

Novità dal mondo del vino e Internet 08/2011

I TEMI _I sei temi più pregnanti per il 2012 _BEST OF Brunello: L'ora dell'aristocratico _ProWein 2012 _ Rinnovo al partnership _Buon Natale

Gentile lettore,

chi non vorrebbe guardare al futuro per vedere cosa accadrà? Anche se alcuni Trend sono chiaramente ormai da anni prevedibili, resta comunque un grosso oscuramento per la crisi piuttosto che pensare a sfruttarne le chance. Abbiamo riassunto qui per Lei sei dei temi più pregnanti che potranno esserLe utili alla costruzione e alla definizione delle Sue strategie di comunicazione per il prossimo anno.

1. Purezza e naturalezza:

I prodotti naturali stanno sempre più prendendo piede nei mercati occidentali, nonostante ci siano ancora notevoli problemi con la definizione del termine „naturale“. Già a partire dal 2008 il concetto di „genuinità“ è stato sempre più pubblicizzato fino a crescere in modo notevole fino al 2011.

2. Sostenibilità e responsabilità sociale:

La responsabilità sociale delle aziende, così come le strategie di sostenibilità, giocano un ruolo sempre più importante. Il punto focale si concentra sulla riduzione delle emissioni di CO2, degli imballaggi, ma anche sulla creazione del bene comune così come sulla realizzazione di prodotti più „equi“. Anche il riciclaggio e l'utilizzo dei rifiuti residui (in base ai loro possibili benefici funzionali e a livello della salute) rivestono un ruolo di primo piano. PS: Wein-Plus è l'unica guida sul vino a livello mondiale che lavora CO2 neutrale.

3. Prodotti pregiati con valore aggiunto:

Nonostante la persistente insicurezza economica, i prodotti ad alto valore aggiunto sono ricercati in misura crescente. Questi prodotti restano comunque in cima alla lista dei desideri nonostante molte persone siano costrette ad attenersi alle attuali misure di austerità. Questo perché i prodotti ad alto profilo presentano molti vantaggi tra cui la longevità, un considerevole rapporto qualità prezzo e un buon impatto sulle coscienze, perché impegnano in totale meno risorse e durano di più. Qui si chiude il cerchio sulla sostenibilità.

4. Provenienza, provenienza, provenienza:

L'interesse dei consumatori per la provenienza dei beni alimentari (e quindi anche del vino) non è mai stato così alto come oggi. Di conseguenza nasce il desiderio per prodotti con una identità e una provenienza ben precisa ma anche di qualità, sicurezza e una richiesta di autenticità.

5. Online (commercio), reti tematiche e social:

I consumatori spendono maggior tempo online e si informano in rete su siti dedicati a temi di specifico interesse. Oltre il 60% del fatturato offline è preceduto da una ricerca online. Viceversa, ca. il 30% del fatturato di un negozio online si basa su una precedente ricerca nel commercio fisso. L'interazione tra i singoli canali di distribuzione è molteplice. Scambi d'informazione in social media, opinioni nella media leader arricchiscono le offerte online che vengono per la maggior parte (ca. 90%) ricercate tramite i motori di ricerca. **Search Engine Optimization** (per chi è in Wein-Plus col suo vino attuale ottimizza automaticamente la sua posizione nelle **SE**) cioè essere trovati in rete, e di conseguenza sugli smartphones e sui tablets, gioca oggi il ruolo più importante per entrare almeno nella cerchia di selezione di coloro che hanno intenzione di acquistare. In rete, oggi, si incontrano persone dinamiche (di tutte le età) che fanno il business o almeno lo preparano.

6. Senior-friendly:

Le aziende stanno cominciando a preoccuparsi dei bisogni della popolazione di „età avanzata“, sia dal punto di vista della funzionalità degli imballaggi che del legame con specifici problemi di salute. Anche alcune prescrizioni europee sull'etichettatura dovrebbero fare in modo di migliorare la chiarezza e la visibilità delle proprietà nutritive del prodotto per aiutare gli anziani. Gli anziani sono, inoltre, visti come un gruppo di potenziali Buongustai, una volta per il loro potere di acquisto, e ora anche e soprattutto per una sensibilità corporea diversa, perché negli anziani la qualità dei beni alimentari (e delle bevande) incide in modo immediato sulla capacità di rendimento e sull'organismo.

