

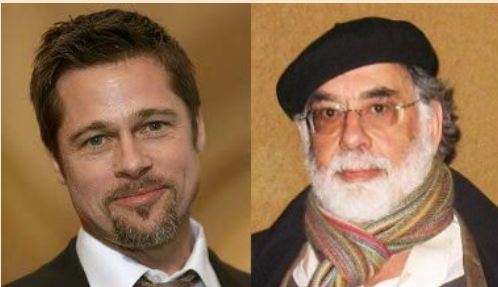


La Prima di WineNews.it



n. 857 - ore 17:00 - Lunedì 7 Maggio 2012 - Tiratura: 29606 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Dal vino a Hollywood and back

Vino & cinema: ad Hollywood il regista David Koepp (autore di cult come Jurassic Park e Mission Impossible) sta girando il film tratto da "The Billionaire's Vinegar" di Benjamin Wallace, libro che "sconfessa" una delle "truffe top" del vino, che ha visto Christie's battere una bottiglia nel 1985 per 105.000 sterline, perché ritenuta, a torto, di proprietà dell'ex presidente Usa Thomas Jefferson. Il protagonista? Sarà Brad Pitt (proprietario di una villa con vigneti nel Veronese). Il grande regista Francis Ford Coppola, invece, ha lanciato, per la prima volta dopo il crack del 1964, un vino con l'etichetta californiana Inglenook, cantina fondata nel 1880 e ribattezzata, fino all'anno scorso, "Rubicon Estate".

Primo Piano

Se il 15% del Pil arriva dall'agroalimentare italiano

Vale il 15% del Pil e ogni anno arriva a muovere 245 miliardi di euro tra consumi, export, distribuzione e indotto: è l'agroalimentare italiano, fotografato dalla Cia-Confederazione Italiana Agricoltori, con una sempre maggiore propensione all'export, con la quota del made in Italy destinata all'estero che ha raggiunto, per la prima volta, una percentuale record del 20% per effetto congiunto della crescita delle esportazioni del 7% e della stagnazione dei consumi interni, ricorda la Coldiretti, e che non sarà penalizzato da nessuna "imposizione della Food Tax, non c'è alcuna decisione in tal senso, non credo sia una iniziativa utile", ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Mario Catania, anzi, sarebbe una sorta di "tassa Tafazzi", ha rilanciato il Presidente della Commissione Agricoltura al Parlamento Europeo, Paolo De Castro. Tutto questo al via di "Cibus", il salone internazionale dell'agroalimentare di scena a Parma da oggi al 10 maggio, by Federalimentare e Fiera di Parma (www.cibus.it). Un settore fondamentale tanto per l'impresa privata che per il settore cooperativo, che incide per il 24% sul fatturato dell'industria di trasformazione alimentare del Paese, con il 26% delle realtà presenti sui mercati esteri, con punte del 58% nel settore vitivinicolo e del 39% nell'ortofrutta. E se nel vino, ricorda ancora Coldiretti, la quota delle esportazioni ha addirittura superato in valore (4,4 miliardi di euro) quella del mercato interno, a crescere di più all'estero sono stati i settori più tradizionali del made in Italy come i formaggi, a partire da Grana e Parmigiano Reggiano che sono i più esportati con una crescita del 21%, ma anche il vino (+12%), l'olio di oliva (+9%), la pasta (+8%), i prodotti da forno (+7%) e di salumeria (+7%). E, pur con qualche difficoltà sul mercato interno, e con un leggero calo nel numero delle imprese, degli addetti e della produzione nel 2011, il fatturato è previsto in crescita, nel 2012, del 2,3% secondo le stime di Federalimentare. Un comparto, l'agroalimentare, "fondamentale per il rilancio del Paese - ha detto il Ministro Catania - di cui per molto tempo ci siamo dimenticati. Ma ora vogliamo accompagnarlo al meglio per il bene di tutto il sistema Italia" ...

