



La Prima di WineNews.it



n. 1637 - ore 17:00 - Mercoledì 27 Maggio 2015 - Tiratura: 30835 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



THE EXTRAORDINARY ITALIAN TASTE

"Extraordinary Italian Taste"

Un marchio per la promozione del made in Italy agroalimentare, sotto una bandiera unica, e per contrastare l'Italian sounding, vera spina nel fianco per il commercio estero delle produzioni del Belpaese: ecco "The Extraordinary Italian Taste", il logo, presentato oggi all'Expo dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, che verrà utilizzato nelle fiere internazionali, nelle attività di promozione all'interno dei punti vendita della grande distribuzione estera, nelle campagne di comunicazione e promozione in Tv, sui media e sui social. Un segno unico distintivo per tutto l'agroalimentare, che veicoli un'idea unitaria del made in Italy.

Primo Piano

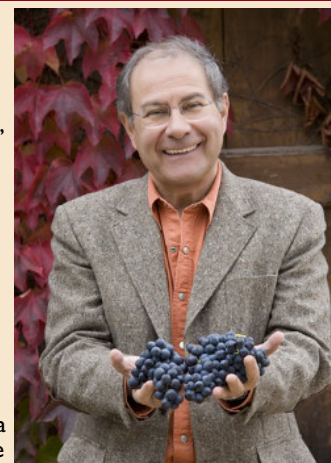
Vino & cucina di qualità, tra cultura e geografia

Per capire come va, oggi, il rapporto tra cibo e vino, partiamo da un breve excursus storico sulla ristorazione italiana di qualità: "i primi nuclei risalgono agli anni '50-'60 con locali come Cantarelli e Guido dello chef Alciati. Dopo San Domenico a Imola e Paracucchi, a fine anni '70 arriva Marchesi: nella nostra cucina ci sono un pre e un post Marchesi, che ha portato in Italia la nouvelle cuisine francese. Nasce Pinchiorri, si affermano ristoranti come Il Pescatore e matura una diversa consapevolezza del vino, con la comparsa di carte e sommelier. Nel 2000 i ristoranti italiani di qualità sono un corpus importante, e non si può ambire ad un riconoscimento senza una cantina adeguata. Crescono qualità dei vini, cultura di cuoco e ristoratore, curiosità/competenza del cliente: la sfida è tenerle insieme". Dall'excursus, tracciato a WineNews da Enzo Vizzari, al paradosso per lo stesso direttore delle Guide de "L'Espresso": "il problema è che il consumo di vino in Italia continua a diminuire". Prima contava la quantità, "oggi si gusta per apprezzare meglio tutto. È vero che sono diminuiti i consumi, ma 40 litri pro capite sono ancora tra i più alti al mondo. Fortuna che compensano gli altri Paesi, ma sta a noi acculturarli", dice a WineNews l'enologo Riccardo Cotarella, alla guida del Comitato Scientifico del Padiglione Vino, che ha dedicato il primo incontro dell'Expo proprio al legame vino-cucina. Ed è emerso che la cucina italiana è famosa in tutto il mondo, ma deve fare più sistema, perché i personaggi da soli non bastano, che il vino deve svecchiarsi, cercare un rapporto più stretto con le cucine di territorio, e che al ristorante l'integrazione piatti-vini è vincente e il sommelier determinante nella redditività. E, poi, il problema n. 1, per Paolo Marchi, ideatore di "Identità Golose": "gli stranieri non conoscono la geografia del cibo e del vino italiani e le istituzioni dovrebbero insegnarla". Perché non esiste un prodotto che rappresenti l'Italia come il vino, metafora della capacità italiana di reagire alla crisi e vincere la sfida globale, di saper fare bellezza, paesaggi, innovazione e guardare al futuro, ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina. E poi c'è la cucina ...

