



# La Prima di WineNews.it



n. 860 - ore 17:00 - Giovedì 10 Maggio 2012 - Tiratura: 29616 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Dieta & politica

Barack Obama con il "junk food" fra i denti. Lo "sgrida" un'associazione di medici di Washington (e, c'è da scommetterci, la First Lady Michelle, in prima linea per il cibo sano e la lotta all'obesità). Il monito: "basta con hot dog e patatine, almeno in pubblico, dà il cattivo esempio". E se in Europa il dibattito è aperto e si cercano le più disparate soluzioni per risolvere il problema del "junk food", anche Oltreoceano, la First Lady (ma, prima di lei, Alice Waters di Slow Food e non solo), martellano gli americani contro l'obesità. Che intanto, Obama o non Obama, consumano ben 7 miliardi di hot dog nel periodo che va dal Memorial Day al Labor Day, cioè da maggio a settembre.

## Primo Piano

### Il consumatore di vino italiano? Eccolo!

Gaja, Antinori e Arnaldo Caprai le cantine più stimate dagli Italiani, che tra le Regioni vinicole mettono al top il Piemonte (20%), la Toscana (16%) e il Veneto (10%), e giudicano come miglior vino italiano il Brunello di Montalcino, seguito da Barolo, Chianti, Nobile di Montepulciano, Verdicchio e Amarone. A dirlo una ricerca del professor Gabriele Micozzi, docente di Marketing all'Università politecnica delle Marche, condotta su 1.466 persone di tutta Italia "over 18", segnalata a WineNews. Un consumatore che, pur senza essere ad ogni costo appassionato, si informa (il 73% legge articoli e news sul vino), ed è disposto a spendere per bere bene: se il 39,6% è disposto a pagare fino a 10 euro per una bottiglia, c'è anche un buon 45% disposto a spendere da 11 a 35 euro (l'8% da 36 a 50 euro, e solo il 5% oltre i 50). E che il vino sia un piccolo lusso che ci si può permettere anche in tempi di crisi lo confermano anche le indicazioni di quel 47,7% che sta riducendone i consumi: solo il 9% lo fa per motivi economici. Per il 40%, infatti, è un calo dovuto ad abitudini, mode e gusti che cambiano, per il 26% alla paura di perdere la patente, e per il 25% a causa di diete e stili alimentari. Ma quanto e quando bevono, gli italiani? Il 22% ogni giorno, il 40% 2-3 volte alla settimana, e il 21% solo una volta ogni sette giorni. Vino che si beve soprattutto a cena, nel 48% dei casi, anche se c'è un 36% di italiani che si concede un bicchiere sia a pranzo che alla sera, e un 16% che ne fa il protagonista dell'aperitivo. Tra i luoghi d'acquisto del vino, che l'italiano su 4 effettua una volta alla settimana, il 48% compra al supermercato, il 24% in cantina, e solo il 5% in enoteca. E se 8 persone su 10 amano cambiare vino, i criteri di scelta top sono il rapporto qualità/prezzo, il territorio d'origine, le caratteristiche gustative e le storie legate ad un vino. Seguono, a distanza, vitigno, brand, packaging, tipologia, premi e gradazione alcolica, alla quale, però, è attento il 51% dei bevitori. Che, ai produttori chiedono di diffondere meglio e di più la conoscenza del territorio ed un dialogo più diretto con i consumatori, più eventi dedicati al pubblico, vini più "naturali", ma anche prezzi più bassi e più offerta in piccoli formati come le mezze bottiglie...

## Focus

### Wine in New York, istruzioni per l'uso

Come gli Usa sono il mercato straniero più importante per il vino italiano, così New York è la piazza più importante in America, almeno per l'immagine. Ed è fondamentale per i produttori, sapere come si costruisce la propria brand reputation nella Grande Mela. Tema al centro del seminario di "Vinality Tour", nei giorni scorsi a New York, con esperti, come il wine merchant Paolo Domeneghetti di Domaine Select, Filippo di Belardino di Banfi Vintners, e Lisa Carley di "New York Wine Examiner". Fondamentale, dicono, un marketing-mix in base al vino da promuovere, che deve avere una storia ad hoc e un target preciso. Altrettanto la formazione, non solo del pubblico, ma anche degli operatori. Come la presenza "fisica" del produttore sul mercato: eventi o cene con il produttore, dove al suo posto c'è un altro rappresentante della cantina, non funzionano. Importante, poi, riuscire a coniugare momenti di vendita delle bottiglie agli eventi, che devono essere esperienze indimenticabili per il pubblico. E poi, consigliano gli esperti, non invitare giornalisti "a caso" puntando solo sul numero, ma cercare contatti in base ai loro interessi e quello di cui scrivono. Come dire, "è la stampa, bellezza"...



SMS

### Non ho l'età ...

Cresce l'e-commerce di wine & spirits, soprattutto in Usa, dove il commercio elettronico è ormai diffusissimo. Ma come in tutti i fenomeni che diventano di massa, vengono fuori i problemi. E uno dei più grossi, negli States, è legato all'età minima da cui si può iniziare a comprare alcolici, ovvero 21 anni. Per una ricerca della University of North Carolina, pubblicato su "Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine", i controlli non funzionano, tanto che il 45% degli ordini effettuati da minori, è andato a buon fine anche quando avevano presentata il documento originale, e solo il 28% è stato respinto dopo la verifica dell'età. Internet, in fondo, è solo un mezzo con delle potenzialità enormi. Ma insieme alle potenzialità positive, come sempre, ci sono anche problemi da affrontare e risolvere.

## Cronaca

### Re e regine, che Pizza!

Sette pizze per sette teste coronate: saranno il "leitmotiv" del "Campionato del Mondo del Pizzaiuolo" n. 2, di scena a Nola dal 21 al 23 maggio. Visto che la Margherita fu inventata da Gennaro Esposito, nel 1889, per la regina Margherita di Savoia, i pizzaioli dedicheranno una pizza ai "reali" di Inghilterra William e Kate, alla principessa Mary Isabella di Danimarca, a Charlotte Casiraghi Grimaldi del Principato di Monaco, e ancora alla più alta nobiltà di Olanda, Svezia, Belgio e al "Regno delle due Sicilie".



## Wine & Food

### Hollande all'Eliseo "manda" il vino di Francia in Cina

Neanche il tempo di prendere le chiavi dell'Eliseo dalle mani di Sarkozy, che il nuovo presidente di Francia, Francois Hollande, "benedice" immediatamente un progetto a favore delle promozioni del vino del Paese. Partirà a breve, infatti, il tour voluto dal Ministero dell'Agricoltura francese che porterà in Cina, in 3 anni, 12 regioni vinicole del Paese. Non solo Bordeaux, Borgogna e Champagne, ma anche Alsazia, Beaujolais, Corsica, Giura e Savoia, Languedoc Roussillon, Provenza, Sud-Ouest, Valle della Loria e Côtes du Rhône. Con il cappello dello Stato, che in Cina conta ...

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

E se Amerigo Vespucci si fosse accorto di aver scoperto l'America... grazie all'alcol test? Sul web arriva l'ultima trovata della campagna "Bevi con la testa", il progetto degli

studenti fiorentini Teste di Alkol. Testimonial d'eccezione, Paolo Hendel, nelle vesti di Amerigo Vespucci, insieme a Gabriele Albertini ed Alessandro Arbi.

