VINO DA PASSEGGIO

Il prosecco mignon di Aneri ha già conquistato l'Europa

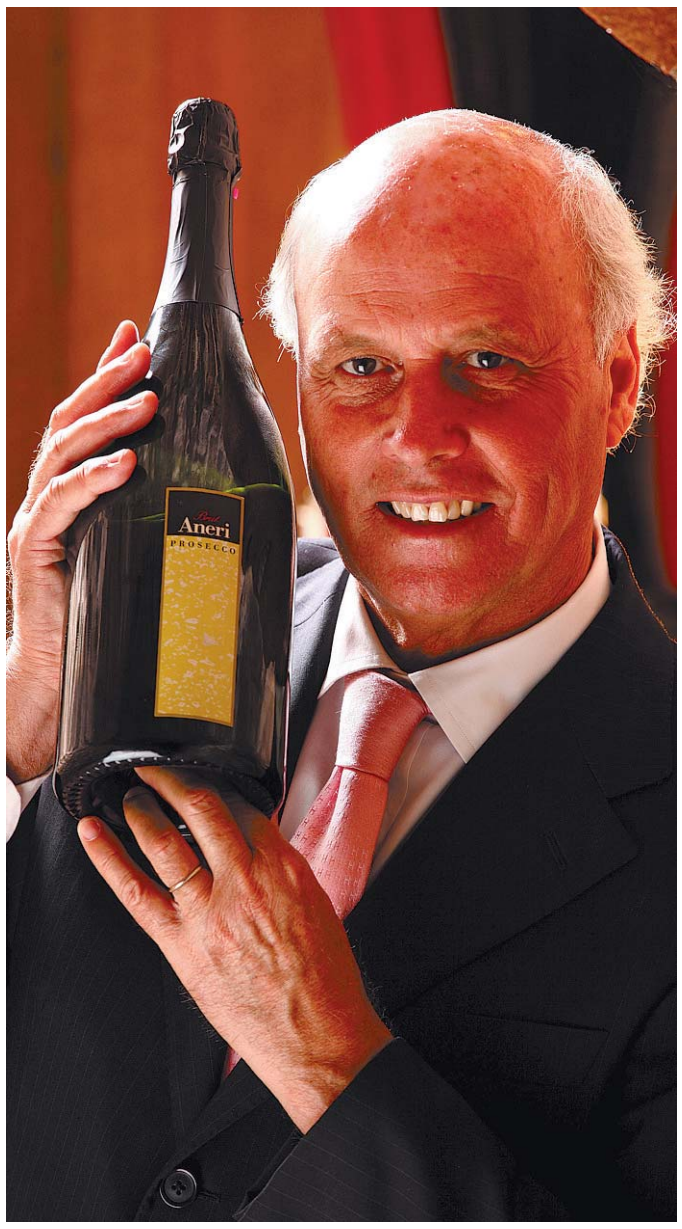
La mini bottiglia da 200 millilitri si trova a bordo delle Frecce di Trenitalia e ottiene consensi nei più rinomati alberghi e locali. Londra l'ha prenotata

ADRIANO BASCAPÈ

Un Prosecco in versione mignon, da passeggio, per rispondere alla crisi che ha messo alle corde i produttori italiani di vino. Grandi e piccoli che siano. L'idea è venuta ad Aneri, produttore del Conegliano Valdobbiadene, una etichetta con una capacità di marketing non comune nel Belpaese. Anziché piangere sugli affari sfumati - invocando aiuti di Stato che nella migliore delle ipotesi portano in cassa briciole rispetto agli incassi sfumati, la cantina veneta ha messo in campo l'idea che si sta rivelando vincente. se il vino non si vende nei canali e nei formati tradizionali, ecco la versione mignon del Prosecco. Una bottiglia di dimensioni tali da farsi acquistare addirittura in alternativa a una birra.

L'idea è di Giancarlo Aneri, vulcanico patron dell'azienda di Legnago, provincia di Verona, capace di sedurre con le sue trovate vincenti i presidenti americani e perfino i papi. In questo caso ad essere vincente è il formato, perché il prodotto è quello di sempre, uno dei campioni del made in Italy in bottiglia, il Prosecco Doc e Docg millesimato. Anziché la tradizionale bottiglia da 750 millilitri, il nettare di Bacco capace di sedurre gli enoappassionati di tutto il mondo è proposta in una versione tascabile. Da 200 millilitri appunto, destinata a un consumo individuale. A ciascuno la sua bottiglia, in modo da ridurre praticamente a zero le occasioni di contagio.