Focus

Export, burocrazia, alcol: così Federvini

Il Dollaro più forte che in passato sull'Euro (ormai siamo alla parità) aiuta, soprattutto in Usa, primo mercato assoluto in valore per l'export di vino italiano, e se le esportazioni dopo un 2014 in crescita, ma meno del previsto, continuano a vivere momenti di successi alternati a seconda delle diverse aree del Pianeta, in Asia, dove l'Italia ancora non ha sfondato completamente, come in Cina, si aprono nuovi canali in mercati più piccoli, ma che possono fare da testa di ponte, come il Vietnam. Di contro, i consumi interni continuano a stagnare, per le difficoltà economiche e per cambiamenti negli stili di vita, ma anche per una campagna di comunicazione che spesso dipinge il "diavolo" dell'abuso di alcol più brutto di quanto sia in realtà, visto che l'Italia è il Paese più virtuoso a livello europeo per livelli e stili di consumo (6 litri di alcol su una media Ue di 10,1 procapite all'anno), nella stragrande maggioranza dei casi moderato e nei pasti, soprattutto se si parla di vino. Fondamentale, in ogni caso, la soluzione del problema della burocrazia "monstre", e grandi speranze sono riposte nel compimento del "Testo Unico del Vino". Ecco, in sintesi, i messaggi dell'Assemblea Federvini, oggi a Roma.



Vino, il "peso" del settore

Si dice spesso che il vino è la punta di diamante dell'agroalimentare made in Italy. Un "mantra" che si traduce in fatti concreti: non solo è la voce con il maggior attivo nella bilancia commerciale, con un surplus di 5 miliardi di euro nel 2014, ma l'Italia è anche seconda, dietro alla sola Francia, nei vini e negli spumanti. "L'importanza dei vini e delle bevande alcoliche nell'export regionale e provinciale italiano è straordinaria. I vini sono la prima voce assoluta dell'export di 4 Province, Cuneo, Trento, Asti e Siena, tra le prime 10 voci in altre 13 Province ed in ben 7 Regioni: Veneto, Piemonte, Toscana, Trentino Alto Adige, Sicilia, Sardegna, e Valle d'Aosta". Così Marco Fortis, direttore Fondazione Edison e docente di Economia dell'Università Cattolica di Milano, nell'assemblea Federvini.

Cronaca

L'austerità del Cremlino

Non che i big del vino francese ci abbiano mai puntato troppo, ma la Russia, anche e soprattutto sulla scia della crisi del Rublo, potrebbe rivelarsi la "nuova Cina" per il mercato dei grandi vini di Bordeaux e Borgogna. E non in senso buono. Pare che il presidente Vladimir Putin abbia dato ordini ben precisi ai numerosi, e facoltosi, componenti del Governo e dell'amministrazione russa: basta sperperare in vino francese, meglio comprare (o farsi piacere, scriviamo noi, ndr) il vino russo.



Wine & Food

Italia del Vino, pronti a rendere l'Ocm davvero efficace

Italia del Vino - Consorzio, che raggruppa 12 tra le più importanti aziende del vino (che insieme rappresentano l'8,5% dell'export per 440 milioni di euro di spedizioni), negli ultimi 5 anni ha investito 51 milioni di euro, anche grazie ai fondi Ocm, in un lavoro di promozione che ha interessato 14 Paesi, e prodotto risultati per l'intero comparto, non solo nei mercati maturi, ma anche in quelli emergenti. E adesso è pronto, come ha dichiarato il neo presidente Andrea Sartori, a farsi "promotori con le organizzazioni di categoria di un protocollo di modifiche per rendere l'Ocm davvero efficace".

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Dai mercati vecchi e nuovi per il vino italiano al Ttip, dalle nuove frontiere per l'export ai problemi sociali legati all'abuso di alcol in Italia, fino alle potenzialità del Padiglione

Vino ad Expo, una panoramica a 360 gradi di tutte le attività svolte da Federvini nella prima metà del 2015, nelle parole del suo presidente, Sandro Boscaini.

