



brindate a una
RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di Wine News.it

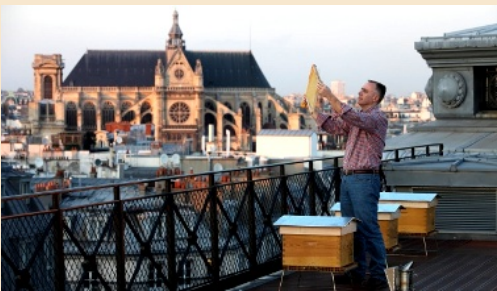
vinality
Member since 2009

Verona
25 - 28 marzo 2012

The World
with Love

n. 627 - ore 17:00 - Lunedì 13 Giugno 2011 - Tiratura: 28361 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



A Parigi le api sono di casa anche per Louis Vuitton

Anche la moda corre in aiuto delle api: in rue du Pont Neuf, nel cuore di Parigi, 60.000 api sono al lavoro sui tetti della boutique Louis Vuitton (foto), grazie all'idea del famoso apicoltore francese Nicolas Geant (che si occupa anche delle arnie del Grand Palais), convinto da anni dell'importanza di poter allevare api anche in città. Il risultato? "Belle jardiniere", 75 Kg di miele in 500 barattoli eco-chic (per ora riservati a collaboratori ed ospiti della maison), firmati da una delle griffe più famose al mondo per sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema della scomparsa delle api.



SCOPRI
LE NOSTRE
CANTINE

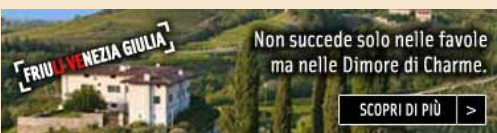
Grazie!

In pochi hanno saputo parlare degli animali, divulgare la conoscenza dell'importanza della loro esistenza e della loro tutela con tanti linguaggi e con tanta efficacia come Giorgio Celli, l'amico delle api e di tutto il regno animale, scomparso pochi giorni fa. Grande entomologo, ma anche scrittore, poeta, attore e sceneggiatore, sapeva parlare a tutti e con grande successo della sua passione, soprattutto con la sua fortunata trasmissione televisiva "Nel regno degli animali". Tra le tante cose, è stato anche parlamentare europeo per i Verdi dal 1999 al 2004. Ma soprattutto un uomo che si è speso completamente in difesa della natura, in modo passionale ma anche scientifico. Ecco perché ci piace ringraziarlo, e ricordarlo, noi che lo abbiamo anche conosciuto e apprezzato.

Cronaca

Majestic Wine raddoppia

Notizie che fanno ben sperare: in Inghilterra "Majestic Wine", la più grande catena di distribuzione di vino da tutto il mondo, punta a raddoppiare i suoi punti vendita. Da 165 a 330, rivedendo al rialzo il progetto di quota 250 negozi. Segno che il mercato britannico, spesso spia di trend mondiali, vede positivo. Tanto che, secondo la Reuters, Majestic ha ottenuto un profitto pre-tasse di 33 milioni di dollari al 28 marzo 2011, con vendite in crescita del 10,3% sul 2010.



Non succede solo nelle favole
ma nelle Dimore di Charme.

SCOPRI DI PIÙ >

Primo Piano

L'Italia produce più vino di tutti. E allora?

