



## La News



### Il Sassicaia nelle cantine dei vip

Non ha intaccato il record per la bottiglia più cara mai battuta ad un'asta, ma il Sassicaia è ormai il vino italiano più presente nelle cantine dei vip. Tra i più grandi estimatori vanta Sir Alex Ferguson che, dopo aver lasciato il calcio ha deciso di mettere all'asta la propria enorme collezione, ricca di bottiglie del rosso di Bolgheri. Come è successo all'allievo migliore di Ferguson allo United, David Beckham, prima pop star del calcio, in compagnia di una bottiglia di Sassicaia e di Liam Gallagher, anima dei mitici Oasis, al Ristorante Lucali di New York. E poi, come dimenticare l'eco mediatica della bottiglia di Sassicaia bevuta da Madonna a "Che tempo che fa". E questo solo per citarne alcuni.



### SMS "Inno" al vino

C'è chi il vino lo fa per noia, chi se lo sceglie per professione, Gianna Nannini né l'uno né l'altro, lei, lo fa per passione. Serviva uno dei cantautori più grandi per raccontare il rapporto tra la rocker senese e Bacco. "Ho sempre amato il vino - racconta la rockstar a WineNews - lo conosco da quando ero bambina, ho conosciuto la vendemmia e bevuto il vino prima di cantare. Ho rilevato la terra che era della mia famiglia e ho deciso di fare un vino rock, a base di Sangiovese, che è il vitigno della mia terra. È un vino che ne rispetchia l'identità, ed è unico. Per questo ho deciso di chiamarlo "Inno". Il sogno? "Fare un vino migliore del Tignanello, che è il mio preferito. Il mio è un vino libero, come il vino dei contadini, io non sono una cantante che firma un vino, ma lo produce e lo segue".

## Cronaca

### Ristorante 3.0

La nuova frontiera 3.0 al ristorante fa sì che, non solo si può scegliere prima dove andare e riservare un tavolo: ora da casa o in mobilità si può decidere anche il menu che si mangerà, e di conseguenza, sapere già quanto si spenderà. Oltre il gusto ed il piacere di sperimentare. Nasce l'app "YouRestaurant", progetto per smartphone e tablet di ICTInnova SrL, spin off del Dipartimento Diet della Sapienza di Roma, disponibile per tutti e scaricabile gratuitamente su Google Play Store da novembre 2015.



## Primo Piano

### La spesa pubblicitaria del vino italiano in Usa

Con un giro di affari di 641 milioni di dollari nel primo semestre 2015, pari a 1.275.000 litri di vino spediti, gli Usa sono ancora il primo mercato per il vino italiano, nonostante una leggera flessione sullo stesso periodo del 2014, che non intacca, comunque, il peso del Belpaese, che rappresenta 27,9% di tutto il vino importato in Usa, ed il 32,9% in valore. Ma come si fa ad entrare in un mercato del genere ed a ritagliarsi spazio tra tanti competitor? Innanzitutto, ci vuole la "fortuna" di produrre il vino giusto, quello capace di incontrare il gusto e le mode del momento, quindi c'è bisogno di investimenti, perché spiccare tra migliaia di etichette è impossibile senza la giusta campagna promozionale. Passa anche di qui il successo del vino italiano, come racconta lo studio "Overview of the U.S. Beverage Alcohol Market and Brand Entry Considerations", rilanciato dal "Corriere Vinicolo", sui primi 25 marchi per spesa in advertising del vino nel mercato Usa. Al primo posto, l'etichetta australiana Yellow Tail che, nel 2014, ha speso 8,67 milioni di dollari, il 21,2% in più del 2013. Alla n. 2 Santa Margherita, con una spesa di 6,64 milioni di dollari (+16,2%), mentre a chiudere il podio è un altro marchio italiano, Cavit con 3,74 milioni di dollari (+15,3%). La somma degli investimenti in pubblicità dei 25 marchi top è cresciuta del 29,6% e vale 53,7 milioni di euro, il 62,6% di tutta la spesa in advertising per i marchi del vino, con i brand non in classifica che, nel complesso, hanno investito 32,2 milioni di euro (-11,4% sul 2013). Tra chi ha tagliato, Mionetto, il brand del Prosecco, alla posizione n. 9 con 2,13 milioni di dollari (-10,9% sul 2013), ma anche il Gruppo Mezzacorona, alla posizione n. 15, con un investimento di 1,49 milioni di dollari (-19,8% sul 2013), e Bolla, alla n. 24 con un investimento di 820.000 dollari (-1,4% sul 2013). Cresce in maniera esponenziale, al contrario, la spesa del marchio di vino italiano Bertenura, alla posizione n. 20, con 975.000 dollari (+149,8%), mentre Stemmar, il brand di Feudi Arancio per gli Usa, è una new entry, alla n. 19 con 986.000 dollari. A chiudere la classifica, Risata, i vini italiani di Prestige Wine Group, che ha speso 782.000 dollari nel 2014 (+301,4%).

