



La News



Pechino indaga sugli chateaux

Da quando Xi Jinping è salito a capo del Governo della Repubblica Popolare Cinese, le cose sono cambiate radicalmente anche per il vino. Oltre all'austerità, che ha colpito direttamente il commercio di grandi vini di Bordeaux, negli ultimi due anni c'è stato un vero e proprio giro di vite, con una maxi inchiesta che ha portato sul tavolo di Xi Jinping ben 314 casi scottanti di distrazione di fondi pubblici utilizzati per affari tra i più diversi, tra cui l'acquisto di proprietà a Bordeaux, per mano della Haichang Group, società di Dalian, città portuale base del potere di Bo Xilai, che in pochi anni ha speso 268 milioni di yuan (31 milioni di euro, pubblici), per 10 aziende nella denominazione francese.



Cina & vino: odi et amo

La Cina, oggi, è il primo consumatore di vino rosso al mondo, e a Bordeaux controlla già 60 chateaux (una goccia, nell'oceano delle 7.000 aziende bordolesesi): dov'è allora lo scandalo contro cui si è scagliato Xi Jinping, e che al centro ha proprio il vino? Il punto di vista del Presidente cinese è chiarissimo: il vino non è il petrolio, non è un asset strategico per la Cina, e negli ultimi anni è stato spesso al centro di vicende di corruzione, che il nuovo corso vuole estirpare alla radice, facendo tabula rasa dei vecchi vertici e dei vecchi vizi, compresa la passione per le grandi bottiglie. Attenzione, però: non vuol dire che la Cina non investirà più in aziende del vino, tutt'altro, basta che a farlo non siano gruppi come la Haichang Group, deputati a tutt'altra attività, ossia i combustibili ...

Cronaca

Usa: allarme piccoli importatori

Se non si amplia la domanda sul mercato Usa, è meglio evitare l'introduzione di nuove aziende italiane: il messaggio, forte, arriva dall'Italian Wine & Food Institute, che sottolinea come la concentrazione degli importatori, dopo la recente fusione fra Winebow e The Vintner Group, lancia alcuni avvertimenti. Con la scomparsa dei piccoli importatori, essenziali nell'introduzione di nuovi vini, gli importatori più grandi punteranno sempre di più sulle etichette già posizionate e ben conosciute.



Primo Piano

Il Chianti Classico sogna Londra e New York

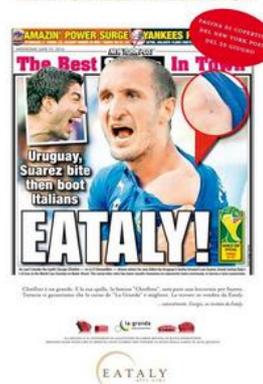
Le buone idee vanno valorizzate e replicate, e così, dopo il successo dell'enoteca a marchio Gallo Nero a Firenze, l'unica del genere nel mondo, il Consorzio del Chianti Classico punta a proporre la sua innovativa formula anche in altri luoghi del mondo. Londra e New York sono nel mirino, ma anche Milano potrebbe essere una piazza di interesse, così come un'altra meta appetibile potrebbe essere rappresentata dagli hub aeroportuali, meta ogni giorno di milioni di persone. Ne è convinto l'ad di Chianti Classico Company (la società interamente controllata dal Consorzio, che si occupa dei progetti speciali e del marketing del Gallo Nero) Davide Gaeta, che ha presentato un'altra novità. Apre oggi a Radda in Chianti, nel cuore della denominazione, la "Casa del Gallo Nero". Una sorta di accademia dedicata al vino e all'eccellenza enoculturale, che sorge nell'antico convento di Santa Maria al Prato a Radda. La "Chianti Classico house" è stata creata dopo un restauro dell'antica struttura durato oltre 10 anni. "Sarà una vera e propria "Casa del Gallo Nero" - dice Gaeta - la prima del genere in Italia realizzata da un Consorzio di tutela del vino". Ora il convento ospiterà un'enoteca e una boutique, ma anche ristorazione, cooking show con massaie del territorio e chef stellati, cene a base di Chianti Classico e prodotti del territorio, oltre a pic nic in vigna, corsi di formazione sul vino per esperti e neofiti e mostre. "La Chianti Classico Company - ha sottolineato Gaeta - è la prima azienda del genere in Italia, che declina il marchio del Gallo nero in una chiave di marketing. Il convento di Radda in Chianti, acquisito 15 anni fa dal Consorzio del Chianti Classico, e ora restaurato apre al pubblico e sarà occasione di eventi, iniziative culturali, enogastronomiche e non solo. Un centro di eccellenza a disposizione di tutti". Ad aprire il ricco cartellone degli eventi della Chianti Classico House, uno dei tre appuntamenti con Chef, Lady food & Mr. Wine (27 giugno), nei quali le "Signore del Territorio" sfideranno i grandi chef a colpi di ricette, e poi, gli originali abbinamenti tra grandi vini e grandi goal della storia del calcio, giorni delle semifinali e della finale dei Mondiali di calcio.

Focus

Il morso di Suarez e l'ironia sul web

"Real Time Marketing", la capacità dei brand di reagire, in particolare sui social media, ad eventi e stimoli esterni, sta diventando sempre di più una moda. E così, dopo il morso di Suarez a Chiellini in Uruguay-Italia al mondiale in Brasile, sono stati molti i marchi dell'enogastronomia a puntare sull'ironia, senza, rinunciare, ovviamente, a farsi pubblicità. Tra i primi, McDonald's, che su Twitter ha scritto: "Hola Suarez, si te quedaste con hambre, veni a darle un mordisco a una BigMac" (Ciao Suarez, se ti è rimasta ancora fame, vieni a dare un morso ad un BigMac). Segue a ruota, Whataburger, catena di fast food Usa: "If only Suarez had Whataburger before the game he wouldn't be so hungry" (se solo Suarez avesse mangiato un Whataburger prima della partita, non sarebbe stato così affamato). Tra i più divertenti, quello di Snickers che ha twittato: "More satisfying than italian" (più soddisfacente di un italiano). Non poteva mancare Eatly, che, pubblicando la foto di Chiellini morso, scrive: "tutti vogliono mangiare italiano". Più realista, e critica, la risposta di Barilla alla sconfitta dell'Italia che "posta" su Twitter una foto di rigatoni appena scolati, con la scritta: "ci hanno cotti in 90 minuti".

TUTTI VOGLIONO MANGIARE ITALIANO!



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

Wine & Food

In California vino prima dei 21 anni (se si studia enologia)

Il limite d'età per bere alcolici, negli Stati Uniti, è stabilito a 21 anni: un divieto assurdo, tanto assurdo che, ad esempio, gli studenti di enologia della Us Davis, in California, o di qualsiasi altro istituto, non possono assaggiare i vini su cui lavorano abitualmente durante il loro percorso di studi. Proprio dalla California, però, le cose potrebbero presto cambiare, perché il Senato dello Stato costiero ha approvato il disegno di legge del deputato Wesley Chesbro, che permetterebbe anche agli under 21, quanto meno, di degustare, sotto la supervisione dei propri insegnanti.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"In Germania il consumo di vino non è necessariamente accompagnato al cibo, ed in quest'ottica le bollicine, per la loro semplicità, vanno per la maggiore. Il tedesco, però, ama

molto ciò che non ha, mosso dalla curiosità e dalla novità". A WineNews, la presidente della Deutschland Sommelier Association, Maria Sofia Biancolin.

