

I RECORD DEL VINITALY

156.000 visitatori

48.000 visitatori stranieri (+3%)

+10% afflusso degli operatori

I dati dell'affluenza alla 45° edizione del Vinitaly. Fonte: ufficio stampa Fiera di Verona

Anno 2 n. 64 - martedì 12/04/2011 - S. Zenone



Bianco & Rosso

C'è chi farebbe di tutto, e direbbe di tutto, pur di avere un trafiletto in crocna. Il giorno dopo un Vinitaly di grande successo arriva un comunicato del Codacons che vorrebbe apporre sulle etichette delle bottiglie di birra, vino e alcolici l'avvertenza sulla pericolosità dell'alcol e sugli effetti negativi per la salute. Francesco Tanasi, segretario nazionale del Codacons, ha inviato una diffida ai Ministeri della Salute e dello Sviluppo Economico. Chiedendo "etichette simili a quelle che si vedono sui pacchetti di sigarette allo scopo di favorire un consumo sano e responsabile. Una corretta etichettatura dei prodotti alimentari è essenziale - scrive Tanasi - per garantire non solo la qualità degli stessi, ma anche una scelta consapevole da parte dei consumatori".

Dopo l'etilometro arriva anche l'etichetta per dissuaderti dal consumo di vino? Assurdo! Tre Bicchieri controbatte suggerendo di scrivere sulle etichette che il vino (bevuto in modo "sano e responsabile") fa bene alla salute come dimostrano migliaia di studi scientifici che non cedono alle mode e paure del momento. (Sulla più recente ricerca dell'Inran vedi servizio a pag. 3). Ormai è ampiamente dimostrato che i casi di alcolismo e di uso eccessivo di vino si riscontrano nelle zone a minore tradizione enologica. Invece chi ama il vino, lo conosce e lo beve saggiamente. Piuttosto, battiamoci tutti, cari amici del Codacons, per educare i ragazzi a non buttare la loro vita in pericolosi intrugli alcolici che nulla hanno a che fare con la tradizione italiana del bere bene.

TRE BICCHIERI@

COME RICEVERE QUESTO GIORNALE

Tre Bicchieri è il primo quotidiano dedicato ai professionisti del vino e alla "wine economy". Nasce dalla competenza e dall'esperienza del Gambero Rosso. È un quotidiano on line (come saranno presto tutti i quotidiani). Per riceverlo basta lasciare i propri dati e la propria mail scrivendo a: trebicchieriquotidiano@gamberorosso.it

VINITALY

IL BILANCIO

Il Salone ha confermato, soprattutto con la presenza massiccia di operatori e visitatori stranieri, il trend positivo dell'industria enologica. Che nel 2012...

LA RISCOSSA DEL VINO

Promozione e qualità, solo così si vince

di Marco Sabellico

Si è chiuso ieri il 45° Vinitaly. Un successo che è andato al di là delle previsioni degli specialisti e delle aspettative degli operatori. E' un tam-tam di numeri e comunicati, che danno un +10% di visitatori rispetto alla scorsa edizione, con un totale di circa 156mila presenze. Ebbene, 48mila erano quelle degli operatori stranieri, che fanno registrare un +3%. Un dato importante, soprattutto pochi giorni dopo la ProWein di Dusseldorf e nello stesso anno del Vinexpo di Bordeaux che si terrà nel prossimo mese di giugno.

