



n. 1241 - ore 17:00 - Mercoledì 6 Novembre 2013 - Tiratura: 30515 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



L'Italia "in rosa" ad Hong Kong

L'Italia, all'Hong Kong International Wine & Spirits Fair (7-9 novembre), sarà il Paese più rappresentato, con 162 produttori. Anche grazie a Vinaly che ha celebrato la cena di gala di "in rosa", al ristorante "Domani", all'insegna delle Donne del Vino del Belpaese, ma non solo. Perché oggi, alla guida di Gin Gallery, importatore storico di vini italiani (con marchi come Zaccagnini, Hofstatter, Dorigo, Poderi Luigi Einaudi, Fratelli Giacosa, Argiolas, Agricola Punica, Terreliaide, Tenuta San Guido, Rocca delle Macie, Poggio Antico, Castello del Terriccio, Foradori, San Leonardo, Falesco ...), c'è Vivian Hui (nella foto, con la general coordinator Vinaly International, Stevie Kim).



Ocm flop? No

Che l'Italia non sia l'esempio migliore di come si spendano i fondi europei è fuori discussione, ma quelli dell'Ocm vino hanno portato alla nascita di decine di progetti che, senza i finanziamenti di Bruxelles, non avrebbero mai visto la luce. Certo, si poteva fare di più, ed utilizzare fino all'ultimo euro stanziato dalla Ue per la promozione sui mercati extraeuropei. L'occasione per farlo ce la offre ancora l'Europa, che ha aperto, come anticipato da WineNews, ad un uso dei fondi per la promozione nei Paesi Ue. A patto, però, che non riguardi le etichette aziendali, ma solo, come si vince, denominazioni e territori. Una limitazione che ha fatto storcere qualche naso, mentre secondo noi ogni nuova opportunità va saputa sfruttare, perché in termini di cultura enoica, c'è ancora tanto da fare, anche in Europa.

Cronaca

San Martino è "in cantina"

Degustazioni, cene con il vignaiolo, numerose attività fino al tramonto e brindisi al nuovo "Anno agricolo". Questo è molto altro per "Cantine aperte a San Martino", l'evento griffato Movimento Turismo del vino di scena dal 9 al 10 novembre che coinvolgerà oltre 200 cantine italiane di Campania, Puglia, Umbria, Sicilia, Marche, Lazio, Lombardia, Veneto, Friuli, Abruzzo e Molise. Le cantine aderenti apriranno le porte per far assaggiare agli enoturisti i vini dell'ultima vendemmia con i prodotti di stagione.



Primo Piano

L'Italia ai fornelli secondo Lovrinovich (Michelin)

"L'interesse per il food che sta permeando la società italiana non è una moda ma una presa di coscienza, veicolata certamente anche dai media. Tv, carta stampata e persino piccoli eventi hanno reso le persone più consapevoli dell'importanza della qualità del cibo, non solo come elemento determinante per la nostra salute, ma anche come piacere e momento conviviale". Parola di Sergio Lovrinovich che, al suo primo anno da curatore della guida più attesa, la "Michelin Italia" 2014, fotografa così il panorama enogastronomico italiano. I verdetti della "Rossa", come abbiamo scritto già ieri, hanno premiato un'Italia che, tra i fornelli, dà sempre il meglio di sé: ci sono un nuovo "tre stelle", il Reale di Niko Romito, 3 new entry tra i "due stelle" e 29 nuovi "stellati", per un totale di 329 stelle (che ne fanno la seconda guida più premiata al mondo), ma va sottolineata anche la crescita del 30% dei ristoranti che offrono un pasto semplice ad un prezzo inferiore a 25 euro. La "Rossa", del resto, con i suoi 113 anni di storia, è qualcosa di più di una guida, capace di anticipare ed influenzare le tendenze, a partire proprio dall'interesse che è stato capace di catalizzare in questi anni il mondo della ristorazione, "che ha saputo rispondere alla crisi in maniera positiva, nel segno di una "democratizzazione" del settore come dimostra la crescita dei "Bib Gourmand", ma anche la maggiore accessibilità degli stellati", come spiega Lovrinovich approfondendo l'analisi sullo stato dell'arte della ristorazione italiana. Senza, d'altro canto, perdere le proprie radici, visto il "perdurante interesse per i prodotti e le tradizioni del territorio, ma anche un fenomeno opposto, un neo-esotismo che ricerca ingredienti rari, da combinare con quelli nostrani, attraverso cotture semplici, con l'obiettivo di rispettare l'integrità dei prodotti, mentre è in calo la cucina molecolare. E poi, da parte dei cuochi c'è una crescente attenzione per le allergie e le intolleranze alimentari, a volte con menu appositamente dedicati". Un altro segnale interessante, che emerge dalla Guida, è "il trend positivo di chef del Sud che, dopo esperienze importanti, ritornano nei Paesi di origine per valorizzare territorio e cucina".

Focus

Il piano regolatore "enoico" top nel Sannio

Un grande vino, oggi più che mai, non può prescindere da un grande territorio, dove l'attenzione alla viticoltura sia al centro non solo della vita quotidiana di chi il territorio lo abita, ma anche nel progetto politico di chi lo gestisce. Ecco perché nel progettare gli spazi che nel futuro caratterizzeranno la vita in città e, soprattutto, quella in campagna, il vino non può non essere tenuto in considerazione, al pari degli altri elementi di pianificazione urbanistica. È questo il senso del concorso per "il Miglior Piano Regolatore delle Città del Vino". Che, nell'edizione 2013, di scena oggi a Torino ad "Urbanprom", ha visto la vittoria di Castelvenere (foto), comune nelle terre del Sannio, per il suo approccio innovativo alla pianificazione urbanistica, lo sviluppo sostenibile e la valorizzazione del paesaggio viticolo e rurale. "Il Piano Regolatore delle Città del Vino - spiega Pietro Iadanza, presidente delle Città del Vino - non è solo lo strumento principe della pianificazione territoriale di un territorio comunale, ma è sempre più un elemento fondamentale per conoscere, promuovere e valorizzare il patrimonio materiale e immateriale di una comunità, regolarne l'uso e la sua sostenibilità".



Wine & Food

Marketing del vino protagonista a San Michele all'Adige

Produrre vino di qualità, ormai, è la base. Ma a fare la differenza, spesso, è a far emergere un'etichetta piuttosto che un'altra in scaffali affollati di centinaia di referenze, è il marketing. E proprio "Come comunicare il vino sullo scaffale e sulla tavola" sarà il tema del Seminario di Marketing Internazionale del vino di scena l'8 novembre alla Fondazione Mach di San Michele all'Adige, in collaborazione con Winejob, con, tra gli altri, Bruno Laeng, professore di Neuropsicologia cognitiva all'Università di Oslo, Michele Drusian marketing manager di Luce della Vite, Marilisa Allegrini, alla guida di Allegrini.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Un vino fatto di sola uva sembrerebbe un'ovvietà, ma in un mondo enoico popolato di solfiti, lieviti selezionati e tannini aggiunti, forse non è così. Lo è a Salcheto,

griffe del Nobile di Montepulciano, dove Michele Manelli, lancia "Obvius". Con un messaggio non "contro", ma alternativo, che invita a riflettere sul tema "naturalità".

