



La Prima di WineNews.it



n. 859 - ore 17:00 - Mercoledì 9 Maggio 2012 - Tiratura: 29614 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Usa: uno spray per ubriacarsi

Se nel mondo del wine & food pensavate di averle viste tutte, e di aver perso la capacità di sorprendervi, forse è perché non avete ancora visto l'ultima trovata di David Edwards, professore di Harvard e creatore dell'"aerosol cuisine", il "Wahh Quantum Sensations", uno spray orale che rilascia ad ogni applicazione una piccola dose di alcol, pari a 0.075 ml, direttamente in bocca. L'effetto è un'ubriacatura praticamente istantanea, ma che dura solo pochi attimi, dopodiché, potete proseguire normalmente la vostra giornata. L'utilità, in un momento in cui persino il vino finisce spesso sotto accusa, da parte di chi lo vede come una qualsiasi bevanda alcolica, è un vero mistero ...

Primo Piano

L'Italia del vino può crescere, "trainata" dai leader

I risultati del vino italiano all'export nell'ultimo decennio, culminati con il record del 2011 a 4,4 miliardi di euro, sono sotto gli occhi di tutti. Ma si può fare ancora di più, anche in quei mercati dove si è già ben presenti e cresciuti tanto nel recente passato. Come il Canada, "mercato non saturo, dove il consumo di vino è cresciuto dal 2006 ad oggi del 30%, e che, per l'Italia, ha visto una crescita del 112% in valore in 10 anni", ha detto Piero Antinori, presidente dell'Istituto Grandi Marchi, che riunisce 19 tra le più prestigiose cantine d'Italia, oggi a Roma nel convegno "Strategie di leadership per il vino italiano", promosso da lem (International Exhibition Management). "Se fino a 20 anni fa il vino italiano aveva posizioni trascurabili nel mondo, oggi i numeri ci dicono che abbiamo conquistato posizioni di leadership o co-leadership con altri Paesi - aggiunge Antinori - in primis la Francia. Sui mercati emergenti, però la strada è ancora da battere, l'Italia è ancora lontana. Come Grandi Marchi abbiamo fatto in 8 anni 200 iniziative (15.000 contatti con operatori e centinaia di migliaia con consumatori) in giro per il mondo puntando sulla cultura e l'informazione, innanzitutto". A far da apripista e traino per tutto il sistema produttivo, non possono che essere le cantine leader del Belpaese, ovvero quelle realtà "grandi ma non grandissime, che sviluppano i volumi migliorando anche qualità e affidabilità del vino, in prevalenza a gestione imprenditoriale ma aperte anche a management esterni, profondamente legate all'Italia, con una produzione che copre tutta la gamma, dai "popular" agli "icon" wine, che hanno nel loro portafoglio prodotti i "grandi classici", generano una buona redditività, hanno vocazione internazionale e puntano a rafforzare il brand", secondo l'identikit tracciato da professor Andrea Rea dell'Osservatorio Vino della Sda Bocconi. E che possono contribuire ad innalzare la quota degli "icon" wine italiani, quelli da 30-35 euro in su, che, ad oggi, sono poco più del 10% delle etichette sul mercato, e pesano per il 2-3% sui volumi, e per il 3-4% dei fatturati, che per il 70% sono generati da bottiglie che costano al massimo 10-12 euro allo scaffale.

Focus

I sapori del made in Italy "on the road"

Made in Italy on the road con il "Foodbus", il bus lungo 12 metri in viaggio da New York a Washington, by "Delverde", storico pastificio abruzzese, in collaborazione con altre aziende italiane leader del food & beverage come Zonin, Auricchio, Caffè Vergnano, Ferrarelle, Fratelli Beretta, Lucini, Montosco, per promuovere il gusto italiano Oltreoceano. Un'idea che mette insieme tanti top brand dell'Italia del gusto in un mercato importante come quello Usa, dove il vino italiano è leader in valore, ma dove anche i salumi, per esempio, nel 2011 hanno superato per la prima volta il miliardo di euro in valore, e dove viene venduto il 30% dell'olio italiano che finisce all'export. Il bus farà tappa nelle principali città del Nord-Est degli Stati Uniti e terminerà il suo viaggio nella capitale Washington, in tempo per il "Fancy Food", quella che è definita la più grande fiera del "food" degli Stati Uniti, di scena dal 17 al 19 giugno. Nel bus saranno serviti oltre 15.000 piatti assaggio e distribuiti buoni sconto per un valore di 50.000 dollari, per invogliare sempre di più gli americani a mangiare e bere le eccellenze delle cucine italiane, la prima cucina "etnica" negli States ... Info: www.specialtyfood.com



SMS

Quanto lavoro da fare!

Il made in Italy agroalimentare italiano è amatissimo nel mondo, e ottiene grandi risultati all'export, nonostante una carenza strutturale: l'assenza di catene italiane di gdo all'estero. Fondamentale, dunque, la collaborazione con le realtà straniere che esistono e vendono il made in Italy nel mondo. A tracciare lo stato dell'arte è l'analisi by gruppo Food & Fiere di Parma a Cibus. E così, se in Europa le industrie italiane dovrebbero investire su prodotti a marchio commerciale delle catene, in Usa il problema sono le imitazioni, da combattere con assaggi nei punti vendita e personale che dia informazioni tra gli scaffali. Cosa ancor più fondamentale in Asia, dove a parte pasta e olio, e un po' salumi e formaggi, il prodotto italiano se non è spiegato non viene comprato ... Quanto lavoro da fare!

Cronaca

Agriturismi al nero

Tra falsi agriturismi, lavoratori in nero e cibo scaduto, il 28% degli agriturismi italiani non è in regola: ecco il risultato dei 6.000 controlli che le Fiamme Gialle hanno effettuato nel ponte del 1 maggio su bed & breakfast, resort, agriturismi e centri benessere di tutta Italia. Tra i casi più eclatanti, gli agriturismi "spacciati" per bed & breakfast scoperti dai finanzieri di Perugia e Parma, e le troppe astuzie per ingannare il fisco, dalla "drink card" al posto dello scontrino fino al pos inutilizzabile per non lasciare tracce.



Wine & Food

Tra questi nomi il primo "Master of Wine" made in Italy?

Alessandro Torcoli, direttore di Civiltà del Bere, Roberto Anesi, sommelier e patron dell'El di Canazei (Trento), Maria Gerari, export assistant delle Cantine Teanum di Foggia, Eric Morlot, importatore di Mondivino, Anastasia Roncoletta, area manager di Istituto Enologico Italiano di Verona: chissà se si nasconde tra loro il primo Master of Wine italiano. Ecco i 5 nomi (su 35 "candidati") che sono stati ammessi al più selettivo programma di studi del celebre istituto britannico, dopo la prima master class andata in scena in marzo, nella tenuta Tignanello, nel cuore del Chianti Classico. E in autunno si replica.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino e web: come cambia la comunicazione delle aziende vinicole ai tempi dei social network, da Facebook a Twitter? Lo abbiamo chiesto a Slawka Scarso, esperta di

comunicazione enogastronomica e docente di marketing del vino alla Luiss Business School di Roma, tra nuove possibilità e orizzonti tutti da scoprire.

