

La News



Verso la Doc "Delle Venezie"

La Doc "Delle Venezie", che secondo i suoi sostenitori servirà per valorizzare e regolare meglio la produzione, oggi a Igt, di Pinot Grigio, che copre oltre 20.000 ettari tra Veneto (soprattutto), Trentino e Friuli Venezia Giulia, sta per diventare realtà. Il 30 agosto, riporta l'Ansa, sarà di scena a Veronafiere la riunione di pubblico accertamento convocata dal Ministero delle Politiche Agricole per il riconoscimento della nuova Doc. Se tutto andrà bene, il 3 settembre la questione sarà discussa nel Comitato Nazionale Vini, poi ci saranno 60 giorni di tempo previsti dalla legge per chi vorrà sollevare obiezioni, e poi si dovrà aspettare il decreto che istituirà di fatto la nuova Denominazione.



Per un mondo del vino migliore

SMS Etichetta "trasparente"

Un'etichetta del vino con tutte le informazioni sul prodotto, come avviene per tanti altri? È una questione dibattuta da tempo in Europa (e che WineNews, nel suo piccolo, ha già realizzato qualche anno addietro, ndr). Tema su cui è tornato il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia, che ha detto: "nel retro etichetta della bottiglia di acqua minerale c'è la composizione del contenuto, si arriverà inevitabilmente a fare la stessa cosa per i vini". Invitando i produttori veneti, ed in particolare quelli del Prosecco, a dare l'esempio: "oggi i vini non hanno nessun problema, ed è altrettanto vero che i trattamenti in campagna andranno inevitabilmente, in direzione dell'ecosostenibilità totale". Con più trasparenza, per Zaia, sarebbero più garantiti i consumatori, ma anche i produttori ed i territori del vino.

Cronaca

Treasury Wine torna a correre

Lo stato di salute del comparto enoico mondiale si misura anche dall'andamento dei grandi player mondiali, come Treasury Wine Estates, il colosso australiano del vino (che in Italia possiede la storica Castello di Gabbiano nel Chianti Classico), che si è ormai messa alle spalle gli anni più duri: le azioni della società hanno guadagnato il 10% nell'ultimo anno, portando il profitto netto, nel periodo tra luglio 2015 e giugno 2016, a 179,5 milioni di dollari australiani (122 milioni di euro), il 131% in più dello scorso esercizio.



Primo Piano

Il Digital Marketing al servizio della ristorazione

Storytelling, Digital pr, Mobile strategy, Social Media Marketing, Branding, Web Design: oggi, tra gli ingredienti che entrano in un ristorante ci sono anche quelli del Digital marketing. Perché, accanto ad una location suggestiva, un ottimo servizio in sala e, ovviamente, un buon piatto, il web anche nel mondo della ristorazione, ad ogni livello, è sempre più fondamentale per conquistare nuovi clienti, fidelizzare quelli che lo sono già ed accrescere il proprio valore. Ma, tra pentole e fornelli, come districarsi nella rete e diventare anche un Digital chef capace di creare la propria personale ricetta di successo online? Ora c'è "Ingredienti di Digital Marketing per la Ristorazione" di Luca Bove e Nicoletta Polliotto, un manuale, con l'intervento di numerosi esperti del settore, pensato per chef e ristoratori, ma anche per i marketer del food e le nuove generazioni di Food&Beverage manager, che illustra le opportunità del Digital marketing nella ristorazione e contiene le istruzioni per l'uso per creare una progetto di comunicazione e marketing digitale, progettare il sito web di un ristorante e condurre un proprio blog, costruire la Brand identity online, produrre contenuti per il food e conoscere le regole d'oro per un post e un selfie perfetti, padroneggiare i Social Media e la Local Search, capire a cosa serve l'email marketing, sperimentare il restaurant booking ed il food ordering di cui tanto si parla, far felici i clienti (customer experience) anche virtualmente e calcolare la propria brand reputation. Sono 5 i punti su cui lavorare, ribattezzati dagli autori le "5 Tesi sull'innovazione": 1) partire dalla relazione con il cliente, ripensandola anche in chiave web (Digital pr); 2) farlo in real time (Mobile strategy e Social Media Marketing); 3) andare dove si trovano gli utenti che diverranno clienti solo se ne ascoltiamo i bisogni (Branding e Brand Monitoring); 4) comunicare con lo stesso linguaggio del cliente (Social e Content Marketing); 5) progettare una comunicazione su misura del cliente (Web Marketing Plan e Web Design). Ovvero, come nell'ideazione di un piatto, il comune denominatore è costruire il proprio progetto di Digital Marketing con un unico scopo: soddisfare le persone.

Focus

La storia del vino secondo Augias

La storia del vino è legata a quella della civiltà, attraverso miti, leggende ed eventi storici. A WineNews, lo scrittore e giornalista Corrado Augias (<http://goo.gl/VOqvhv>) ripercorre i tre momenti decisivi della storia enoica. Partendo da "una delle storie più note, quella dell'ebbrezza di Noè, raffigurata anche da Michelangelo nella Cappella Sistina, in cui il "grande vecchio" si ubriaca e le figlie, nel momento in cui il padre perde conoscenza, ne scoprono le nudità. Un episodio mitico, che si fa rivelatore di quella che è la forza e la debolezza del vino. Che tornano in un altro mito, questa volta omerico, del Ciclope, che viene fatto ubriacare, e di questo approfitta l'astuto Ulisse per acceccargli l'unico occhio e fuggire. Sono due episodi cruenti - spiega Corrado Augias - però il vino è legato anche ad una serie di comportamenti umani. Come il sacrificio: in Grecia e nella Roma Classica si libava con il vino, cosa tramandata alla religione cattolica, dove la Comunione veniva fatta, agli inizi, proprio con il vino. Che è anche la bevanda con cui si esprimono gli auguri: i voti augurali vengono accompagnati dal vino, perché attenua i controlli dell'autocoscienza e permette una maggiore espansività".



Chianti FRESCO GUSTALO A 16 GRADI



Verdicchio
Vino di Qualità

Consorzio di Tutela Verdicchio Rosso di Qualità
Verdicchio di Matina e Rosso di Qualità
Verdicchio di Matina Rosso di Qualità
Verdicchio di Matina Rosso di Qualità

Cronaca

Wine & Food

Brasile, dopo la crescita i limiti di un'economia in affanno

Con 204 milioni di abitanti, il Brasile delle Olimpiadi è il mercato principale del Sudamerica, anche per il vino, con le importazioni che, negli ultimi dieci anni, sono praticamente raddoppiate, passando da 41 ad 82 milioni di litri, per un valore di 292 nel 2015. Primo esportatore è di gran lunga il Cile, con 36 milioni di litri, pari ad una quota del 46%, con l'Italia a quota 8,2 milioni di litri. Ma non è tutto oro quello che luccica: su un prezzo medio di 8,5 euro, le imposte pesano per il 70-80%, e l'economia del Paese, negli ultimi due anni, ha dovuto fare i conti con la frenata del Pil ed il boom dell'inflazione.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"I veri vignaioli sono quelli che hanno come sola fonte di reddito l'uva che producono e il vino che ne ricavano". Così a WineNews Andrea Pieropan (Pieropan) e Camillo

Favaro (Benito Favaro) della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti. "È per dare voce a questa anima del mondo del vino che, nel 2006, è nata la Fivi".

