ROBILANTASSOCIATI
Strategia di Marca, Design di Prodotto

La Prima di
WineNews.it

SANSONINA

n. 65 - ore 17:00 - Mercoledì 8 Aprile 2009 - Tiratura: 23782 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News

"Oscar" del Cioccolato italiano, premi da leccarsi i baffi

Il "Domori Ocumare 61 al 75% Puertomar" e il "Teyuna 70%" sono i migliori cioccolati d'origine, "Amedei al latte 32%" e "Slitti lattenero 45%" i migliori cioccolati al latte, il "70%" e lo "Spezie e Agrumi" De Bondt rispettivamente il miglior fondente e il miglior speziato: questi i premi "Tavoletta d'oro 2009" assegnati a Bologna dai degustatori ufficiali della Compagnia del Cioccolato, associazione no-profit che da 12 anni si occupa di diffondere la cultura del cioccolato di qualità. A De Bondt anche la menzione speciale come migliore cioccolatiere italiano.

SMS

"Skill, the will and the till"

Anche noi l'avevamo detto su La Prima: in momenti di crisi, come questo, le aziende non devono tagliare in comunicazione & promozione (e le principali aziende del vino stanno rispettando questo orientamento, in linea di massima) … Ma opinioni simili, specialmente se di livello, fanno piacere. Su Meininger's Wine Business International (Marzo 2009), la Editor-in-Chief Felicity Carter, intervista esperti come Gary Lilion e Arvind Rangaswamy (Penn State's Smeal College of Business), che spiegano: "in recessione chi continua a promuovere sarà premiato, rafforzando la sua posizione contro presunti competitori del settore che tagliano i fondi di promozione". La regola? "Skill, the will and the till" (il know how per una buona campagna; la volontà di farla e i fondi per sponsorizzarla).

Cronaca

Bevande fuori casa: -15% nel primo trimestre

Nel primo trimestre 2009 -15% per le bevande fuori casa. Lo ha reso noto il Consorzio Distributori Alimentari (Cda). Giù indistintamente bar (-14,6%) ristoranti (-14,9%) e locali di svago (-13,9%). Crollo per ready to drink (-32,2%) e succhi di frutta (-20,1%), ma anche aperitivi monodose (-17%), energy drink (-16,5%), acqua, bibite e vino (-14%) e birra (-15,7%). Aperitivi e vermouth, superalcolici e vini speciali scendono del -6%.

Primo Piano

Alcol - Il Ministro Luca Zaia: "più incidenti per farmaci e fumo che per vino". E i Grandi Cru d'Italia applaudono. La Fipe rilancia: "il vino non è devianza, disastroso lo 0,5"

Il mondo del vino si ribella alla crociata, giusta nell'obiettivo ma indiscriminata nei modi, contro l'abuso di alcol, che non fa, secondo parte del mondo politico, dei produttori e dei ristoratori, il dovuto distinguo tra il vino e le altre sostanze, alcoliche e non. E a suonare la carica, a Vinitaly, è stato proprio il Ministro delle Politiche Agricole Luca Zaia: "solo il 2,9% degli incidenti stradali avviene in stato di ebbrezza - ha detto - no al vino come capro espiatorio per lavarsi la coscienza". Le cause principali degli incidenti, secondo il Ministro, sono infatti "tutti gli altri fattori: la stanchezza, i troppi decibel dello stereo, parlare al telefonino guidando, fumare, i farmaci, dagli ansiolitici agli anti-allergenici, tanto in uso in questo periodo". È pertanto "necessario", secondo il Ministro, "identificare tutti i fattori di rischio, come già avviene per i camionisti". Il limite di 0,5 grammi/litro di sangue, aggiunge, "significa due bicchieri di vino. Ma non si è ubriachi con due bicchieri consumati a pasto". I Grandi Cru d'Italia, associazione che riunisce i 130 migliori produttori italiani, hanno apprezzato l'intervento di Zaia: "il Ministro con queste parole ha aperto un tavolo che di fatto lo era già, il vino di qualità è per sua natura nemico dell'eccesso" ha commentato a WineNews il vice presidente dell'associazione, l'editore - vignaiolo Paolo Panerai. E sul tema rilancia anche la Fipe, per voce del presidente Lino Stoppani: "lo 0,5 è un tetto disastroso che penalizza il sistema ristorativo, dietro il vino non ci sono solo devianze, mentre l'alcolismo si combatte con iniziative formative e reprimendo solo gli aspetti devianti".

Focus

Pasqua 2009, all'insegna del wine & food

Consigli di WineNews agli enoappassionati per una Pasqua all'insegna dell'enogastronomia da Nord a Sud del Belpaese. Partendo dalla Toscana, a Montepulciano, perla di Medioevo e Rinascimento, e patria del Nobile, l'azienda agricola Poliziano rimarrà aperta anche il sabato per visite e degustazioni (www.carlettipoliziano.com). Sempre in Toscana, la Fattoria del Colle di Trequanda propone i "Safari dei panorami", tra le crete senesi e la Val d'Orcia, patrimonio dell'Umanità Unesco, passando per i territori del Chianti e del Brunello di Montalcino (www.cinellicolombini.it). Dalla Toscana al Piemonte, una meta da non perdere potrebbe essere la storica azienda ottocentesca Marchesi di Barolo, nelle Langhe, griffe del vino piemontese, che nel giorno di Pasqua sarà aperta sia con il ristorante che con la vineria (www.marchesidibarolo.com). Per chi invece si trovasse in Campania, magari nelle zone del Fiano e del Greco di Tufo, intorno ad Avellino, un'ottima sosta potrebbe essere il ristorante stellato Marennà, a Sorbo Serpico, nell'azienda Feudi di San Gregorio (www.feudi.it). E c'è anche chi pensa a grafiche ad hoc per gli auguri pasquali, come il Consorzio del Vino Chianti Classico.

Wine & Food

Campari, acquisizione da 433 milioni di euro in Usa: presa la Wild Turkey (Bourbon whiskey)

Nuovo colpo del gruppo Campari, che ha acquisito per 433 milioni di euro (575 milioni di dollari), dal gruppo Pernod Richard, l'americana Wild Turkey, specializzata nel "bourbon whiskey". La transazione, in contanti, si perfezionerà entro il 30 giugno, e sarà finanziata attraverso linee di credito sottoscritte da Bank of America, BNP Paribas, Calyon e Intesa Sanpaolo. Dopo l'operazione - si legge in una nota - il business internazionale del gruppo Campari inciderà per quasi due terzi sulle vendite totali.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Giovanni La Via, Assessore all'Agricoltura della Sicilia: "forti aspettative sulla Doc Sicilia, perché siamo convinti che il brand abbia un grande valore anche in termini economici. L'Ocm è orientata al mercato, dovremmo sostenere 23 denominazioni diverse, così invece valorizzeremo al massimo il brand Sicilia come veicolo per tutti".