



La Prima di WineNews.it



n. 1146 - ore 17:00 - Lunedì 24 Giugno 2013 - Tiratura: 30302 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Mangiare in Italia costa di più

Pranzo e cena ma "quanto mi costi": la crisi incombe e il carrello della spesa degli italiani si alleggerisce sempre più, i consumi calano, ma i prezzi? Mangiare in Italia costa l'11% in più della media europea con punte del 26% per latte, formaggi e uova ma più cari sono anche la carne (+15%), il pane e gli altri cereali (+14%). Costano meno solo gli alcolici (-2%). Parola dell'analisi Coldiretti sui dati Eurostat del 2012. Ma non siamo i più cari: il Paese più esoso per la spesa alimentare è comunque la Danimarca (+43% sulla media) mentre quello più a buon mercato è la Polonia (-39%). Tutto questo senza considerare, però, i livelli di qualità e di sicurezza. Dove l'Italia è indiscutibilmente al top.

Primo Piano

Il futuro del turismo (enogastronomico?) in Italia

I vini d'eccellenza, ormai, in Italia, grazie al lavoro dei produttori, si trovano dalla Valle d'Aosta alla Sicilia. Così come paesaggi da sogno e risorse culturali ed artistiche uniche. Quello che manca per fare il salto di qualità definitivo e centrare l'obiettivo del 20% del Pil generato dal turismo, in Italia, è altrettanta eccellenza dal punto di vista della cultura dell'accoglienza e dell'organizzazione dell'offerta. Ecco, in sintesi, lo stato dell'arte nel forum "Strade del vino e Distretti Enogastronomici", by Città del Vino. "Si parla di cifre enormi, 6-7 milioni di enoturisti, 3-5 miliardi di giro d'affari. Ma il turista che si muove in primis per visitare cantine e ristoranti, è un'ultra-nicchia - spiega il giornalista Carlo Cambi - ogni turista, in genere, manifesta bisogni che comprendono l'enogastronomia. È necessario offrire non solo prodotti, ma suggestioni culturali, perché le cose migliorino". Non fermarsi al prodotto in quanto tale, insomma, ma andare oltre. "Per esempio facendo vivere al turista il modo in cui un determinato bene viene non solo realizzato, ma anche vissuto nella comunità sociale e territoriale da cui nasce", spiega il professor Luca Savoja, dell'Università di Torino. "Il mercato potenziale è enorme - spiega Magda Antonioli Corigliano, tra le prime teoriche del turismo del vino e docente della Bocconi - perché se è vero che i turisti italiani diminuiscono, nel mondo c'è un bacino talmente grande che faticiamo a capirlo. Ma dobbiamo organizzare meglio la nostra offerta, utilizzando gli strumenti che già ci sono, come tour operator e web, e capendo che non si vende il prodotto, ma il territorio. Avendo coraggio di sperimentare e di fare rete anche tra le imprese. Perché spesso quello che manca non sono le risorse per realizzare progetti, ma le idee stesse". Più coraggio da parte delle imprese, dunque, ma anche un rapporto più costruttivo e meno "istituzionale" proprio con le istituzioni, spesso sorde alle esigenze dei territori. Anche in questo senso va il "libro bianco" che sarà proposto ai Ministeri di Cultura, Turismo e Agricoltura, dalle Città del Vino. Che, intanto, chiedono al Parlamento più fermezza contro il consumo del suolo di quanto previsto dal disegno di legge appena approvato.

