

La News



Olio, l'origine in etichetta è ancora "virtuale"

Per l'olio d'oliva l'etichettatura d'origine è ancora "virtuale". A più di venti giorni dall'entrata in vigore del Regolamento europeo, non c'è traccia della norma attuativa italiana. Lo denuncia la Cia-Confederazione Italiana Agricoltori, "preoccupata per questo inspiegabile ritardo che rischia di avere riflessi negativi per i nostri olivicoltori, che già vivono una situazione estremamente difficile. Da parte delle Politiche Agricole non si è avuto alcun seguito al Regolamento Ue, se non quello degli annunci trionfali che sono restati senza riscontri concreti. Siamo nello stallo più completo".



Detto con le buone...

Per ora ce l'hanno detto con le buone: no a tentativi più o meno dichiarati di protezionismo di fatto. Il messaggio è della Commissaria Ue all'agricoltura, Mariann Fischer Boel, anche in seguito alle dimostrazioni, quasi militaresche, messe in campo da Coldiretti, che, con l'avallo del Ministro Zaia (oggi presenta il dl sull'origine del latte) e delle forze dell'ordine, ha fermato camion e navi con merci straniere, perfettamente legali, dirette in Italia. "No ad istituire una sorta di fortezza europea, o di fortezza Italia rispetto alle importazioni dal mercato europeo o mondiale", ha detto la Fischer Boel. Parole semplici, che sanno tanto di avviso. Ok alla trasparenza dell'origine, ma non scordiamoci che viviamo in un mondo che ha le sue regole, che anche l'Italia ha creato e sottoscritto...

Cronaca

Tiene l'agroalimentare italiano

L'agroalimentare italiano tiene meglio di quello europeo e degli altri settori: ecco l'analisi di Confagricoltura, sulla base dei dati del commercio internazionale diffusi dall'Ice, l'Istituto per il Commercio con l'Estero. Il comparto, che ha comunque subito i colpi della crisi, a livello nazionale ha contenuto i danni meglio di altri, che hanno visto un calo delle esportazioni abbondantemente "a due cifre". E mentre l'Europa peggiora la sua posizione, l'Italia mantiene comunque una performance positiva.



Primo Piano

No all'abbassamento delle rese, meglio il "bloccaggio": il Consorzio del Chianti Classico sceglie, primo in Italia, una via diversa contro la crisi

Il Consorzio del Chianti Classico è la prima denominazione italiana a scegliere una via alternativa all'abbassamento delle rese, per contrastare la crisi. All'insegna dell'ottimismo, in attesa della ripresa economica, e per non rinunciare a parte dell'annata 2009, che, in linea con le ultime cinque vendemmie, si preannuncia di alta qualità, il cda ha scelto la via del "bloccaggio", ovvero di tenere in cantina il 20% del vino prodotto per mantenere competitivi i prezzi.

"La crisi finanziaria, unitamente al cambio euro/dollaro per noi particolarmente svantaggioso, ci ha imposto una riflessione su quali strumenti adottare per stabilizzare il mercato - spiega il presidente del Consorzio, Marco Pallanti - a nostro vantaggio abbiamo le ultime cinque annate, dal 2004 al 2008, che hanno regalato al Chianti Classico delle vendemmie di ottima qualità e l'andamento climatico di quest'anno ci fa prevedere anche un 2009 in linea con le annate precedenti. Proprio per questo motivo il cda del Consorzio del Vino Chianti Classico ha deciso di non optare per una riduzione delle rese, che prevede una perdita tout court di prodotto, ma ha voluto comunque intervenire in difesa del proprio mercato".

Il "bloccaggio" sarà tuttavia uno strumento flessibile, poiché il Consorzio potrà in qualsiasi momento, anche prima della scadenza dei due anni previsti, chiederne la cessazione totale e parziale. "Questa misura comporta naturalmente uno sforzo economico da parte di tutti i produttori - sottolinea Pallanti - che deve essere sostenuto dal sistema bancario. Il Consorzio si è già attivato sollecitando i migliori istituti di credito del territorio".

Focus

L'ambasciata Usa ha la sua cantina "italiana"

La nuova cantina di Villa Taverna, residenza dell'ambasciatore americano a Roma, ha aperto i battenti, dopo solo 9 mesi dalla presentazione del progetto, a cura dell'architetto Agnese Mazzei. A celebrare il taglio del nastro, questa mattina, alcuni dei più importanti nomi dell'enologia italiana - Franco Biondi Santi, Francesco Mazzei, Francesca Planeta, Piero Antinori, Piero Mastroberardino, Enrico Viglierchio (Banfi) e Lorenzo Biscontin (Santa Margherita) - oltre al sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, Gianni Letta. "L'idea mi è venuta appena arrivato in Italia - ha detto a WineNews l'ambasciatore Ronald Spogli - perché ho visto il giardino, la bella piscina, e mi sono chiesto: e la cantina dove è? Il vino è una cosa importante di per sé, e lo è anche nelle relazioni diplomatiche, è veicolo di conoscenza e socialità. E poi è uno dei testimoni del legame tra Italia e Usa, visto il contributo di tanti italiani alla viticoltura americana!". La cantina, prima e unica di questo tipo al mondo, può contenere 7.496 bottiglie, tutte italiane e americane. "Anche nella mia cantina privata, il 90% delle etichette sono italiane - confessa Spogli - spero che ... non me ne voglia Sarkozy!".



IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR



Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

Wine & Food

Contro la "fregatura" a tavola arriva il marchio della Fipe!

Turista enogastronomico? Contro la "fregatura", occhio al marchio Fipe-Confcommercio! La Federazione Italiana Pubblici Esercizi scende in campo con un'operazione trasparenza, con un simbolo da "consegnare ai tanti ristoratori corretti nel rapporto qualità-prezzo, che si rivolgono in maniera professionale ai clienti", spiega il direttore generale Edi Sommariva. E i consumatori potranno denunciare eventuali infrazioni, che, se accertate, comporteranno la revoca del marchio. E in arrivo anche un sistema per risolvere le controversie a livello nazionale, in accordo con Federconsumatori.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Slow Food e il vino, quale futuro? Dopo la separazione dal Gambero Rosso sul fronte della guida Vini d'Italia, si aprono nuovi scenari. A WineNews li spiega Piero Sardo:

"un viaggio in terre sconosciute. Le guide hanno saputo contribuire ad educare i consumatori, oggi serve parlare anche ai produttori. L'obiettivo? La trasparenza radicale".

LA SEGRETA SICILY STYLE CODE



PLANETA