



La Prima di WineNews.it



n. 813 - ore 17:00 - Lunedì 5 Marzo 2012 - Tiratura: 29405 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Lady Gaga tra i filari?

Produrre vino per le star del jet set internazionale, ormai, sembra importante quanto vincere un Oscar o un Grammy Award. E, così, alla pletora di attori, cantanti e personaggi dello spettacolo che si sono dati alla vigna, sembra che si stia per aggiungere anche la diva delle dive, Lady Gaga (al secolo Stefani Germanotta, foto). Che, nonostante le origini italiane, però, pare abbia scelto la Napa Valley, in California, per produrre la sua linea di vini, almeno stando alle notizie che rimbalzano sulla stampa internazionale. Chissà se sarà vero? Di certo c'è la passione dell'artista per il vino, visto che, dicono fonti del suo entourage, quando non è in tournée le piace bere vini di lusso. Prosit!



Sommelier in FM

Metti insieme la passione per il vino, il fascino e l'immediatezza comunicativa della radio, una delle trasmissioni enogastronomiche on air più amate e la professionalità dell'Associazione Italiana Sommelier, ed il successo è assicurato. E così sta riscuotendo grandi consensi il primo corso da sommelier via radio, in onda ogni giovedì su Decanter di Radio2, con i conduttori "Fede & Tinto" a fare da "alunni modello". Una bella iniziativa, che continua forte del successo delle prime puntate (scaricabili su www.decanter.rai.it), alla scoperta della magia del vino e di come conoscerlo e apprezzarlo meglio. Anche perché il primo test di autovalutazione (uno per ogni area tematica, "l'arte del bere giusto", "le vigne e le cantine d'Italia" e "il corretto abbinamento del vino con il cibo") si avvicina ...

Cronaca

Più ristoranti che bar in Italia

Nel 2011 cresce il numero di ristoranti (176.898, +2,3% sul 2010) che consolidano il sorpasso sui bar (158.427, +3%), e le discoteche italiane si sollevano dalla crisi trasformandosi in ristorante: ecco alcune delle tendenze di scena a "Tirreno C.T." (a Carrara, da ieri all'8 marzo), salone dell'ospitalità fuori casa. Dove i consumi, in linea con l'economia, sono in calo: per i 15 milioni di italiani che ogni giorno pranzano e cenano fuori casa, spesa giù di 1 miliardo negli ultimi 5 anni. Con primi piatti e contorni preferiti ai secondi ...



Primo Piano

Vino 2.0: le cantine italiane sui social network

Facebook conta più di 850 milioni di utenti nel mondo, Twitter ha superato i 500 milioni, YouTube è il sito n. 3 del pianeta per visite giornaliere dopo Google e lo stesso Facebook, e LinkedIn ha già passato la soglia dei 100 milioni di profili registrati. Pochi numeri, per dare l'idea della portata del fenomeno dei social network. Le cui potenzialità, pare, sono sempre più nei pensieri del mondo del vino. Al punto che, ormai, l'80% della cantine italiane al top utilizza in qualche modo il web 2.0 per il proprio business. E quel 20% che ancora non lo fa, in ogni caso, prevede di farlo nel 2012. Lo dice un'indagine di "OperaWine" (www.operawine.it), tra alcune delle più prestigiose cantine selezionate per la grande degustazione firmata Wine Spectator - Veronafiere, che il 24 marzo sarà prestigioso preludio a Vinitaly (25-28 marzo, www.vinitaly.com). Nomi come Argiolas, Avignonesi, Bisol, Ferrari, Carpenè Malvolti, Carpineto, Castello Banfi, Col d'Orcia, Donnafugata, Feudi di San Gregorio, Les Crêtes, Livio Felluga, Lungarotti, Masi, Marchesi de' Frescobaldi, Mastrojanni, Mezzacorona, Tasca d'Almerita, Tedeschi, Tenuta Argentiera, Tenuta dell'Ornellaia, Tenute Sella & Mosca e Umani Ronchi. Il social network più gettonato, in linea con i trend globali, è Facebook, utilizzato dal 70% dei produttori per interagire con il pubblico di Internet di tutto il mondo, fatto soprattutto di giovani, ma non solo. Poi viene Twitter (55%) seguito a pari merito da YouTube e dai "blog", utilizzati dal 35% delle cantine. E poi c'è LinkedIn, social network in voga soprattutto tra i professionisti, che coinvolge un'azienda su 5. In ogni caso, emerge chiara la tendenza che, ad oggi, il social networking non è utilizzato tanto per fare business diretto, ovvero vendere bottiglie, quanto per comunicare eventi, stimolare discussioni, ma anche per rimanere in contatto non solo con il pubblico, ma anche con le più importanti testate on line e blog del settore, per organizzare degustazioni e per migliorare la riconoscibilità e la reputazione del proprio brand, cosa sempre più importante in un mercato inflazionato di etichette, attraverso quello che ormai è il primo mezzo di comunicazione-informazione del mondo, ovvero il web 2.0.

Focus

Alcol & giovani: a 12 anni il 77% lo ha già assaggiato (ma spesso in famiglia). Allarme?

Difficile decifrare il rapporto tra giovani e alcol. Se una volta era considerato "sano" che il primo sorso di vino, per esempio, venisse fatto assaggiare dai genitori ai figli, oggi si grida all'allarme. Secondo il rapporto che la Società italiana di Alcolologia consegnerà il 12 aprile all'Istituto Superiore di Sanità (e anticipato da "La Repubblica") il 77% dei bambini tra 12 e 13 anni ha già assaggiato almeno una volta bevande alcoliche, ed è grave, per il report, che nel 77,5% dei casi questo sia avvenuto in famiglia. Cosa che, una volta, sarebbe stata rassicurante, presupponendo che un genitore non abbia dato da bere al figlio per insegnarli ad ubriacarsi, ma magari un goccio di vino per brindare in qualche ricorrenza. In ogni modo, secondo la relazione il 10% dei ragazzini non può più fare a meno di bere tutti i giorni. E preoccupa il fatto che per il 64% degli intervistati "se si beve poco si può tranquillamente guidare il motorino". Sotto accusa anche la pubblicità di alcolici in tv: una ogni 13 minuti. Troppa, per la ricerca, considerando il tempo che i bambini ci passano davanti ...



Wine & Food

Il vino "al bicchiere" ora si compra anche on line

Vino al bicchiere, fenomeno di successo assoluto in tutto il mondo. Al punto che, secondo alcuni, il 50% delle vendite di vino nei ristoranti del globo, ormai, non è più in bottiglia, ma nel calice. Ma ora il vino "al bicchiere" si compra anche su web: l'idea è di Tastingroom.com, il sito Usa che pochi mesi fa aveva lanciato i suoi kit da degustazione da 6 campioncini da 50 ml. E che, visto il successo, replica con mini bottiglie da 10 ml, la quantità media di un bicchiere, puntando su nettari top che, in bordolese, si aggirano sui 100 dollari allo scaffale, come il 2007 Silver Oak Napa Valley Cabernet Sauvignon ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Il successo di un vino passa per il rapporto che lega terroir, clima, varietà ed aromi, ed il segreto è il giusto equilibrio di una lenta e completa maturazione delle uve, che

deve fare i conti con il cambiamento climatico". A WineNews, parla Denis Dubourdieu, enologo, vigneron e ordinario di Enologia all'Università di Bordeaux.

