

La News



Italia secondo mercato per l'export dello Champagne Bollinger

L'anno 2008 come fine di un ciclo economico e lo stesso dicasi in parte anche per lo Champagne, le cui vendite in alcuni paesi potrebbero aver subito un rallentamento sul 2007, Italia compresa. Ma per Bollinger non è così: il mercato italiano è diventato il secondo più importante al mondo per l'export della Maison con sede ad Ay. Ne dà notizia il gruppo Meregalli, che distribuisce in esclusiva nel Bel Paese lo Champagne Bollinger.



Grandi territori in cerca di produttori virtuosi

Devo chiarezza ai lettori: tanti hanno chiamato dopo la "guerra dell'Ici". Ogni settore ha la fiscalità che lo Stato gli assegna. Ma penso che le cantine dei territori docg traggano beneficio per il loro business da un'oculata amministrazione del territorio (curare estetica, bellezza, monumenti, servizi ...); devono quindi avere un ruolo da protagoniste nella gestione del territorio, in partnership con la Pubblica Amministrazione. Esempi? "Adozione" per restauro ed uso di edifici pubblici e/o monumenti, manutenzione delle strade bianche, sostegno a progetti con finalità (pulmino per la scuola) ... I comuni d'eccellenza del vino italiano sono sotto gli "occhi del mondo".
Alessandro Regoli

Cronaca

Asparagi su Marte? La Nasa "atterra" in Veneto

Gli scienziati Usa hanno accettato di relazionare a Bassano, la terra dell'asparago per eccellenza, i risultati della straordinaria missione e la possibilità di coltivare i bianchi turioni bassanesi sul Pianeta Rosso. La delegazione Nasa è guidata da Barry Goldstein, a capo del progetto Phoenix. Coltivato nell'asparagiale lungo il medio corso del Brenta, l'Asparago Bianco di Bassano - si narra - sarebbe stato introdotto in zona niente meno che da Sant'Antonio da Padova.



Primo Piano

I consigli delle stelle nel menù di Galileo: nella sua lista della spesa le prelibatezze più amate dal grande genio italiano

Nel 1617 Galileo abitava a Firenze in una signorile villa a Bellosguardo. Spesso, il padre della scienza moderna, si recava con la mula a far la spesa in San Frediano, e prima di partire, come tutti, faceva la nota della spesa: sul retro di una lettera a lui inviata dal segretario dell'Accademia dei Lincei, conservata alla Biblioteca Nazionale di Firenze, si legge: "pesci d'Arno, granchi, anguille e lucci. Funghi, ravaggiuolo, zatte... pesche, uova, acciughe... fichi, azeruole, vino tre fiaschi, pane, limoni, uva... erbe da trapiantare".

E chissà se, anche per il suo menù, il grande genio italiano non si lasciasse consigliare dalle stelle, visto che, ad occuparsi da tempo dell'argomento, è il professor Alberto Righini del Dipartimento di Astronomia e Scienza dello Spazio dell'Università di Firenze dell'Osservatorio di Arcetri, il "luogo delle stelle per eccellenza". "Il vino citato nella lista della spesa - spiega Righini a WineNews - non è indicato per tipo ma solo per quantità".

Tuttavia, secondo Righini, Galileo era davvero un buongustaio: in viaggio per l'Italia, non si faceva mai mancare sulla tavola le prelibatezze locali. A Venezia si faceva portare il Greco e il Prosecco direttamente dal trevigiano, mentre a Pisa beveva il Chianti dei colli pisani alle Bertucce, al Porco o al Chiassolino. In esilio, nella sua villa ad Arcetri, ordinava del vino di Murlo, vicino a Siena, a un suo corrispondente, beveva il Chianti di Lucolena, e, soprattutto, alternava i suoi studi, coltivando la Verdea: un antico vitigno, diffuso in Toscana, ricordato fin dal 1400, dal quale si ricava un vino poco alcolico e dal sapore neutro.

Focus

Lusso e wine & food, i guru del marketing, in tempo di crisi, prevedono che...

Anche nel wine & food la recessione ridisegna il segmento del lusso. Il processo, secondo i guru del marketing, dovrebbe portare alla scomparsa del lusso "intermedio"; al rallentamento di quello "sfacciato", che però si riprenderà presto; alla tenuta del lusso "autentico". Il lusso "intermedio" si scioglierà: un po' nelle produzioni di marca, ma di massa, e un po' in quello sfacciato e autentico. I ceti medi che alimentano questo segmento del mercato, i più colpiti dalla crisi, si vedono obbligati a ridimensionare il superfluo. Un verbo dominerà: a pari qualità, la differenza la fa il prezzo. Ci sarà meno esibizione di oggetti di culto, anche del wine & food, ma il lusso "autentico" (il prodotto fatto su misura) regge: qui non è il prezzo a fare di un oggetto un articolo del lusso, ma le sue caratteristiche. Ma la crisi potrebbe anche rivelarsi salutare e rimettere un po' di ordine nella nostra scala di valori dei consumi. Che potrebbe essere segnata anche da un ultimo aspetto: l'essere a volte "cicale" e a volte "formiche". A seconda di passioni, momenti, interessi e necessità.



Wine & Food

"Dopo l'olio, origine in etichetta per tutti i prodotti". Così la Coldiretti. Il ministro Zaia: "Bene la tolleranza zero"

Dopo l'obbligo dell'origine in etichetta per gli oli vergini ed extravergini di oliva stabilito dall'Ue, la Coldiretti vorrebbe "l'obbligo di origine e provenienza della materia prima agricola per tutti gli alimenti". Idea già nella testa del Ministro Zaia: "possiamo dare forza ad un nostro disegno di legge in Europa per l'origine in etichetta per tutti i prodotti agroalimentari". Intanto prosegue in Italia la "tolleranza zero": l'Icq ha stoppato ieri 2.000 litri di olio in Toscana e 1.300 bottiglie in Liguria.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il wine & food spopola sui media, e i giornalisti si mettono anche a dare ricette. È un segnale positivo o si rischia l'"indigestione"? "Siamo già al mal di pancia!". Così risponde

Marcello Masi, vice direttore Tg2. A volte la comunicazione del wine & food assume toni folkloristici? "Ma parlare di prodotto è importante, c'è grande interesse del pubblico".

Sicilia enPrimeur 2009
 sesta edizione
Siracusa/Noto
 18/22 Marzo 2009
 ASSOVINI SICILIA
 Sicilia enPrimeur