Focus

Il "Gaja-pensiero" da (e su) Vinexpo

"Poca euforia, a Vinexpo, con un mercato piuttosto riflessivo, anche perché la Cina e l'Asia non sembrano più così disposte a continuare a "drogare" i prezzi dei grandi vini. E visitatori in calo, anche per le tante iniziative indipendenti nel territorio di Bordeaux di oltre 300 Chateaux e di gruppi importanti come Roederer (uno dei più prestigiosi del mondo, con brand come Cristal, tra gli altri, ndr)". Così Angelo Gaja, tra i produttori più ascoltati del vino italiano, commenta, a WineNews, la kermesse francese. E aggiunge: "5 giorni di fiera sono troppi, gli stand costano tanto, in città ci sono tariffe alberghiere da rapina e la gestione del traffico è quanto mai caotica". Tutto il contrario di ProWein di Dusseldorf, in Germania: "Vitaly è un evento fortissimo per l'Italia, ma in prospettiva europea e mondiale la fiera tedesca sta crescendo. Primo perché quello tedesco è un mercato in salute, in generale, e perché la Germania, a differenza di Francia e Italia, non è un Paese produttore importante. Poi perché ci sono davvero solo operatori professionali, e anche per la logistica: gli alberghi non speculano, i mezzi ci sono, il quartiere è facilmente raggiungibile. L'organizzazione è "tedesca", nel senso più positivo".



SALOTTI DEL GUSTO
22-23-24 GIUGNO 2013
Hotel Fanes ***** - SAN CASSIANO
6-7 OTTOBRE Grand Hotel Qvisisana*****L - CAPRI
www.salottideltogusto.com 15.000

SMS

Arriva "Eatalyworld"

Chissà se ci saranno "montagne russe" del meglio del food made in Italy o "giostre" di vino italiano d'eccellenza? È "Eatalyworld", un "Disneyworld" del cibo, a Bologna, l'ultimo sogno di Oscar Farinetti, patron di "Eataly": 80.000 metri quadrati nell'area del Caab, il centro agroalimentare guidato dal guru della lotta allo spreco Andrea Segré, fatto a mo' di parco tematico con 120 tra ristoranti, laboratori e rivendite. Farinetti ha fissato nel 1 novembre 2015, la data di apertura, in sinergia con l'Expo milanese: "è un miracolo che si può fare, vogliamo far giocare il mondo con quella cosa magica che è il cibo italiano". A patto che, entro fine 2013, si recuperino i 50 milioni di euro di investimento iniziale necessario. "Non posso immaginare che Coop, Unipol e industriali locali - conclude Farinetti - non siano interessati".

Cronaca

Assoenologi, bene l'export

Il vino italiano continua ad affermarsi sui mercati esteri, registrando una crescita a valore nei primi tre mesi dell'anno che sfiora il 10% (9,8%), superando la soglia di 1,1 miliardi di euro, mentre i volumi registrano una leggera flessione dell'1,1%. A dirlo il Centro Studi di Assoenologi. Solo gli spumanti mostrano una crescita in volume (+13%), accompagnata da un balzo a valore del 19,7%, a quota 130 milioni di euro. Il vino in bottiglia rompe la soglia dei 3 euro/litro con un valore di 3,13 euro/litro, +9,1% sul 2012.

Emiliano Falsini
CONSULENZE ENOLOGICHE

Wine & Food

Mionetto punta sulla governance del "Comitato di Gestione"

Il mondo del vino evolve, e le sue realtà leader cercano nuovi mercati, ma anche forme di governance più moderne. È il caso di Mionetto, tra i brand più prestigiosi del Prosecco, che ha chiuso il 2012 con un fatturato di 56,2 milioni di euro (+7,6% sul 2011). E che, da oggi in avanti, vedrà un "Comitato di Gestione" alla guida della prestigiosa cantina trevigiana, per valorizzare al massimo le specifiche competenze dell'azienda, con Alessio Del Savio (enologo, direttore tecnico e portavoce), Paolo Bogoni (Marketing e Comunicazione), Robert Ebner (dg vendite) e Marco Tomasin (Chief Financial Officer).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vinexpo di Bordeaux, tra gli eventi top del vino, secondo Ettore Nicoletto, ad di Santa Margherita, realtà italiana leader: "rimane un evento di riferimento soprattutto

per l'affluenza di operatori internazionali, ma è disorganizzato e con pochi investimenti per il futuro. Cosa che fa riflettere: è da ripensare il format fiera in generale?"

International Exhibition Management PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES