



La Prima di WineNews.it



n. 1268 - ore 17:00 - Venerdì 13 Dicembre 2013 - Tiratura: 30541 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Il vino della Valle dei Templi

Nelle terre del Nero d'Avola, da un vigneto coltivato in una delle aree archeologiche più famose, nasce un vino protagonista del rilancio di un intero territorio: è "Diodoros", il vino della Valle dei Templi di Agrigento (vendemmia 2012, 6.000 bottiglie numerate, "vestite" da una colonna dorica scelta dagli appassionati). Frutto di un progetto che vede alleati pubblico e privato, il Parco ed i produttori del territorio (in questo caso la Cva di Canicatti), per far rinascere le coltivazioni delle aree demaniali della Valle (foto), rilanciando i flussi turistici, unendo archeologia e vino, elemento, e traino, a più alto valore economico e comunicativo dell'agricoltura di siciliana.



Vive la France!

A volte anche i francesi fanno davvero sorridere (parlando di wine & food, s'intende). Uno studio Ifop-Institut français d'opinion publique per il sito Ventealappropriete.com conferma un dato di fatto che già immaginavamo: tra ostriche e foie gras, impossibile che vino e Champagne possano mancare sulla tavola del Natale dei francesi (la pensa così il 68%). Il 60% degli "oenophiles" li acquisterà, spendendo in media 55 euro e scegliendo non per forza marchi famosi, perché i "cugini d'Oltralpe" si scoprono sperimentatori di nuove etichette (50%), orgogliosi (83%) di stupire svelando un vino che sorprenda i propri ospiti. Pochi. Perché a Natale, più che offrirlo il vino (solo l'8% lo farà) i francesi se lo berranno per sé. Cin Cin!

Cronaca

Asti, Consorzio al 92%

Un territorio è forte quando è coeso, e l'azione di un Consorzio tanto più incisiva quando la rappresentanza è più alta. E il Consorzio dell'Asti Docg, oggi, arriva ad una rappresentanza del 92% della produzione di Asti Docg, e del 76% di quella del Moscato d'Asti Docg, grazie al rientro, nel Consorzio, di alcuni importanti, come lo storico brand Martini & Rossi (Gruppo Bacardi), Toso e Fontanafredda, oggi di Oscar Farinetti (tornata in Consorzio ad inizio 2013). Appuntamento con i produttori il 20 dicembre, ad Asti.



Primo Piano

Di origine, grandezze ed altre storie (made in Italy)

L'origine di un prodotto è sempre sinonimo di alta qualità? L'artigiano è sempre meglio della grande industria? Sono solo alcune delle domande di fondo che, diminuito il fragore delle proteste sui presunti falsi prodotti italiani messe in piedi da Coldiretti, rimangono sullo sfondo di un made in Italy che fa i conti con la globalizzazione. E che forse deve fare un po' di chiarezza al suo interno, per non scoprire che, mentre qui si discute su cosa sia o non sia made in Italy, in maniera più o meno integralista, altri fanno business e conquistano i mercati battendo altre (lecite) strade, come la Germania, una delle grandi accusate da Coldiretti ma che, alla luce del sole e nel rispetto delle regole, giuste o sbagliate che siano, esporta 55 miliardi di euro di prodotti agroalimentari, contro i 26 dell'Italia, come ha ricordato Nomisma. La prima riflessione, come hanno sottolineato in tanti, è che per molti prodotti simbolo del Belpaese, che per fortuna esportano tanto, un made in Italy 100% nella materia prima è sostanzialmente impossibile. È il caso della pasta, per esempio. Che, però, nel mondo, ovunque viene associata all'Italia, per via di un "know how" nella produzione e nel consumo affermato a livello globale, e che nessuno pensa di mettere in discussione. Quindi, su prodotti di grande consumo, è forse più l'origine "del know how e del sapere" a fare la differenza (e a creare valore aggiunto), più che la materia prima. Un conto poi, e qui si apre un altro capitolo, sono le Dop, che nel legame con il territorio, anche per la materia prima, devono avere un pilastro fondante e distintivo nel mondo, e sul quale occorre essere rigidi. Dop che, però sono diverse tra loro, e che possono essere prodotte tanto da grandi industrie che da piccoli artigiani. Che, ovviamente, hanno ruoli diversi, potenzialità diverse, ricadute sui territori diverse (in termini economici, occupazionali, d'immagine), ma che devono dialogare non in un ottica di contrasto, ma di collaborazione e sostegno le une degli altri. In maniera chiara, ovviamente: l'industria senza giocare a fare il piccolo produttore di nicchia, l'artigiano senza pensarsi impresa da grandi numeri. Guardando al mondo, perché quello è, ormai, l'orizzonte.

Focus

Se l'Ocse "studia" il caso Nutella

Nei giorni in cui l'agroalimentare italiano si spacca sul made in Italy, c'è chi ha preso uno dei prodotti italiani più celebri del mondo, per spiegare come ormai, la globalizzazione, abbia di fatto cambiato la produzione ed il consumo dei cibi. Lo ha fatto l'Ocse con la Nutella, come riporta il settimanale "Internazionale". Perché se è vero che per parte della produzione la Ferrero si rifornisce a livello locale, come con le nocciole piemontesi, dall'altro è evidente che per produrre le 250.000 tonnellate di Nutella che si vendono ogni anno nel mondo, serve uno sguardo più ampio. E così, le nocciole vengono dalla Turchia, il cacao dalla Nigeria, lo zucchero dal Brasile e dall'Europa, l'aroma di vaniglia dalla Francia. Non solo: la sede principale, come noto, è ad Alba, ma la Nutella si produce anche in 9 stabilimenti tra Europa, Russia, Nordamerica e Sudamerica. Eppure la crema alla nocciola più famosa del mondo, è indiscutibilmente e sempre associata all'Italia, visto che italiano è il know how con cui viene prodotta e l'azienda che l'ha inventata. E che grazie alla forza di un brand diventato globale, crea valore aggiunto per se stessa, per il Belpaese, e per le aziende straniere con cui collabora nel mondo.



Wine & Food

Pillole di Francia enoica sul web, per raccontare il vino ai giovani

Il vino non è solo un prodotto della terra, ma anche il frutto di un processo culturale. Però, a volte, chi lo racconta lo fa diventare qualcosa di estremamente elitario, alto, allontanando dal mondo enoico le nuove generazioni, in Italia come in Francia, dove una coppia di amici, Thibaut Bourtembourg e Maxime Granata, appassionati di vino ma non troppo, ha pensato di raccontare la Francia del vino andandola a scoprire in camper, muniti solo di una telecamera e tanta voglia di scoprire i segreti di 70 vigneron. Il risultato, un documentario on the road, "Les Chineurs de Vins", presto on line.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

A Natale si sa, fa sempre piacere ricevere come regalo una bella bottiglia. Ma il vino è ancora un'idea di un regalo che attrae? E quali vini vengono regalati in queste festività

del 2013? Lo abbiamo chiesto a Giovanni Longo dell'Enoteca Longo di Legnano, una delle realtà di riferimento in Italia della regalistica enogastronomica.

