

La News



Di scena l'enologia siciliana

Ci siamo, la Sicilia accende i riflettori sui suoi vini. Da oggi, a Ragusa, è di scena "Sicilia en primeur" (fino al 13 marzo), kermesse di un'enologia isolana che si pone all'avanguardia nel Paese. Attiva nelle sperimentazioni in viticoltura, ma anche nel recupero di vitigni a rischio. Si pensi all'alberello di Pantelleria, candidato a diventare sito Unesco. O ai vini delle migliori aziende, da Tasca d'Almerita a Planeta, da Donnafugata a Centopassi... Aziende che stanno puntando sulla preservazione del territorio, promuovendo i cloni di vitigni autoctoni e la viticoltura di precisione. "La Sicilia - come dice Attilio Scienza - si sta muovendo bene". E a "Sicilia en primeur" lo si può vedere. Info: www.assovinisicilia.it



SMS

"The wine's voice"

Il vino si può conoscere in tanti modi, anche ascoltandolo. O meglio, ascoltandone la storia, fatta di uomini, di saperi, di passato e presente. Insomma, ascoltandone la narrazione. E allora perché non raccontare la storia dei nostri vini al grande pubblico, si devono essere chiesti alla Marchesi de' Frescobaldi? Mormoreto, Castelfiocondo Brunello, Tenuta di Castiglioni, Nipozzano Riserva, Remole sono i vini dei quali potremmo ascoltare "on air" le rispettive storie, non con "claims" pubblicitari, ma con vere narrazioni. Ma, devono aver saggiamente pensato alla storica azienda toscana, per narrare storie importanti, ci vuole una voce importante. Ecco perché sarà quella di Richard Gere, nell'"italian version" del suo doppiatore (Mario Cordova), a fare da cantastorie. Da Hollywood ... alla cantina.

Cronaca

Dieta Mediterranea, elisir di lunga vita. Parola dei medici

La dieta mediterranea rappresenta il modello nutrizionale per eccellenza, alla base di un'alimentazione sana ed equilibrata, ma si conferma anche un "elisir" per combattere malattie gravi come quelle cardiovascolari. Lo confermano gli studi pubblicati sul "British Medical Journal": la dieta mediterranea riduce del 9% l'incidenza di problemi e patologie cardiache, del 13% l'incidenza del Parkinson e dell'Alzheimer, del 6% quella del cancro.



Primo Piano

Brand, masse critiche e innovazione nel marketing: il futuro del vino italiano passa da qui

Distintività del brand, disciplina dei prezzi, masse critiche minime sufficienti per avere forza nella gdo, innovazioni nel marketing: ecco il domani del vino italiano, per i protagonisti del primo Seminario di marketing del vino dell'Istituto Agrario di San Michele all'Adige. "La distintività è fondamentale in un mercato affollato da migliaia di competitor mondiali - spiega Ettore Nicoletto, ad di Santa Margherita - come lo è la disciplina sui prezzi, spesso mancata nel terribile 2009, dove si è distrutto valore". Servono anche "masse critiche sufficienti per avere forza nella gdo, primo canale del vino nel mondo", aggiunge Claudio Rizzoli, ad di Mezzacorona. Concorde anche Giovanni Geddes da Filicaja, ad di Marchesi de Frescobaldi "che per la prima volta si prepara ad una campagna di media advertising con il proprio corporate brand. Ma è possibile creare valore aggiunto anche con piccoli numeri, se si punta sul lusso", come testimonia l'esperienza di Tenuta dell'Ornellaia, con vini mito come Ornellaia e Massetto. Ma il brand del vino è complesso: cantina, vitigno, denominazione ... Cosa pesa di più? Dipende da mercato a mercato (in Usa il vitigno è fondamentale, ha sottolineato Richard Halstead di Wine Intelligence), ma "se la Doc definisce un'origine e una metodologia di produzione importanti - spiega Guido Pianaroli, ad di Ferrari - il brand aziendale è determinante". Importanti le nuove frontiere del marketing "come il neuromarketing - spiega il professor Alberto Mattiacci - che indaga sui comportamenti del cervello nell'acquisto", ma anche pensare non solo ad un "prodotto buono, ma anche "giusto" per il mercato", ha aggiunto Massimiliano Bruni della Bocconi di Milano. E poi bisogna muoversi insieme sotto un cappello comune. E qui lo spunto lo propone Nicoletto: "l'immagine del vino italiano è legata alla piacevolezza e alla facilità di abbinamento al cibo. Ragionare su questo potrebbe davvero essere un punto di partenza per trovare un denominatore comune a tutti".

Focus

Arriva l'enoteca ... a domicilio!

Finora eravamo abituati a pensare all'enoteca come uno spazio fisico o, al più, uno spazio virtuale dove acquistare on-line per poi ricevere il prodotto. Ma a Milano qualcuno ha pensato di rendere più organica, efficace e conveniente la "multidisciplinarietà" dell'enoteca. Lo ha fatto l'enoteca Milanovino: qui i tre soci proprietari, Gabriele Giovanelli, Alberto Jacini e Matteo Dollfus, acquistano il vino direttamente dai piccoli produttori, selezionati dal sommelier Massimo Marchesi e dall'enologo Guido Beltrami. E consegnano a domicilio in tutta Italia. Etichette blasonate: dal Brunello di Montalcino al Barolo, dal Gewürtztraminer al Grillo siciliano. "All'inizio il pubblico era un po' diffidente - dice, a WineNews, Gabriele Giovanelli - ma una volta provati i nostri prodotti, la convenienza e l'efficienza del servizio, si è convinto. Ed il trend è in continua crescita". I tempi di consegna sono fondamentali: "con lo scooter, in città, si possono portare 72 bottiglie e arrivare velocemente dappertutto", continua Giovanelli. E non è tutto: per promuovere la cultura del vino, la società organizza anche cene, aperitivi e corsi di degustazione. Una vera e propria enoteca su ruote, insomma ... Info: www.milanovino.it



Wine & Food

"Cucine Aperte": anche McDonald's sceglie la "glasnost"

Se la vostra idea di McDonald's è ancora quella di una "fabbrica di grassi dagli oscuri metodi di lavorazione" farete bene a ricredervi. Prima i prodotti Dop e Igp, adesso la catena di fast food a stelle e strisce punta sulla trasparenza. E promuove l'"Operazione Cucine Aperte", di scena il 15 marzo, nella "Giornata europea dei diritti dei consumatori". Di che si tratta? Semplice: il colosso degli hamburger invita tutti i clienti e tutti coloro che vogliono saperne di più su McDonald's a visitare le cucine dei suoi ristoranti. Un interessante "dietro le quinte" per fugare i dubbi degli scettici. Info: www.mcdonalds.it

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La "Bottega del vino", storico locale di Verona, riapre i battenti. A guidare il rilancio una cordata tutta veronese, formata dalle 12 Famiglie dell'Amarone d'Arte e dalla Riseria

Ferron. Le ragioni e i progetti del rilancio nelle parole dei protagonisti, i produttori Franco Allegrini, Dario Tommasi, Carlo Speri e Alberto Zenato.

