

## La News



### "I love vino", firmato Gazzetta dello Sport - Gambero Rosso

Una gustosa novità per tutti gli appassionati di vino e sport: dal 12 aprile arriva in edicola "I Love Vino", la collana dedicata al nettare di Bacco distribuita da "La Gazzetta dello Sport" e curata dal "Gambero Rosso". Una serie di 15 volumi che raccontano i segreti della degustazione, i territori, i vini d'Italia e del Mondo, con consigli, recensioni e "segreti" per comprare e conservare al meglio il vino. E, oltre ai volumi, anche dvd, per approfondire i temi in maniera multimediale, e una card per accedere alla pagina web dedicata all'opera e allo e-shop ufficiale, [www.viniamo.it](http://www.viniamo.it).



### A Vinitaly bevo Solaia ... e mi scordo il Prosecco

Nella vita di tutti i giorni siamo razionali e con i piedi per terra, sosteniamo il bere responsabile e la frugalità, ordiniamo (forse!) Prosecco per l'aperitivo sgranocchiando due noccioline, ligi ai consigli di Zaia e contenti di contribuire al sostegno del bar sotto casa e di un pezzo importante della nostra enologia, che vede proprio nelle bollicine venete uno dei suoi cavalli vincenti. Ma al Vinitaly, abbiamo avuto la fortuna di partecipare alla straordinaria verticale di sei vendemmie top di Solaia, condotta da Piero Antinori in persona, e ci siamo beatamente scordati il Prosecco. Almeno per oggi lasciateci sognare e dire "W il Granducato di Toscana!"

## Cronaca

### Vino, arriva il "Quality Code"

Nasce il "Quality Code", un codice volontario ideato, con Unione Italiana Vini, dalle cantine del Consorzio Italia del Vino, che raccoglie 11 delle più importanti griffe dell'enologia italiana (da Santa Margherita a Banfi, da Zonin a Ferrari, da Gancia a Giv, da Marchesi di Barolo a Sartori, da Medici Ermete a La Palazza a Terradorà): 100 diversi indicatori, dall'etica produttiva alla sostenibilità ambientale, per dare garanzie aggiuntive ai consumatori e al trade, sulla qualità e sulla trasparenza dei prezzi.



## Primo Piano

### Il marchio nel mondo del vino? Per 9 consumatori su 10 è garanzia di qualità e di sicurezza

Il marchio nel mondo del vino? È un valore assoluto: per 9 consumatori su 10 rappresenta una garanzia di qualità e di sicurezza, ma è ancora "poco sfruttato" e su di esso non manca un po' di confusione. Se 4 su 10 sanno bene cosa si intende quando si parla di marchio, c'è chi lo confonde con la tipologia (18%) o addirittura con il vitigno, questo malgrado il fatto che per il 33% degli addetti ai lavori i consumatori siano oggi più preparati rispetto al passato. Tutto questo non rappresenta certo un ostacolo alla passione per il buon vino, che conoscono soprattutto grazie al passaparola (76%) e all'esperienza diretta (30%), anche se un fattore di forte criticità è rappresentato dal prezzo (come dice il 47% dei consumatori e conferma il 56% degli addetti ai lavori), tanto che spesso i vini più conosciuti si bevono solo nelle occasioni speciali (55%), o dove serve per fare bella figura. Ma il prezzo non è l'unico elemento di criticità: c'è persino chi pensa di "non essere all'altezza" di un marchio importante (8%). Ecco allora che proprio nella grande distribuzione, che è in assoluto il primo "luogo" di acquisto del vino (38%), vorrebbero avere un servizio da boutique che diffonda veramente la cultura del vino: esperti in grado di guidarli (34%), maggiori informazioni su etichette e produttori (24%) e, perché no, la possibilità di provarlo prima di acquistarlo. Emerge dallo studio "Il Valore Del Marchio Nel Mondo Del Vino" promossa da Vinitaly e realizzato su 351 intervistati (46,7% uomini - 53,3% donne) che hanno dichiarato di essere appassionati di vino e di consumarlo almeno 3 volte alla settimana e su 215 "addetti ai lavori" (150 ristoratori, 5 distributori e 60 tra enoteche e wine bar). Il "passaparola" è la prima fonte di conoscenza del vino ma anche tra gli appassionati c'è ancora un po' di confusione su cosa rappresenta il marchio. Il vino è strettamente legato al territorio in cui si vive: la pensa così il 42% che afferma di conoscere bene solo quello prodotto in zone limitrofe.

## Focus

### L'attore Gerard Depardieu sogna "una parte" da vigneron tra i filari di Friulano

Gerard Depardieu sogna "un piccolo vigneto in Friuli, così, con due o tre amici", una sorta di "buen retiro" in un angolo di quella Italia che per lui è "un paese dei miracoli, dove c'è il peggio e il meglio del mondo". L'attore e buongustaio francese, testimonial della Regione Friuli Venezia Giulia, lo confessa a Vinitaly: già produttore di grandi vini nella sua Francia, coltiva anche un vigneto sull'Isola di Pantelleria, a Monastero, dove produce Zibibbo e Passito. "Un vino per essere grande ha bisogno di una terra povera - spiega - le radici devono cercare la vita, con forza nel profondo della terra. E poi ci vuole passione, il coraggio di aspettare la vendemmia. E' un appuntamento con te stesso, una magia. È questa l'energia che c'è in Friuli e nella sua gente, un "miracolo d'Italia", una piccola grande regione. Ho conosciuto l'Italia girando decine di film, è così che ho imparato ad amarla e ad apprezzare la sua cucina e i suoi vini. Mi piace il vino che ti lascia in pace, che non ti ubriaca, che ti racconta una terra e la sua gente. E il Friulano è il vino più elegante d'Italia".



## Wine & Food

### Valore Italia è un ente terzo per i controlli, ok del Tar del Lazio

Valore Italia, società per la certificazione delle qualità e delle produzioni vitivinicole italiane, al 50% di Federdoc e al 50% dell'ente di certificazione italiano Csqa, è un ente terzo. È stata depositata l'8 aprile 2010 la sentenza del Tar del Lazio che respinge la richiesta della Camera di Commercio di Pesaro e Urbino di annullare il conferimento a Valoritalia dei controlli sulle cantine dei vini Doc marchigiani "Bianchello del Metauro", "Colli Pesaresi" e "Pergola". Una sentenza destinata a fare "giurisprudenza", e che riconosce l'imparzialità e la conformità alle norme nazionali ed europee di Valoritalia.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il mercato del vino italiano negli Stati Uniti? Lo stato dell'arte e le strategie da seguire in futuro le spiega a WineNews Leonardo Locascio, alla guida di Winebow, tra gli

importatori più importanti di vini del Belpaese negli States. "I segnali di ripresa di sono, e pensiamo che per noi sia il momento di espanderci e di passare ad operare da 7 a 15 Stati".

