



La Prima di WineNews.it

SIGNORVINO
100% VINI ITALIANI

vinitaly
VERONA
APRILE 15-18
2018

n. 2295 - ore 17:00 - Venerdì 15 Dicembre 2017 - Tiratura: 31087 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Vinocchio e Uvagina vs bullismo

Si chiamano Vinocchio e Uvagina e lottano contro il bullismo omofobico. Sono i due vini della cantina toscana Prodigio Divino, degli stilisti e coniugi Bruno Tommassini e Edoardo Marziani, e del comico Fabio Canino, che finanziano le associazioni impegnate sul tema. "Abbiamo pensato fosse giusto restituire qualcosa della nostra fortuna a chi non ha voce", spiegano Tommassini e Marziani a WineNews. "La soddisfazione è grande. Soprattutto nel vedere le facce sorprese di chi pensa di fare "solamente" beneficenza - racconta Fabio Canino - e poi si ritrova pure a bere un vino buono". Due etichette scanzonate, nate per gioco 15 anni fa, e oggi gioioso collante fra diversità e libertà.



Ocm, il Tar rigetta i ricorsi

Nuovo capitolo della ormai grottesca vicenda legata ai ricorsi sulla graduatoria della campagna Ocm Vino promozione 2016-2017: il Tar del Lazio ha pubblicato ieri, 14 dicembre, le sentenze sui ricorsi discussi in Camera di Consiglio il 5 maggio, rigettandoli tutti (presentati da Enonè, H2NO, Cavit, Solovino, Confagri Promotion e Istituto Grandi Marchi). In estrema sintesi, il Tar avrebbe accolto l'obiezione dei ricorrenti sulla doppia interpretazione fornita da Regioni (senza problemi) e Ministero (con le graduatorie rifatte più volte) sulla possibile sovrapposizione di finanziamenti per lo stesso soggetto nello stesso mercato, ma i ricorsi sono stati rigettati perché la documentazione presentata a supporto non era idonea, in particolare nelle tempistiche. Quasi scontato che si vada in Consiglio di Stato.

Cronaca

Il vino di Lady Gaga

Vino, musica e star internazionali: combinazione ormai frequente, e che starebbe per arricchirsi di un nuovo capitolo. A lanciare una nuova linea di etichette sarà niente meno che Lady Gaga (al secolo Stefani Joanne Angelina Germanotta). Secondo il portale specializzato sulla scena "vip", TheBlast.com, si chiamerebbero "Joanne Trattoria Vino Bianco" e "Joanne Trattoria Vino Rosso" le due etichette, dedicate alla Joanne Trattoria, il ristorante "italian style" del padre di Lady Gaga, Joe Germanotta, a New York.



Primo Piano

Kantar: il mercato nel 2025, anche per il vino

Nel gioco delle previsioni sui trend e sui mercati, c'è chi si bilancia, e guarda addirittura al 2025. Come Kantar, azienda inglese leader nelle analisi di mercato, che ha tratteggiato le 10 tendenze di cui anche il vino dovrà tenere conto. Tutte unite da un fil rouge, la tecnologia, che sarà protagonista ed onnipresente: tra 7 anni la maggior parte degli acquisti enoici saranno online, ma anche il piccolo commercio userà la tecnologia per conquistare consumatori. Quindi, spariranno le spese basiche: già oggi il 58% dei consumatori risparmia nelle spese quotidiane per spendere in ciò che più ama, così come sparirà la fedeltà alla marca. Più l'impresa sarà giovane, maggiori saranno le probabilità di successo: ci vorranno sempre maggiore flessibilità e collaborazione, aspetti tipici delle imprese giovani e delle start up, e se oggi l'età media dei 10 marchi top al mondo è di 42 anni, nel 2025 potrebbe scendere a 12. La chiave, però, sarà sapersi distinguere, avere qualcosa di diverso ed innovativo da proporre: il 37% dei marchi di largo consumo, nell'ultimo anno, sono cresciuti puntando sull'innovazione. Paradossalmente, in un mondo sempre più globalizzato, i consumatori preferiranno prodotti e marchi locali, e anche le multinazionali dovranno darsi un profilo "local". Prodotti e servizi dovranno essere più che personalizzati, iper personalizzati, perché l'empatia sarà la chiave per conquistare le persone: le marche che fanno appello alle emozioni, infatti, hanno 7 volte più probabilità di essere acquistate delle concorrenti. Gli over 55, nel 2025, avranno enormi competenze tecnologiche, una discreta qualità della vita e più tempo libero e capacità di spesa, diventando un target fondamentale. Il canale digitale, per la pubblicità e la comunicazione, sarà il più efficiente, grazie alla sua capacità di raggiungere un pubblico sempre più ampio e segmentato ad un costo inferiore rispetto agli altri: la miglior pianificazione pubblicitaria nel 2025 sarà, per forza di cose, integrata. Al consumatore di domani, interesserà il prodotto giusto per i suoi bisogni: non saranno solo le imprese a segmentare i consumatori, ma anche i consumatori a segmentare le imprese (<https://goo.gl/E3TWzj>).

Focus

Vino e social tra Usa, Cina, Uk e Germania

Nei mercati più importanti del vino (Usa, Cina, Uk e Germania), il vino italiano più "social" è il Prosecco, con il 25% delle menzioni emerse dall'analisi degli Open Data (nel corso di un anno) raccolti sui principali social media, forum, siti e portali e-commerce dell'agenzia 3rdPLACE per Vinventions. A seguire vengono Barolo, Chianti e Franciacorta (13%, 11% e 6% rispettivamente). Ma dalla ricerca, su più di un milione di rilevazioni, una prima analisi sul grado di consapevolezza del vino italiano evidenzia appena un 7% di menzioni specifiche. Al contrario, il "Social Reputation Score" relativo alla parola chiave "made in Italy" è ottimo: la percezione positiva dell'utenza raggiunge il valore del 68% sul totale. Ancora, emerge che il 60% delle menzioni che coinvolgono il vino, riguarda condivisioni di foto, consigli su abbinamenti culinari e richiesta di suggerimenti per un viaggio a tema in Italia, confermando i social network come i veicoli migliori per intercettare la domanda, anche attraverso gli influencer di settore. In particolare, i soli Twitter e Instagram coprono il 50% del totale delle menzioni analizzate (29% Twitter, 21% Instagram, <https://goo.gl/txNiuV>).



Wine & Food

A Natale la cucina "delle stelle" è protagonista in libreria

Per le feste di Natale la cucina "delle stelle" è protagonista in libreria, con i più grandi chef d'Italia che raccontano storie e ricette. Con il bistellato Michelin Gianfranco Vissani (Casa Vissani, a Baschi), che ha appena dato alle stampe il suo "La Cucina delle Feste", ai tristellati fratelli Cerea (Da Vittorio a Brusaporto), che hanno messo nero su bianco "Da Vittorio - Storie e ricette della famiglia Cerea", e Giorgio Pinchiorri e Annie Féolde, che con "Pinchiorri a due voci" (con doppia prefazione di Paul Bocuse e Piero Antinori) raccontano la storia della mitica Enoteca Pinchiorri di Firenze.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Più che la storia di una famiglia di vignaioli dello Champagne, quella di Taittinger è l'epopea di un secolo di Storia, con la "S" maiuscola, di Francia. Dall'acquisto della storica

maison Forest-Fourneaux al legame con la città di Reims e con il mondo del calcio, un "secolo breve" raccontato a WineNews da Pierre-Emmanuel Taittinger.

