



# La Prima di WineNews.it

Enoconsult  
WINERIES PROJECTS



n. 1163 - ore 17:00 - Mercoledì 17 Luglio 2013 - Tiratura: 30328 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Mutti, Ferrero e Campari

È Mutti il "top brand" dell'edizione n. 14 del "Brands Award" il premio di Gdweek e Mark Up (de "Il Sole 24 Ore)", che elegge ogni anno le marche top nel largo consumo. Ma tanti i premiati per ogni categoria: Aia Aequilibrium per "Alimentari freschi", Mutti per "Alimentari", Vortici Perugina con Nestlé Italia per "Dolciario", Aperol Spritz Davide Campari per "Alcolici & birra" (e anche "Premio Giuria"), Estathé Ferrero per "Bevande". I criteri per "eleggerli"? Le vendite, sui dati Symphony-Iri, le preferenze dei consumatori del panel "Toluna", il giudizio dei manager del Retail Moderno Italiano, e una giuria di esperti del marketing. All'energy drink Red Bull il "Premio Social".

## Primo Piano

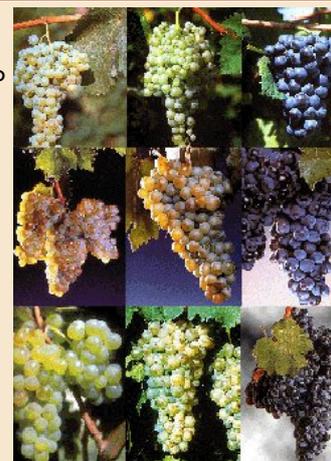
### A tu per tu con la Master of Wine Jancis Robinson

Dici Jancis Robinson e pensi ad una delle firme più autorevoli e rispettate del mondo del vino. Master of Wine tra le più affermate. Il suo account Twitter, tra i più seguiti dell'eno-sfera mondiale, conta oltre 187.000 follower. E WineNews l'ha intervistata a Vino Vip Cortina. Partendo dalla reputazione del vino italiano nel mondo. È davvero alla pari con la Francia? "In Usa, forse, è anche superiore. In Gran Bretagna, sfortunatamente per l'Italia, siamo troppo vicini alla Francia, che ci è più familiare, mentre il Belpaese per il wine lover medio è ancora un po' misterioso". Una risorsa esclusiva dell'Italia è l'enorme patrimonio di vitigni autoctoni. Ma non rischia di essere troppo difficile da comunicare? "Non credo. C'è tanto pubblico, adesso, interessato alle varietà nuove, e l'Italia può trarne beneficio. D'altro canto Tesco da quattro anni ha messo sul mercato una propria etichetta di Teroldego, e se non è mercato di massa quello di Tesco". Al di là di Toscana e Piemonte che sono i top riconosciuti, quali sono le regioni che stanno lavorando meglio? "Direi la Sicilia, che è molto popolare, ma anche la Puglia e la Campania. E il Veneto, anche se un po' più confusionario per via della varietà dell'offerta, ma credo che sempre più gente si renderà conto del fatto che ci sono tanti ottimi Soave, Valpolicella o Amarone. Purtroppo non vediamo molto Friulano, in Gran Bretagna, mentre l'Alto Adige è più compreso in termini di gusto". Quanto è importante il brand del produttore, anche in territori già famosi e importanti? È il territorio che traina il produttore, o il leader che apre i mercati al territorio? "Dipende. Si può dire, per fare un esempio, che Caprai ha reso l'Umbria famosa al mondo. Sono i produttori d'alta gamma che creano l'impatto. Ma ci sono anche casi diversi, come il Piemonte, che ha tanti produttori importanti diversi, ma è molto complesso, al punto che gli inglesi sono un po' disorientati". I grandi vini di Bordeaux, in Asia, stanno soffrendo. Può essere un'opportunità per i grandi vini italiani? "Decisamente. I collezionisti stanno cercando qualcosa di nuovo, che non sia Bordeaux, e neanche Borgogna. Sono sicura che ci siano enormi opportunità per i migliori vini d'Italia".