Un'idea, quella di Aneri, che si è rivelata vincente, vista l'accoglienza dei grandi clienti. A cominciare da Itinere, la società del gruppo Elior, uno dei big della ristorazione collettiva, che gestisce fra l'altro il servizio sulle Frecce di Trenitalia. L'esigenza, sui vagoni ristorante dei treni ad alta velocità, era quella di offrire ai viaggiatori prodotti consumabili da ogni singolo cliente, con la minore condivisione possibile. Da qui l'idea vincente di Aneri: proporre il Prosecco Millesimato in versione mignon. Un viaggiatore, una bottiglia.



Giancarlo Aneri con una bottiglia del suo Prosecco nel formato tradizionale e nelle immagini piccole il Prosecco Millesimato mignon da 200 millilitri *(Getty)*

CENTINAIA DI ORDINI

Ma il successo della versione tascabile del Prosecco millesimato va ben oltre la somministrazione sulle Frecce. Bar, ristoranti e alberghi top class hanno letteralmente sommerso la cantina veneta di ordini. Dall'Excelsior di Rapallo, ai ristoranti di Briatore a Montecarlo, ai sei locali italiani di Giancarlo Perbellini, fino all'Hotel Da Vinci a Cesenatico, La Capannina e il Twiga a Forte dei Marmi, Gritti di Venezia, Sant Ambroeus a Milano e Fioroni di Alassio, solo per citarne alcuni. Gestori e chef si sono accorti del potenziale insito nella "mignon" di Aneri che può essere servita al posto del rituale calice, anche se il contenuto della nuova bottiglia è pari a quasi due bicchieri.

E presto il Prosecco millesimato in versione individuale varcherà la Manica per sbarcare nei ristoranti della catena San Carlo, anche nella versione biologica.

Un successo che dimostra come la risposta alla crisi che ha travolto il nettare di Bacco italiano, possa far leva sulle idee innovative. Alla fine il packaging dei prodotti è ritenuto erroneamente l'ultimo tra i fattori di successo dei campioni del made in Italy. Evidentemente non è così. E la nuova bottiglia stimola pure l'immaginazione dei barman di successo. In alcune località turistiche - come la Versilia - la scelta di offrire ai clienti una soluzione rapida, sicura e da asporto, sta facendo immaginare nuove occasioni di proposta. Come offrire il mignon di Prosecco in grandi cestelli di ghiaccio. Limitando pure in questo caso le occasioni di contatto, contatti, senza diminuire l'offerta di un aperitivo rapido. La necessità aguzza l'ingegno insomma. L'importante è non rassegnarsi ad aspettare gli aiuti di Stato. Se e quando arriveranno saranno poco più che briciole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Spiriti divini

Soldi su export e promozione per il vero rilancio

PIERANGELO BOATTI

Durante il lockdown ero stato il primo, mentre tanti altri attori del mondo politico e dei consorzi del vino guardavano con interesse alla misura, a dire che la "vendemmia verde" con soli 100 milioni di euro di dotazione finanziaria nazionale era una misura inutile e addirittura controproducente; l'avevo definita un'elemosina. Ora se ne sono accorti in molti e il sistema chiede ben altro al ministero, a sostegno della nostra vitivinicoltura messa in ginocchio. A muoversi con maggior risolutezza, lasciando perdere tutti gli orpelli tipici del mondo politico, è l'Unione Italiana Vini del presidente Ernesto Abbona, produttore mio grande amico e uomo concreto. Nei giorni scorsi l'organizzazione ha presentato l'elenco delle richieste alle istituzioni: "Tavolo vino" con le imprese per gestire i fondi della promozione Ice, ruolo e peso del vino nel "patto per l'export", meno promozione verso Gdo ed e-commerce e più comunicazione nel piano da 1,4 miliardi, aumento a 150 milioni l'anno dei fondi Ocm promozione per il prossimo triennio, impegno istituzionale a sostegno dell'horeca e del turismo, attenzione a possibili dazi. Queste le richieste inoltrate dall'ultima assemblea generale dell'Unione Italiana Vini alla ministra delle Politiche Agricole, Teresa Bellanova, al sottosegretario agli Affari Esteri, Manlio Di Stefano e all'eurodeputato Paolo De Castro, intervenuti all'incontro svoltosi nei giorni scorsi in modalità digitale.

