

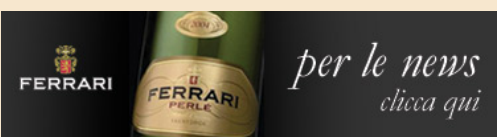
La News



A scuola di cucina in enoteca: ecco a voi Sua Maestà l'olio

Il "cooking style" più "in", oggi, è quello della dieta mediterranea, con "Sua Maestà", l'olio extravergine d'oliva. E la tendenza del "cooking style" è di approdare in enoteca. Ecco perché il 27 febbraio, a Siena, si va a scuola di cucina con i grandi chef italiani, con 8 sessioni culinarie per celebrare il "nettare dorato" più rappresentativo della nostra tavola. Dai pinzimoni ai condimenti per verdure, pesce e carne, dai fritti a bassa temperatura a ricette più elaborate dove l'olio mostra le sue doti.

Info: www.enoteca-italiana.it



Wine & Coffee marketing

La sfida della qualità è sempre aperta, ad ogni settore e ad ogni prodotto italiano, specie se si tratta di un'eccellenza. Ultimo il caffè che, con l'Istituto Nazionale Espresso Italiano, punta alla classificazione di 20.000 bar della Penisola, così da far sapere al cliente dove poter gustare una "miscela" perfetta, selezionata tra i migliori caffè del mondo.

Già, perché nel caffè, anche quello di una famosa e prestigiosa azienda che lo fa da 78 anni, la qualità passa per il "blend", tanto vituperato in altri "campi", dove la stessa famosa azienda, dalla straordinaria "tazzina d'autore", si cimenta solo dalla fine del 2008 ...

Blend coffee & pure wine!

Cronaca

La nuova frontiera del marketing del vino

Le opportunità di oggi nel marketing del vino? Le evoluzioni della rete e delle nuove tecnologie ed il neuromarketing, che studia la mente umana per analizzare il comportamento dei consumatori e il loro coinvolgimento nei messaggi pubblicitari. Ecco i temi dei due seminari messi in campo dall'Istituto Agrario di San Michele all'Adige, in programma il 10-11 marzo ed il 24-25 marzo, con la partecipazione dei massimi esperti mondiali di marketing del vino. Info: www.iasma.it



Non succede solo nelle favole
ma nelle Dimore di Charme.

SCOPRI DI PIÙ >

Primo Piano

Vino italiano: cresce l'export e calano i consumi interni. Un "open space" virtuale per discuterne

Aspettando Vinitaly (Verona, 7-11 aprile 2011), c'è un dibattito a tenere alta l'attenzione di addetti ai lavori, appassionati e quant'altro. È quello sulla doppia tendenza dei vini italiani: la crescita dell'export, da un lato, ed il calo dei consumi interni, dall'altro. Il dibattito parte dalla presa d'atto di queste tendenze, e pone un quesito concreto: può il principale Paese produttore vivere di solo export o dovrebbe, invece, cercare di recuperare sul fronte interno? Il tema è aperto, e si completa con altre due domande: il gap del mercato italiano è di natura economica, culturale o è un problema di comunicazione? Perché al contrario il trend dell'export è in crescita? Tema aperto, dicevamo, perché si "svolge" con una serie di interviste, da oggi, su www.vinitaly.com, con possibilità per chiunque di postare un commento. La prima voce è quella di Lamberto Vallarino Gancia, presidente di Federvini. "Non si può vivere di solo export", dice Vallarino Gancia, che ricorda come, negli anni '80 e '90, Italia e Francia rappresentavano il 75% delle esportazioni mondiali, mentre ora si fermano al 50%. Di diversa opinione è Lorenzo Biscontin (Santa Margherita), che giudica antistorico non concentrarsi su un mercato mondiale nell'era della globalizzazione. Per Ermanno Gargioli (Coop Italia) il calo dei consumi nazionali è avvenuto nonostante il netto miglioramento qualitativo del vino, perché "all'aumento della qualità non sempre corrispondono aumenti dei consumi. L'export può essere un valore aggiunto, ma non il business principale del settore enologico". Fabio Giavedoni (Slow Food) spiega che "quello del mercato interno è un problema, probabilmente, culturale, che potrebbe essere colmato con un'efficace comunicazione". Per Giavedoni, si dovrebbe dare valore alla storia e alla cultura del vino già nelle scuole, in contrapposizione alle periodiche ondate di proibizionismo basate su convinzioni non sempre ben verificate. Il dibattito è aperto.

Focus

Stasera ti porto al wine bar ... al telefono

C'è una nuova tendenza nell'aria, un vento che spira dagli Stati Uniti. È "Wine phone dates", nuova declinazione della conversazione a distanza che trasforma una semplice telefonata in "social event": si tratta di pianificare un appuntamento telefonico, meglio ancora se videotelefonico o via Skype, con un amico o con il proprio partner che vive in un'altra città, parlando davanti ad una buona bottiglia di nettare di Bacco. Persone che vivono in città diverse comunicano, via e-mail o per telefono, per decidere se vogliono incontrarsi di persona. E, per dare più calore ad una fredda telefonata, "coinvolgono" il vino. Si sa, un buon bicchiere da sempre scalda l'animo e favorisce le relazioni umane: se funziona "dal vivo" perché non dovrebbe funzionare anche a distanza? In Usa è una realtà per le coppie, che possono condividere lunghi momenti piacevoli a distanza, ma anche per amici che, causa lontananza, occupazioni lavorative e familiari, non avrebbero modo di mantenere il loro rapporto. Perché questo non si regge su comunicazioni improvvisate e a corto di argomenti. Ha bisogno di un buon "fertilizzante", come ogni relazione umana. Sapete immaginarne uno migliore del vino?



Wine & Food

Signore e signori, attenzione, prego: il Barolo sta arrivando

Si prepara all'anteprima anche il "re" di Langa, il Barolo, con "Barolo & Barbaresco", degustazione firmata Go Wine, di scena a Roma il 26 e 27 febbraio; poi, il 13 marzo, con l'"Asta del Barolo" (40 i lotti di bottiglie rare), al Castello di Barolo, in collegamento con Hong Kong e Singapore, con battitori d'eccezione, l'accoppiata Edoardo Raspelli - James Suckling. Infine, le anteprime de "I Grandi terroir del Barolo", ancora di Go Wine: Barolo Serralunga 2007 (Castello di Barolo, 26-27 marzo) e Barolo Castiglione Falletto 2007 (Castiglione Falletto, 2-3 aprile). Info: www.gowinet.it

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'annata 2006 del Brunello di Montalcino vista dai giornalisti stranieri? Buona, ma non eccezionale, con qualche vetta ottima, ma anche con casi di

eccessiva "prontezza" e poca acidità. Le impressioni di Bonkowski Wojciech, Nakagawara Mayumi, Timothy John Atkin e Baudains Richard, raccolte da WineNews.

