



brindate a una
RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di WineNews.it



New date.
Same passion.

vinitaly

Verona
25 - 28 marzo 2012

n. 719 - ore 17:00 - Giovedì 20 Ottobre 2011 - Tiratura: 28822 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



I "mini-tester" del vino

Avete presente i "mini-tester" dei profumi da provare prima di acquistarli? In Usa c'è chi ha pensato di applicare il concetto al vino: è www.tastingroom.com, che non vende solo le classiche bottiglie da 0,75 litri, ma anche kit da 6 campioncini da 50 ml, da 25 a 35 dollari, di vini californiani, ma anche di Italia, Francia e altri Paesi, da ordinare via internet, assaggiare e poi, eventualmente, comprare anche nel formato "regular". Un'idea che ha colpito testimonial d'eccezione, come gli chef italo-americani Mario Batali (nella foto) e Michael Chiarello, o mister "Wine Library" Gary Vaynerchuk, che hanno proposto le loro selezioni. Sarà una formula di successo?



SCOPRI
LE NOSTRE
CANTINE

SMS

Blogger "a contratto"

C'erano una volta i blogger, i "battitori liberi", quelli senza interessi dichiarati se non lo scrivere liberamente il proprio pensiero. Anche nel wine & food, of course. Ma poi c'è anche il caso del "blogger a contratto", la cui mission è veicolare anche il messaggio di qualcun altro. Il caso concreto si chiama www.untocodizenzero.it, di Sandra Salerno, blog tra i più seguiti in Italia tra quelli di cucina, che sarà "protagonista digitale della campagna "14 giorni di piacere integrale" promossa da Nestlé Fitness ... a disposizione di tutte le donne che vogliono scoprire il gusto di una corretta e sana alimentazione", si legge in una nota. Evviva, siamo contenti. Vuol dire che il peso della comunicazione del wine & food via internet cresce sempre di più, se anche le multinazionali investono nel mondo dei "battitori liberi" ...

Cronaca

"A Noble Cause"

Quando il virtuosismo di un territorio premia: è il caso di Montepulciano, patria del Nobile, dove il Consorzio dei produttori di vino e il "pubblico" fanno sinergia per il territorio, come con il recupero della Fortezza a cura del Consorzio, luogo dell'"Anteprima del Vino Nobile", ma anche edificio pubblico dedicato ad eventi di più ampio respiro. A cui "Wine Spectator", rivista Usa più influente del vino ha dedicato un articolo, "A Noble Cause", e scelto come partner del suo tour (dal 24, ottobre a New York).



Primo Piano

Tra 20 anni la Cina sarà il primo mercato del vino. E per conquistarlo, dal 3 al 5 novembre, ecco l'Hong Kong International Wine & Spirits Fair

Non più solo nuovo "Eldorado" dei vini di lusso, ma vero e proprio mercato per il nettare di Bacco nel suo complesso: ecco la Cina, che per un rapporto sul 2011 dell'istituto inglese International Wine & Spirit Research, entro un anno, supererà addirittura lo stesso Regno Unito per volumi di consumo, per raggiungere, nel 2016, i 3 miliardi di bottiglie consumate e diventare, tra 20 anni, il primo mercato del vino in assoluto. Per l'Isr, l'unico ostacolo per le cantine straniere in Cina è "la scarsa conoscenza dei cinesi sui vini importati. La chiave del successo è la formazione". Sulla bontà delle previsioni, parlerà il futuro. Il presente, intanto, dice che una delle vie migliori per arrivare in Cina è Hong Kong (il 30% dei vini importati da Hong Kong, per esempio, viene ri-esportato in Cina) dove, dal 3 al 5 novembre, è di scena l'International Wine & Spirits Fair organizzata dall'Hong Kong Trade & Development Center, la vetrina più prestigiosa non solo per far conoscere i vini al mercato cinese, ma a tutti quelli della grande Asia. E dove l'Italia, grazie a Vinitaly (VeronaFiere), sarà "partner country". Una ghiotta occasione per il Belpaese per migliorare non solo le performance sul mercato di Hong Kong, che nel 2010 ha fruttato 20 milioni di dollari (+45% sul 2009), ma anche per conquistare più spazio negli altri mercati asiatici, Cina in primis, dove, tra i vini di importazione, domina la Francia. Anche perché se è vero che nella vecchia Europa tutti i produttori storici stanno riducendo i propri consumi, e che in mercati come gli Usa ci sono ancora margini di crescita, è proprio l'area Asia-Pacifico ad avere i trend di crescita maggiori, dalla Cina stessa, con un tasso di aumento dei consumi (dati Euromonitor International) dell'8,2% all'anno tra il 2009 e il 2014, all'India (+21,4%), dalle Filippine (+8,3%) al Vietnam (+5,3%).

Focus

Il vino italiano "vulcanico" in Usa

Il primato del vino italiano in Usa non è in discussione, il 30% di mercato del vino straniero che ha può essere anche migliorato, a patto di muoversi uniti, e di continuare a diffondere la bellezza del life style made in Italy nel suo complesso. Ecco il sentiment che emerge da Vinitaly Tour Usa, che ha fatto tappa a Washington e New York. "Lo sforzo di Vinitaly per la promozione all'estero è importante, e il vino italiano nel suo insieme deve crederci - dice a WineNews Ettore Nicoletto, ad Santa Margherita e presidente de "L'Italia del Vino" - anche perché ci attendono tante sfide. Come il riposizionamento verso l'alto del prezzo che dobbiamo riuscire a fare, anche perché l'aumento dei prezzi della materia prima, che in parte si trasferirà al consumo, non è dovuto al meteo di quest'anno, ma è strutturale. Va valorizzato il made in Italy nel suo complesso, di cui il vino è uno dei prodotti top". Anche raccontando storie che altri produttori non hanno. Come quella dei "vini dei vulcani" su cui ha puntato il Consorzio del Soave, con "Volcanic Italy - an exploration of the explosive white wines of Soave and Etna". E gli Usa apprezzano: nel 2010 +20% in valore e volume sul 2009 per le cantine del Soave.

