



brindate a una RIVOLUZIONE

winefit

# La Prima di WineNews.it

vinality

Verona  
25 - 28 marzo 2012

The World Love

n. 600 - ore 17:00 - Mercoledì 4 Maggio 2011 - Tiratura: 28291 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Ponte sul Mosel: la culla del Riesling ha detto "jawohl"

Anche in Germania il tema delle grandi opere ha diviso l'opinione pubblica: da un lato chi pensa a salvaguardare il proprio territorio, dall'altra chi mette sopra ad ogni cosa il bene comune. In mezzo, la regione del fiume Mosel, straordinaria terra del Riesling tedesco, che da qui al 2016 vedrà il proprio territorio stravolto da un maestoso ponte, che poggerà i 10 pilastri su cui saranno adagiati i 1.700 metri della struttura, proprio tra quelli che il famoso "wine writer" Hugh Johnson definì "i più bei vigneti di Riesling del pianeta". Il bene comune ha avuto la meglio, alla faccia del territorio ...



SMS

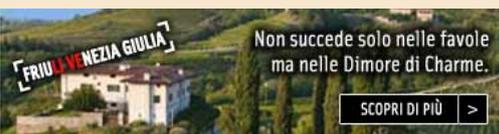
### "Think tank" primaverili

È primavera e si svegliano natura, bambine e pensatori. Perché - siano in pieno oceano atlantico o in una cantina a Montepulciano - sbocciano i "think tank" di esperti, imprenditori, donne e uomini di spettacolo sui temi del rilancio del Belpaese sui binari dell'eccellenza. In primis, quella agroalimentare. Così, mentre il "team Farinetti" ripensa il futuro italiano nella traversata Genova-New York, un altro gruppo di big (da Gianni Letta a Paolo Romani, da Diego Della Valle a Luca Cordero di Montezemolo) si chiude in conclave nella Cantina Icaro, nelle terre del Nobile. Entrambe le squadre impegnate ad elaborare 7 idee 7 per valorizzare il brand Italia e porre le basi di un sistema-Paese che, al momento, pare ancora la famigerata "sora Camilla": tutti la vogliono e nessuno la piglia.

## Cronaca

### Il basket italiano vince. A tavola

Doppia sfida per Siena: le "Final Four" di Eurolega di basket mettono la città toscana in competizione con il Panathinaikos Atene, sul campo, e con la Catalogna - che ospita la sfida, a Barcellona - a tavola. Sì, perché dal 5 all'8 maggio, nell'area Montepaschi, nel villaggio allestito di fronte al Palau Sant Jordi, la "Fondazione Qualivita" proporrà la degustazione di 3 Dop toscane, messe a disposizione dai rispettivi Consorzi di tutela: in primis la Cinta Senese ed il Prosciutto Toscano, oltre al Pecorino Toscano.



Non succede solo nelle favole ma nelle Dimore di Charme.

SCOPRI DI PIÙ >

## Primo Piano

### Nel Giappone del post terremoto il vino perderebbe 102 milioni di euro in esportazioni, e il Ministero degli Esteri cerca il rilancio

Traino di un intero continente per decenni, il Giappone negli anni è diventato un mercato fondamentale per le esportazioni del comparto agroalimentare italiano che, nel 2010, hanno raggiunto un valore di 536 milioni di euro, in aumento del 2% sul 2009. Ma oggi, dopo il devastante sisma-tsunami che ha colpito il Paese del Sol Levante dell'11 marzo, l'intero export italiano è a rischio. L'allarme è stato lanciato dalla Coldiretti, proprio il giorno prima dell'incontro tecnico che il Ministero degli Affari Esteri ha organizzato alla Farnesina con l'Ambasciata italiana a Tokyo, per discutere della migliore strategia per ampliare le esportazioni del vino italiano.

L'Italia del vino, nel mercato giapponese è cresciuta meno del previsto negli ultimi anni, ed oggi, con gli effetti del terremoto che si sommano alle difficoltà di una crisi economica globale che il mondo occidentale stenta a lasciarsi alle spalle, bisogna necessariamente pensare ad una nuova strategia. Con la riduzione del potere d'acquisto del fruitore giapponese, infatti, il concorrente principale non è più la Francia, ma il Cile, che offre prodotti meno costosi. Ma i problemi non finiscono qui: il Ministero degli Affari Esteri fa notare come manchi una strategia condivisa sul "brand Italia", e come il posizionamento del vino italiano sul mercato giapponese sia ben poco focalizzato. In altre parole, la solita incapacità di fare sistema di un mondo produttivo particolarmente frammentato. Ci sono poi problemi strutturali, più che strategici, primo fra tutti come incrementare le vendite di vino nella grande distribuzione: ad oggi la penetrazione nei super mercati nipponici è del 24%, mentre nel caso dei ristoranti e dei grossisti si arriva ad un più rassicurante 49%.

## Focus

### Anche Eataly "aperta a tutte le famiglie": e la pubblicità diventa campagna civile ...

È cominciato tutto con la provocatoria campagna pubblicitaria della svedese Ikea, e il pandemonio causato dal manifesto in cui campeggiava lo slogan "Siamo aperti a tutte le famiglie" sopra l'immagine di una coppia di uomini che si tiene per mano. Adesso, anche il mondo del food si scopre "gay-friendly": è Eataly che ribadisce il concetto, con l'immagine di due donne che si tengono per mano (nella foto) e uno slogan che recita "Anche noi di Eataly siamo aperti a tutte le famiglie. Siamo italiani oltre che Eataliani e non ci offendiamo. Anzi diciamo evviva all'amore vero fra due persone e alla possibilità per chiunque di crearsi una famiglia". Ma l'enogastronomia è protagonista anche in Friuli, dove 200 manifesti con la scritta "Civiltà prodotto tipico friulano", sopra alla foto di una coppia gay che si bacia di fronte ad una tavola imbandita con prodotti della tradizione enogastronomica locale, invaderanno Udine e Pordenone: un omaggio alla terra friulana, capace di vivere le differenze come una ricchezza. Il mondo cambia, e il mondo del food raccoglie la sfida!



vinality  
IN THE WORLD

www.vinalitytour.com

## Wine & Food

### È il vino l'alfiere italiano dell'enogastronomia nel mondo

Con una crescita del 12% ed un valore di 3,93 miliardi di euro nel 2010, il vino si scopre re dei prodotti di alta gamma del made in Italy nel mondo, trend confermato tra l'altro dalla performance dei primi mesi 2011. Allargando l'analisi a tutto il comparto agroalimentare, come ricorda Coldiretti, è l'ortofrutta il comparto che "vale" di più: 4,1 miliardi di euro di frutta e verdura fresca esportata nel 2010, con un aumento del 21% sul 2009. Bene anche formaggi e latticini, che crescono del 15% per un valore di 1,7 miliardi e l'olio del 14% a 1,1 miliardi, mentre è stabile il dato della pasta (1,8 miliardi).

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Negli anni abbiamo conquistato quote di mercato grazie ad un migliore rapporto qualità/prezzo, a scapito di guadagni marginali che premiano il vino francese". Così il

professor Stefano Cordero di Montezemolo, tra i massimi esperti di economia e mondo enoico, racconta i limiti, ancora da affrontare, di un settore in ripresa.

