

La News**La vacanza degli italiani è sempre più "verde"**

Gli italiani non rinunciano alle vacanze estive, neanche in tempi di crisi, ma cambiano le loro abitudini: emerge dal sondaggio Confesercenti e Swg. E a testimonianza che natura e campagna sono sempre più di tendenza, il 2009 fa registrare un vero e proprio boom per le vacanze "verdi", che dal 2006 a oggi sono passate dal 2% al 14% nelle scelte dei turisti, contro il netto calo del mare, che rimane comunque la meta preferita, ma è sceso dal 73% al 49%. E nell'estate di quest'anno si parla di 4,8 milioni di turisti in più in agriturismi, parchi e oasi naturali, con un salto dell'80% sul 2008.

**SMS Transgenico si o no?**

Non accenna a placarsi il dibattito sul transgenico. I suoi sostenitori affermano che si tratta di una grande conquista della scienza, in grado addirittura di sconfiggere la fame nel mondo. I nemici degli Ogm spiegano che non sono stati provati gli effetti a lungo termine sulla salute dell'uomo e dell'ambiente.

Ma come sempre non esiste il bianco e il nero: i ricercatori, per esempio, stanno studiando sementi progettati per resistere in terreni con poca acqua e a temperature inospitali, potenzialmente utili in tanti Paesi, o in un futuro caratterizzato da scarse risorse idriche e clima instabile.

Resta dunque la domanda: transgenico si o no?

Cronaca**Banche e vino, "finanziamento magazzino" al Chianti Classico**

Un finanziamento "ad hoc" per le cantine che hanno vino in giacenza per invecchiamento nei magazzini: è quello messo appunto da Banca Cr Firenze, al quale possono accedere le imprese associate al Consorzio Vino Chianti Classico, grazie alla convenzione firmata tra l'istituto di credito fiorentino e il Gallo Nero.

Un motivo vero per brindare in tempi in cui l'accesso al credito è uno dei problemi più seri per ogni settore produttivo.

**Primo Piano****"Una tavola lunga un secolo" per raccontare la storia della cucina italiana del '900 "imbandita" da Ballarini 1889 e Richard Ginori 1735**

Raccontare attraverso l'evoluzione della cucina italiana il Novecento, il "secolo breve" che ha radicalmente ridefinito consuetudini, stili e tenore di vita degli italiani: ecco l'obiettivo di "Una tavola lunga un secolo", alla Design Library di Milano (www.designlibrary.it, 24 giugno - 25 settembre). Un progetto di Architettura della Comunicazione, condiviso con due firme storiche del made in Italy d'eccellenza in cucina e sulla tavola: Ballarini 1889, che rappresenta da 120 anni la solidità della tradizione italiana degli utensili da cottura, fatta di cura del dettaglio e funzionalità, proiettata all'innovazione, e Richard Ginori 1735, che incarna una tradizione plurisecolare di perfezione estetica, padronanza assoluta delle tecniche di manifattura della porcellana e ricerca di design, che ha innovato nel tempo la cultura della tavola nel nostro Paese, interpretandone il bisogno di qualità, bellezza e prestigio. "Una tavola lunga un secolo" è una lettura della storia della cucina italiana nel XX secolo come cultura strettamente connessa ai luoghi, al tessuto sociale, ai grandi avvenimenti storici e alle tecnologie. È un viaggio alle radici di ciò che siamo oggi, che parte da quella tradizione gastronomica povera, a base di soli vegetali e farinacei, tipica dell'Italia rurale dei primi del Novecento. Umili piatti di pasta, riso e minestre, che sono le fondamenta su cui si è sviluppata una cucina straordinaria per ricchezza e varietà. "Una tavola lunga un secolo" offre la possibilità di constatare come neppure il benessere diffuso dell'Italia del boom economico e gli influssi dell'alta cucina internazionale abbiano spezzato la continuità con la matrice e con il processo di valorizzazione delle tradizioni gastronomiche legate al territorio, iniziato negli anni '60, che, pur tra alti e bassi, non si è più interrotto.

Focus**A Bordeaux l'etichetta "parla" italiano**

Omogeneizzazione del prodotto vino? No, grazie. Allegrini, la griffe simbolo dell'Amarone della Valpolicella, (e, in questi ultimi tempi, famosa anche per le tenute San Polo a Montalcino, e Poggio al Tesoro a Bolgheri), punta sulla tecnologia per raccontare l'identità e la peculiarità del terroir di provenienza. Lo fa con l'"etichetta parlante", nata nei laboratori toscani di Modulgraf, da una ricerca dell'imprenditore Daniele Barontini e dell'ingegnere tedesco Florentin Doring, che, a vista (nella foto affianco), non è diversa da una normale etichetta su una bottiglia, ma, grazie a un particolare inchiostro e a un apposito lettore, "a voce", racconta del vino e della storia dell'azienda che lo produce. L'obiettivo è quello di segnalare al consumatore tutte quelle informazioni che meglio servono a precisare il profilo storico ed organolettico, per ora di Palazzo della Torre, prestigioso cru della Valpolicella, ma, in un prossimo futuro, di tutti i vini Allegrini. L'etichetta con "il dono della parola", al vertice della tecnologia italiana e presentata in anteprima a Vinitaly 2009, è di scena a Vinexpo (Bordeaux, 21/25 giugno), in esclusiva, per debutto e prima produzione di Allegrini.

**IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR**

Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

Wine & Food**In alto i calici, brindisi alla "salvezza" del vero rosè**

Un brindisi alla "salvezza" del vero rosè, con i calici in alto per il ritiro della proposta Ue di consentire la produzione di vini di colore rosa mischiando bianchi e rossi: il 27 e 28 giugno, a Moniga (Brescia), dove nel 1896 il senatore Pompeo Molmenti inventò la "ricetta" del Chiaretto, uno dei più celebri rosati tradizionali d'Italia, è di scena l'edizione n. 2 di "Italia in Rosa", una due giorni di degustazioni, con 260 etichette e 210 aziende di tutta Italia, promossa dal Consorzio Tutela Garda Classico. Ospite d'onore il Bardolino Chiaretto, in prima linea insieme ai produttori bresciani per difendere il vero rosè.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Che atmosfera si respira a livello internazionale nel mondo del vino? Da Vinexpo di Bordeaux le parole di Emilio Pedron, amministratore delegato del Gruppo Italiano Vini:

"più preoccupazione che ottimismo, cautela e voglia di capire. C'è una segmentazione del mercato, sopra i 20 dollari a bottiglia le vendite sono dimezzate, sotto vanno benino...".