Focus

Torna a sventolare la "bandiera del rosé"

Il vino rosato? Una "bandiera enoica" dell'Italia, troppo in fretta ammainata ma ricca di storia e capacità tecniche in cui il Belpaese è tra i leader mondiali. Con l'Italia produttore n. 2 al mondo dietro la Francia, con una qualità altissima, tanto che molti dei 360 vini in gara nel primo Concorso nazionale dei vini Rosati d'Italia (by Regione Puglia e Politiche Agricole) hanno superato gli 85/100 di valutazione della commissione tecnica. Un vino sempre più amato ma ancora non conosciuto come meriterebbe. E per questo presto nascerà una fondazione ad hoc, con tutte le Regioni e il Ministero, per valorizzare un vino "trasversale, prodotto in tutta Italia, che conquista giovani e mercati stranieri che chiedono vini dall'approccio più semplice", ha detto l'Assessore all'Agricoltura Stefano. Gli ori? Cerasuolo d'Abruzzo Doc 2011 Caldora Vini e Terre di Chieti Igt Rosato "Malloro" 2011 Vinicola Orsogna dall'Abruzzo, Oltrepo Pavese Doc Pinot Nero 2001 di Terre d'Oltrepo e Igp Pinot Nero Rosato Frizzante di Testori Quinto e Pietro dalla Lombardia, Bardolino Doc Chiaretto Spumante Brut di Vigneti Villabea e Moscato Malvasia Dolce "Lounge" 2011 Astoria dal Veneto.



SMS

Esperti vs Consumatori?

Gli esperti degustano, analizzano e consigliano, gli appassionati leggono e seguono. Questa, in teoria, sarebbe la "filiera". Peccato che (la questione è annosa, ndr), pare che i primi, gli esperti, parlino un linguaggio che i consumatori non capiscono. Ora lo dice anche uno studio pubblicato sull'"American Journal of Enology & Viticulture". Il fatto, si legge, è che gli esperti hanno un palato troppo più sensibile del semplice appassionato, che non è in grado di recepire tutte le note e le sfumature che l'esperto riesce a cogliere e descrivere. Conclusione: il consiglio dell'esperto è più utile ad un altro esperto che al consumatore. La domanda è: sono gli esperti a doversi sforzare per farsi capire meglio, o i consumatori a dover diventare più eruditi in materia? Intanto nei Paesi di produzione storici il consumo diminuisce ...

Cronaca

L'Italia del vino by Ismea

330 Doc, 118 Igt e 73 Docg, poco meno di 30 milioni di ettolitri, due terzi della produzione vinicola nazionale. Ecco il vino italiano nel 2011 per Ismea, con 521 vini a denominazione, con il Piemonte leader con 58, davanti a Toscana (56) e Veneto (50). E sul mercato Doc-Docg hanno mantenuto il valore delle vendite del 2010, e messo a segno un progresso del 4% in volume (quasi 5 milioni gli ettolitri esportati) e dell'8% in valore all'export. Dove gli Igt hanno segnato +9% in volume e +13% in valore sul 2010.



Wine & Food

Addio curriculum, ora c'è la web reputation. Anche per il vino

Oltreoceano studi e ricerche lo dicono già: oggi più del curriculum, conta la "web reputation". In Italia c'è ancora da fare per comprendere le potenzialità della rete, ma in un settore "sociale" per natura come il vino, qualcosa si muove. Anzi, molto. Perché su internet e social network le cantine scoprono una nuova creatività, su cui investire conviene (fino al 50% del budget per la comunicazione) per accrescere la propria reputazione, prima che per vendere. Ecco il "Vino ai tempi di Facebook", tema al centro, con esperti del settore, del "Porto Cervo Wine Festival" (www.portocervowinefestival.com).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La stagione estiva è alle porte e, come sempre, bianchi e bollicine la faranno da padrone. Ma su cosa puntano le aziende per "sfondare" nei templi del turismo estivo? Lo

abbiamo chiesto a Michele Jermann (Jermann), Elia Onnis (Argiolas), Giorgio Polegato (Astoria), Antonio Posadinu (Sella & Mosca) e Nadia Zenato (Zenato).

