



La Prima di WineNews.it



n. 802 - ore 17:00 - Lunedì 20 Febbraio 2012 - Tiratura: 29303 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News

personalizza la tua etichetta
scegli tra vino e birra e poi crea la tua etichetta personalizzata in 3 semplici step.

step 1 scegli
step 2 crea
step 3 ordina

Un click e "bevi il tuo marchio"

L'idea è semplice, e ha già fatto successo in settori come quello dell'abbigliamento sportivo, per esempio. E ora arriva anche nel vino italiano: ecco "Drink Your Brand", primo servizio in Italia che, con pochi click, permette di "brandizzare" vini e birre con quello che si vuole. Su www.drinkyourbrand.com si possono selezionare diversi tipi di vino (ma anche di birra) da personalizzare con immagini, scritte e così via (con un team di grafici a disposizione), per un servizio pensato tanto per la ristorazione (bottiglie con il brand del ristorante) che per le aziende, ad esempio, per la regalistica, ma anche per i privati. Non una rivoluzione, ma un altro canale di consumo di vino. Avrà successo?



Dedicato a ...

C'è chi, nel mondo del vino, non sa fare altro che "maledire" tutti quelli che non la pensano come lui. Noi, senza polemiche, a chi vive e lavora così, dedichiamo le cifre che, ieri, Coldiretti ha analizzato, e che riportiamo sotto in sintesi. Cifre e tendenze sostanzialmente positive che avevamo ricordato (usando un moderato ottimismo e non parole idilliache sul momento attuale del vino), nei giorni passati, in una radio nazionale, e sulla quale, logicamente, c'è stato chi aveva ironizzato. Ora arrivano i fatti, che, numeri alla mano, ci danno ragione. Ecco la news Coldiretti: "è record storico con l'export sopra i 4 miliardi (+13% sul 2010). Emerge da un'analisi Coldiretti (ma su dati Istat) nel commercio estero dei primi 11 mesi 2011. La sorpresa arriva dai paesi asiatici: Cina (+80%) su tutti. Russia e Usa a +16% ...". Bene no?

Cronaca

Carnevale da 120 milioni

Sono 15 milioni i chili di frittelle, castagnole, frappe, chiacchiere e di altre specialità regionali preparate in casa, acquistate o consumate fuori nel periodo di Carnevale, per una spesa complessiva stimata in 120 milioni di euro. Lo stima la Coldiretti alla vigilia del Martedì Grasso. E se il prezzo medio dei tanti dolci carnevaleschi si aggira tra i 15 e i 20 euro, in leggero aumento sul 2010, per farli in casa, dice l'organizzazione agricola bastano meno di 5 euro al chilo ... anche se prepararli non è uno scherzo!



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

"Warning" e tasse sull'alcol e stop alla pubblicità: proposta di legge popolare di Assoutenti-Alcologi