## Focus

### Gambero Rosso in borsa tra lo scetticismo

L'arrivo sul mercato azionario del Gambero Rosso nell'Aim, il listino delle Pmi, è slittato al 19 ottobre, per un prezzo di collocamento che, come racconta il quotidiano online "Affari Italiani", "oscilla in una forchetta tra i 2 e i 2,4 euro, per un valore della società tra i 20 e i 24 milioni di euro". L'iter della quotazione, si legge, "prevede un aumento di capitale fino a 9 milioni di euro, dei quali 5 per il mercato retail e 4 per gli investitori istituzionali". Azienda leader nella promozione del wine & food del Belpaese, ad oggi, come si legge su "Affari Italiani", ha come "azionista di riferimento con il 97,5% della società la Professioni Imprese Mestieri, società controllata al 79,9% da Paolo Cuccia". Sotto la cui gestione il gruppo "ha chiuso il 2014 con 15 milioni di euro di fatturato, in linea con l'esercizio precedente - continua "Affari Italiani" - e la società è tornata in utile per 880.000 euro sulla perdita di 1,2 milioni di euro del 2013". L'articolo di "Affari Italiani" chiude poi: "la quotazione dovrebbe dare ossigeno alla società, che potrà onorare parte dei debiti, ma alcuni autorevoli investitori nutrono dubbi, e si chiedono se questa quotazione serva per finanziare la crescita o per ripianare il debito".



## Cronaca

### Ristorante 3.0

La nuova frontiera 3.0 al ristorante fa sì che, non solo si può scegliere prima dove andare e riservare un tavolo: ora da casa o in mobilità si può decidere anche il menu che si mangerà, e di conseguenza, sapere già quanto si spenderà. Oltre il gusto ed il piacere di sperimentare. Nasce l'app "YouRestaurant", progetto per smartphone e tablet di ICTInnova SrL, spin off del Dipartimento Diet della Sapienza di Roma, disponibile per tutti e scaricabile gratuitamente su Google Play Store da novembre 2015.



## Wine & Food

### Se Napoleone beveva Champagne anche a Sant'Elena ...

Toglietemi tutto, ma non il mio Champagne. Neanche in prigionia, neanche al largo delle coste africane, sull'Isola di Sant'Elena, Napoleone ha mai rinunciato a ciò che amava di più, lo Champagne, appunto. A rivelarlo è il contenuto di alcune note spese relative proprio al periodo della prigionia dell'Imperatore francese, finite all'asta in Inghilterra qualche giorno fa, da cui emerge che, nonostante il razionamento, ogni giorno Napoleone ed i suoi compagni di cella avevano diritto ad una bottiglia di Champagne e a ben 10 bottiglie di Claret, oltre a ogni genere di liquore.

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La stagione delle guide entra nel vivo, e "Slow Wine" 2016, curata da Giancarlo Gariglio e Fabio Giavedoni, svela le 188 "chioccioline" (6 in più dell'edizione 2015). A

WineNews (dove è possibile trovare l'elenco completo), Gariglio spiega "la scelta di sempre più aziende del Belpaese di convertirsi al biologico ed al biodinamico".

