



La News



Il vino per l'ambiente

Il rispetto e l'amore per l'ambiente sono diventati patrimonio comune di chiunque lavori nel mondo del vino, e a provarlo ci sono decine di esempi virtuosi, quasi tutti legati al calcolo della Co2 ed ai progetti per compensarne l'emissione. Una sensibilità che esce dalle cantine, e coinvolge anche chi il vino lo vende, on line: "MilanoVino" (www.milanovino.it), che nella città meneghina consegna le bottiglie in bicicletta, in partnership con Treedom, social business che si occupa di green marketing, planterà un albero di cacao in Camerun per ogni consegna effettuata, contribuendo così a compensare la Co2 emessa, e supportando la popolazione e l'economia del Paese africano.



Bravo Piemonte

Da un lato un appuntamento che unisce l'aspetto "economico" a quello passionale ed emozionale del vino, come sarà l'Asta del Barolo, il 10-11 maggio, con i vini dell'Accademia del Barolo, associazione di 12 tra le più prestigiose aziende delle Langhe (Azelia, Cordero di Montezemolo, Damilano, Martinetti, Sandrone, Chiarlo, Scavino, Gagliardo, Poderi Luigi Einaudi, Pio Cesare, Prunotto e Vietti); dall'altro, un evento che promuove l'importanza della cucina nella tutela dei territori, a Canale, il 1 giugno, all'Enoteca Regionale del Roero con, tra gli altri, Renè Redzepi, del Noma di Copenaghen, n. 1 della "The World's 50 Best Restaurants", ed il 3 stelle Michelin (e n. 39 della classifica) Enrico Crippa del Piazza Duomo di Alba. Che valorizzano, insieme, tutto il Piemonte.

Cronaca

Un'app da 3 milioni di dollari

Il mito dei giovani "smanettoni" che, rinchiusi in qualche scantinato e con un paio di computer riescono a creare l'app del secolo è duro a morire. Ma la competizione si fa sempre più dura, e c'è chi punta davvero in alto. Come quelli di "Delectable", una delle tante app che popolano il mondo del vino, basata sulla condivisione di foto e di suggerimenti con gli altri utenti, e sulla segnalazione di luoghi dove poter comprare le bottiglie preferite, che ha messo a segno un fund raising da 3 milioni di dollari per crescere ancora.



Primo Piano

"Wine2Wine" Forum, il b2b a 360° by Vinality

Testimonianze di opinion leader del mondo enoico e di produttori su come utilizzare gli strumenti di marketing, le nuove tecnologie ed i social network; indagini sugli scenari di mercato del settore, in Italia e all'estero, con anticipazioni sulla chiusura dell'anno 2014 e previsioni per il 2015; focus sulla Pac e le sue applicazioni; approfondimento sulle normative e le dinamiche di esportazione sui mercati esteri più interessanti, sull'amministrazione e la fiscalità per la gestione della cantina, del magazzino, dei dipendenti, e così via, ma anche il contributo di imprenditori di successo e professionisti di altri settori: tutto questo è "Wine2Wine Forum", di scena il 3-4 dicembre a Verona. Solo una una delle tante attività di "Wine2Wine", il nuovo servizio che Veronafiere affianca a Vinality e Vinality International, a supporto del vino italiano. "Wine2Wine - ha spiegato il dg Veronafiere, Giovanni Mantovani, a WineNews - è formazione, informazione e networking in chiave business a supporto del processo produttivo e commerciale del vino italiano, è un insieme di attività, fatto di outlook business to business, con ricerche di mercato, ma sarà anche un forum b2b per scambiarsi informazioni e confrontarsi per costruire un network, che vuole essere uno strumento a supporto dell'attività decisionale ed imprenditoriale". E se a Vinality è già andato in scena il primo outlook sull'export del vino firmato "wine2wine", il debutto fisico sarà di scena in dicembre. Un appuntamento b2b, riservato a titolari di cantine e a tutti i professionisti della filiera del vino, che sarà un "momento di incontro esclusivo dove i produttori di vino potranno aggiornarsi e raccogliere informazioni e stimoli per affrontare i cambiamenti del settore". Tanti i temi sul piatto che saranno affrontati nei due giorni di lavoro, dall'internazionalizzazione al made in Italy, dal marketing ai social media, dai canali di vendita al fisco, con diversi seminari ed un'area business con aziende leader di settore, che forniranno informazioni, stimoli, tendenze e nuovi strumenti per affrontare i cambiamenti in atto e creare nuove opportunità in un mercato sempre più complesso e competitivo come quello del vino".

Focus

Le due facce del successo del Prosecco

Nel 2013 cresce in valore (+6,5% sul 2012) e in volume (+6%) lo spumante Conegliano Valdobbiadene Superiore Docg, confermando il suo ruolo di prodotto simbolo dell'Italia: la denominazione, ha raggiunto così un valore al consumo di 500 milioni di euro, con un +5,3% in volume sul 2012. Un'indagine del Centro Studi del Consorzio di tutela, inoltre, rileva che, con 326,9 milioni di euro, le bollicine del Conegliano Valdobbiadene Superiore Docg hanno visto impennare la produzione annua, a 66,5 milioni di bottiglie. Il Prosecco Doc rilancia, invece, lo stoccaggio come strumento di governo dell'offerta: "almeno per il momento - spiega il presidente dell'Unione Italiana Vini, Domenico Zonin - ritengo giusto che il prodotto stoccato nel 2013 rimanga bloccato, perché il valore del Prosecco Doc sfuso è ancora abbastanza stabile, e non essendosi registrate tensioni particolari nel prezzo, non si avverte la necessità di calmierare il mercato". Sono queste le due facce di una stessa medaglia che, in nome del Prosecco, l'uva da cui si ottiene la bollicina ormai sovrana nel mercato interno e all'estero, caratterizzano una crescita complessiva importante ma non priva di criticità.



Wine & Food

Torna "Conoscere l'Alcol", la campagna per il bere responsabile

Torna "Conoscere l'Alcol", edizione n. 2 della campagna sociale di sensibilizzazione sul bere responsabile, promossa dal leader mondiale nel mondo degli alcolici Diageo, e dalle catene della grande distribuzione Auchan e Simply, nel programma del Ministero della Salute "Guadagnare Salute". L'obiettivo della campagna, che in maggio e in giugno coinvolgerà ben 3 milioni di persone in 150 supermercati, è quello di incrementare l'informazione, e far sì che i consumatori abbiano la piena consapevolezza delle opportunità offerte da un consumo moderato e responsabile.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'ultima opera del professor Attilio Scienza, un nuovo Atlante geologico dei vini italiani: "abbiamo raccontato ciò che sta sotto i nostri suoli, l'origine geologica dei nostri terroir,

in maniera semplice, ma seguendo un criterio scientifico. Anche per non banalizzare, ma anzi, valorizzare, uno degli elementi fondamentali per la produzione dei nostri vini".

