che permette di comparare in pochi click le performance degli indici enoici (ma anche di una singola bottiglia o cantina) con quelli dei principali indici di borsa mondiali, dal Dow Jones al Cac 40, dall'S&P 500 al Nikkei, e anche dell'oro. E così gli investitori potranno decidere con più facilità come comporre il proprio "portafoglio titoli". Il business del vino, però, è soprattutto di mercato di massa. Sul quale punta Tesco, gruppo n. 3 al mondo della gdo, che ha appena lanciato un sito di e-commerce, Tesco Wine Co-buys, che premia la socialità dell'acquisto di vino sfuso (bag in box) dando potere al consumatore, da ogni punto di vista. Come per altre iniziative simili, il prezzo scende all'aumentare del numero dei partecipanti all'acquisto, ma con due importanti innovazioni: gli acquirenti possono scegliere un prezzo massimo da non superare, e poi il "capofila", che promuove l'azione d'acquisto sui social, viene premiato con una cassa di vino in regalo se riesce ad aggregare tanti acquirenti. Perché le vie dell'eno-business sono infinite ...



Planeta, come la Carrà

Quando si dice che la comunicazione del vino deve tornare anche ad avere un contatto diretto con il pubblico. Un esempio concreto è quello messo in campo, in questi giorni (fino al 23 maggio) a Roma, dalla cantina siciliana Planeta, in partnership con Enoteca Ferrara. Si chiama "Pronto Planeta", e fa il verso al celebre "Pronto Raffaella" degli anni '80. E se allora gli spettatori, con una telefonata, potevano provare ad indovinare quanti fagioli ci fossero nel barattolo, oggi i clienti, degustando un bicchiere di vini Planeta, potranno indovinare quanti tappi ci sono in un tubo di plexiglass. I premi? 2 biglietti per la finale di Coppa Italia del 26 maggio allo Stadio Olimpico, una 3 litri di Santa Cecilia e 12 bottiglie di La Segreta bianco e rosso. Un simpatico esempio di contatto diretto con il pubblico.

Focus

I primi 40 anni di Enoteca Pinchiorri

"Dico sempre che mi mancano il Papa e il presidente russo Putin, e poi ai miei tavoli ho avuto tutti". Così a WineNews Giorgio Pinchiorri, nella presentazione, a Palazzo Antinori, di "Pinchiorri a due voci", libro scritto da Leonardo Castellucci, che racconta le due esperienze di Giorgio Pinchiorri (con prefazione di Piero Antinori) e Annie Feolde (con prefazione di Paul Bocuse), da cui è nata l'esperienza unica al mondo dell'Enoteca Pinchiorri, tempio italiano del vino e dell'alta cucina celebre in tutto il mondo. "Considero tutti i personaggi che sono passati dall'Enoteca, grazie soprattutto al fascino di Firenze, dei benefattori, ma se devo fare dei nomi dico tre donne. Nilde Iotti, che è stata la prima donna presidente della Camera, e Oriana Fallaci, grande giornalista con cui ho avuto un bellissimo rapporto. E poi il Nobel per la Pace Aung San Suu Kyi, che sarebbe dovuta venire a Firenze e all'Enoteca ma che non ha ancora potuto farlo, ma che ho conosciuto personalmente, e che dovrebbe ricevere il Fiorino d'Oro". Cosa pensa dei primi 40 anni dell'Enoteca? "Che sono tanti ma anche pochi, c'è tanto da fare. Amiamo tanto questa città, Firenze, e per chi si ama non si fa mai abbastanza".



Cronaca

Coca Cola, formula all'asta

Tra i segreti meglio custoditi dell'umanità c'è quello della ricetta della Coca Cola: negli anni in molti hanno millantato di conoscere la formula che da 127 anni fa le fortune della multinazionale di Atlanta, e adesso è la volta di Cliff Kluge, un antiquario di Ringgold, in Georgia, che sostiene di aver trovato in una soffitta la ricetta su un foglio ingiallito, datato 1943, in cui comparirebbero tutti gli ingredienti. Foglio che l'antiquario ha prontamente messo all'asta su eBay: il prezzo di partenza è 5 milioni di dollari.

Wine & Food

Dopo anni di ricerche, l'hamburger in vitro è realtà

Dopo anni di ricerche, il dottor Mark Post dell'Università di Maastricht, ha finalmente completato il prototipo che "incarna" l'oggetto di anni ed anni di ricerche in laboratorio. Si tratta di ben 20.000 striscioline di tessuto muscolare bovino, cresciute una ad una tramite l'uso di cellule staminali, che messe insieme formano il primo hamburger in vitro del mondo. Tutt'altro che accessibile (secondo il "New York Times", Post è arrivato a questo risultato solo dopo anni di ricerche e dopo aver speso 250.000 euro), il "sintoburger" vedrà la luce a Londra nei prossimi giorni in un evento-dimostrazione.



Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La fortuna del vino italiano, in patria e all'estero, è legata a doppio filo al destino della ristorazione tricolore, un veicolo di promozione insostituibile, di cui l'Enoteca

Pinchiorri di Firenze, vero e proprio tempio del vino italiano nel mondo, è la massima espressione, come racconta a WineNews il marchese Piero Antinori.