_BEST OF Brunello: L'ora dell'aristocratico

Marcus Hofschuster: "Il Brunello di Montalcino è tutt'altro che un vino facile, leggero e accessibile. Un Brunello di prima classe si manifesta amaro, spesso con una certa „frescura“, molto strutturato e presenta dei sentori di frutta che lo rafforzano ulteriormente anziché ammorbidirlo. Allo stesso tempo si avvertono chiaramente profumi di erbe aromatiche (per minestra) che ricordano il levistico, note terrose e di sottobosco ma anche di foglieame. Sono presenti sia tannini che acidità, anche se nei migliori esemplari non sono mai invadenti. Queste caratteristiche portano ai vini concentrati e freschi, anche nel caso dei vini poderosi con più del 14% di alcohol (dei quali nell'eccellente annata 2006 se ne ritrovano tanti) e ai vini che possono essere un grande partner del cibo come nessun altro vino di questa categoria. Dopo alcuni alti e bassi qualitativi negli anni attorno al 2000, dovuti probabilmente al rapido accrescimento della superficie coltivata e del numero di produttori, con l'annata del 2006 il Brunello di Montalcino ritorna agli antichi splendori. Probabilmente dei vini così buoni non sono mai stati ottenuti. Gli esemplari che abbiamo assaggiato restano ancora un po' chiusi nonostante l'ossigenazione. Crediamo che questi esemplari siano in grado di aumentare maggiormente le loro potenzialità con una ulteriore permanenza in bottiglia."

2011-12
BEST OF
Brunello di Montalcino

Die Stunde des Aristokraten



Marcus Hofschuster, ein Liebhaber aristokratischer Aromen, erdige Töne sowie Noten von Unterholz oder manchmal auch Leder. Sowohl Tannine als auch Säure sind präsent, wenn auch bei den guten Exemplaren jeweils spärlich. Diese Eigenschaften führen dazu, dass selbst reichhaltige Tropfen mit deutlich mehr als 14 Volumenprozent Alkohol, von denen es im exzellenten Jahr 2006 reichlich gibt, noch immer straff und frisch wirken und im Gegensatz zu vielen anderen Weinen dieser Geschichtsklasse gefällige Essensbegleiter abgeben können. Auch wenn es zuweilen Auf und Ab um die Jahrtausendwende, das vermutlich nicht zuletzt dem zu schnellen Anstieg von Rebfläche und Produzentanzahl geschuldet war, erlebte der Brunello di Montalcino mit dem 2006er einen prächtigen Jahrgang. Wohl noch nie waren so viele Weine so gut. Dabei geben sich viele der produzierten Brunellos derzeit trotz Reifung noch recht zurückhaltend. Wir hoffen so manchem eine weitere Steigerung mit einigen Jahren Flaschenreife zu.

Weitere Informationen zu den Weinen finden Sie auf Wein-Plus.de unter dem folgenden Link: www.wein-plus.de/bo

Times for the aristocrat

Brunello di Montalcino is anything but a simple and easily approachable wine. A top-notch Brunello is decidedly tart, even austere, often cool and very firm, its fruit is challenging rather than silky. This is frequently accompanied by prominent herbaceous notes reminiscent of soap greens and knoge, earthy notes and undergrowth as well as occasionally leafy notes. Both tannins and acidity are fairly prominent, although never chunky in good examples. This combination of properties results in wines that are still firm and fresh, even in the case of powerful wines with noticeably more than 14 per cent of alcohol, of which there are many examples in the excellent 2006 vintage, wines that can be great partners with food, unlike many other wines in this class. After some ups and downs in quality round about the millennium, which was probably a result of a too rapid increase in vineyard area and in the number of producers, the outstanding 2006 vintage sees a superb return to form for Brunello di Montalcino. It can be said that never before has a vintage shown so many wines of such quality. At the same time, at this stage many of the Brunellos tasted remained rather closed, in spite of extensive aeration. We believe a few more years of bottle maturation will see a further improvement in many of these wines.

Additional information on the wines can be found at Wein-Plus, using the following link: www.wein-plus.com/bo

Brunello di Montalcino DOCG Jahrgang 2006 / vintage 2006

- 95+ 2006 Salsino - La Certosa
- 94 2006 Podere Salvato "Peggione"
- 93 2006 Capreno di Conconi
- 93 2006 Franci Franco "Franci"
- 93 2006 Grell Fulgini
- 93 2006 Libri
- 93 2006 Tenute di Collesorbo
- 92+ 2006 Fanti - San Filippo
- 92 2006 Altareo "Montosai"
- 92 2006 Pian dell'Orino
- 92 2006 San Giacomo
- 92 2006 Capreno "La Casa"
- 92 2006 Il Gruppo di Franco Nardi Santi
- 92 2006 Uccelliera di Cortonesi Andrea
- 91+ 2006 La Fortuna
- 91+ 2006 Poggio Antico "Altareo"
- 91+ 2006 Marchetti Sergio - Fossacolle
- 91 2006 Palazzo di Cusani Lisa
- 91 2006 Franci Franco "Basso"
- 91 2006 Prino Donne Donatella Orrell Colombini "Prino Donne"
- 91 2006 Prino Donne Donatella Orrell Colombini "Prino Donne"
- 91 2006 Fattoria di Barbi
- 91 2006 La Chiave
- 90+ 2006 Villa le Prete
- 90 2006 Altareo
- 90 2006 Tenute di
- 90 2006 Brunelli - La Chiave di Sotto
- 90 2006 Castellini di Torre
- 90 2006 Castellini del Bosco
- 90 2006 Poggio Il Castellino - Benvenuti Bruno
- 90 2006 Fittipaldi e Pietrasera "Poggio Tondo"
- 90 2006 Val di Suga

