



La News



Renzi: "grazie Oscar"

"Grazie a Oscar e a chi lavora con lui: sono persone straordinariamente coraggiose, perché aprono in Italia, dove oggi non conviene. Le aperture di Eataly fatte all'estero, però dimostrano che c'è una fame di bello e di buono incredibile. È bello che ci siano i cartelloni sul Rinascimento dentro, il Rinascimento è quello che siamo". Così il sindaco di Firenze ha dato il suo benvenuto in città a Oscar Farinetti. D'altronde, il neo segretario del Pd, non è nuovo al sostegno del made in Italy del gusto come motore di ripresa per il Belpaese, perché, come ha ribadito più volte, "questo è un Paese che, se scommette sulla qualità, non è destinato soltanto a rincorrere ma anche a guidare".

FRIULI VENEZIA GIULIA,
TERRA DI GRANDI VINI BIANCHI

www.friulano.fvg.it

SMS

Un premio Nobel nel vino

Il mondo del vino ha attirato tanti big di altri settori, dalla musica al cinema, dello sport all'industria, dall'arte all'architettura, e così via. E ora arriva anche un premio Nobel per la fisica "applicato" alla ricerca in vitivinicoltura: è Brian Schmidt, vincitore del premio per la scoperta sull'accelerazione della crescita dell'universo e che, dal 2014, farà parte dell'Australian Wine Research Institute (www.awri.com.au), uno degli istituti di ricerca sul vino più importanti al mondo. Per Schmidt, che condivide il riconoscimento del Nobel, arrivato nel 2011, insieme ai connazionali americani Saul Perlmutter e Adam Riess, in realtà non è il "primo approccio" al mondo di Bacco, visto che è anche produttore, sempre in Australia, con la Maipenrai Vineyard and Winery.

Cronaca

"Forconi" vs. enoappassionati

"La "protesta dei forconi" frena i winelovers. Almeno a Roma, dove gli acquisti natalizi, ad oggi, non decollano. Causa crisi, sicuramente, ma anche per questo clima di tensione che non aiuta. Lo hanno detto a WineNews (nella raccolta di sentiment ed opinioni sui regali in enoteca che pubblicheremo nei prossimi giorni) dall'Enoteca Trimani, uno dei punti di riferimento per l'acquisto di bottiglie nella Capitale e non solo. "È vero che i romani, in questo senso, si svegliano tardi, ma la protesta non aiuta" ...



VILLA SANDI

Primo Piano

Marchi top del beverage: tanto vino, poca Italia

L'Italia del vino è, senza dubbio, una delle grandi potenze mondiali del settore, leader in tanti mercati strategici, dagli Usa alla Germania, con un valore dell'export pari a più di 5 miliardi di euro, seconda solo alla Francia. Potrebbe suonare strano, dunque, che tra i primi 100 brand del beverage mondiale, dove dominano i whisky, ma dove ben 23 brand appartengono al mondo del vino, ci sia solo un marchio enoico italiano, quello della "Martini Sparkling Wine" (del gruppo Bacardi-Martini), peraltro alla posizione n. 89. Oppure, è solo una logica conseguenza del tessuto produttivo del vino del Belpaese, fatto per la grandissima maggioranza di piccole e medie imprese, con produzioni spesso al di sotto del milione di bottiglie, e dove anche le realtà più grandi, a livello di volumi, raramente reggono il confronto con in colossi americani, francesi e non solo. È una delle letture possibili della "The Power 100", la classifica dei brand del beverage più affermati nel mondo, realizzata da Intangible Business, studio inglese tra i più importanti nella "brand valuation". Una classifica, va detto, affidata alla valutazione (con voti da 1 a 10) di parametri come il market share, la crescita del brand negli ultimi 10 anni, il posizionamento di prezzo, il numero dei mercati in cui ha una presenza significativa, ma non solo, da parte di esperti del settore, dall'industria alla comunicazione. Nella "top 10" assoluta, a dire il vero, non c'è neanche un brand enoico: la lista recita, nell'ordine, Johnnie Walker, Smirnoff, Bacardi, Martini, Hennessy, Jack Daniel's, Absolut, Captain Morgan, Chivas Regal e Ballantine's. Per trovare il primo nome "vinoso" si deve scorrere fino alla posizione n. 16, dove c'è Moët et Chandon, del colosso francese Lvmh. E poi tutti gli altri, soprattutto nella parte bassa della classifica (la lista completa su WineNews.it). A scorrere la lista delle nazionalità, emerge come, a livello di singoli brand, la partita sia tra Usa, Francia e Australia. Ma, per fortuna del Belpaese, e del suo tessuto produttivo, fatto di piccoli artigiani della vigna e da grandi realtà più strutturate, c'è un marchio che, alla prova del mercato, ne batte molti: quello (collettivo) del made in Italy.

Focus

Il nuovo Rinascimento di Eataly

"Serve un nuovo Rinascimento, e per questo Eataly di Firenze è dedicato al Rinascimento. E' il primo supermercato al mondo dove si entra e si possono ascoltare audio guide sulla storia del Rinascimento". Parole di Oscar Farinetti, oggi nell'inaugurazione del nuovo store di Eataly nel capoluogo toscano. Aperto a pochi passi da piazza del Duomo, nello spazio che per anni ha ospitato la storica libreria Il Marzocco. Secondo Farinetti "una delle prime missioni di Eataly è ridare vita ai luoghi dimenticati, e purtroppo in Italia chiudono le librerie e i teatri. Noi cerchiamo di prenderli e cerchiamo di creare posti di lavoro. Questo è quello per cui dobbiamo impegnarci tutti, ma in Italia il costo del lavoro deve diminuire. I negozi sono il fulcro della società civile, visto che viviamo in una società di consumi, non per decisione nostra ma funziona così: posto di lavoro, salario, consumo. Ma dobbiamo mettere un po' di poesia vicino a quello che facciamo, al cibo, che cerchiamo anche di narrare. Chi ci ha creato, molto furbescamente, ha messo due orgasmi sulle due cose che assicurano la continuazione della specie. Se non godessimo a mangiare a fare l'amore, ci saremmo già estinti".



MIONETTO
mionetto.com



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

Wine & Food

Il mondo brinda italiano, Time Square a Moët & Chandon

Nelle piazze del mondo, per la fine dell'anno, salteranno milioni e milioni di tappi di bottiglie di spumante. E se molti di questi tappi saranno made in Italy, tra Prosecco, Franciacorta, Trentodoc, Asti e non solo, grazie alla crescita dell'export delle bollicine tricolore, il brindisi più famoso del pianeta sarà bagnato da Moët & Chandon, vino ufficiale del "Times Square New Year's Eve 2014", il capodanno più celebre di New York. Il top sarà la gigantesca bottiglia di "Imperial", alta più di 3 metri che, prima di far saltare il tappo, sarà protagonista di un tour tra le location più famose della Grande Mela.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Io sono già fuori dalla direzione operativa di Eataly, faccio solo il chairman, il "rompiballe", ma ci sono i miei figli e persone più capaci di me, ormai al timone. Eataly ha un grande

futuro soprattutto all'estero: in soli 7 anni è il marchio più conosciuto associato al mangiare e bere italiano di qualità". Così a WineNews Oscar Farinetti.



PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES