La Prima di WineNews.it

Enoconsult WINERIES PROJECTS

n. 1155 - ore 17:00 - Venerdì 5 Luglio 2013 - Tiratura: 30313 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News

Müller Thurgau style

Il Müller Thurgau, una volta vitigno semisconosciuto, ha sempre più estimatori, in Italia e all'estero, conquistati da un vino che in Val di Cembra, nel cuore del Trentino, dà il meglio di sé. Vero e proprio territorio d'elezione, è a Cembra, "capoluogo" della vallata, che ogni anno, a luglio, si celebra la Rassegna Internazionale dedicata al Müller Thurgau (fino al 7 luglio). E non finisce qui, perché luglio è anche il mese in cui Cembra Cantina di Montagna, del gruppo La Vis, porterà il Müller Thurgau su e giù per lo Stivale a bordo delle Frecce di Trenitalia, dove darà il benvenuto ai passeggeri, allietandoli, il 15 e 16 luglio, con degustazioni mirate dei vini della cantina trentina.

SOAVE
ORIGINE STILE VALORE

SMS

Benvenuto, mondo

Anno dopo anno tante aziende simbolo del made in Italy enogastronomico hanno perso la propria italianità, aprendosi, soprattutto per necessità dettate dalla crisi, ai grandi capitali stranieri. Così, diverse imprese vinicole battono bandiere di Paesi lontani, dal Brasile alla Russia, big storici del latte sono in mano a gruppi francesi, e i pelati parlano giapponese. Per qualcuno (Coldiretti) è un motivo d'allarme, ma a gettare acqua sul fuoco ci pensa Federalimentare, che guarda all'altro lato della medaglia, quello che racconta di investimenti di cui il settore ha giovato in maniera enorme negli ultimi 30 anni. Capitali che hanno salvato e migliorato imprese, aprendo la strada, spesso e volentieri, proprio a quei mercati che, oggi, sono diventati fondamentali per la crescita di tutto il comparto.

Cronaca

Agroalimentare sempre al top

L'agroalimentare italiano si conferma un'eccellenza a livello europeo, capace di creare valore aggiunto pari a quasi 2.000 euro per ettaro: il doppio di Francia, Germania e Spagna, il triplo se confrontato con la Gran Bretagna. A dirlo è il rapporto "I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy" di Symbola. Inoltre, secondo lo stesso studio, con 4.671 specialità tradizionali regionali, l'Italia vanta il primato di prodotti registrati ed è primo nell'Unione Europea per numero di operatori biologici.

