

La News



Spot on the water! L'acqua come mezzo di comunicazione

E anche la bottiglia d'acqua divenne mezzo di comunicazione e pubblicità: è l'idea di AcquaMedia, la divisione private label di Fonteltalia di Frosinone, che realizza bottiglie personalizzate pensate come strumento di comunicazione one-to-one per valorizzare le attività di marketing delle aziende. Il progetto prende spunto dal successo che questa forma di promozione ha già conosciuto negli Usa e in alcuni Paesi europei, dove il "private label water" si sta espandendo come strumento immediato ed efficace, in grado di raggiungere target trasversali e diversificati.



SMS

Dopo gli orti, sui terrazzi italiani, i polli

In principio, sui balconi, furono le erbe aromatiche, vicino a gerani, primule e petunie, classici ornamenti floreali. Poi vennero i pomodori, con entusiasmo dei contadini "casalinghi". E così, via a tentar esperimenti con peperoni, melanzane, zucchine. Ma sul balcone di casa, dall'agricoltura ora si passa all'allevamento, grazie al "bricolage enogastronomico". L'inglese Omlet ha creato un'innovativa casetta ecologica adatta ad ospitare fino a 10 polli, da posizionare in giardino o sul terrazzino di casa (www.omlet.co.uk; 500 sterline). E così i "km 0" di coldirettiana memoria, dopo gli orti, sui terrazzi italiani, possono trovare i polli.

Alessandro Regoli

Cronaca

Medagliere "olimpionico" del vino italiano, Veneto al top

Nel medagliere "olimpionico" dell'eccellenza enologica del Bel Paese è il Veneto la regione a conquistare più medaglie (24); al posto d'onore l'Emilia Romagna (12 medaglie) e la Sicilia (10 medaglie): così, in una sorta di "fantastica" gara tutta italiana, frutto dell'elaborazione di Winenews delle 113 medaglie del concorso enologico internazionale Vinitaly 2009. Il successo del Veneto è dovuto soprattutto al Prosecco e all'Amarone della Valpolicella.



Primo Piano

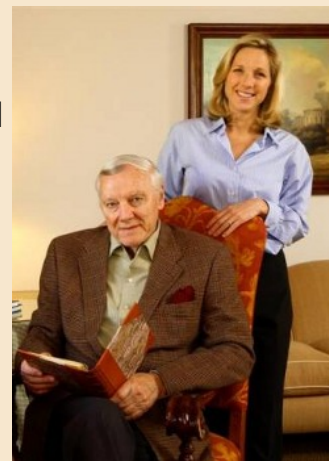
Vinexpo/lwswr: il commercio mondiale di vino crescerà da qui al 2012. Vinitaly focus sui mercati internazionali: "ancora molte possibilità di crescita"

La crisi economico-finanziaria non frena il mercato mondiale del vino, la cui produzione, tra il 2008 e il 2012, crescerà del 3,83%, a fronte di un aumento dei consumi del 6%, e il fatturato complessivo che si stabilizzerà a 166,1 miliardi di dollari. Sono le stime dello studio Vinexpo/lwswr che mette in luce come più della metà della produzione mondiale continui ad essere garantita da tre Paesi: Francia, Italia e Spagna. Naturalmente pesano le incertezze del 2009, ma le tendenze sul periodo 2008-2012 mostrano che le conseguenze della crisi attuale sulla filiera a livello globale saranno limitate. L'Italia divenuta nel 2007, con 299 milioni di casse il primo consumatore di vino fermo al mondo a scapito della Francia (leader storico), in vista del 2012 perderà il primato a favore degli Usa che toccheranno 313,8 milioni di casse consumate. Nella top 10 dei consumatori entrano di prepotenza la Federazione russa (8/a con 69,8 milioni di casse) e la Cina (9/a con 63,6 milioni di casse); i due Paesi assorbiranno più del 58% della crescita mondiale tra il 2008 e il 2009. Di Russia, Cina, Usa, India, Singapore, Corea, Giappone, e anche di altri importanti mercati, emergenti e consolidati, si parlerà anche a Vinitaly 2009 (a Verona, dal 2 al 6 aprile): "se nel 2008 l'export di vino italiano nel mondo ha raggiunto - spiega Giovanni Mantovani, direttore VeronaFiere - quota 3,6 miliardi di euro, con una crescita del 2% in valore, i dati mettono in luce una tendenza non ancora conclusa: le prospettive, elaborate per i focus di Vinitaly World Tour, da 10 anni il brand portabandiera del made in Italy enoico nel mondo, mettono in evidenza che non solo i mercati, soprattutto quelli consolidati, non sono saturi, ma che ci sono ancora molte possibilità di crescita". Il vino italiano continua, insomma, ad attirare nuove frontiere di interesse.

Focus

Castello Banfi, cantina-simbolo del Brunello di Montalcino, la giornalista e "Master of Wine" Cho Lee e la ristoratrice Bastianich: il Premio internazionale Vinitaly 2009

Castello Banfi, cantina-simbolo del territorio di Montalcino che ha fatto conoscere il Brunello nel mondo, Jeannie Cho Lee, giornalista enogastronomica di Hong Kong e dal 2008 prima "Master of Wine" dell'Asia, che collabora con le più importanti testate di settore, e Lidia Bastianich, ristoratrice, scrittrice e produttrice di vini, che ha dedicato la propria vita all'enogastronomia del Belpaese, diventando ambasciatrice per eccellenza del vino e del cibo italiano nel mondo: ecco le "eccellenze" che VeronaFiere ha voluto premiare quest'anno con il Premio Internazionale Vinitaly 2009. Il Premio Internazionale Vinitaly 2009 alla Castello Banfi sarà consegnato a Cristina Mariani-May, proprietaria di Castello Banfi (nella foto con il padre e fondatore dell'azienda John Mariani), il 1 aprile a Verona (alla giornalista Cho Lee e alla chef Lidia Bastianich il 4 aprile).



IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR



Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

Wine & Food

Crisi, Paolo De Castro: "non bastano farmer market e km 0"

"Non si esce dalla crisi con i farmer market, progetto che sono stato proprio io a proporre, e i prodotti a km zero". Lo ha detto il vice presidente della Commissione Agricoltura del Senato Paolo De Castro aggiungendo che "per uscire dalla crisi bisogna trovare spazio sui mercati internazionali, perché è lì che occorre concentrarsi e impegnarsi" per dare uno sbocco ai prodotti dell'agroalimentare del made in Italy. De Castro ha aggiunto che, dopo la qualità, è arrivato il momento di "dare una risposta anche ai problemi quantitativi, anche per aumentare la dimensione delle aziende".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La viticoltura naturale, dal biologico al biodinamico, passando per infinite sfumature, sembra vivere un momento di straordinaria vitalità. E' vera gloria? La biodinamica applica

all'agricoltura i principi filosofici di Rudolf Steiner: per il pensatore austriaco la terra, le piante coltivate e gli animali devono vivere in un equilibrio spontaneo e sano.