Bravi, voi avete prodotto più vino nel 2010, ma il valore delle nostre esportazioni è quasi il doppio. Ecco, in sintesi, la risposta francese alla notizia (l'ennesima) del sorpasso italiano nella quantità di vino prodotto, certificata, per Coldiretti, dai dati dalla Commissione Europea (49,6 milioni di ettolitri l'Italia, 46,2 la Francia), sul quotidiano "Le Figaro", che ricorda come il valore delle esportazioni transalpine sia stato di 6,33 miliardi di euro, sui 3,93 miliardi del Belpaese. Chi ha facoltà di esultare, dunque? Tutti e nessuno, probabilmente. Di per sé, infatti, il primato produttivo dice poco o nulla se, come accade, il prezzo medio al litro non cresce o cresce poco, se si espianzano vigneti per ridurre la produzione, se si chiede la distillazione di crisi straordinaria perché il vino, in parte, non si sa dove metterlo. D'altro canto è vero che l'Italia cresce in valore e in volume nell'export, e che sta conquistando mercato, spesso a discapito proprio della Francia. Quindi, visto che la capacità di bere di un consumatore non è infinita, se stappa qualche bottiglia made in Italy in più, anche se più a buon mercato, e rinuncia a qualche tappo francese, di certo male al Belpaese non fa. Ma è inutile annunciare trionfi, come hanno fatto tanti (non tutti) grandi media, dando l'impressione che, di colpo, siano risolti i problemi del vino italiano. Alcuni produttori hanno preferito non commentare quella che hanno definito una "non notizia", perché quello che conta, se ci si raffronta con un competitor, è vedere se si è "rubato" mercato, se la filiera funziona meglio e così via. Altri sono stati più morbidi, ma per nulla entusiasti. Come Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio del Chianti Classico, una delle denominazioni più grandi ed export-oriented d'Italia: "non condivido questa enfasi. Produrre è importante, ma lo è di più vendere e fare fatturati, e da questo punto di vista i francesi sono ancora avanti. Tuttavia questo dato ci dà il senso di essere una grande Paese produttivo, che punta su questo prodotto che incide molto, e in positivo, sul Pil agroalimentare, e va tutelato e sostenuto anche per quel che vale per il mondo del lavoro dove gli occupati sono davvero tanti". Senza giocare a chi produce qualche ettolitro in più.

Focus

Niente è immutabile. Nemmeno il Chianti

Le colline del Chianti, per l'Università di Firenze, con i loro vigneti, hanno tutti i requisiti di "paesaggio culturale" e potrebbero candidarsi a patrimonio Unesco. Ma il Consorzio del Vino Chianti (10.500 ettari di vigneto) risponde "no grazie". Perché? "In passato in Toscana dominava il fico - ha detto il presidente Giovanni Busi - e il paesaggio viticolo l'ha fatto l'uomo, una felice evoluzione, che dobbiamo rispettare e mantenere. Ma non possiamo bloccare tutto senza preoccuparci delle prospettive. Non fossilizziamoci e facciamo cose belle per il paesaggio, "Toscana" è già un bel marchio nel mondo". Un messaggio quasi dirimpente, da una delle terre d'Italia che sui fasti del passato ha costruito tanta della sua fortuna. Successo che però, come dimostra il Vino Chianti, non è facile mantenere: nonostante un +14% delle vendite nel 2010 e un trend positivo nel 2011, c'è ancora un 10% di giacenze da smaltire, e lo sfuso venduto ad 80-90 euro al litro non è remunerativo. "La situazione è pesante - dice Busi - e molte aziende non ce la fanno più. Alcuni hanno iniziato ad estirpare i vigneti senza reimpiantarli". Certo, la prospettiva non è tornare al fico, ma allargare i mercati del vino. Ma nulla è immutabile ...



vinality
IN THE WORLD

www.vinalitytour.com

Wine & Food

A "Mario" piace sentire le storie del vino, non le descrizioni ...

Raccontare cosa c'è dietro il bicchiere, non descrivere cosa c'è dentro. E ancora, in un territorio, trovare storie da raccontare e leader in grado di farlo. Per riconquistare "Mario", alias il consumatore medio, il non appassionato, che ha visto il vino uscire dalla quotidianità. Sono alcuni spunti della tavola rotonda del Consorzio Vini Colli Berici di Vicenza. E per farlo, servono di certo più investimenti in comunicazione. Ma anche figure nuove, che vadano oltre il sommelier. Come "l'animatore" del vino nei wine bar o nei negozi per raccontare queste storie nei luoghi di consumo. Sarà il futuro?

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino & benessere. Non solo piacere da bere, il vino è sempre più protagonista di un benessere a tutto tondo ed è ormai entrato nelle Spa e nei centri benessere. Il caso "Bella

Uve" a Torgiano, in Umbria. Un caso di successo che racconta di un trend che vede nel wellness legato al nettare di Bacco una freccia in più all'arco dell'entoturismo italiano.