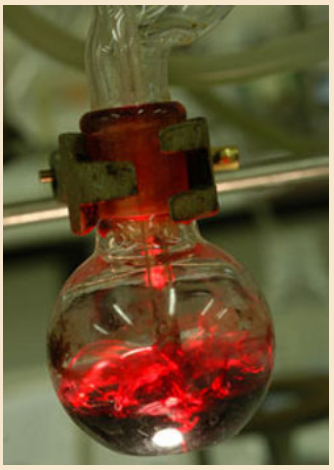
Primo Piano

L'artigiano, il colosso, la cooperativa, il mercato

L'artigiano del vino (Gaja), il grande produttore (Antinori), la cooperativa (Due Palme): i tre pilastri del sistema produttivo italiano. Idealmente riuniti nel Congresso di Assoenologi ad Alba, concretamente "complementari" sui mercati. "Piccolo non è bello, è utile", ha detto Angelo Gaja, "evviva i pionieri, le corazzate che aprono e presidiano i mercati come Antinori, o Banfi, o Santa Margherita, per dirne alcuni, ma evviva anche noi artigiani, che dobbiamo avere il coraggio di andare per la nostra strada, osare, proporre qualcosa di diverso, che incuriosisce, che moltiplica l'interesse". All'opposto c'è la grande cooperativa, "troppo spesso, ingiustamente, considerata un centro di ammasso di uve e vino", ha sottolineato il presidente di Assoenologi Riccardo Cotarella, "ma che se gestita come impresa, con l'obiettivo primario di ridare dignità ai viticoltori, può arrivare a risultati eccellenti", ha detto Angelo Maci, alla guida di Cantina due Palme, una delle più importanti realtà dell'enologia pugliese e del Sud Italia. "Oggi, grazie all'aggregazione di diverse cooperative che da sole stavano morendo, e ad una gestione secondo i canoni dell'impresa, e non della politica, come talvolta accade, siamo un realtà solida, fatta di 1.200 soci e 2.400 ettari, dal 2000 ad oggi abbiamo investito 20 milioni di euro in innovazione, tecnologia e formazione, ed il 90% della nostra produzione va all'estero". Due modelli agli antipodi, dunque, ma entrambi di grande successo, che dimostrano come nei mercati globali ci sia spazio per tutti, se si lavora bene. Come fa da secoli Antinori, un leader del vino italiano nel mondo che, però, non si siede sugli allori: "negli ultimi anni abbiamo fatto passi da gigante sia in termini di qualità che di mercato - ha detto Piero Antinori - ma ancora c'è tanto da fare, se il prezzo medio del vino italiano esportato è di 2,22 euro a litro, e quello dei francesi 5,21. Ma dobbiamo essere ottimisti: sono da 50 anni nel mondo del vino, e mai, come ora, è successo che la domanda mondiale equivalesse praticamente alla produzione. È un'occasione unica, che ci deve far riflettere, per esempio, se il blocco della liberalizzazione dei diritti di impianto sia davvero una cosa positiva, a lungo termine" ...

Focus

Senza scienza non c'è progresso



"Senza scienza non c'è progresso, neanche nel vino. Dobbiamo smettere di pensare e far pensare ai consumatori che il vino si fa da solo, perché dietro c'è un procedimento complesso, fatto della conoscenza e della gestione di mille elementi, dal terreno ai cloni di vite e così via, e va ben oltre tanti concetti un po' naif che stanno tornando in voga". Così Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi, dal Congresso n. 68 di scena ad Alba, in Piemonte. "Scienza e tecnologia sono le leve che hanno guidato il rinascimento del vino italiano, permettendo a tanti vitigni indigeni accantonati perché davano risultati mediocri, come Nero d'Avola, Primitivo, Aglianico, Verdicchio, di rifiorire e diventare elementi di eccellenza, bandiere di regioni non considerate per il vino. E oggi siamo davanti a nuove sfide, un clima sempre più imprevedibile di anno in anno, l'aumento del grado alcolico, che vanno vinte e gestite, tenendo ben presente che il giudice unico delle nostre scelte è il mercato. E noi tecnici siamo chiamati a scelte coraggiose, a volte anche contraddittorie, che devono nascere dalla ricerca e dal confronto anche con altre realtà, perché la soluzione in tasca non ce l'ha nessuno".

MIONETTO
mionetto.com

Fattoria del Cerro · Le Tenute di Sagrilocola · La Poderina · Colpetrone · Arbiola

Wine & Food

Fatta in Sicilia, con la Sicilia, per la Sicilia

Fatta in Sicilia, con la Sicilia, per la Sicilia. Si può riassumere così "Cento per cento Sicilia", il progetto di O-I (Owens - Illinois) azienda leader nella progettazione di contenitori in vetro: una nuova bottiglia a km 0, destinata ai produttori di vino del territorio che vogliono puntare forte sul brand "Sicilia", in cui tutti gli elementi che lo compongono, dalle materie prime, alla fabbricazione fino all'utilizzo, hanno radici comuni che nascono in Sicilia. La bottiglia, infatti, è realizzata con materie prime prevalentemente riciclate e provenienti dall'Isola, e lo stabilimento produttivo è a Marsala.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Una vendemmia scarsa ed un Natale sottotono avevano fatto presagire tempi duri per il mondo del vino italiano, e invece, nel mondo c'è sempre più voglia di bere tricolore, tanto che "nei primi tre mesi del 2013 le esportazioni sono cresciute, in valore, quasi del 10%". Parola di Giuseppe Martelli, direttore di Assoenologi, dal Congresso di Alba.

International Exhibition Management
PRESENTA
Simply Italian
GREAT WINES