



La Prima di WineNews.it



n. 1230 - ore 17:00 - Lunedì 21 Ottobre 2013 - Tiratura: 30488 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Quando la terra diventa arte

Quando la terra diventa arte. Letteralmente. Perché è la natura la materia prima delle opere dell'artista cubano-americano Jorge Rodriguez-Gerada, tra i nomi top della "land art", filone artistico che prevede opere inserite e costruite in un luogo preciso. E proprio a Belfast, in Irlanda, dove è stata inaugurata una delle più grandi esperienze artistiche del genere, l'artista ha trasformato 4 ettari di terreno in "Wish" (che significa desiderio, augurio, ndr), opera che rappresenta il volto di una bambina di 6 anni. Per realizzarla è stata usata la tecnologia satellitare, 30.000 paletti e 2.000 tonnellate di terreno e di sabbia. Che sia di buon auspicio per l'agricoltura mondiale?

FRIULI VENEZIA GIULIA,
TERRA DI GRANDI VINI BIANCHI

www.friulano.fvg.it

SMS

Mc Donald's Igp. Again

Sul fatto che sia una buona o una cattiva idea, ognuno ha la sua opinione. Che la via dei prodotti Dop e Igp nei fast food di Mc Donald l'abbia aperta nel 2009 (tra non poche critiche) l'allora Ministro delle Politiche Agricole, Luca Zaia, oggi alla guida della Regione Veneto, con il lancio dei "McItaly", è indiscutibile. Strada che oggi trova continuità con l'arrivo del panino della più celebre catena di fast food, con l'hamburger di carne piemontese e chianina Igp. Una novità non assoluta, la realtà, visto il grande successo delle "hamburgerie" che lavorano con carni selezionate, proprio nei territori di allevamento di razze pregiate, ma di certo uno sbarco importante sulla larga scala: si parla di 40.000 panini al giorno, grazie all'accordo tra Coldiretti, Gruppo Cremonini e Mc Donald Italia.

Cronaca

Territorio? No, vitigno. In Uk

Territorio, territorio, territorio. Il mantra che ha guidato le scelte produttive e di marketing del vino italiano nelle ultime due decadi. Ma ora, in un mercato che, storicamente, anticipa le tendenze mondiali, come quello del Regno Unito, arriva un segnale da interpretare: secondo l'ultimo report di Wine Intelligence, "Uk Landscape", il primo criterio di scelta quando si compra un vino è il vitigno, indicato come prima motivazione dal 70% dei consumatori, seguito da prezzo (66%) e zona di origine (52%).



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

Verso il "Simei" con l'Italia leader e in salute

L'Italia è un Paese leader non solo nella produzione di vino, ma anche delle tecnologie che si utilizzano per ottenere il meglio dalla vigna prima, e dall'uva in cantina poi. Non a caso, superata la contrazione del 2009, l'export di macchine e attrezzatura per il lavoro in cantina ha ripreso a correre, tanto che il 2012 si è chiuso con un valore esportato di 1,9 miliardi di euro, a +18% sull'ultimo biennio. E, visto il basso (e stabile) tenore delle importazioni, la bilancia attiva del settore vanta un saldo di 1,5 miliardi. Dati elaborati dall'Unione Italiana Vini, che si prepara a "Simei" 2013, il Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento, il più importante al mondo del settore, di scena a Fiera Milano Rho, dal 12 al 16 novembre, che festeggia, con l'edizione n. 25, i suoi 50 anni (www.simei.it). "Un appuntamento a cui il settore arriva con un certo ottimismo, visto che i dati che abbiamo ci dicono che il 2013 si chiuderà, probabilmente, in leggera crescita sul 2012", spiega a WineNews Marzio Dal Cin, alla guida dell'omonima azienda e presidente di Anformape (Associazione Nazionale Fornitori Macchine Accessori & Prodotti per l'Enologia). "Nell'impiantistica di cantina, che è quella che fa il grosso dei numeri, siamo leader nel mondo: in qualunque cantina uno entri, nel mondo, ha 8 probabilità su 10 di trovare un macchinario italiano. E anche nei materiali di consumo - lieviti, capsule, tappi e così via - sebbene la concorrenza di altri Paesi sia più forte, le cose non vanno male". L'appuntamento di Milano sarà l'occasione per guardare al futuro, parlando anche di innovazione (saranno premiate le aziende vincitrici dell'Innovative Challenge). Ma il tema centrale sarà quello della sostenibilità, tema al centro del convegno internazionale "Sustainable viticulture & wine production: Steps ahead toward a global and local cross-fertilization", promosso dal comitato scientifico guidato da Ettore Capri, direttore del Centro di Ricerca per lo sviluppo sostenibile in agricoltura "Opera", Allison Jordan (Wine Institute of California), Sarah E. Lewis (The Sustainability Consortium), Sakkie Pretorius (Macquarie University of Australia) e Attilio Scienza (Università di Milano).

Focus

Tra agromafie in crescita e "cheese kit"

Nonostante la lotta alla criminalità organizzata, i controlli (sequestri a +170% in un anno), le normative sull'etichettatura e la maggiore attenzione dei consumatori, il business delle "agromafie" continua a crescere. E, per l'ultimo rapporto Coldiretti/Eurispes, vale 14 miliardi di euro, in crescita del 12% negli ultimi due anni. Le infiltrazioni mafiose controllano grandi tratti della filiera, dalla produzione alla distribuzione, e in ogni settore, dal latte alla carne, dal caffè all'ortofrutta, per non parlare degli oltre 5.000 locali in tutta Italia. E, secondo Coldiretti, il racket colpisce non solo i produttori, ma anche in consumatori, con i prezzi che dal campo alla tavola lievitano del 294% oltre il dovuto. Come se non bastasse, arrivano anche novità (negative) sul fronte dell'"Italian sounding" e della contraffazione all'estero (che valgono 60 miliardi di euro): dopo quelli già famigerati per il vino, ora arrivano sul mercato anche i "cheese kit", per prodursi in casa falsi formaggi italiani, dal Parmigiano Reggiano alla mozzarella. E il fatto più grave, denuncia la Coldiretti, è che "ad essere coinvolta sia una azienda della Gran Bretagna, che fa parte dell'Ue, che dovrebbe intervenire per fermare questo scempio".



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

Wine & Food

La catena "7-Eleven" si dà al vino di alta gamma in Usa

Nel business enoico d'alta gamma in Usa, entra un nuovo protagonista. Dalla dimensioni notevoli: "7-Eleven", la più grande catena di "convenience store" del mondo, con 32.000 punti vendita in tutto il pianeta, e soprattutto in America e Giappone, inizierà a vendere bottiglie del segmento ultra-premium (sui 19,99 dollari, ma anche bottiglie da oltre 50 dollari nelle festività, mentre oggi il prezzo medio dei vini in vendita è sui 6 dollari a bottiglia, ndr) in 700 dei suoi negozi, in 16 Stati Usa, per tentare di attrarre nuovi clienti, soprattutto tra i celeberrimi "Millennials"...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il vino italiano nei mercati del mondo, tra la solida certezza rappresentata ancora oggi dagli Usa, ma anche da Inghilterra, Germania e Nord Europa nel Vecchio

Continente, e le promesse (non sempre mantenute) dei Paesi Bric. A WineNews, le parole di Davide Mascalon, dg Giv, una delle realtà più importanti del Belpaese enoico.