## Focus

### I vitigni più "trendy" d'Italia

I vitigni autoctoni italiani, ovvero quel qualcosa di diverso ed esclusivo appannaggio dell'Italia che, a detta di molti, è il vero asso nella manica del Belpaese enoico. Ma quali, tra i tanti, oggi e domani, saranno i più importanti, con i vini a cui danno origine, sui mercati mondiali? A stilare la "top chart", è il magazine Uk "The Drink Business", una delle pubblicazioni più seguite nel mercato inglese, anticipatore di tendenze globali per antonomasia. Vicino a mostri sacri come Sangiovese e Nebbiolo che, tra gli altri, danno vita a vini simbolo dell'Italia, come Brunello di Montalcino e Chianti Classico nel primo caso, e Barolo nell'altro, ce ne sono altri che testimoniano quanto il Sud sia sulla cresta dell'onda. A partire da Nerello Mascalese e Nero d'Avola, che stanno facendo le fortune della Sicilia, ad Aglianico, Fiano, Falanghina e Greco di Tufo che fanno sorridere soprattutto i produttori della Campania. C'è poi il Vermentino, che dalla Sardegna alla Toscana sta avendo risultati eccellenti, ma anche il Glera, alla base del fenomeno Prosecco. Per finire con il Trebbiano, protagonista della rinascita vinicola dell'Abruzzo, e uno dei must della viticoltura, non solo italiana, ma mondiale: il Pinot Grigio.



## SOAVE

ORIGINE STILE VALORE

### SMS Si può fare di più

Si dice spesso che i prodotti dell'agricoltura e dell'enogastronomia sono i "gioielli" dell'Italia. E a confermarlo arrivano i dati dell'"Annuario statistico del commercio stero" di Ice e Istat. Gran parte del saldo positivo della bilancia commerciale del Belpaese, che ha visto, nel complesso, le esportazioni crescere del 3,7% nel 2012, è merito di agroalimentare (+6,7%) e oreficeria (10,9%). Un saldo attivo dovuto, in parte, anche al calo delle importazioni, crollate del 5,7%. Un trend che dimostra, peraltro, quanto ci sia bisogno di internazionalizzazione per le imprese italiane. "Dobbiamo fare molto di più per le nostre pmi. Spesso - dice Federalimentare - non ci sono neppure i soldi per affrontare il viaggio nei Paesi emergenti. L'Ice sta svolgendo un ruolo essenziale, ma ha bisogno di maggiori risorse" ...

## Cronaca

### Wine-kit ancora nel mirino

"Con il blocco delle vendite dei wine-kit nel Regno Unito abbiamo ottenuto un primo importante risultato di una battaglia che deve proseguire nell'Ue, dove ci sono almeno 20 milioni di bottiglie di pseudo vino prodotte con kit fatti in Canada e in Svezia". Così la Coldiretti, che commenta un'operazione dell'Interpol, che è riuscita a fermare la vendita, in Uk, dei famigerati "vini fai da te". "L'Ue deve fermare uno scempio che mette a rischio la credibilità dei nostri vini più prestigiosi".



## Wine & Food

### "Geologia & Gusto" per valorizzare l'enogastronomia italiana

Quasi 500 tra vini Dop e Igp, 250 prodotti Dop, 4.700 specialità tradizionali alimentari: pochi numeri che fotografano la ricchezza enogastronomica italiana. Che, nonostante i successi "in patria" e all'estero, ha bisogno di essere valorizzata di più. E per farlo ora arriva anche "Geologia & Gusto", un corso post laurea, ideato dall'Università di Urbino insieme a Coop, per formare una figura a metà strada tra lo scienziato, il divulgatore e l'esperto enogastronomico, un "Narratore del gusto, comunicatore di benessere e selezionatore delle tipicità italiane". Debutto il 19 luglio, a Eataly Roma.

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Più web e social, con il sito della cantina in etichetta, ma anche più viaggi con la mente aperta, e la degustazione di quanti più vini non italiani possibile per confrontarsi con

il mondo, e più narrazione anche nella retro etichetta. A WineNews i consigli al vino italiano e i pensieri sul Belpaese enoico della Master of Wine Jancis Robinson.

