



La Prima di WineNews.it

CONCORSO NAZIONALE ROSATI d'Italia



n. 820 - ore 17:00 - Mercoledì 14 Marzo 2012 - Tiratura: 29423 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Brunello a "5 cerchi"

Alle Olimpiadi il "portabandiera" è sempre un atleta o un personaggio di particolare rilievo del Paese che rappresenta. E, non a caso, ai Giochi di "Londra 2012", sarà il territorio di Montalcino, con il Brunello e il Rosso, a rappresentare il Bacco italiano nelle sedi ufficiali dell'attesissimo evento. Lo ha rivelato a Decanter.com il wine merchant Uk "Bibendum", che fornirà i vini nei momenti solenni dei giochi. E, secondo WineNews, le uniche etichette tricolore saranno proprio il Brunello di Montalcino 2007 e il Rosso di Montalcino 2010 di Castello Banfi (foto), una delle griffe più importanti del territorio e del made in Italy enoico. Per brindisi da medaglia d'oro.



SMS "En garde!"
Con il quadro economico sempre più complicato, ognuno affina le proprie armi. Anche nel vino. E, così, vicini a Vinitaly, si nota che "Vecchio" e "Nuovo" mondo stanno accentuando le differenze tra le proprie strategie. Il Vecchio, infatti, dove per tanti motivi produrre vino costa di più, punta sempre più deciso sull'originalità dei suoi vini, la storia e la bellezza dei suoi territori. Quel famoso valore aggiunto che non potrà mai essere alla portata del "Nuovo", cercando di farlo riconoscere in valore economico al consumatore. Il "Nuovo", causa riserve abbondanti e domanda interna satura, sta puntando sull'export di vino sfuso o comunque di prezzo-qualità inferiore, in una strategia di salvaguardia dei volumi più che della marginalità del prodotto. E la sfida globale si rinnova. "En garde!"

Cronaca

Italia Vs Francia da Pandolfini

Una bottiglia di Musigny Grand Cru Domaine Roumier 2005 per 4.000 euro e una cassa di Barolo Riserva Bruno Giacosa, dal 1989 al 2004, per 1.900 euro: ecco le regine di Francia e d'Italia dell'Asta by Pandolfini. E se le quotazioni dei francesi sono state superiori, le bottiglie del Belpaese possono vantare il 100% delle vendite. A conferma del sentiment di Piero Antinori, alla guida di una delle più importanti realtà vinicole italiane, secondo cui il mercato delle aste mondiali offre "grandi potenzialità ai nostri vini".



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

Vino & social network, le cantine italiane al top

Si fa presto a dire "vino & social network", ma poi, in concreto, quali sono le cantine davvero seguite dagli appassionati su internet? Difficile dirlo, perché cercando sul re dei social network, ovvero Facebook, che vedere ormai il traguardo del milione di iscritti, bisogna districarsi in una selva di pagine ufficiali delle cantine, fans page create da semplici appassionati (che talvolta si dedicano anche ad un solo prodotto piuttosto che alla cantina in generale), e profili di ogni genere. Noi ci abbiamo provato e, premesso che la possibilità di incappare in qualche errore è dietro l'angolo, abbiamo cercato di tracciare una sorta di "borsino" delle realtà vinicole italiane più seguite e attive su Facebook. E, al di là di grandi gruppi come Cavit, che nella sua pagina conta più di 80.000 "mi piace", o di marchi nell'orbita di multinazionali come Asti Cinzano del gruppo Campari, che supera i 221.000, o Gancia, a quota 118.000, la cantina che cura direttamente la propria comunicazione su Facebook più seguita d'Italia è la siciliana Planeta, con più di 32.000 "mi piace". Numeri distanti, certo, da colossi come "Yellow Tail" in Australia (dove, però, l'uso dei social network è molto più diffuso tra una popolazione in media più giovane dell'Italia), che conta 360.000 appassionati su Facebook, ma ben superiori a nomi come Robert Mondavi Winery, Domaine de la Romanée Conti, Chateau d'Yquem o Penfolds, per citarne alcuni. Ma tornando alle cantine italiane, tra le più gettonate anche la griffe trentina Ferrari, che conta 21.000 "mi piace", il marchio veneto Santa Margherita, che supera i 17.000, la cantina irpina Feudi di San Gregorio, a quota 12.000, e il gruppo Zonin, oltre 10.000. Nel gruppo dei più seguiti, con seguaci che vanno da qualche centinaio a 7-8.000 "mi piace", ci sono anche tanti nomi conosciuti come Cà del Bosco, Antinori, Frescobaldi, Argiolas, Banfi, Venica & Venica, Donnafugata, Cantine Settesoli, Lungarotti, Bisol, Mezzacorona, Col d'Orcia, Avignonesi, Cottanera, Fratelli Muratori, Giordano Vini, Carpenè Malvolti, Carpineto, Tosti e Cottanera. Certo, qualcuno ci sarà sfuggito. Ma il messaggio è chiaro: il vino italiano deve lavorare e credere anche nei social network, perché il futuro passa anche da lì.

Focus

Export a quota 4,4 miliardi di euro nel 2011

Un record che si rispetti, per essere tale, deve essere ufficiale. E, ora, quello dell'export del vino italiano, lo è. Lo ha certificato oggi l'Istat, sui dati finali di tutti i 12 mesi del 2011 che ha fruttato 4,4 miliardi di euro alle cantine italiane, da cui sono partiti 24 milioni di ettolitri. Un dato che è di ottimo auspicio in vista di Vinitaly, la più importante kermesse dedicata al vino italiano nel mondo, di scena a Veronafiere dal 25 al 28 marzo (www.vinitaly.com). E l'aspetto più importante è che il valore, a +12% sul 2010, è cresciuto più del volume, a +9%, segno che il vino italiano sta recuperando anche valore sui mercati mondiali, dove 1 bottiglia su 5 stappata è made in Italy. "C'è stata una crescita della professionalità dei nostri produttori, anche di quelli di piccole dimensioni, che hanno imparato a rapportarsi con i trader internazionali - dice Giovanni Mantovani, dg Veronafiere - e che, a fianco dei grandi, si fanno apprezzare nei ristoranti e nei wine bar di tutto il mondo. Ognuno trova il proprio canale o la sua nicchia di mercato in base a quelle che sono le proprie potenzialità, e questo dimostra una generalizzata propensione all'export". Tra i mercati, Usa al top in valore, Germania in quantità.