Gli imprenditori italiani del vino chiedono alla politica un nuovo percorso, un vero e proprio "new deal" sulla promozione, strumento cardine per la ripresa post-Covid, lanciano un appello unanime ad essere ascoltati per spendere bene le risorse pubbliche e incassano l'impegno a sostenere una serie di richieste che puntano ad un utilizzo efficace dei fondi stanziati dal governo in grado di rilanciare i consumi del vino italiano sui mercati interno ed internazionale.

Istanze recepite dalla ministra delle Politiche Agricole Bellanova. Consenso alle richieste di Uiv è arrivato anche dal sottosegretario agli Esteri Di Stefano, che ha accolto la proposta di costituire un gruppo di lavoro congiunto insieme ai produttori, individuando nella campagna straordinaria di "nation branding", che sarà guidata da Ice-Agenzia con un budget di 50 milioni di euro (stanziati nel Decreto "Cura Italia" dello scorso marzo) lo strumento per rispondere all'esigenza di comunicazione istituzionale sollevata dall'assemblea.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il segreto è un'alimentazione bilanciata

La dieta funziona se all'organismo non manca nulla

Il nostro organismo per mantenere lo stato di salute e funzionare al meglio ha bisogno di una dieta bilanciata con tutti i macronutrienti, ossia carboidrati, zuccheri, grassi e proteine, oltre a tutti i micronutrienti, cioè vitamine, minerali, fibre e sostanze fitochimiche nelle giuste proporzioni, perché ognuno di essi svolge una funzione precisa: i carboidrati rappresentano la fonte di pronta energia mentre i grassi sono riserve energetiche a lento utilizzo e le proteine hanno funzione strutturale per tutti i tessuti e sono la base essenziale dei neurotrasmettitori. La mancanza acuta o cronica anche di uno solo di questi nutrienti rispetto alla quantità giornaliera necessaria spinge l'organismo ad azionare meccanismi di compenso che possono provocare problemi fisici, oltre a favorire l'insorgenza di malattie metaboliche non prive di complicanze.

Le diete iperproteiche molto in voga negli ultimi anni, non solo non aiutano a perdere peso, ma sono controproducenti, in quanto non permettono al metabolismo di adattarsi al nuovo stile alimentare. Al contrario di quanto si creda, non è la massa grassa a diminuire con le diete ipoglicidiche, perché il nostro organismo, percependo il nuovo regime alimentare come digiuno, tende a conservare il tessuto adiposo, che rappresenta la sua riserva energetica, generando danni a carico della massa muscolare e rallentamento del metabolismo, con la conseguenza che il calo di peso ad un certo punto si arresta. Chi ha provato una dieta ipoglicidica o aglicidica alla lunga ne è rimasto deluso, perché l'iniziale diminuzione di peso è seguita dall'aumento successivo dei chili, con effetti depressivi dell'umore.

Il sostituto del pasto Gofit

Il marchio Vitaben, ad esempio, propone Gofit, un gustoso e sano sostituto del pasto formulato secondo i più corretti principi nutrizionali. Ogni pasto di Gofit fornisce i principali nutrienti che occorrono all'organismo per stare bene: proteine di alta qualità, fibre, un bilanciato contenuto di carboidrati e grassi, 22 vitamine e minerali ma con un ridotto apporto calorico. La sostituzione giornaliera di due pasti con Gofit contribuisce alla perdita del peso. Si consiglia di fare la dieta dimagrante con due pasti sostitutivi di Gofit al giorno per tre settimane consecutive, seguita da un periodo di mantenimento di circa un mese.

VkVSlyMjMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwMDAwlyMjMDAwMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwMDAwlyMjMjAyMC0wNy0xMlQxMTo0ODoyMSMjI1ZFUg==