"Nessuno vuol togliere un bicchiere di vino a nessuno, ma chi beve alcol deve sapere che rischi corre". Furio Truzzi, vicepresidente di Assoutenti Liguria, spiega a WineNews la "Proposta di legge di iniziativa popolare: informazione all'uso e tassazione delle bevande alcoliche", firmata con Gianni Testino, vicepresidente Associazione Italiana di Alcologia, che, in sostanza, vorrebbe far applicare tasse agli alcolici in base alla gradazione, mettere sulle bottiglie la dicitura "l'alcol nuoce gravemente alla salute e provoca il cancro", e tassare la pubblicità con un'imposta pari al 3% del fatturato prodotto fino al 2022, da quando dovrebbe essere totalmente vietata. L'assunto è che "l'Organizzazione Mondiale della Sanità ormai ha inserito l'alcol tra le sostanze cancerogene come benzene e amianto, e quindi il problema non è l'abuso, ma il consumo informato. Io stesso bevo vino, ma consapevole che bevo una sostanza dannosa e accetto il rischio". E a chi sottolinea i tanti studi sugli effetti benefici di alcol consumato in modiche quantità, cosa risponde? "I dati ufficiali sono quelli dell'Oms e dell'Istituto Superiore di Sanità, che dicono che il rischio c'è e che prevale l'aspetto nocivo". La raccolta firme è solo all'inizio (servono 50.000), ma le organizzazioni di categoria dicono no: "non funziona, sia a livello economico che sociale, come Federvini stiamo dimostrando che avrebbe solo risultati opposti a quello che si propone - spiega il presidente Lamberto Vallarino Gancia - e spaventerebbe solo i consumatori, discriminando su posizioni da dimostrare, perché ci sono ricerche che dicono il contrario". Lucio Mastroberardino, alla guida di Unione Italiana Vini, aggiunge: "repressione e tasse non possono sostituire l'educazione al bere moderato, o risolvere i problemi dell'abuso e di politiche educative, anche familiari, che vengo sempre meno. E poi il vino è uno degli elementi produttivi più importanti del Pil e della bilancia commerciale, tra i pochi che non hanno diminuito investimenti e posti di lavoro in tempi di crisi..."

Focus

I mercati del mondo visti dal ... mondo

Bassa gradazione alcolica del vino: ecco uno dei "must" da osservare per crescere nei mercati mondiali, siano essi quelli grandi e consolidati come Stati Uniti e Germania, quelli emergenti come la Cina, o quelli che fanno da "trend setter" come la Gran Bretagna. Lo dice una ricerca di Wine Intelligence per ProWein su 1.000 "regular drinker" dei 4 mercati. E se nel complesso emerge che il vino ideale dovrebbe avere meno del 12% di alcol, in Cina il 91% vorrebbe vini tra 8,5 e 10,5 gradi. Ma oltre al grado alcolico, un altro concetto che cresce nel mercato è quello dell'"etico", che include quelli di "bio", di "sostenibilità" e di "commercio equo e solidale": valori importanti per il 33% degli anglo-americani, per il 67% dei tedeschi e per l'86% dei cinesi. Per tutti poi, con percentuali che superano l'80%, il vitigno è il fattore più importante per scegliere il vino. Ma dalla Cina arriva anche un'altra tendenza, individuata dall'International Wine & Spirit Research per Vinexpo. Quello che, nel 2015, sarà il secondo mercato al mondo per valore dopo gli Stati Uniti, non sarà più terra fertile soltanto per i grandi rossi: il consumo di vino bianco, nel 2011, è cresciuto del 19%, ed entro il 2015 si prevede un boom del 70% ...



ITALIAN WINE EXPERIENCE
LA PRIMA FIERA DEL VINO ITALIANO IN CINA
PER INFO: EMANUELE VESCOVO 348.7703264

Wine & Food

Chianti Classico, il 2011 conferma la crescita: +4% sul 2010

Un vero e proprio "distretto agricolo" da 500 milioni di euro di fatturato, di cui il vino imbottigliato vale 360 milioni e che, grazie soprattutto all'export (che assorbe il 78% della produzione enolica), ha visto le vendite 2011 a +4% sul 2010, confermando il trend di crescita dopo il +24% del 2010 sul 2009. Ecco i numeri del Chianti Classico che, con la "Chianti Classico Collection" a Firenze, presenta le annate 2011, 2010 e la Riserva 2009. Gli Stati Uniti, con il 28% delle vendite, si confermano primo mercato del "Gallo Nero", seguiti da Italia, Germania, Canada e Regno Unito.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il fenomeno Sassicaia, uno dei vini icona dell'Italia nel mondo, non conosce crisi. Il segreto? Un grande prodotto, l'attenzione al cliente ed una capacità di crescere senza

dimenticare il mercato italiano. E con progetti per quelli emergenti, in primis Cina, India e Brasile, raccontati a WineNews da Nicolò Incisa della Rocchetta.



PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES