

La News



Che sia botte o bottiglia, il vino sta sempre nel legno

Il packaging del vino è in continua evoluzione, all'insegna della fantasia e ... dell'ecologia. Nasce una nuova tendenza per i "contenitori" di vino, lanciata da Even MD, azienda leader nei sistemi di decorazioni per vini e distillati: la bottiglia di legno (nella foto). È una bottiglia di vetro con un rivestimento in legno, ingentilita da un'elegante etichetta in alluminio, dall'effetto "anticato", con caratteri in rilievo. Che può sposare il lusso, con cristalli Strass e Swarovski: una novità glamour, fatta apposta per contenere il vino del cuore. Info: www.evenmd.it



SCOPRI
LE NOSTRE
CANTINE

SMS Mercato a due piani

Tutti hanno assistito all'accordo per la tutela Ue di 10 prodotti tipici cinesi, e la tutela cinese di 10 prodotti europei. Ma, forse, alcuni hanno guardato il dito e non la luna. Il punto, infatti, non sono i prodotti, ma che potrebbe essere stata tracciata una nuova strada di mercato, quella della reciprocità. Che non può prescindere dal sistema delle denominazioni, capace di dare un senso ai prodotti. Ciò che è stato fatto è la chiave per aprire la porta successiva: il riconoscimento reciproco delle denominazioni stesse. Per far questo, però, è necessario che il sistema delle denominazioni venga recepito dal Wto, perché sia valido a livello globale. Prima dei prodotti bisogna esportare un concetto, perché il nuovo mercato è a due piani: per raggiungere quello di vendita bisogna passare per quello della conoscenza.

Cronaca

Vip e successi ... alcolici

Dal 2008 al 2010 è stato Michael Schumacher, nel 2011 sarà Rafael Nadal il testimonial della campagna "Champions Drink Responsibly", by Bacardi Limited, dove il campione spagnolo di tennis, n.1 al mondo, sarà ambasciatore dell'importanza di bere responsabilmente. E, intanto, Lapo Elkann si è dato alla produzione di alcolici con "I Spirit Vodka", la vodka 100% italiana fatta con cereali e vini bianchi del Friuli, che l'"Ultimate Spirit Competition" di New York ha decretato tra le migliori dieci vodka al mondo.

TENIMENTI & ANGELINI
PRESENTI A VINITALY 2011 NELLA NUOVA POSTAZIONE
PADIGLIONE 6 STAND E6

Primo Piano

Cavatappi vintage, decanter di design e hi-tech. Gli enoappassionati dicono: "accessori mon amour"

Non vanno solo a caccia dell'etichetta introvabile o della cantina di tendenza: tra gli enoappassionati italiani cresce la febbre degli accessori che ruotano intorno al mondo del vino. Dai cavatappi vintage ai decanter di design, passando per il termometro wireless, tutte le novità saranno di scena a Vinality (Verona, 7-11 aprile, www.vinality.com), appuntamento imperdibile per i wine lover, che oltre ai migliori vini d'Italia e del mondo, qui trovano tutti gli oggetti per coltivare la propria passione. L'interesse per il mercato degli accessori è in costante crescita: secondo uno studio Vinality l'enoappassionato spende 150 euro per la sua attrezzatura "minima", che comprende salvagoccia, cavatappi professionale, termometro per il vino, decanter e una coppia di bicchieri da vino a stelo lungo. Ma, visto che le passioni non conoscono limiti, si può arrivare in un attimo a 1.500 euro con un versa-vino, un imbuto per decanter, o i più costosi frigo-cantina e armadi climatizzati. E per stupire c'è l'imbarazzo della scelta: dai decanter di grande impatto scenografico (a forma di occhio o di serpente), fino ai termometri per il vino di ultima generazione. Oggi ce n'è uno - wireless - con una sonda che si può applicare alla bottiglia (anche in frigo) ed un'unità base che riceve il segnale fino a 25 metri di distanza. Non serve più fare chilometri per controllare la temperatura del vino mentre si chiacchiera con gli amici: per sapere quando la bottiglia ha raggiunto la temperatura ottimale basta guardare il display Lcd. L'interesse per il mercato degli accessori è in grande crescita anche in quei Paesi che, negli ultimi anni, stanno scoprendo il vino: a partire dalla Cina, che si configura come mercato di conquista non solo per le cantine, ma anche per le aziende che producono accessori di lusso. Tanto che uno dei colossi internazionali del settore ha appena annunciato la sua campagna d'Oriente, che prevede momenti di formazione e workshop per spiegare ai cinesi l'utilità del giusto bicchiere.

Focus

Autocontrollo pubblicitario, da 45 anni il valore aggiunto del vino (e non solo) italiano

Conoscere il vino, sapere come consumarlo, è qualcosa di fondamentale. Qui entra in gioco la comunicazione aziendale, la pubblicità, che deve rispondere a criteri di correttezza nei confronti del consumatore. E, in Italia, le aziende vinicole e di alcolici, alle quali è richiesta una sensibilità maggiore, sono all'avanguardia. Lo dice Federvini, commentando i dati dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (Iap), che testimoniano la validità dell'autodisciplina, con appena l'8% di infrazioni. E che confermano le scelte di Federvini, che da sempre ha a cuore il tema. Il direttore generale, Ottavio Cagiano, sottolinea a WineNews come "i risultati mostrano i progressi dell'attività, e che c'è molta attenzione ai codici di autodisciplina. L'8% di contestazioni indica che il 92% di pubblicità è corretta". Nel resto d'Europa, però, la media è dell'1%. "Vero - prosegue Cagiano - ma il dato europeo è su base annua e riferito solo agli alcolici. Quello italiano, invece, è riferito ad ogni settore, nell'arco dei 45 anni di vita dell'Iap". L'autodisciplina, quando il messaggio è culturale, funziona.



Wine & Food

Riti metropolitani: New York dice addio allo spuntino in metrò?

Spuntino in metro addio! A New York potrebbe scomparire quello che, oggi, è un rito molto poco gourmand ma assai diffuso. Per il "Corriere della Sera", la Metropolitan Trasport Authority avrebbe proposto di vietare per legge il consumo di cibi e bevande sui mezzi pubblici. Il tutto dopo un video in cui una passeggera scaglia su un'altra degli spaghetti. Ma il motivo vero sarebbe l'igiene, perché i rifiuti alimentari nella metropolitana di New York aiutano il proliferare di topi, scarafaggi e parassiti. Chiedersi anche perché qualcuno mangia (o è costretto a farlo) in metro sarebbe troppo intelligente?

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Il vino rosso ha grandi potenzialità terapeutiche, e adesso, a sostegno di quanto si sa ormai da molti secoli, abbiamo le basi scientifiche per dirlo". Parola del professor Louis

Ignarro, Premio Nobel per la Medicina nel 1998, che a WineNews racconta come la salute passi anche per una dieta sana e ricca, come quella Mediterranea.

