

La News



Piemonte enologico a 360°

La storia dello spumante italiano ha nomi e luoghi precisi. I luoghi sono quelli del Piemonte, tra i nomi c'è Contratto (nella foto la cantina). Che, oggi, passa di mano: nuova proprietaria è la cantina piemontese La Spinetta, della famiglia Rivetti, dinamica impresa vitienologica di Castagnole Lanze e Grinzane Cavour, proprietaria anche di un'azienda in Toscana. Non è solo un'acquisizione, per La Spinetta: è l'unione di due forze enologiche per una produzione di territorio completa, con le bollicine griffate Contratto. Un bel colpo, come dice, a WineNews, Giorgio Rivetti: "per noi era importante entrare nel mercato di questa tipologia con un marchio storico". Info: www.la-spinetta.com



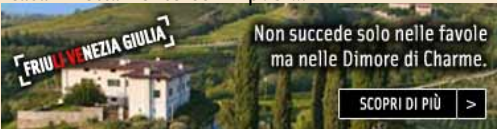
SMS Che bella l'Italia fatta a tappe

Abbiamo fatto 150. Tanti sono gli anni passati dal 1861, quando fu proclamata l'Unità d'Italia. Quindi è giusto festeggiare, in questo 2011. E scegliere un vino rappresentativo: molti, certo, ma su tutti il Barolo, nettare di quelle terre e di quegli uomini che hanno dato il via all'unificazione. Ma, un momento ... l'Italia di oggi è figlia anche di altri momenti! Perché non festeggiare ancora, tra 5 anni, magari con Amarone e Friulano, dato che, nel 1866, fu annesso il Nord-Est? Il 2020, poi, sarà l'anno dei 150 anni della presa di Roma, da celebrare con un Frascati Doc. E vogliamo fermarci? No, perché la completa unità nazionale è datata 1918, con l'ingresso di Trentino Alto Adige e Venezia Giulia: via i tappi, nel 2018, a Trentodoc e Collio. Che fortuna non aver unito l'Italia tutta in una volta ...

Cronaca

"Un pub solo al comando". Per bere una birra pedalando

Andare al pub e tornare a casa ... con il pub. Non un chiosco ambulante, ma un vero "pub a pedali": è l'idea di un imprenditore dell'Oregon (Usa), che ha pensato ad un'ottima misura contro l'eccesso di alcol. Ci si siede su uno dei 12 sellini da bici, si inforcano i pedali, si ordina da bere e - pedalando - si smaltisce il bicchiere di troppo. Se poi gli altri avventori sono d'accordo e si abita lungo il tragitto, magari si può anche tornare a casa direttamente con il pub ...



Primo Piano

Vino italiano, l'importante è esportare. Perché i consumi crescono solo nel mercato globale

Un export che vola, un mercato italiano che stenta, e i produttori del Belpaese divisi sul da farsi. Se c'è chi sostiene la necessità di investire sul mercato interno "perché la crescita dell'export non compensa affatto le perdite dei consumi interni", come il produttore di Franciacorta Riccardo Ricci Curbastro, e come Antonio Capaldo (Feudi di San Gregorio), per altri quello dei consumi interni è un falso problema, come ha detto Piero Antinori, alla guida di una delle famiglie del vino più antiche d'Italia: "preoccupiamoci di vendere bene nel resto del mondo, pensiamo a crescere più che a conservare". E c'è chi sostiene anche che sia addirittura tempo di finirla con le distinzioni tra export e mercato domestico, "perché il mercato del vino è oramai mondiale e come tale va affrontato", ha ricordato Lorenzo Biscontin del "colosso" Santa Margherita. Chiaramente, con diverse sfumature, nessuno sostiene di abbandonare questa o quella strada. I numeri, però, sembrano dare più forza alle posizioni degli "esterofili": per Vinexpo, in un mercato del vino che, nel 2009, ha visto stappare 31,51 miliardi di bottiglie (+4,5% sul 2005), l'Italia è il primo esportatore per volume e il secondo per valore. Inevitabile, quindi, puntare sull'export, anche perché i trend parlano di una crescita di consumi del 3,18% nel 2014 che, per 3/4, sarà realizzata in Usa, Cina e Russia. Quindi, detto che non si può vivere di solo export, anche perché il mercato italiano è, comunque, tra i più importanti del mondo, l'Italia del vino dovrà battersi al massimo nei mercati esteri. Anche perché se nel Belpaese i consumi frenano per motivi economici, generazionali, ma anche per un vento di "neo-proibizismo" che non cessa di soffiare, all'estero i vini italiani sono sempre una curiosità per chi non li conosce a fondo. La ricchezza del nostro patrimonio varietale è unica, e i nostri prodotti rappresentano un pezzo di made in Italy, di quello che è forse il brand più famoso al mondo, e di uno stile di vita che tutti vogliono provare.

Focus

Giovani, new media e psicologi per la comunicazione del vino di domani

Al vino di domani servono psicologi, giovani e new media per comunicare in maniera profonda, con messaggi nuovi, al consumatore del futuro. Ecco, in sintesi, il pensiero di Attilio Scienza (audio su www.winenews.tv), tra i massimi esperti del mondo di Bacco. "Dobbiamo attingere ad altre discipline che sono rimaste fuori dalla eno-comunicazione - spiega - ma che possono aiutare. Tutte le esperienze di psicologi o comunicatori che partono da conoscenze antropologiche o di cultura materiale, possono essere benissimo utilizzate con le nuove tecnologie della comunicazione, per capire cosa vuole il consumatore nel profondo e, con brand, segnali e messaggi, parlare ai suoi punti sensibili. E per farlo servono testi, ma anche immagini e suoni che trovano nelle nuove tecnologie, terreno fertile. E i giovani sono maestri nel farle funzionare. Per questo dico alle aziende: assumete giovani, daranno nuovi messaggi nella lingua dei loro coetanei, il pubblico di domani, non più raggiungibile con slogan del passato come territorio, storia, tradizione, cultura ..."



Wine & Food

Grappoli a 24 carati. Gli "eno-paperoni" 2011 secondo "Forbes"

"Il vino è come il calcio: è denaro e passione". A dirlo è Bernard Arnault, patron di LVMH e proprietario di Cheval Blanc e Yquem, che la rivista "Forbes" ha messo al posto n. 4 nell'annuale classifica degli uomini più ricchi del mondo, ed al primo in Europa. Ma il Bordeaux riserva anche altre sorprese. François Pinault (Latour) si piazza in posizione n. 67, mentre Serge Dassault (Dassault) è il n. 96. E gli italiani? In mancanza di colossi enoici, il Belpaese si deve "consolare" con Michele Ferrero ("mister Nutella"), in posizione n. 32. Info: www.forbes.com/wealth/billionaires

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Un tempo figlio di una ristorazione minore, il catering cresce in numeri e in livello, con tanti ristoranti di alto rango sempre più impegnati. E anche per il vino di qualità si aprono nuovi

spazi. Le testimonianze di due famose griffe dell'enologia made in Italy: Gianluca Bisol, leader del Prosecco, e Andrea Cecchi, a capo della storica cantina chiantigiana.

