



La News



Il calendario sexy tra i filari

Il nudo vende, o quantomeno è la via più breve per attirare l'attenzione, specie in campo pubblicitario. Non ci vuole un grosso sforzo di fantasia, anche se, a volte, si rischia di cadere nel maschilismo più goffo. Problema che, evidentemente, non riguarda l'associazione delle giovani vigneron austriache, la "Jungwinzerinnen", che ormai da 12 anni pubblicizza la propria attività, in un mondo a maggioranza maschile, con un calendario in cui le stesse produttrici posano in lingerie. Così, anche per il 2015, ci saranno 12 foto di 12 vignaiole, in momenti diversi del loro lavoro, dalla vendemmia alla potatura, passando per la pulizia delle vasche: tutto per attirare l'attenzione sul vino austriaco.

Primo Piano

Barolo, Alto Adige e la Toscana con le Igt: la geografia enoica top secondo il "Gambero Rosso"

Come si presenta la geografia enoica dell'Italia del Gambero Rosso attraverso la lente dei "Tre Bicchieri"? Il panorama, evidentemente, vede privilegiare i premi attribuiti alle denominazioni, con il Piemonte in testa (79 "Tre Bicchieri", tutti con vini a Doc o Docg), ma anche con un'eccezione: la Toscana, che nel complesso conquista 72 "Tre Bicchieri", ma dove sono ancora le Indicazioni Geografiche Tipiche la singola tipologia a prevalere. Un retaggio del "power of Supertuscan" che sembra ancora godere di una certa solidità. Ed un punto a favore per quanti sostengono che un disciplinare a maglie più strette, come di solito è quello di una Doc o di una Docg rispetto ad una Igt, sia sinonimo di qualità più elevata per un vino. Per il resto delle Regioni le Do prevalgono, anche in zone, come la Sicilia, dove nel recente passato non possedevano il medesimo appeal. Guardando alle denominazioni più premiate da "Vini d'Italia" 2015, al top assoluto rimane il Barolo, con 31 "Tre Bicchieri", seguito dalla denominazione Alto Adige con 28. Terzo gradino del podio per la Toscana, e come detto non con una delle sue denominazioni più celebri, ma con la tipologia Igt, premiata 22 volte. A seguire, 16 "Tre Bicchieri" per il Chianti Classico, e poi un trio di denominazioni con 11 riconoscimenti ciascuna, formato dai piemontesi Barbaresco e Barbera, a cui fa compagnia il Verdicchio (8 per quello dei Castelli di Jesi, 3 per quello di Matelica), vino portabandiera delle Marche, di cui la guida del Gambero Rosso "certifica" ormai la presenza tra i grandi nettari del Belpaese. 10 "Tre Bicchieri" per l'Amarone della Valpolicella, che si conferma il top tra i vini del Veneto, per il Collio, che primeggia in Friuli Venezia Giulia, e per il Brunello di Montalcino. E, ancora, 9 per il Montepulciano d'Abruzzo. Tanti quanti quelli assegnati alle bollicine del Franciacorta, la denominazione più premiata tra quelle della spumantistica del Belpaese (seguita, nella tipologia, da 8 etichette per il Trentodoc).

Focus

In Usa la passione per il vino è "rossa"

Ad eccezione dell'Iowa, del Nebraska e Kansas (e "per un pugno di calici"), gli americani preferiscono il vino rosso. La conferma della predilezione per la versione rossa di Bacco negli States, mercato più importante del mondo, arriva da un report, rilanciato dal "The Washington Post", del portale "Naked Wines" (www.nakedwines.com), uno dei fenomeni più interessanti degli ultimi anni nella sfera enoica, nato dal crowdfunding nel 2008, su idea di Rowan Gormley, che finanzia vignaioli indipendenti da tutto il mondo in cambio di vini esclusivi a prezzi all'ingrosso, arrivato nel 2013 ad un fatturato di 53 milioni di sterline. Negli Stati più importanti per produzione e consumo, basandosi sulle proprie vendite, i rossi dominano: in California sono il 53,4% contro il 40,6% dei bianchi, in Oregon 54,2 contro 40,7, nello Stato di Washington il 51,9% contro il 42,7%. E sulla "East Coast" la musica non cambia: il rosso vince 54,1% a 40,6% in Virginia, 52,5% a 42,8% in New Jersey, e 53,9% a 40,9% anche nella caldissima Florida. Parità esatta nello Stato di New York, dove bianchi e rossi sono entrambi al 47%. Nei tre Stati "bianchisti", lo scarto è minimo, sotto ai due punti percentuali.



SOAVE

ORIGINE STILE VALORE

Vino, il più "sicuro"

Negli ultimi tempi, in Italia, spesso le cronache enogastronomiche sono state dominate dalla parola "frode". Questo perché il settore, soprattutto sul fronte vino, è più florido di altri e, ovviamente, attira anche le attenzioni dei disonesti. Ma anche perché c'è il rovescio positivo della medaglia, ovvero quello dei controlli che le frodi le portano a galla. "Il sistema dei controlli funziona. Le truffe - ha ricordato Francesco Liantonio, presidente di Valoritalia, www.valoritalia.it - possono essere scoperte in qualsiasi settore ma credo che il vino sia uno dei prodotti più tutelati, controllati e tracciati in assoluto. Mi sento tranquillo, grazie alla tracciabilità e certificazione che viene fatta da Valoritalia, che è l'ente preposto alla certificazione di oltre 1,2 miliardi di bottiglie l'anno".

Cronaca

Ritorno tra i banchi

Riaprono le scuole in tutta Italia, e i giovani riscoprono le opportunità che arrivano dal mondo dell'agricoltura, del made in Italy e dell'accoglienza, e gli iscritti al primo anno delle superiori che hanno optato per un indirizzo alberghiero o enogastronomico raggiungono il 9,3% delle iscrizioni totali. E anche il Ministro delle Politiche Agricole, Martina, sottolinea il ruolo dell'istruzione per la crescita del settore: "dobbiamo ripartire dalla scuola, investendo nella formazione in campo agricolo e agroalimentare".



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Wine & Food

Mister Calzedonia punta sul vino, e guarda a Londra

L'idea di puntare sul made in Italy di qualità contagia anche Sandro Veronesi, il patron del gruppo Calzedonia, rinomato wine lover, che ha deciso di scommettere proprio sul mondo di Bacco, con una catena di enoteche specializzate in etichette di alta gamma. La nuova avventura di mister Calzedonia si chiama "Signorvino", ed i primi punti vendita hanno aperto i battenti prima a Milano, poi a Verona, ma nel mirino ci sono Bologna, Roma e, soprattutto, Londra, prima tappa di un percorso verso l'espansione all'estero che, per le produzioni di qualità del Belpaese, appare sempre più inevitabile.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Le arti antiche dell'alimentazione dell'uomo, agricoltura, allevamento, caccia e pesca, raccontate dai grandi artigiani italiani in 12 tappe emozionali in un vero e proprio

percorso teatrale: ecco il concept del "Padiglione Zero", la porta di ingresso di "Expo 2015", nelle parole del suo direttore, il regista e docente Davide Rampello.

