



# La Prima di WineNews.it

CONCORSO NAZIONALE ROSATI d'Italia



n. 852 - ore 17:00 - Venerdì 27 Aprile 2012 - Tiratura: 29600 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



## Un "pollo" tra le vigne

Che ci fa un gallo antropomorfo tra i vigneti del Vino Nobile di Montepulciano? Semplice: testimonia l'amore di Peter Gaymann, celebre vignettista tedesco che da vent'anni ride e fa ridere i tedeschi con la sua rubrica "Problemi di coppia", pubblicata su "Brigitte", il periodico femminile più diffuso in Germania, che lo ha reso popolarissimo. E grande appassionato dell'Italia e dei suoi sapori, raccontati nella mostra "Souvenir d'Italie", di scena dal 28 aprile al 30 maggio alla Galleria "Opio5" di Montepulciano. I suoi "polli" scorrazzano in vespa per le campagne e i vigneti di Montepulciano, si perdono nelle cantine, si arrampicano sulle bottiglie di Nobile, per un brindisi davvero inusuale ...

## Primo Piano

## Antinori, il "power brand" dell'Italia del vino

Un marchio, un vino. E che si nomini l'uno o l'altro non fa differenza, perché agli occhi dei wine lovers brand e prodotto si identificano e sono sinonimo di serietà, costanza qualitativa e prestigio. E anche se il 60% degli appassionati non è influenzato dal brand nella scelta dell'etichetta, per il 55% la forza del marchio è, comunque, indice di affidabilità. Così un sondaggio WineNews-Vinitaly ([www.vinitaly.com](http://www.vinitaly.com)), a cui hanno risposto 1.097 "enonauti". Per il 44% dei quali il "power brand" dell'Italia del vino è Antinori, storica famiglia del vino italiano, che trasmette serietà, costanza qualitativa e prestigio, forte di sei secoli di storia, ma anche di una distribuzione capillare e una differenziazione di etichette su diverse fasce di prezzo. A seguire ci sono Gaja, per il 17,5% degli appassionati, uno dei nomi del vino italiano più famosi al mondo, sinonimo di autorevolezza ed eccellenza, e Tenuta San Guido, cantina che ha dato vita al fenomeno Supertuscan con il Sassicaia, per il 12% (che indica indifferentemente o il nome dell'azienda o quello del suo vino top, a conferma di come brand e prodotto si identifichino). Tra i top brand anche Ferrari, uno dei simboli delle bollicine made in Italy, Frescobaldi, una delle grandi famiglie del vino italiano, Castello Banfi, la cantina-simbolo del territorio di Montalcino che ha fatto conoscere il Brunello nel mondo, e Allegrini, storica famiglia dell'Amarone della Valpolicella. Nei 10 brand leader ci sono Zonin, uno dei più grandi gruppi del vino italiano, Martini, che da sempre vuol dire Asti Spumante, e Caprai, la cantina che ha lanciato il Sagrantino di Montefalco. Ma, a seguire, sono tante le cantine italiane citate dagli "enonauti", tra marchi storici, brand dall'importante presenza sui mercati e realtà produttive dell'alto artigianato enoico: dalle toscane Tenuta Greppo-Biondi Santi, Tenuta dell'Ornellaia e Ruffino al Gruppo Italiano Vini, dalla piemontese Fontanafredda alle franciacortine Bellavista, Berlucchi e Cà del Bosco, dalla trentina Mezzacorona (e le sue bollicine Rotari indicate, anche in questo caso, al posto del nome della cantina) alle venete Masi e Santa Margherita, dalla campana Mastroberardino alle siciliane Donnafugata, Planeta e Tasca d'Almerita.

