

La News



"The Floating Piers"

L'attesa è finita, domani si alza il sipario su "The Floating Piers", l'attesissima opera di Christo, artista di fama mondiale e massimo esponente della "land art": uno spettacolare camminamento di 4 km, un sistema modulare composto da 200.000 cubi di polietilene ricoperti da 70.000 metri di tessuto color giallo cangiante al centro del Lago d'Isèo, nel cuore di uno dei più famosi terroir della spumantistica italiana, la Franciacorta. Camminando, letteralmente, sulle acque, almeno fino al 3 luglio, quando l'opera sarà smontata: la passerella dorata di Christo collegherà Sulzano, sulla terraferma, dove brindare al wine bar del Franciacorta, a Monte Isola e poi all'isolotto di San Paolo.



Gli altri Usa del wine & food

Spesso si pensa, erroneamente, che tutto ciò che ruota intorno al mondo del wine & food, negli Stati Uniti, accada sulle due coste, tra New York e la California. Ma non è così, l'enogastronomia genera interesse dappertutto, anche tra le fredde montagne del Colorado, ad Aspen, che ospita uno dei festival enogastronomici più interessanti del panorama Usa, il "Food & Wine Classic in Aspen" (fino al 19 giugno). È qui che si danno appuntamento gli appassionati di tutto il Paese, con decine di seminari e degustazioni, in cui il vino italiano ha un ruolo preponderante: da "Italian Cheeses & Wines" a "Pop! Sparkling Wine & Popcorn", da "Sparkling Wines of the World" a "Swine & Wine: Best Wines for BBQ", Prosecco, Brunello, Nebbiolo, Franciacorta, ormai, fanno parte della quotidianità dei wine lovers Usa.

Cronaca

Vino & finanza: Allegrini in Sace

Il mondo del vino si fa largo in quello della finanza e del sostegno alle imprese che guardano ai mercati esteri: tra i nuovi membri del Consiglio d'Amministrazione del gruppo assicurativo - finanziario Sace, attivo nella gestione e nel finanziamento del credito alle aziende che vogliono crescere all'estero, con un patrimonio, nel 2015, di 4,77 miliardi di euro, ed un utile di 310 milioni di euro, c'è anche Marilisa Allegrini, a capo della celebre griffe della Valpolicella e di San Polo, nel territorio del Brunello.



Primo Piano

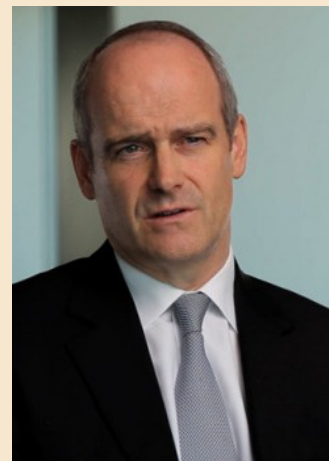
Il wine & food per il patrimonio culturale d'Italia

