

## La News



### Il papà del Sassicaia lascia: Giacomo Tachis si ritira

Giacomo Tachis lascia. L'enologo per eccellenza, il "papà" del Sassicaia e del Tignanello, e uno dei più importanti protagonisti del "rinascimento" enologico italiano, ha deciso di chiudere con il mondo del vino per ritirarsi a vita privata e dedicarsi esclusivamente alla famiglia e ai suoi nipotini. A dare la notizia, ieri, è stato il quotidiano "Libero" in "Libero Gusto", il nuovo progetto editoriale firmato dal giornalista Carlo Cambi. "Gli anni sono passati, oggi ci sono i giovani che sono molto più bravi di me. Io ho due nipotini: ho avuto molto dalla vita e da questo mestiere". Auguri!



### A Vinitaly penso positivo

Dalle cantine un cauto ottimismo guardando al futuro, perché se la difficile congiuntura economica, così come in altri settori, si è fatta sentire, l'opinione è comune, e mi piace riassumerla attraverso le parole che più mi sono piaciute: non è una crisi di idee. Dagli addetti ai lavori una ripresa dei contatti e un rinnovato interesse, perché l'offerta e le proposte dei territori italiani del vino è davvero inesauribile. Dagli eno-appassionati un interesse crescente, perché, forse, il mondo del vino è a loro che ha ripreso a guardare di più, con una rinnovata attenzione che fa sì che si torni concretamente a parlare di mercato, di eventi, di comunicazione, di marketing, di pratiche enologiche.

## Cronaca

### Valentina Vezzali campionessa anche con le bollicine

Dalla scherma allo spumante, la campionessa olimpica e mondiale di scherma Valentina Vezzali non ha rivali e alla sciabola per le bollicine batte il "collega" olimpionico di spada Matteo Tagliariol, staccando la testa della bottiglia al secondo colpo: ecco l'esito della sfida all'insegna del binomio tra il vino e lo sport, tra due indiscusse stelle della scherma italiana, tra fioretto e spada, di scena a Vinitaly.



## Primo Piano

### Vinitaly tra web e social network, opportunità e responsabilità. E l'esigenza di "metterci" la faccia

"Internet non è un scelta, ma è l'unica via percorribile": a dirlo è Francesco Zonin, alla guida di una delle realtà vinicole più grandi d'Italia, nel convegno "Vino, Web e Social Network: opportunità e responsabilità", oggi a Vinitaly. Secondo Zonin, il web è una delle poche armi a disposizione della cantine italiane, che non hanno mezzi per mettere in piedi campagne efficaci e competitive sui media tradizionali (tv, carta stampata), per affermarsi in un mercato in cui, solo in Italia, ci sono dalle 200.000 alle 350.000 etichette. La forza del web, soprattutto dal punto di vista del produttore, sta nella possibilità di un rapporto diretto con il consumatore, di una fidelizzazione e di un coinvolgimento impensabile pochi anni fa. E anche l'informazione e la comunicazione devono confrontarsi con l'esplosione di internet, unico mezzo su cui la pubblicità cresce (+10% nel 2009), "contro il calo della carta stampata (-20%) e tv (-10%)", precisa Enrico Grazzini di "Prima Comunicazione". E, ovviamente, c'è il fenomeno dei blog, che rappresenta certamente un'opportunità di creare dibattito intorno al vino, come dimostrano "le 70.000 conversazioni in media al giorno sul nettare di Bacco in Europa", spiega Giampiero Nadali del blog "Aristide". Ma i blog, con i loro titolari ed i loro commenti, pongono una questione fondamentale: quello della "tracciabilità della notizia", del risalire facilmente all'autore di un post o di un commento potenzialmente diffamatorio, e di una certificazione di autorevolezza di quello che comunque è un contenuto disponibile a tutti e che si pone come "informativo". "Ma qui non c'è bisogno di nuove regole - spiega Filippo Ronco di "Tigullio Vino" perché se io scrivo qualcosa di sbagliato, sul web dieci minuti dopo c'è qualcuno che me lo fa notare, e quindi tutto si autoregola. È così che uno conquista credibilità". E, inoltre, e su questo tutti concordano, il blogger (e possibilmente anche chi commenta), deve metterci la faccia, e non nascondersi dietro uno pseudonimo.

## Focus

### Unioncamere: 166.000 imprese del vino fanno grande l'Italia nel mondo

166.000 imprese, un piccolo universo di storie, territori e persone che fanno grande l'Italia del vino nel mondo, con il Belpaese leader mondiale in produzione e commercio del nettare di Bacco, dietro della "solita" Francia che, però, in 10 anni, ha subito con maggior vigore l'arrivo sul mercato delle produzioni dei Paesi "emergenti" (Nuova Zelanda, Australia, Cile, Argentina). Lo rivela il Rapporto nazionale sul settore Vitivinicolo 2009, di Unioncamere e Istituto Tagliacarne. Questo, mentre i consumi di vino aumentano nel mondo ma diminuiscono in Europa (causa un maggior orientamento alla qualità a scapito della quantità). Se, nel 1996, il vino francese rappresentava il 42% delle esportazioni mondiali in valore (e quello italiano il 18,5%), dopo 10 anni, Bordeaux e gli altri nettari di Francia rappresentano il 34,9% delle vendite mondiali, con il vino italiano al 18%. "Il vino è molto importante per l'economia nazionale - spiega il Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello - le nostre imprese dimostrano grandi capacità nell'affrontare le difficoltà del mercato".



## Wine & Food

### Al ristorante arriva l'orto di prossimità

Arriva l'orto di prossimità per i ristoranti, grazie all'intesa tra Jeunes Restaurateur d'Europe e l'Agia, l'associazione giovani imprenditori agricoli della Cia-Confederazione Italiana Agricoltori, che hanno deciso di puntare forte su questa nuova sinergia. L'accordo è stato lanciato a Vinitaly, sede non casuale perché il lavoro sugli orti di prossimità può divenire un traino forte per accordi, tra giovani ristoratori e giovani agricoltori, anche su produzioni come il vino e l'olio extravergine. "Entro il 2011 - dicono Jre e Cia - saranno almeno 80 i ristoranti in Italia che potranno vantare un proprio orto".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Dalla tradizione che si innova, al nuovo che avanza, ecco alcune curiosità della tecnologia applicata al vino. Dal momento dell'affinamento in botte, a quello di versare il vino, ai

macchinari per i nuovi formati. La botte più grande del mondo di Garbellotto, la bottiglia-decanter di Ceci, la macchina "autonoma" per il bag-in-box ...

