



La News



“Unipi” & Fattoria dei Barbi

Università e impresa unite per la produzione di un vino senza additivi e, soprattutto, senza solforosa, per andare incontro ad una tendenza che vede i consumatori sempre più orientati verso la naturalità ed il salutismo, e che trova sempre più successo anche dal punto di vista commerciale. È la storia dell'Università di Pisa, che ha brevettato un protocollo di cantina per la produzione di vino di qualità senza additivi chimici, dopo anni di studi e ricerche nella cantina sperimentale di Ateneo a San Piero a Grado, coordinati dalla dottoressa Angela Zinnai, con la collaborazione fondamentale della Fattoria dei Barbi di Stefano Cinelli Colombini, realtà storica del Brunello di Montalcino.



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

SMS

“Buy Wine” 2016 si farà

“Buy Wine” 2016 si farà. Pericolo scampato, almeno per ora, per l'evento organizzato da Toscana Promozione, con soddisfazione da parte dei produttori: una sorta di “Vinitaly di Toscana”, nonché “Anteprima delle Anteprime” delle denominazioni, di una delle Regioni top del del vino italiano. Un appuntamento che ha rischiato di saltare, da rumors raccolti da WineNews, “per mancanza o scarsità di fondi”, e che, invece, almeno per il prossimo anno, si farà, sempre a Firenze, tra giornalisti stranieri e incontri business to business tra buyers del mondo e produttori di tutte le denominazioni toscane. Qualche giorno prima delle anteprime dei singoli Consorzi: 14 febbraio Chianti, 15 e 16 Chianti Classico, 16 e 17 Vernaccia di San Gimignano, 18 Nobile di Montepulciano, 19-22 Brunello di Montalcino.

Cronaca

“Top 100” WS, Usa-Spagna

Il Ribera del Duero 2012 Bodegas Aalto al n. 6, dalla Spagna, e lo Chardonnay Santa Cruz Mountains 2012 di Mount Eden Vineyards, dalla California, al n. 5: ecco le due nuove posizioni rivelate da “Wine Spectator”, nel count down delle prime dieci etichette della sua attesa “Top 100”. Domani le posizioni n. 2, 3 e 4, nella speranza di un altro nome italiano dopo quello dell'Amarone della Valpolicella Classico Serègo Alighieri Vaio Armaron 2008 di Masi, alla n. 8 (<http://2015.top100.winespectator.com>).



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Primo Piano

Olio & latte, tra mercato e cultura del cibo

Una speculazione sui prezzi, all'origine ma anche al consumo, che trova terreno fertile nella frammentazione del sistema dei produttori di materia prima rispetto a quello della trasformazione, spesso nelle mani di pochi grandissimi gruppi, ma anche, o soprattutto nella mancata cultura sul valore, economico, sociale e anche salutare del cibo. Un quadro che, in qualche modo, accomuna le vicende che stanno agitando non poco due settori strategici dell'agroalimentare made in Italy, quello della latte, con le proteste guidate da Coldiretti negli stabilimenti di trasformazione e supermercati in tutta Italia, e quello dell'olio, colpito dall'ennesima inchiesta su olio vergine, ma spacciato per extravergine, guidata dalla Procura di Torino, e che coinvolge marchi italiani importanti (Carapelli, Santa Sabina, Bertolli, Coricelli, Sasso, Primadonna e Antica Badia), di cui alcuni in mani straniera, con il rischio concreto di danneggiare l'immagine del made in Italy onesto. Due vicende diverse, chiaramente. Nel caso del latte, sotto accusa è il prezzo, spesso sotto i 38 centesimi al litro, riconosciuto agli allevatori da parte di grandi gruppi come il francese Lactalis, che in Italia controlla marchi come Galbani o Parmalat, solo per citarne alcuni, che non copre neanche i costi di produzione, nonostante aumenti di 4 volte dalla stalla alla tavola. In quello dell'olio, invece, sotto accusa è un comportamento che, se verificato, sarebbe evidentemente fraudolento e criminale. Ma al di là di questo, il terreno fertile di tutto è anche la scarsa consapevolezza del costo reale del cibo di qualità da parte dei consumatori. Impossibile comprare un buon olio extravergine di oliva sotto i 6-7 euro al chilo in grande distribuzione, anche se spesso i prezzi allo scaffale sono più bassi, o Parmigiano Reggiano sotto i 10 euro al chilo, per esempio. Con una diversa cultura alimentare e l'attribuzione di un valore più giusto al lavoro di agricoltori e contadini, ovvero con la disponibilità non solo economica, ma anche culturale, dei consumatori, di pagare la qualità del cibo per quello che vale veramente, senza vivere alla ricerca di un “perenne sottocosto”, che è insostenibile, tutte queste situazioni si risolverebbero all'origine.

