La Prima di
WineNews.it

n. 586 - ore 17:00 - Mercoledì 13 Aprile 2011 - Tiratura: 28129 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News

Usa & Wine: al "City Winery" il produttore è il cliente

In principio fu a New York, il vecchio "City Winery", una delle prime vinerie di Manhattan (foto) degli anni '40, che dal 2006 è diventata un locale di culto per i wine lovers della Grande Mela, in inverno sarà Chicago. Non semplici vinerie, ma vere e proprie cantine, dove il cliente si fa produttore. Tini e botti, uve da ogni angolo di Stati Uniti e sud America, un enologo con cui pensare il proprio vino del cuore, seguirne la nascita, la crescita, l'imbottigliamento, l'etichettatura: il tutto in un locale in cui anche i bagni ricordano una cantina, come ama ricordare il suo fondatore, Michael Dorf.

SMS

Ci risiamo...

Ci risiamo. Ora, che in tema di immigrazione la Francia non stia proprio tendendo la mano all'Italia non ci piove. Ma di qui a proporre il boicottaggio di prodotti francesi, prendendo come esempio quelli enogastronomici, dal camembert allo champagne, specie se la proposta arriva da un Paese dipendente dall'export come l'Italia, come ha fatto l'ex Ministro delle Politiche Agricole Luca Zaia (non nuovo a queste idee), ce ne passa. E, anche ammesso che sia solo una provocazione, è fuori dal tempo, perché tutto è ormai globalizzato, e rischia anche di fare danno a tutti quelli che, nell'agroalimentare e non solo, lavorano ogni giorno per affermare l'immagine dell'Italia all'estero, e per sviluppare economie fuori dal Paese, per cui serve dialogo, coerenza nel modo di fare, e un "do ut des" continuo ...

Cronaca

"Know how sharing"

L'Ispettorato Controllo Qualità e Repressione Frodi Italiano e l'Alcohol & Tobacco Tax and Trade Bureau uniscono le forze per tutelare consumatori e produttori onesti in materia di bevande alcoliche commercializzate tra Italia e Usa. Ecco l'obiettivo del memorandum d'intesa firmato tra i due organismi di vigilanza, che punterà su una sempre più stretta collaborazione e un più fitto scambio di informazioni tra le autorità dei due Paesi per brindisi "internazionali" sempre più sicuri e trasparenti.

Primo Piano

Vinitaly e il vino raccontati dal sociologo: pensieri e parole del professor Costantino Cipolla

Ottimismo per l'economia, una rivoluzione "rosa" alla guida delle cantine italiane, e una sempre maggiore vocazione all'internazionalità. Ecco Vinitaly visto da Costantino Cipolla, ordinario di Sociologia all'Università di Bologna e attento osservatore del mondo del vino. "Dopo un po' di anni per la prima volta ho sentito un po' di ottimismo da parte di tutti, produttori, istituzioni e pubblico. E la presenza di stranieri cresce a vista d'occhio". Fondamentale, vista la sempre più stretta dipendenza dall'export per il vino italiano. "Significativa la presenza di donne alla guida delle imprese, che sostituiscono le generazioni che si fanno da parte al timone delle cantine. E poi una cosa va detta: dal punto di vista estetico (anche questo aiuta, ndr) Vinitaly è la fiera più bella che c'è in giro". E fin qui le note positive. "Quello che mi è dispiaciuto è non aver notato, da parte della Fiera, grandi messaggi sul bere responsabile. E servirebbe anche maggiore attenzione nel controllo di chi esagera, più vigilanza. Comunque, quello che si vede, anche "fisicamente", senza statistiche, è che Vinitaly continua a crescere. E il cambio di date, dalla domenica al mercoledì (non più dal venerdì al lunedì, ndr) è difficile da leggere, ma la decisione di specializzare la Fiera di più sul business è una scelta importante". Ma Vinitaly è anche un momento per riflettere sul vino nella società di oggi. E proprio di queste ore è la richiesta del Codacons di inserire nelle bottiglie degli alcolici, e anche del vino, messaggi come sui pacchetti di sigarette sulla pericolosità del consumo, non già dell'abuso, per la salute. Cosa ne pensa, visto che è anche sociologo della salute? "Il vino e l'alcol sono complementi del cibo, non possono essere considerati di per sé dannosi, come una droga. Certo, soprattutto nel mondo giovanile, ce n'è anche un uso "drogastico", ma che prescinde dalla sostanza. Ora, si potrebbero mettere delle frasi come "bevi responsabilmente", ma non "bere uccide" come sulle sigarette, perché non è così, anzi ...".

Focus

In Francia si fa sistema, in Italia si fa la dieta

L'inserimento della Dieta Mediterranea tra i patrimoni dell'umanità, da parte dell'Unesco, è stato salutato, nella Penisola, come una grande vittoria per l'agroalimentare italiano. In effetti è un passo importante per il nostro wine & food. Ma qualcuno ha fatto notare che nel "calderone" della Dieta Mediterranea rientrano Paesi, culture e prodotti più o meno diversi: se l'idea è quella di farne un brand, sarà un brand debole, perché non abbastanza identificativo. In Francia hanno le idee più chiare, almeno dal punto di vista commerciale. Già, perché i "cugini" sembrano essere sempre un passo avanti a noi: la Dieta Mediterranea è diventata sito Unesco nel dicembre 2010, ma in novembre il riconoscimento era stato dato alla Cucina Francese. Ora, non solo i francesi hanno "registrato il marchio" della loro gastronomia (e non di una generica che raccolga di tutto un po'), ma adesso pensano di chiedere all'Unesco l'inserimento dei loro vini nella categoria del "patrimonio culturale e gastronomico francese", cioè di accorparli ad un brand fortemente rappresentativo, esclusivo di un territorio nazionale. Insomma, di un sistema-Paese, concetto che, in Italia, non è propriamente di casa ...

Wine & Food

Se il mercato del lusso di Hong Kong si fa i conti in tasca ...

Il grande vino fa presto a diventare un vero e proprio status symbol, specie quando è una novità. Ad Hong Kong, porta d'accesso per il mercato cinese, ogni asta, che sia di Sotheby's o di Christie's, fa segnare nuovi record. Ma qualcosa sta cambiando: come riportato dal "Wall Street Journal", a giudicare dall'ultima asta di Christie's, il 10 aprile ad Hong Kong, sembra proprio che i super ricchi cinesi non siano più disposti a spendere cifre folli per qualsiasi cosa. La parola d'ordine è "selezione", tanto che un terzo dei lotti sono rimasti invenduti, nonostante un incasso di più di 8 milioni di dollari.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Grande distribuzione, ovvero canale imprescindibile per il vino italiano, ormai il 60% del mercato interno. Ma difficile da approcciare per i produttori, soprattutto quando si parla di prezzi. Parola a Francesco Avanzini, direttore commerciale Conad. "Il problema esiste, ma basse marginalità non fanno gioco né a noi né ai produttori" ...