E poi anche gli operatori italiani hanno fatto registrare un bell'incremento con un +10% di presenze nei giorni di giovedì, venerdì e lunedì, quelli riservati agli operatori. E in testa alla classifica dei visitatori d'oltre confine troviamo i tedeschi, poi Stati Uniti e Canada, Regno Unito, Svizzera, Francia, Austria, Paesi dell'Est Europa con una forte presenza di Rus-

segue a pag. 2 >>>

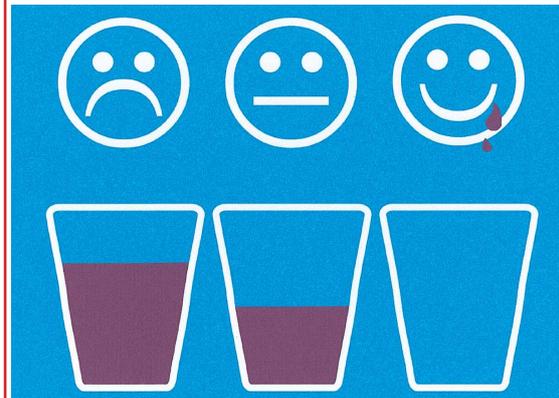
NONSOLOVINO

Le api di Louis Vuitton

Yves Carcelle, presidente di Louis Vuitton, il colosso del lusso francese che ha appena rilevato la casa di gioielli italiana Bulgari, ha preso l'ecologia molto sul serio. Ha aderito alla Carbon Inventory per ridurre le emissioni dei gas serra e sul tetto del palazzo dell'azienda, in rue Pont Neuf, a Parigi, ha fatto installare tre alveari (si avete letto bene, tre alveari) che producono miele. "In questo modo partecipiamo attivamente

allo studio dell'Unione nazionale apicoltori che intende dimostrare come le api di città siano più prolifiche di quelle di campagna" ha spiegato Monsieur Carcelle. Che non ha rinunciato, ca va sans dire, a utilizzare l'improvviso amore per l'apicoltura in una occasione di marketing. Tutte le vetrine parigine di Louis Vuitton sono state allestite con api di metallo che volano sulle nuove collezioni di borse.

laVIGNETTA



Per gentile concessione di Movimento Turismo del Vino Friuli ideatore del concorso Spirito di Vino. (www.cantineaperte.info)

laGIORNATA



Sondaggio 1 Vinitaly OK

a pag.

2

I produttori giudicano il Salone. E per il 2012...



Sondaggio 2 internet KO

a pag.

2

Protesta una Twit-Cantina "La rete era in tilt".

Vendemmiare a macchina



• Prodotta da New Holland: riconosce i grappoli.

a pag. 3

Il rosso antigraasso

• Studio dell'Inran: il vino brucia tutto il colesterolo.

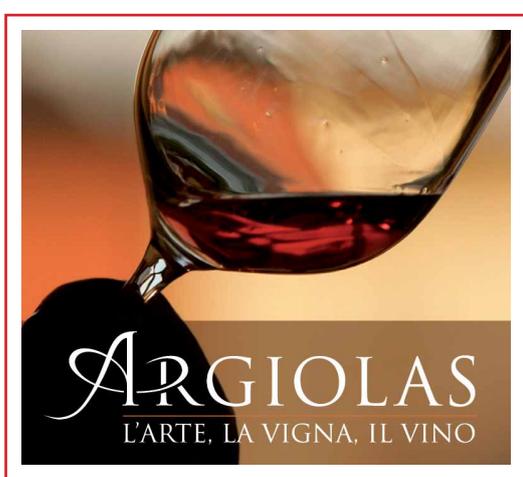


a pag. 3

Dalla Vite alla Vite.

 Guala Closures Group

www.gualaclosures.com www.savethewines.com



Tutti pazzi per gli accessori

■ Non c'era solo vino al Vinality. Nell'area Enolitech in esposizione anche curiosità per gli appassionati che non vanno solo a caccia dell'etichetta introvabile o della cantina di tendenza: cresce la febbre degli accessori. Dai cavatappi vintage ai decanter di design, passando per il termometro wireless. L'interesse per gli accessori è in costante crescita: secondo uno studio Vinality l'appassionato spende 150 euro per la sua attrezzatura "minima": salvagoccia, cavatappi professionale, termometro, decanter e una coppia di bicchieri a stelo lungo. Una cifra che può arrivare anche a 1.500 euro.