Focus

Barolo & Brunello, sempre più uniti

Barolo e Brunello di Montalcino, eleganti e longevi, due vini che rappresentano il volto più prestigioso dell'enologia italiana, riconosciuti in tutto il mondo come i brand per eccellenza del made in Italy. E, finalmente, in Italia e all'estero, hanno iniziato a promuoversi insieme. Si parte con “BaroloBrunello” 2015, di scena venerdì 13 e sabato 14 novembre, a Barolo, al WiMu, il Museo del Vino nel Castello di Barolo (www.barolobrunello.it), con oltre 30 produttori top dei due territori, per un appuntamento, ideato da WineZone (www.wine-zone.it), che punta già a diventare una tradizione “itinerante” (nel 2016 sarà di scena a Montalcino) da cui nascono le due espressioni del vino italiano più premiate dalla critica italiana ed internazionale. Due grandi vini e territori che vivono soprattutto di export, e per cui è fondamentale la promozione all'estero. E così, il 20 novembre, a Copenhagen, nel Børsen Palace, la storica sede della Borsa nel cuore della città sarà, di scena l'edizione n. 2 di “Barolo & Brunello the Italian Kings”, con oltre 40 cantine sotto l'egida de I Vini del Piemonte (www.ivinidelpiemonte.it), con il Consorzio di Tutela Barolo e quello del Brunello di Montalcino.



Chianti
CONSORZIO VINO CHIANTI

A CAMPAIGN FINANCED
ACCORDING TO
EU REGULATION
N. 1308/2013

VERDICCHIO
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!



Cronaca

“Top 100” WS, Usa-Spagna

Il Ribera del Duero 2012 Bodegas Aalto al n. 6, dalla Spagna, e lo Chardonnay Santa Cruz Mountains 2012 di Mount Eden Vineyards, dalla California, al n. 5: ecco le due nuove posizioni rivelate da “Wine Spectator”, nel count down delle prime dieci etichette della sua attesa “Top 100”. Domani le posizioni n. 2, 3 e 4, nella speranza di un altro nome italiano dopo quello dell'Amarone della Valpolicella Classico Serègo Alighieri Vaio Armaron 2008 di Masi, alla n. 8 (<http://2015.top100.winespectator.com>).



BAGLIO DI PIANETTO
CHATEAU SICILIANO

Wine & Food

Il vino entra nelle scuole con “Il Bere Consapevole”

Non è ancora nei programmi didattici di insegnamento ufficiali ma, intanto, il vino, o meglio la sua storia e la sua cultura, un piede dentro alle scuole inizia a mettercelo con “Il Bere Consapevole”, progetto pilota sul consumo del vino fra i giovani, firmato dalla Consulta Nazionale Vino, con capofila Pia Donata Berlucchi. Incontri di 4 lezioni con gli studenti, a partire dalle scuole alberghiere della Lombardia, per “spiegare ai giovani cosa vuol dire fare un prodotto di qualità, diffondere una corretta educazione al consumo, fornendo loro gli strumenti per avvicinarsi al vino in modo intelligente”.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

“Siamo passati dal produrre solo uve rosse, soprattutto schiava, al produrre il 70% vini bianchi”: Hanz Terzer, maestro cantiniere a San Michele Appiano dal 1978 ed ora dg

della cantina, racconta a WineNews come è cambiata la viticoltura altoatesina in questi ultimi 40 anni e come il brand “Alto Adige” può ancora crescere.

