

La News



Il Gambero Rosso lancia i Tre Bicchieri "verdi"

"Gli amici di Slow Food sono "buoni puliti e giusti", e noi che siamo "brutti sporchi e cattivi"? Così Daniele Cernilli, direttore del Gambero Rosso, con una battuta lancia l'idea di inserire nella più consultata guida d'Italia i Tre Bicchieri "Verdi", che verrebbero attribuiti alle aziende vitivinicole di particolare pregio, capaci anche di porre grande attenzione all'ambiente. Per la Guida ai Vini d'Italia 2010, la prima dopo il divorzio da Slow Food, sono previste anche le traduzioni in russo e giapponese, con la presentazione della guida nei due Paesi.

PLANETA

Vinitaly 2009 - Pad. 2 St. 165 I / 153 H
Degustazioni e attività speciali per i soci del club
Iscriviti, è gratuito! www.planeta.it/club



SMS

Evviva Moretti!

"Sono proprio i tempi difficili che mettono alla prova le nostre convinzioni e i nostri valori. Abbiamo territori di grande vocazione, uomini capaci e determinati, grandi stimoli da parte della ricerca. Forti di queste convinzioni, dobbiamo procedere sicuri e compatti, dobbiamo soprattutto avere l'audacia di "fare", credendo nel progresso e nella crescita del settore vitivinicolo italiano, unico al mondo per il suo inimitabile mix di stile, cultura e passione". Parole di Vittorio Moretti, mister Bellavista. Un pensare positivo anche nei momenti di crisi che sicuramente lo ha aiutato a chiudere il "suo" 2008 a +14%, a 26 milioni di fatturato.

Alessandro Regoli

Cronaca

Slow Food abbraccia Giunti

Slow Food si allea con Editrice Giunti per la distribuzione della prima guida senza Gambero Rosso e per realizzare collane congiunte in campo enogastronomico. L'annuncio oggi a Vinitaly dal presidente di Slow Food Italia Roberto Burdese: "Un'alleanza importante perché Giunti è il primo editore in Italia e in Europa nel settore dell'enogastronomia". Per rafforzare l'alleanza Giunti acquisirà una quota del 20% di Slow Food Editore, oggi al 100% dell'associazione della chiocciolina.



Primo Piano

Vino & Gdo: gli italiani bevono meno, ma scelgono i vini di qualità. E i consumatori chiedono il sommelier tra gli scaffali...

Nel 2008 gli italiani hanno acquistato meno vino sugli scaffali dei supermercati, ma le vendite di bottiglie a denominazione d'origine di fascia alta sono aumentate, a conferma di una scelta di qualità. La tendenza emerge dalla ricerca elaborata da Iri Infoscan per conto di Verona Fiere. Per la prima volta dal 2005, le vendite di vino confezionato fanno registrare un calo (-2,4% a volume rispetto al 2007). Ma a scendere è soprattutto il vino "da tavola" (-3,6%), mentre le bottiglie a denominazione d'origine sono in crescita zero (0,0%, un dato comunque negativo), mentre le bottiglie a denominazione d'origine di fascia alta (da 5 euro in su) aumentano in modo significativo le vendite (+19,2% a volume). E se la fascia alta aumenta le vendite, la fascia bassa dei vini a denominazione d'origine sotto i 3 euro scende del 3,2% (mentre negli anni scorsi aumentava). La crisi, dunque, si fa sentire anche nelle vendite di vino della Grande Distribuzione (il canale distributivo più importante del vino), ma i consumatori, pur bevendo meno, si orientano sui vini di qualità e chiedono maggiori informazioni sulle caratteristiche delle bottiglie, fino a richiedere il "sommelier tra gli scaffali", come registrato anche da WineNews. E la voglia degli italiani di sperimentare, anche nelle strategie di acquisto, viene indicata con chiarezza da un altro dato presentato da Iri Infoscan. Gran parte dei vini "emergenti", cioè quelli che nel 2008 hanno avuto un tasso di crescita maggiore, realizzano più dell'80% del loro fatturato al di fuori della propria regione d'origine: è il caso di Negroamaro (Puglia), Traminer (Trentino), Syrah di Sicilia (Sicilia), Falanghina (Campania), Vermentino (Sardegna), Primitivo (Puglia) e Fiano di Avellino (Campania). Su www.winenews.tv lo speciale audio dedicato al tema "Vino e Gdo".

Focus

Vecchioni (Confagricoltura): "Stop a polverizzazione e spreco, serve cabina di regia nazionale per la promozione del vino italiano. E puntare su nuovi mercati"

"Non ci possiamo più permettere la polverizzazione delle iniziative lo spreco che negli ultimi anni ha caratterizzato la promozione del vino italiano all'estero: è indispensabile creare una "cabina di regia" nazionale con il compito di coordinare e armonizzare le azioni e le risorse economiche": è la proposta di Federico Vecchioni, presidente di Confagricoltura, lanciata nel convegno oggi a Vinitaly, dal titolo "Il vino italiano verso il mercato globale - I nuovi strumenti della promozione". Secondo Vecchioni, è inoltre fondamentale diversificare i Paesi importatori: quasi il 70% dell'export di vino italiano è infatti concentrato in soli cinque Paesi, Germania, Regno Unito, Usa, Francia e Svizzera. "È prioritario avere una visione ed una strategia complessiva di sistema - afferma Vecchioni - che comprenda tutti gli strumenti disponibili, nazionali e comunitari".



IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR



Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

Wine & Food

Urso: "Buonitalia può essere l'agenzia per la promozione all'estero dei vini italiani, ma con meno inutile burocrazia"

"Buonitalia può essere l'agenzia per la promozione all'estero dei vini italiani, purché non affatichi il suo operato con un'inutile burocratizzazione". Così il Sottosegretario allo Sviluppo Economico Adolfo Urso, che ha aggiunto: "Buonitalia può gestire i circa 200 milioni destinati alla promozione del vino italiano all'estero, servendosi però di strutture già esistenti come l'Ice, e non deve costituire nuove succursali, per non aumentare ulteriormente la già frammentaria promozione dell'agroalimentare".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Per la prima volta in Italia un Consorzio crea una linea esclusiva di merchandising: nasce l'universo griffato Gallo Nero per un life style nel segno del Chianti Classico.

Marco Pallanti, presidente del Consorzio: "Un forte investimento per la divulgazione dei nostri prodotti per entrare in quei posti dove il vino non arriva".