Direttore Carlo Ottaviano

Redazione Giuseppe Corsentino
06 55112244
quotidiano@gamberosso.it

Gambero Rosso Holding spa
Via Enrico Fermi 161 - 00146 Roma

VINITALY/IL BILANCIO

Continua da pag. 1 >>>

sia, Cina e Hong Kong. Più di 100 paesi nel complesso. E, ad onore del vero, seppur ridotta di numero rispetto al passato, non è mancata la presenza giapponese.

Un Vinality che si chiude all'insegna dell'ottimismo, e dove i produttori tornano a casa con risultati importanti. E se il mercato internazionale conferma il ruolo dell'Italia come primo paese esportatore, almeno stando alle impres-

sioni del dopo fiera, c'è molto ancora da fare in termini di qualificazione della nostra offerta. Possiamo crescere in valore, e questo passa attraverso le performance qualitative dei vini delle nostre zone più classiche, attraverso la promozione e la presenza organizzata all'estero, soprattutto sui mercati emergenti e più giovani.

E quanto ai consumi interni, che sono in calo costante, va notato che si beve meglio, almeno in base agli studi di settore. Da questo Vinality esce un'immagine davvero positiva del settore

enologico italiano. I nostri vini piacciono ai consumatori stranieri di livello perché esprimono una diversità affascinante in un mondo dominato da una decina di varietà di uva "internazionali". Dal vigneto Italia i paesi consumatori vogliono sempre più vini di qualità, da denominazioni "classiche", conosciute, e poi spumanti di qualità e soprattutto vini da vitigni autoctoni. Possibilmente da una viticoltura attenta all'ambiente. Abbiamo archiviato gli anni più duri della congiuntura mondiale, il 2008 ed il 2009, senza perdere

terreno, e dopo un discreto 2010 ci aspettiamo tutti un 2011 brillante. C'erano buone aspettative prima di questi cinque giorni a Verona, ora c'è quasi la certezza che sarà così.

L'appuntamento, allora, è dal 1° al 4 aprile 2012, con una formula rinnovata, che vede Vinality aprirsi la domenica con la giornata dedicata al pubblico degli appassionati, e poi tre giorni, fino a tutto mercoledì, riservati agli operatori. Una formula che, almeno nella fase del sondaggio, ha riscosso l'incondizionato apprezzamento di tutti.

VINITALY

SONDAGGIO TRE BICCHIERI

Ha funzionato? Ha prodotto nuovi contatti e nuovi contratti? Il giorno dopo ecco i primi bilanci. Con l'occhio al 2012.

I produttori si fanno i conti in tasca e dicono..

■ Com'è andato il vostro Vinality? Scrivetelo a Tre Bicchieri (all'indirizzo: quotidiano@gamberosso.it) rispondendo alle seguenti domande:

- 1 Come giudicate l'edizione 2011 del Vinality?
- 2 Siete soddisfatti del numero dei clienti al vostro stand?
- 3 Siete d'accordo con il nuovo calendario 2012?
- 4 Avete notato crescita degli affari, stabilità o diminuzione?
- 5 Altro.

Marta Piovani Barone Pizzini

Bilancio molto positivo con i clienti e operatori "fedeli": tutti presenti e nuovi contatti. Rispetto all'anno scorso abbiamo notato un aumento delle vendite. Tra le novità presentate il nuovo Extra Brut. Giudichiamo positivamente lo spostamento del calendario 2012.

Marco De Gaetano Marchesi Mazzei

Vinality 2011 è andato meglio del passato con grande affollamento

giovedì e venerdì. Interessanti per noi i nuovi visitatori da Usa, Canada, Medio Oriente. Siamo favorevoli all'inizio del prossimo Vinality di domenica.

