



brindate a una
RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di WineNews.it

vinality

Verona
25 - 28 marzo 2012

The World
Love

n. 639 - ore 17:00 - Mercoledì 29 Giugno 2011 - Tiratura: 28362 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Bordeaux, sempre più in alto!

Irresistibile Bordeaux, almeno per i mercati asiatici, il cui estremo interesse fa schizzare letteralmente i "futures" dell'annata 2010 destinati, pare, a superare il record assoluto del 2009. L'annata 2010, ha visto molti châteaux alzare il proprio prezzo del 10/20%, come confermano i prezzi rilasciati da marchi quali Château Margaux e Mouton-Rothschild, che hanno fissato a 600 euro il prezzo per l'acquisto "en primeur" di una loro bottiglia, sui 550 del 2009. Facendo prevedere fatturati decisamente in salute per i principali négociants. A far segnare il passo delle "prenotazioni", però, sarebbe lo storico mercato statunitense. Ma se (e quando) passerà la "sbornia" asiatica, che ne sarà delle quotazioni?



SCOPRI
LE NOSTRE
CANTINE

SMS

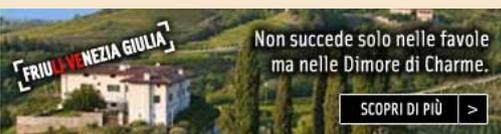
Finanziare l'informazione

Ben venga la comunicazione del wine & food, perché non c'è mercato e non c'è conoscenza senza comunicazione. Ma "mala tempora currunt", soprattutto causa una crisi economica di lunga agonia: tutti dicono che sta passando, ma è ancora lì. E allora, incalzato da "tremontiane forbici", anche il Ministro delle Politiche Agricole, Saverio Romano, mette i suoi paletti: stop ai finanziamenti pubblici a pioggia per la comunicazione, parametri rigidi di informazione e promozione, vaglio dei progetti in base alla loro adesione agli obiettivi strategici del Ministero. Insomma, le Tv - Rai in primis - sono avvisate: scelgano bene, altrimenti nisba. L'affondo ci piace, Ministro. Perché informazione è consapevolezza. E se un giorno non vedremo più, in Tv, show di cuochi spignattanti, ce ne faremo una ragione.

Cronaca

Fipe e lo "spettro" Iva

Nella bozza di Manovra Finanziaria presentata dal Ministro Tremonti non ce n'è traccia, tutti lo smentiscono, ma continua ad aleggiare come uno spettro: è l'aumento di un punto dell'Iva, che mette sull'altolà Fipe-Confindustria. "Ogni giorno pranzano in bar e ristoranti per necessità lavoratori e studenti, sostenendo spese per oltre 12,5 miliardi di euro l'anno a fronte di 1,8 miliardi di pasti. L'aumento porterebbe un costo aggiuntivo di 115 milioni di euro". Con possibili ricadute sui consumi. Come finirà?



Non succede solo nelle favole
ma nelle Dimore di Charme.

