



La News



La "madre" del Museo del Vino

La signora che vedete in foto è Maria Grazia Marchetti Lungarotti, ovvero colei che, direttrice dal 1987 della Fondazione Lungarotti, nata per volontà delle Cantine Lungarotti fondate dal marito Giorgio, per valorizzare con attività culturali l'economia agricola italiana e la cultura del vino, ha ideato e dato vita al Museo del Vino e, in anni più recenti, al Museo dell'Olio e dell'Olio di Torgiano, diventati, grazie alla sua lungimiranza e conoscenza nel campo della museografia e museologia, una vera e propria case history, e considerati tra i più importanti al mondo. Per lei dopo tanti riconoscimenti, formali e di fatto, visto il successo planetario delle sue "creature", anche il Premio Marisa Bellisario.



Di male in peggio

Al di là delle sensazioni e delle aspettative, un aspetto capace di raccontare meglio di qualsiasi altro, e senza tanti giri di parole, lo stato di salute dell'agricoltura italiana, esiste, ed è quello che riguarda il rapporto tra aziende del settore primario e credito, analizzato, proprio in questi giorni, da due istituti di riferimento come Bankitalia ed Sgfa - Società gestione fondi per l'agroalimentare, che fa capo ad Ismea. La fotografia non è certo quella di un settore in salute, tutt'altro. Se il credito ha ricominciato a crescere, dello 0,3% nel 2013, l'aumento della sofferenza è stato addirittura di 4,4 miliardi di euro, pari al 10% dell'ammontare dei finanziamenti concessi, almeno secondo Bankitalia. Già, perché secondo i dati Ismea la situazione è persino peggiore. Di male in peggio.

Cronaca

Usa: bene ma non benissimo

2013 sostanzialmente in linea con il 2012 sulle esportazioni vinicole italiane negli Usa. "Dopo una serie di alti e bassi che, nel 2013, ha visto le esportazioni ampliarsi e restringersi, con una lieve contrazione dello 0,5% in quantità (2,4 milioni di ettolitri) ed un aumento del 6,6% in valore (1,28 miliardi di dollari)". A dirlo i dati dell'Italian Wine & Food Institute. Un risultato che Lucio Caputo, presidente dell'associazione, ha definito "non esaltante, ma accettabile nel contesto complessivo del mercato americano".



Primo Piano

Il Consorzio si fa "azienda": il caso Chianti Classico

Da Consorzio "contenitore" che si occupa di tutto, dalla promozione alla distribuzione delle fascette, dalla produzione del vino a quella dell'olio, a vero e proprio Consorzio "sistema", con un centro attorno al quale orbitano diversi satelliti operativi. Un cambiamento come questo nelle dinamiche organizzative di un ente potrebbe sembrare una questione meramente formale. Non è questo il caso. Perché il Consorzio del Chianti Classico, con la sua nuova struttura organizzativa, si appresta a rendere non solo più efficace e flessibile il suo operato, ma anche a chiarire ambiti, responsabilità e specializzazioni e ad ampliare i suoi servizi. Caso unico, per il momento, nel panorama enico nazionale, come il Consorzio del Gallo Nero ci ha ormai abituato, a partire dall'adozione, per primo, dell'erga omnes, seguito a ruota dagli altri consorzi. Per ora questa riorganizzazione vede al centro il Consorzio del Chianti Classico, che svolgerà un'attività di coordinamento e di raccordo, alla periferia la "Fondazione", attiva sulle problematiche ambientali e storico-artistiche della denominazione, la "Company" che gestirà le attività commerciali e di merchandising, il "Laboratorio", accreditato Sinal, e in grado di svolgere analisi certificate su olio, vino e alimenti, il Consorzio dell'Olio Dop Chianti Classico, chiamato a valorizzare l'"oro verde", altro protagonista del territorio, e la Strada del Vino e dell'Olio Chianti Classico, prezioso organo di collegamento tra turismo e conoscenza della denominazione. "Quando si parla di Consorzio del Chianti Classico - spiega il direttore del Consorzio Giuseppe Liberatore - siamo abituati a pensarlo come una unica struttura. D'ora in poi, invece, bisogna immaginarlo come una sorta di "sistema solare" dove, attorno alla stella principale, orbitano molti pianeti che dipendono necessariamente da quella stessa fonte di energia, per portare avanti però esistenze indipendenti. In altre parole l'amministrazione, la promozione, la segreteria e così via, sono uniche e si occupano di tutti i prodotti a marchio Chianti Classico, mentre le particolari strutture compiono la loro attività nel loro campo con modalità e competenze ad hoc".

Focus

Amore e "tradimenti" con Bacco

Con uno stuzzicante menu, meglio italiano, per 8 chef stellati su 10 interpellati da Polli Cooking Lab, e con un tocco di eros, dalle ostriche made in Italy (anche nel menu "stellare" di Heinz Beck a La Pergola), all'aglio e cipolla, alternativa naturale al viagra, nel censito da Coldiretti nei prodotti "elisir" della tradizione. Con un menu ad "alta quota" (nel nuovo L'Altro Vissani a Cortina, laltrovissanicortina.it), ispirato a "Nove Settimane e 1/2" per i più trasgressivi, ordinato via web per i più inesperti. A San Valentino sono molte le "scuse" per confessare all'altra metà, l'amore per il vino e la buona tavola. Visitando in coppia una cantina (nell'Ilasi Valleys, visitillasi valleys.com), cenando tra i filari (con un menu naturale ed afrodisiaco alla Tenuta di Fiorano di Antinori, fattoriadifiorano.it), brindando con bollicine Valentino di Paladin, con la nuova annata del Valtenesi Chiaretto (consorziovaltenesi.it) o con il "vino di Giulietta" di Gerardo Cesari. Regalando un filare nel Chianti Classico (venditadirettavino.com) o a Soave (stradadelvinosoave.com), o un corso di cucina stellata (a Venissa da Bisol, venissa.it). E condividendo un "selfie" con i vini Masi (masi.it).



Portiamo il valore del Made in Italy nel Mondo



Wine & Food

Hart Davis Hart e l'asta dei vini con "provenienza impeccabile"

Dopo la denuncia di Aubert de Villaine di Domaine de la Romanée-Conti, contro la casa d'aste Acker Merrall & Condit per la "vicenda Kurniawan", c'è molta più attenzione sull'origine dei lotti che vengono battuti. Non c'è, dunque, da stupirsi che la casa d'aste Hart Davis Hart abbia specificato che all'incanto aveva solo vini con "provenienza impeccabile". L'asta dell'11 febbraio ha incassato 7,5 milioni di dollari, stabilendo nuovi record mondiali per i vini di Borgogna, Bordeaux e Champagne. I "top lot"? 6 bottiglie di Richebourg '85 e una cassa di Domaine De La Romanée-Conti '76.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La comunicazione del futuro, la nuova mappa del vigneto-mondo, il mercato ed il marketing, la scienza, e tanto altro: ecco il programma del Simposio dell'Institute of Masters of

Wine, a Firenze, dal 15 al 18 maggio, con l'Istituto Grandi Marchi. A WineNews il commento del presidente Piero Antinori: "tanti temi importanti per l'Italia".