Elisa Carta Gruppo Santa Margherita

È stato un Vinality molto caldo e non solo per le temperature. Molto affollato. Pubblico non specializzato molto "indisciplinato": per questo ben venga il cambio di giorni per il 2012. Il mercato estero è in crescita, l'inter-

dell'Est, non solo Russia, ma anche Bulgaria, Kazakistan...

Mariafranca Todaro Duca di Salaparuta

Una fiera molto positiva. Meno giovani "perditempo". Si è lavorato meglio. I non addetti erano preparati e interessati. È un piacere trattare con questo tipo di pubblico anche se "non addetti ai lavori", perché è il nostro target. In questa edizione creati nuovi contatti, consolidati i contatti con stranieri. Sul cambiamento di date del prossimo anno, ho qualche perplessità a partire dai costi maggiori per gli allestitori dello stand che dovranno lavorare il fine settimana.

Aleardo Mantellassi Azienda Mantellassi

I valori nazionali sono calati, gli internazionali hanno fatto da calmiera alle

cadute interne. Interesse dagli operatori esteri. Non crediamo molto al cambio dei giorni di fiera. Sarebbe meglio la sola presenza di operatori, anche perché c'è una gioventù più interessata allo sbalzo che al consumo consapevole. Con la limitazione agli addetti ai lavori si limiterebbe il problema. Gli adulti interessati possono sempre accedere se invitati da enoteche o da operatori.

Carmelo Marletta Cantine Nicosia

Edizione positiva, anzi molto positiva, nonostante clienti dalla Germania o dall'Austria completamente assenti. Li avevamo già incontrati a Düsseldorf. Il mercato con la Germania è in leggera crescita per il miglioramento dell'economia tedesca. Questi operatori non vengono più in Italia (per il Vinality), siamo noi che dobbiamo andare da loro. Buoni i contatti con Europa scandinava, Olanda, Belgio, Polonia, Repubblica Ceca. Ci ha fatto molto piacere avere due nostri clienti del Giappone: sono venuti nonostante tutto. Molto favorevole al nuovo calendario. (interviste raccolte da Nazzarena Barni)

PECCATO, INTERNET INTASATO

Lucia Barzanò - Mosnel

Il Mosnel è una "Twt Cantina", una delle aziende che usano Twitter come strumento di marketing. Al Vinality abbiamo esposto una Cromobox, confezione in legno decorata con i loghi di "Tweet your Wines" e quelli di tutte le aziende aderenti. Le 22 cantine partecipanti potevano essere collegate da un percorso virtuale che si snodava attraverso i loro stand. Grazie alla geo-localizzazione c'era la possibilità di giocare e vincere facendo check-in nei vari stand. Peccato che il sovraccarico di connessioni alla rete internet abbia causato continue perdite di segnale compromettendo la riuscita dell'iniziativa. Sarebbe bastato potenziare il segnale.

Pubblicità
 Direttore commerciale Franco Dammico
 06 55112356 - mail: dammico@gamberorosso.it
 resp. **Divisione Pubblicità** Stefano Dini Ciacci
 06 55112346 - mail: ciacci@gamberorosso.it
Concessionaria Poster Pubblicità
 Via Angelo Bargoni, 8 00153 Roma
 tel. 06 68896911 mail: poster@poster-pr.it
 Piera Allegretti 06 68896932 allegretti@poster-pr.it
 Caterina Giordano 06 68896904 cgiordano@poster-pr.it

INRAN, IL ROSSO ANTICOLESTEROLO
 Il vino rosso è meglio di un potente digestivo. Lo ha appurato uno studio dell'Inran, l'Istituto pubblico che si occupa di alimenti e nutrizione. Lo studio è stato fatto su un campione di 6 uomini e 6 donne, tra 24 e 35 anni. I soggetti hanno mangiato un doppio cheeseburger con 300 ml di acqua; dopo due settimane l'esperimento è stato ripetuto ma stavolta il pasto è stato accompagnato con 300 ml di vino rosso. Il risultato è stato che il consumo di vino rosso ha prevenuto l'aumento nel sangue dei prodotti di perossidazione lipidica, sia lipidi idroperossidi sia ossidi del colesterolo.



