

**La News**



**Se il "wine-keeper" è in Usa, è da Guinness dei Primati**

In America, si sa, tutto è più grande. Così, il sistema di conservazione ed erogazione ad azoto di vino, nato in Europa, in Usa assume dimensioni da Guinness. E proprio il "Guinness Book of World Record" ha certificato che il più grande erogatore di vino al bicchiere al mondo è a Philadelphia, al wine bar dell'italianissimo "Ristorante Panorama". 120 le etichette presenti, ognuna collegata al proprio erogatore, nel colossale "wine-keeper" (nella foto). Non sappiamo quali vini sono stati scelti dai proprietari, ma certo c'è l'imbarazzo della scelta ...



**SCOPRI LE NOSTRE CANTINE**  
MOVIMENTO TURISMO DEL VINO

**Marketing senza frontiere**

Il marketing è il regno della creatività e dell'invenzione. E il settore del beverage non fa certo eccezione. Ma il rischio di sfociare nel porno-marketing è sempre dietro l'angolo. Tra le notizie più stravaganti in tal senso, l'ultima arriva dalla Bulgaria, dove il birrifico Kristian Gyoshev s'è inventato la "Bohza", una birra dedicata alle donne il cui pregio maggiore sarebbe quello di far crescere il seno. Proprio così! Una sorta di chirurgia estetica al luppolo talmente efficace, pare, che il portavoce dell'azienda ha motivato la scelta di non fare campagna pubblicitaria perché confida nel passaparola delle donne che la provano, il cui decolté sarebbe cresciuto addirittura di due tagli dopo qualche pinta. Il commento? Lo stesso di Fantozzi al termine della "Corazzata Potemkin". Ricordate?

**Cronaca**

**Francia e Italia, Lactalis punta al controllo di Parmalat**

L'Italia dell'agroalimentare potrebbe perdere il controllo di uno dei suoi marchi più famosi. In vista del rinnovo del cda di Parmalat, si sarebbe fatta avanti la francese Lactalis (già proprietaria dei marchi Galbani, Invernizzi e Locatelli), che in poche ore ha acquistato in borsa l'11,42% del gruppo, e sembra voler crescere. La lista Lactalis sarà contrapposta a quella del socio di minoranza (Intesa San Paolo, 2,15%) e a quella dei fondi svedesi Zenit, Skagen e Mackenzie (al 15,3%).



**Primo Piano**

**Contraffazione, serve più attenzione per il vino italiano, alfiere del made in Italy agroalimentare**

"Italia": dalla moda alle auto, dal design alla cultura, e sicuramente all'agroalimentare, è uno dei brand più preziosi del mondo. Cosa che all'estero hanno capito in tanti, e che molti sfruttano, senza vanarne diritto, a proprio vantaggio. E così la contraffazione sottrae ai produttori di vero made in Italy alimentare 60 miliardi di euro all'anno, quasi il doppio del fatturato "legale" delle nostre esportazioni. E se il Parmigiano è il prodotto più imitato, anche il vino ha il suo bel da fare: tra quello palesemente contraffatto, etichette che suonano italiane senza esserlo, marchi o denominazioni non riconosciute all'estero, per difendere l'immagine e la produzione enologica veramente italiana si spendono più di 2 milioni di euro all'anno. Difficile anche tutelarsi, una volta scoperte le truffe, e pochi i player che hanno le capacità e le risorse per attrezzarsi, come ha fatto il Consorzio del Chianti Classico, custode di uno dei vini più conosciuti e imitati del mondo, con una task force legale permanente per cui spende, ogni anno, 200.000 euro. Tre i tipi di contraffazione che più colpiscono il vino italiano. C'è il nome che ammicca all'Italia, etichette che si chiamano "Napulè" o simili, ma che non hanno nulla a che fare con Enotria; c'è l'"italian sounding", come "Prisecco" in Germania; ci sono marchi e denominazioni che fuori Ue non sono riconosciute, e così ecco che in Usa si produce Marsala o Chianti di California. Che fare allora? Anni or sono Federvini aveva proposto la creazione di uno sportello dedicato alla tutela del vino, in collaborazione con l'Ice, ma il progetto è rimasto nei cassetti. Per i prodotti Dop e Igp è nato www.trueitalianfood.it, una piattaforma promossa da Ministero delle Politiche Agricole, Buonitalia e Aicig (associazione dei consorzi), per la tutela dei prodotti a denominazione. Visto che la nuova normativa europea ha equiparato Doc, Docg e Igt a Dop e Igp, magari vale anche per il vino. Ma il prodotto di punta dell'export agroalimentare italiano meriterebbe forse un occhio più attento ...

**Focus**

**Champagne, tra cambi di proprietà e design**

Grandi movimenti in terra di Francia: gli Champagne Piper-Heidsieck e Charles Heidsieck sarebbero stati ceduti per 400 milioni di euro dal gruppo di Remy Cointreau alla Société Européenne de Participations Industrielles, la holding della famiglia Descours, che possiede grandi marchi francesi nei settori delle scarpe e dell'abbigliamento. I rumors sull'operazione, già in circolo da novembre, davano in prima linea per l'acquisizione grandi gruppi del beverage, come Diageo e Pernod Ricard, ma a spuntarla è stata la famiglia Descours, già proprietaria di Château la Verrerie, in Provenza, che si trova così a gestire un patrimonio da 40 milioni di bottiglie e 800 ettari di vigneti. Un segnale importante, visto che i marchi Heidsieck, maison fondata nel 1785, non hanno mai generato utili nei 20 anni di gestione Cointreau, e che fa seguito al recupero di mercato dello Champagne, che, con un +22% nel 2010, aveva quasi azzerato le perdite del 2009. E che Champagne faccia ancora rima con lusso non è in discussione, come testimonia l'ultima invenzione della griffe della gioielleria Roberto Coin, dedicata alle celebri bollicine: un porta bottiglia in oro e diamanti da 129.000 euro (foto).



**Wine & Food**

**Da Casa Bianca a "Fattoria Bianca": l'orto di Michelle a pieni giri**

Ormai, anziché White House, dovremmo chiamarla White Farm. Parliamo, ovviamente, della residenza del Presidente Usa: qui la first lady, Michelle Obama, ha piantato - per il terzo anno consecutivo - i semi nell'orto biologico, con l'aiuto di un gruppo di bambini delle scuole di Washington. Non solo un esempio concreto e "illuminante" per le giovani generazioni americane, ma anche una vera e propria "fattoria" che, nel 2009, ha prodotto 900 chili di frutta e verdura consumati dalla famiglia Obama e dai loro ospiti. Mica male l'orto fatto in casa. Meglio ancora quando la Casa è Bianca ...

**Winenews.TV**

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Voices from Sicily: le voci di alcuni protagonisti dell'enologia dell'isola (e non solo) che tracciano la rotta per il successo di un enoico con tante anime. Le parole del professor

Attilio Scienza e dei produttori Paolo Panerai (Feudo del Pisciotto), Arianna Occhipinti (Occhipinti), Alberto Tasca (Tasca d'Almerita) e Francesca Planeta (Planeta).