Chi ha investito in una cantina d'autore ha visto aumentare le vendite del 67%; le aziende che puntano su packaging o etichette d'autore fino al 40%; un'installazione artistica può incrementarle, invece, anche del 25%; ospitare musei del cibo o del vino privati o arricchire una collezione pubblica ha ricadute fino al 20% sugli affari; chi, infine, promuove o sponsorizza eventi o Festival ha incrementi solo dell'8%. Di certo c'è che produrre vino o cibo di qualità e destinare parte del ricavato alla cultura, aumenta la visibilità aziendale - fino al 100% per chi restaura o valorizza un bene culturale - e nel 75% dei casi è un successo, tanto maggiore quanto lo è l'investimento. A dirlo è il "Rapporto Wine, Food & Arts in Italia 2016" del Laboratorio Gavi (by The Round Table) del Consorzio Tutela del Gavi e CeSTIT-Centro Studi per il Turismo dell'Università di Bergamo, primo ad analizzare il moderno mecenatismo delle aziende del wine & food, che nasce da una passione privata, ma che spesso oltrepassa i confini aziendali e si trasforma in progetti di marketing territoriale e sostenibilità socio-economica, valorizzando il territorio nella sua interezza e il patrimonio culturale italiano. Una "mappa" di oltre 200 realtà, per lo più cantine (85%), concentrate in Piemonte, Veneto e Toscana, oltre la metà microimprese con meno di 10 dipendenti e un fatturato inferiore a 2 milioni di euro (il 20% tra 2-10 milioni, il 12% 10-50 milioni), e una propensione all'export tendenzialmente alta. Case history di aziende "riuscite a mettere assieme armoniosamente arte-cultura-cibo - spiega Roberta Garibaldi, direttore CeSTIT - cogliendo le opportunità di un connubio da sempre apprezzato dell'Italia". A premiarle è il "Premio Gavi La Buona Italia": ad aggiudicarsi l'edizione 2016 la Cappella del Barolo di Ceretto, in una "competizione" tra progetti che vanno dal Castello di Ama e Cà del Bosco ad Antinori Art Project, dai Premi Strega e Nonino a Orme su La Court di Michele Chiarlo, da Ornellaia Vendemmia d'Artista ad Artisti per Frescobaldi, dal vino di Pompei di Mastroberardino a #Caprai4love. E sempre work in progress, visto che Falesco contribuirà, ad esempio, al restauro della Fontana dei Leoni in Piazza del Popolo a Roma.

Focus

Alibaba apre le porte all'Italia del vino

A Vinality, Jack Ma, patron del colosso dell'e-commerce cinese Alibaba, ha promesso di diventare un partner prezioso per il vino italiano, impegno confermato a WineNews anche dal presidente globale J. Michael Evans, nel Chianti Classico anche per "sondare il terreno" in vista del wine festival "virtuale" del 9 settembre, il "9/9". Evans non è un neofita del vino tricolore: "lo colleziono da decenni - racconta a WineNews - da quando ho acquistato una cantina italiana insieme ad altre due persone. E abbiamo bevuto vini di cui non avevo mai sentito parlare, tutti eccellenti: una delle cose più stupefacenti dell'Italia è il numero di piccoli produttori che creano vini assolutamente eccellenti. Questo è uno dei grandi misteri, e uno dei punti di forza, dell'Italia. Credo che il "9/9" abbia un grande potenziale: i gusti dei consumatori cinesi stanno cambiando da almeno 5-10 anni, e si stanno spostando verso vini internazionali, anche italiani. Vogliamo portare loro quanta più varietà e scelta possibile, sarà un catalizzatore per cambiare la percezione del vino italiano e per creare una nuova narrativa, proprio in termini di qualità e varietà", ha concluso Evans.



Cronaca

Wine & Food

In Italia l'agricoltura bio copre due milioni di ettari

L'agricoltura tricolore si è convertita in maniera rilevante e veloce al settore delle produzioni biologiche, e a oggi può vantare quasi 2 milioni di ettari coltivati, dimensioni aziendali medie di 50 ettari e quasi i tre quarti di queste ultime (il 74%) che è attivo sui mercati internazionali da più di un quinquennio, per un valore del mercato del biologico di 2 miliardi di euro solo in Italia, e le superfici "bio" che hanno raggiunto ben l'8% della superficie agricola nazionale. Ecco l'istantanea scattata da Confagricoltura a "Agricoltura biologica: le nuove sfide per un mercato che cresce".

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Alibaba è, essenzialmente, un market place, che ha la ferma volontà di aprire le porte al vino italiano sul mercato cinese: noi siamo a disposizione di tutti, grandi e

piccoli, per schiodare l'Italia dalla quota del 5% del mercato". A WineNews il country manager Alibaba Italia, Spagna e Grecia, Rodrigo Cipriani Foresio.