MACCHINE AGRICOLE ENOCONTROL Prodotta da New Holland (gruppo Fiat Industrial) e sperimentata da Marchesi Antinori, ecco la vendemmiatrice che fa tutto da sola.

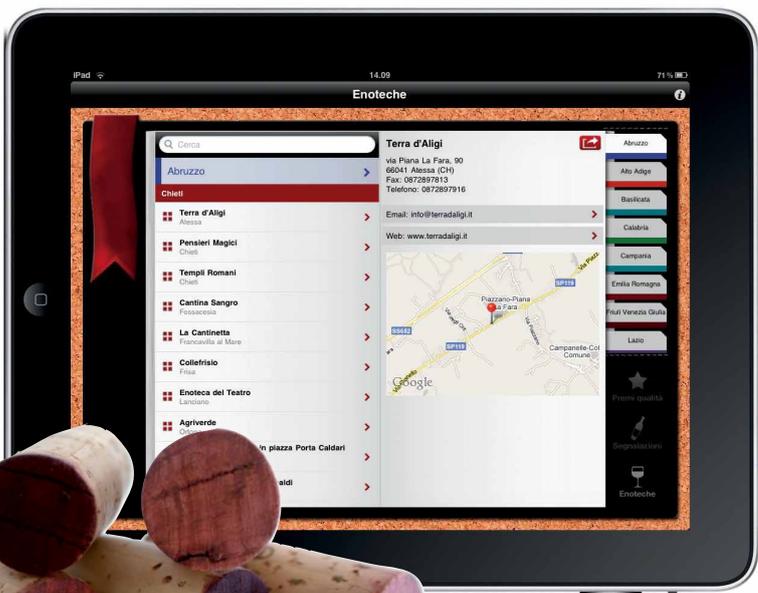
Scegliere i grappoli col Gps

Errivata la vendemmiatrice intelligente. Si tratta di una macchina fortemente innovativa (foto in alto) realizzata da New Holland Agricoltura (gruppo Fiat Industrial), leader nel settore delle macchine agricole (3,2 miliardi di fatturato) e sviluppata in collaborazione con Marchesi Antinori (l'azienda vinicola con la più alta redditività nel 2010, 37,7% di Ebitda su un fatturato di 132 milioni di euro). Si chiama EnoControl ed è stata presentata a Verona, al salone Enolitech, l'area tec-

nologica del Vinality. Non è una vendemmiatrice come quelle attualmente in circolazione. "Grazie ad un sistema GPS, EnoControl è capace di scegliere i grappoli in base alla qualità (come vigoria, acidità, zucchero; n.d.r) - spiega a Tre Bicchieri, Marco Vai, responsabile Italia del settore Vigneto di New Holland - e di smistare le uve in due tramogge secondo le indicazioni che vengono preimpostate dal produttore". Il risultato? "Si possono ottenere contem-

poraneamente due vendemmie differenziate per qualità dei grappoli". Già premiata per il sistema innovativo al salone francese Sitevi, la nuova vendemmiatrice ha degli sperimentatori d'eccezione: gli stessi Antinori che l'hanno già usata per la vendemmia 2010 nelle proprie tenute. Ma per trovarla sul mercato bisognerà attendere ancora qualche mese. Prezzo di listino: 240mila euro. (l.s.)

Tutto il mondo del Gambero Rosso su iPhone e iPad





I grandi vini si
incontrano a Roma

Roma Wine Festival

QUARTA EDIZIONE

7 - 8 MAGGIO 2011

CITTÀ DEL GUSTO

VIA ENRICO FERMI, 161

INFORMAZIONI E ADESIONI:

segreteria@romawinefestival.it

www.romawinefestival.it