Brunello di Montalcino DOCG ältere Jahrgänge / older vintages

- 93 2005 Libri "Ugolaia"
- 92 2004 La Faccia Riserva
- 91 2005 Prino Donne Donatella Orrell Colombini Riserva
- 90 2005 Fattoria di Barbi
- 90 2005 Fortuna - Il Grappolo
- 90 2004 La Togaia - Tenute Carline Riserva
- 89 2005 Cantal Gocondo Riserva
- 89 2004 Il Poggio Riserva "Il Mu"
- 89 1998 Il Poggio "Terra Rossa"

All'articolo in originale: <http://www.wein-plus.de/magazin/index.html?show=inhalt&nr=3687>

Al BEST OF: http://www.wein-plus.de/zusammenarbeit/pdfs/010_de_BESTOF_2011_12.pdf

_ProWein 2012

Per avere più successo e poter ritornare a casa con dei nuovi contatti e ordini, la sola presenza ad una fiera non è sufficiente. Parallelamente è necessario comunicare la propria posizione e offerta. Chi espone allo stand di Wein-Plus non ha questo tipo di problema e può stabilire più facilmente dei contatti in quanto la comunicazione è il core-business di Wein-Plus. Chi espone sotto il tetto di Wein-Plus non deve preoccuparsi di nulla, perché all'allestimento dello stand, all'organizzazione e al trasferimento del benefit agli operatori se ne preoccupa Wein-Plus stesso per tutti i co-espositori.

Per ulteriori informazioni e interesse contact@wein-plus.it entro il 15 gennaio 2012.

PS: Già oggi Wein-Plus racconta sempre di più d'Italia nella sua rivista online. L'ultima è un articolo sull'etichette dei vini italiani dal 2012 in poi. <http://www.wein-plus.de/magazin/>

_Rinnovo della partnership con UPS- Nuove condizioni

Wein-Plus e UPS (il più grande corriere al mondo) hanno rinnovato con successo la loro partnership anche per il 2012! I membri di Wein-Plus, che lo necessiteranno, potranno dunque beneficiare di questo contratto. Nel 2011 sono stati spediti con UPS circa 850.000 pacchi contenenti vini e cioè circa 3.300 spedizioni al giorno. Ne risulta che UPS può essere considerato come uno tra i servizi di trasporto più sicuri e affidabili. La percentuale di rottura si aggira solo intorno allo 0,3%! Per chiedere il nuovo listino per il 2012 e ulteriori informazioni sulle convenzioni di e la collaborazione con Wein-Plus contact@wein-plus.it



Buon Natale e un felice anno nuovo coronato di tanto successo per voi

Il team di Wein-Plus

Wein-Plus – La rete del vino in internet - Garante di **serietà e professionalità** - Con più di 1 milione (13,5 milioni con il calcolo di Logfile) accessi pagine ogni mese da 205.000 visitatori - www.Wein-Plus.de - www.Wein-Plus.com - Ulteriori informazioni anche qui: www.wein-plus.it --- Contact@wein-plus.it per dirci la sua opinione, per la sue richieste o per comunicare i cambiamenti di suoi riferimenti! --- La cantina, che desidera **far parte di Wein-Plus**, trova tutte le informazioni al seguente link <http://www.wein-plus.it/Invio-di-campioni.540.0.html>. --- Le precedenti edizioni delle novità dal mondo del vino e internet trova [nell'archivio newsletter](#). E cosa dicono gli alti di Wein-Plus [si legge qui](#).

Wein-Plus GmbH, Wetterkreuz 19, D-91058 Erlangen, Tel: +49 9131 75500, Register HRB 10563, Amtsgericht Fürth, Steuernummer: 21614220519, Geschäftsführer: Utz Graafmann,

Italia: Tel. +39 0385 569044, Fax +39 0385 836503, E-Mail: contact@wein-plus.it
Redazione delle Novità: Katrin Walter