## Focus

## Dalla Regina al lecca-lecca, Champagne

Una è la bottiglia che sarà dedicata al "Diamond Jubilee", i 60 anni di regno della Regina Elisabetta II, l'altro è l'idea chic-pop del brand del lusso Harvey Nichols, un lecca-lecca con veri riccioli d'oro. A metterli insieme è il re delle bollicine francesi, lo Champagne. La cuvée celebrativa, infatti, è prodotta da Moët & Chandon, maison che dal 1893 fornisce la real casa, e dopo l'approvazione della Regina, non sarà solo nei calici degli eventi regali, ma sarà messa in vendita sugli scaffali dei più importanti store del lusso, da Harrods a Fortnum & Mason. E, come anticipato da "The Drink Business", Moët & Chandon sarà servito anche ai 12.000 sudditi attesi al picnic prima del concerto celebrativo del 4 giugno. Il lecca-lecca, invece, che costa 5 sterline, racchiude i riccioli d'oro edibile a 24 carati in una caramella al sapore di Champagne. Ma, mentre nel Regno ci si diverte a declinare le bollicine francesi in modo più o meno "nobile", oltre Manica si guarda al concreto: c'è preoccupazione tra i filari di Champagne per la gelata di inizio aprile, con temperature scese fino a 5 gradi sotto lo zero, che avrebbero danneggiato molte viti, con il rischio di perdere il 10% del raccolto, di Chardonnay e Pinot Noir.



SMS

## Bacco fa visita a Nettuno

Il futuro del vino italiano? È in mezzo al mare, ma non alla deriva! A portare il dio Bacco a far visita allo zio Nettuno, nella sua dimora, ci pensa Assoenologi, che per il suo congresso nazionale n. 67 rinnova una tradizione dell'associazione, quella della crociera con Costa. 4 giorni tra Savona, Barcellona, Ibiza e Marsiglia (dal 3 al 7 giugno), dove si parlerà di "Clima, tecnologia e mercati che cambiano: comprenderne le dinamiche per essere sempre più competitivi" (questo il titolo del congresso). Tre le sessioni di lavoro, "I cambiamenti climatici: ripercussioni e rimedi in vigneto e in cantina", "Le aspettative e le difficoltà di chi produce e di chi vende", "Come razionalizzare i costi in vigneto e in cantina". Ovviamente, nessun "inchino" previsto, se non quello metaforico e doveroso a sua maestà il vino.



## Cronaca

## Agriturismo mon amour

Toscana, Puglia e Trentino: ecco le mete top di primavera per i vacanzieri italiani e stranieri che, per il 1 maggio e non solo, sceglieranno l'agriturismo. A dirlo l'analisi del Touring Club Italiano e Agriturismo.it, che sottolineano come dopo un brutto avvio di 2012, con crolli anche del 20%, la domanda di agri-vacanze sia tornata, soprattutto grazie al web, ai livelli del 2011. Anche perché l'agriturismo, evidentemente, piace: dal 2000 al 2010, il numero di presenze è passato da 1,9 milioni a 4,7 milioni.



## Wine & Food

## Ecco l'Asta del Barolo. Da New York al Piemonte

È iniziata ieri, da Zachys a New York, e si chiuderà il 28 e 29 a aprile a Castello di Barolo: ecco l'Asta del Barolo (è la n. 13), evento internazionale che chiama a raccolta esperti ed enoappassionati, la prima firmata dall'Accademia del Barolo ([www.accademiadelbarolo.com](http://www.accademiadelbarolo.com)), che riunisce 14 tra le più prestigiose aziende delle Langhe, come Azelia, Michele Chiarlo, Conterno-Fantino, Damilano, Poderi Luigi Einaudi, Gianni Gagliardo, Franco Martinetti, Monfalletto Cordero di Montezemolo, Pio Cesare, Prunotto, Luciano Sandrone, Paolo Scavino, Vietti e Roberto Voerzio. Imperdibile per i collezionisti.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Quanto è importante la scelta dell'etichetta giusta nella comunicazione di un vino e quindi nella conquista di nuove fasce di mercato? Lo abbiamo chiesto a

Roberta Capitello, professoressa di economia aziendale all'Università degli Studi di Verona, ed autrice della ricerca "Elementi e profili di package design per i vini della Valpolicella".

