

La News

Primo Piano



Da Poste Italiane un francobollo per Berlucchi

Un francobollo dedicato alla Guido Berlucchi, casa vinicola "pioniera" delle bollicine di Franciacorta e portabandiera del made in Italy. È quello emesso dalle Poste Italiane per celebrare i 50 anni di produzione della casa spumantistica di Borgonate (Brescia), che proprio nel 1961 realizzò le prime bottiglie di Pinot Franciacorta. Un bel riconoscimento, per Berlucchi, dalle Poste Italiane e dal Ministero dello Sviluppo Economico, ma anche, e soprattutto, un modo alternativo di far volare (è il caso di dirlo) le eccellenze enologiche italiane nel mondo ... Prosit!

Mercato americano o mercati americani? Le tante forme di distribuzione dei vini italiani negli Usa, secondo criteri diversi. E insospettiti

"America loves italian wine", ma come si vende il vino negli States? Il tour internazionale di "Vinality in the World" ha portato i produttori italiani a visitare alcuni store enoici di New York e nel New Jersey, per capire quanto sia diverso e complesso il mercato rispetto a quello italiano. L'unico trend confermato da tutti è quello della fascia di prezzo: gli americani non hanno rinunciato a bere italiano, ma il target price, nella stragrande maggioranza dei casi è fissato tra i 10 e i 20 dollari a bottiglia. Ci sono esperienze come quella di Astor Wine (www.astorwines.com), un mega store dove si trovano vini di tutto il mondo, in cui le bottiglie sono divise per regione di provenienza. Oppure quella del Total Wine & More (www.totalwine.com), una catena di 69 negozi giganteschi disseminati per tutti gli States, dove si trovano bottiglie che vanno dai 3 ai 3.000 dollari: qui il criterio imperante è la divisione per vitigno. Ancora diversa la Wine Library (www.winelibrary.com), diventata un fenomeno di successo grazie al web, che rappresenta uno dei canali di vendita più importanti per lo store, dove i vini sono divisi per regione e tipologia. È fondamentale, allora, individuare non solo l'importatore, ma anche il tipo di distribuzione: più che di mercato americano, conviene parlare di "mercati" americani. Per cambiare totalmente "forma mentis" basta, infatti, spostarsi da New York, dove la concorrenza tra importatori e distributori è l'anima del business enoico, a Philadelphia, dove il mercato di vini e alcolici passa tutto per le mani del monopolio, governato dal Plcb, "Pennsylvania Liquor Control Board", che gestisce 620 negozi in tutto lo stato della Pennsylvania, per un pubblico potenziale di 13 milioni di persone, molte delle quali con un elevato potere d'acquisto.

Focus

L'Ais scommette sulla comunicazione con il nuovo presidente, Antonello Maietta

Le linee guida dell'Ais - Associazione Italiana Sommelier si incentreranno sulla figura professionale del sommelier, che deve diventare più incisiva nel comunicare le grandi produzioni di qualità, di cui l'Italia è ricchissima, perché "l'Ais realizza molti eventi in giro per l'Italia e in tutto il mondo. La nostra pecca, fino ad oggi, è stata quella di non essere stati in grado di comunicarli nel modo migliore, per questo abbiamo bisogno di rendere più efficace la nostra comunicazione". Così Antonello Maietta, neo-presidente dell'Ais (info: www.ais.it), a WineNews. Il sommelier ligure, 49 anni, già vice presidente nazionale, è stato eletto oggi con 2.614 voti, e prende il posto di Trenzio Medri per i prossimi 4 anni a capo dei Sommelier Italiani. Alla presidenza della Worldwide Sommelier Association (Wsa), secondo i rumors, dovrebbe andare Franco Ricci, patron di Ais Roma-Bibenda, un "signore" che ha il merito di aver sdoganato in Italia i sommelier, ridando immagine ad una figura che, per anni e anni, è stata relegata ad un ruolo ingiustamente minore.



I Grandi Marchi guardano a nuovi mercati

Dall'Istituto Grandi Marchi una nuova indicazione: puntare a quei segmenti del mercato Usa dove l'eccellenza enologica made in Italy può fare la differenza, come il mondo dei collezionisti e della finanza, le grandi catene alberghiere e la ristorazione internazionale. "Stiamo programmando insieme ai Master of Wine - ha detto Piero Antinori - educacionali specifici da sviluppare sia sul mercato americano, sia sui mercati emergenti". Prossime tappe della partnership Grandi Marchi - Master of Wine saranno l'educacional in Australia e seminari e degustazioni in abbinamento alle cucine locali previsti ad Hong Kong e Tokyo per fine novembre. Bon mariage!



Cronaca

Passione Valpolicella per Brad Pitt e Angelina Jolie

La Valpolicella avrà due nuovi inquilini: Angelina Jolie e Brad Pitt avrebbero infatti comprato una villa da 32 milioni di euro con annesso vigneto, dove produrre il loro vino preferito, coronando così un innamoramento nato alcuni mesi fa, quando arrivarono in Lagura a presentare il film "The Tourist". Dopo Francis Ford Coppola, Gerard Depardieu, Antonio Banderas e molti altri, il mondo del vino avrà, forse, un nuovo vip-vigneron.



Wine & Food

Le 5 Docg di Toscana "in marcia" alla Maratona di New York

Dal Brunello di Montalcino al Chianti Classico, dal Chianti al Nobile di Montepulciano e alla Vernaccia di San Gimignano, le 5 Docg di Toscana si mettono in "marcia" per uno degli eventi sportivi più famosi al mondo: dal 4 al 7 novembre, con Enoteca Italiana e Provincia di Siena, voleranno alla Maratona di New York, protagoniste a "Villaggio Italia" di convegni e degustazioni, promossi da Fidal-Federazione Italiana Atletica Leggera e Casa Italia Atletica, per far conoscere l'offerta enologica e turistica italiana agli oltre 40.000 atleti e ai tanti appassionati di sport che si danno appuntamento nella Grande Mela.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Ultimo atto della lotta alla contraffazione: sequestrate a Salerno 385 tonnellate di pomodori San Marzano. È il nuovo colpo inferto dal Comando dei Carabinieri delle

Politiche Agricole e Alimentari alla pirateria agroalimentare che, come ha detto a WineNews il Ministro Galan, si combatte con la Guardia di Finanza e con maggiori fondi.

