

## La News



## Ocm & promozione, "sold-out"

Il Ministero delle Politiche agricole ha esaurito il plafond di risorse nazionali per la promozione dell'Ocm Vino (il 30% del totale, perché il 70% è in capo alle Regioni, ndr) per gli anni 2014-2015 e 2015-2016, ma non significa che in quel periodo non saranno fatte iniziative di promozione, seppure in carico alle Regioni". Lo ha detto a Vinitaly Emilio Gatto, dg per la promozione e la qualità agroalimentare del Ministero delle Politiche Agricole. Una brutta notizia ma solo in apparenza, perché in realtà i fondi stanziati non sono spariti, ma sono come "ipotecati" dai progetti pluriennali già approvati nei precedenti bandi, e quindi utilizzati nel segno della continuità d'azione.



## Vino & Politica

Martina (Agricoltura), Alfano (Interni) e Poletti (Lavoro): tre Ministri a Vinitaly, in questi giorni, in attesa della visita del Presidente del Consiglio, Matteo Renzi, come detto da Martina e già riportato da WineNews, mercoledì 9 aprile, per una grande chiusura. E poi tanti viceministri ed eurodeputati, per un interesse della politica al vino mai così forte. "Finalmente - spiega a WineNews.tv Bruno Vespa, il più celebre anchorman del Belpaese, e produttore - la politica si sta rendendo conto che il vino è un settore trainante per l'economia del Paese, con 5 miliardi di euro esportazioni ed un trend in crescita anche negli anni della crisi. E poi, si è capito che il vino fa parte delle nostre radici, in maniera talmente profonda da legarsi alla nostra terra ed alla nostra gente, e ora gli rendiamo merito".

## Cronaca

### Giboulot, arriva la condanna

Il tribunale di Digione ha messo la parola fine alla vicenda Giboulot, il "bio-vigneron" dissidente, diventato un simbolo per il mondo del vino al naturale, giudicandolo colpevole, per non aver rispettato l'obbligo di trattare le sue vigne, in Côte de Beaune e Haute-Côte de Nuit, in Borgogna, con prodotti chimici, per prevenire la flavescenza dorata, come previsto dalla legge. I magistrati hanno confermato così le accuse, ma la pena è stata lieve: una multa di 1.000 euro.



## Primo Piano

### Vino & semiotica: dal "radical" al "socialite"

C'è il "radical", che in una bottiglia cerca genuinità, fedeltà ai canoni tradizionali del rapporto uomo-natura e contatto con la terra, e l'"enosnob", che vuole, anzi pretende, massima qualità e ricerca delle sfumature più impalpabili al naso e al palato. E ancora, il "socialite", che vede il vino non come fine ma come mezzo di convivio e di condivisione di attimi con amici, conoscenti e altri eno-appassionati, e infine il "pane al pane", per il quale il vino è un alimento quotidiano e troppo influenzato dal chiacchiericcio altezzoso che spesso lo circonda. Sono queste le quattro classificazioni che Diletta Sereni e Daniele Dodaro, dell'Istituto di ricerche Squadrati di Milano, per la cantina Bosco Viticoltori, hanno elaborato con un'analisi di marketing "non convenzionale", monitorando sei mesi di conversazioni, commenti, post e tweet sul vino che sono stati recuperati con un programma di "crawling" dal mare magnum delle interazioni sociali della rete, di scena oggi a Vinitaly. La massa grezza dei dati, dopo essere stata raccolta e catalogata, è stata poi esaminata nel dettaglio, utilizzando uno strumento molto più comune nelle accademie di semiotica che nelle ricerche di marketing, ovvero il "quadrato semiotico", ideato dal linguista e semiologo lituano Algirdas Greimas. Sereni e Dodaro hanno posto agli estremi cartesiani del quadrato due coppie di categorie associate al vino e al suo consumo, ovvero "natura/cultura" e "sacro/profano". Ed ecco che, agli angoli del quadrato, si identificano le quattro classi di consumatori di cui sopra: il radical è contrario agli interventi umani nei confronti di quello che considera innanzitutto un prodotto della natura ("natura/sacro") e l'enosnob - spesso coincidente con il connoisseur o il sommelier - considera il vino come una gemma preziosa, che nasce dalla natura ma che necessita di un lavoro "di cesello" quasi perfetto per diventare un gioiello unico ("cultura/sacro"). Altrettanto vale per il socialite ("profano/cultura") e il pane al pane ("profano/natura"). Con i social media che si confermano un ottimo strumento per studiare il consumatore in un ambiente non controllato e libero da ogni filtro scientifico. Come, poi, è il mercato.

## Focus

### "Il vino che vorrei ad Expo 2015"

"Alla fine di Expo vorrei che il mondo dicesse: quante belle cose non conoscevamo dell'Italia del vino!" Così a WineNews.tv Riccardo Cotarella, uno dei più celebri enologi italiani nel mondo, presidente di Assoenologi e ora alla guida del comitato scientifico che curerà i contenuti del Padiglione Vino di Expo Milano 2015, nel cuore pulsante di Expo, il Padiglione Italia, voluto dal Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina. "Dobbiamo raccontare il vino con tutto quello che rappresenta per l'Italia - ha aggiunto Cotarella - a partire da storia e tradizione, ma senza incartarci su questo, perché dobbiamo raccontare da dove siamo venuti, ma anche dove siamo arrivati e soprattutto dove vogliamo arrivare. Chi conosce l'Italia del vino all'estero, non conosce tutte le realtà che la scienza e l'amore del vino hanno fatto scoprire, negli ultimi anni, del nostro Paese. Che non è più solo Toscana e Piemonte, ma è un patrimonio di territori e di vitigni, anche nuovi, che nessun altro Paese nel mondo ha, e che però è conosciuto da pochi, dagli addetti ai lavori. Noi dobbiamo dare visibilità a tutto questo, e sarà il nostro primo impegno. Dobbiamo mettercela tutta, è un'occasione irripetibile".



## Wine & Food

### Il vino Dop-Igp in Italia vale, all'origine, 3,9 miliardi di euro

È di 3,9 miliardi di euro il giro d'affari all'origine del vino complessivamente prodotto in Italia nel 2013, di cui 2,7 miliardi rappresentati dai vini Dop e Igp. Più nel dettaglio, il valore all'origine dei vini Dop (ossia franco azienda, sfuso e Iva esclusa) è di 1,9 miliardi di euro in crescita del 6,3% sul 2012 grazie sia ad un incremento produttivo, sia ad un aumento dei listini alla produzione. Per i vini Igp, il valore all'origine stimato per la prima volta nel 2013, ammonta invece a 812 milioni di euro. A dirlo Ismea, sui dati raccolti dall'Icqrqf, a Vinitaly. Per le Dop, in valore, in testa il Veneto con 619 milioni di euro.

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino "vero" contro "wine kit", non c'è partita, anche scientificamente. La degustazione comparata di scena a Vinitaly con l'Istituto Marchigiano Tutela Vini ed un "sommelier"

d'eccezione, Neri Marcoré. Il presidente dell'Istituto, Mazzoni: "quello dei kit non è vino, è solo una bevanda che non ha nulla del vero Verdicchio, dagli aromi ai polifenoli".