SCOPRI DI PIÙ >

Primo Piano

Il tappo, tra rispetto per l'ambiente e innovazione

A vederlo così, per un profano, può sembrare un aspetto accessorio nella nascita e nell'affinamento di un vino. E, invece, è fondamentale, da solo può sancire il successo o il fallimento di un prodotto: è il tappo, in sughero, in silicone o a vite, protagonista su più fronti, dal rispetto dell'ambiente alla ricerca continua che lo vorrebbe perfetto. Dal '600 ad oggi è ancora il sughero il sistema di chiusura più utilizzato, ma non c'è da temere per le foreste di sughero: l'attività a favore della tutela delle foreste da parte delle aziende produttrici di tappi è forte e ormai la sensibilità verso le tematiche ambientali ha portato a politiche di riduzione dell'impatto ambientale e di riciclo. È su questo solco che si è mossa la Amorim Cork Italia, che ha ideato e confezionato uno speciale box "Etico" per la raccolta di tappi in sughero con l'obiettivo di intercettare direttamente in azienda (per ora in quelle del Veneto e del Chianti Classico) tutti quei tappi di scarto che le cantine gettano e che invece possono essere facilmente riciclati, nel settore della bioedilizia o nella produzione di materiale assorbente destinato al recupero di liquidi inquinanti dispersi nell'ambiente: un favore doppio all'ambiente. Ma tappi vuol dire anche tecnologia e ricerca della chiusura migliore, che elimini ogni possibile difetto e permetta la migliore evoluzione del vino una volta che finisce nella bottiglia. La Nomacorc, azienda leader nel mondo delle chiusure alternative, ci ha messo 4 anni di studio, ricerca e analisi per rispondere a due domande chiave: come il trasferimento dell'ossigeno, attraverso la chiusura, influenza la chimica del vino e le caratteristiche sensoriali, in particolare aroma, sapore, struttura e colore? E come l'esposizione all'ossigeno influisce sull'evoluzione del vino, in particolare del rosso? La risposta, considerando un generale riconoscimento dei benefici derivanti ai vini rossi dall'esposizione continua e in piccole quantità di ossigeno, è in una selezione di chiusure con il più costante controllo del tasso di trasferimento di ossigeno (Otr), che permettono di modulare lo sviluppo dell'aroma del vino rosso durante l'affinamento in bottiglia: una manna dal cielo per enologi e produttori.

Focus

Non più solo marketing, ma fare mercato

Non più solo marketing, ma fare mercato, con l'imperativo di costruire relazioni più dirette e "affettive" con il consumatore: ecco la strada per conquistare i mercati secondo l'Agvi, l'associazione dei giovani imprenditori del vino. "Una via imprescindibile - spiega a WineNews.tv la presidente Carlotta Pasqua - soprattutto per i giovani che della relazione ad ogni costo stanno facendo il loro stile di vita, come testimonia il successo dei social network". Il modo di fare mercato è cambiato. Se prima si poteva puntare su prodotto, prezzo, punto vendita e promozione (le 4P del marketing), oggi "siamo passati alle "4A, awareness, la costruzione (e diffusione) del marchio con valori condivisi dal consumatore; accessione, l'accessibilità del prodotto, anche da un punto di vista della distribuzione; appeal della marca; affection, ossia la costruzione di una relazione affettiva con il consumatore, con l'accoglienza, con l'educazione al vino, ma anche (o soprattutto) con internet, che permette di fare grandi cose anche con budget limitati, ma di cui dobbiamo capire ancora il potenziale, vederlo come una piattaforma di individui che si aggregano e diventano nuovi target, gruppi di acquisto e di opinione".



vinality
IN THE WORLD

www.vinalitytour.com

Wine & Food

Se scopri che il biologico non è un toccasana ...

È molto "trendy" ed è innegabilmente naturale, ma questo non fa del cibo biologico quello "benefico a prescindere". Prova ne sia che i focolai del batterio Escherichia Coli erano proprio in un'azienda biologica in Germania. "Il cibo naturale non è sinonimo di buono, anche i batteri sono naturali e lo sono anche taluni veleni", ha detto il presidente dell'Istituto Mario Negri, Silvio Garattini. E bisogna capire che l'abuso (e non l'uso) di fitofarmaci è dannoso, e che il bio, quindi, non dà particolari vantaggi. Nonostante questo, il bio cresce in Italia del 13%, nel 2011, per Coldiretti.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Della cantina Toros è il miglior Friuliano, di Villa Russiz il miglior Pinot Grigio del Friuli Venezia Giulia: ecco i vincitori del premio Gran Noè - Friulano & friends 2011, promosso

dall'Ersa, l'Agenzia per lo sviluppo rurale della Regione. Un altro passo per il rilancio dei vini del Collio e per la valorizzazione dell'eccellenza enologica friulana ...



PRESENTA

Simply Italian
GREAT WINES