

La News



Bollicine da "Championship"

"L'Italia è senza dubbio divenuta adulta come Paese produttore di vini spumanti". Parola di Tom Stevenson, fondatore e presidente della giuria della prestigiosa "Champagne & Sparkling Wine World Championships" che, nell'edizione 2016, ha premiato il Belpaese con 30 medaglie d'oro e 36 d'argento, grazie soprattutto alle performance di Franciacorta e Trentodoc. Tra le aziende protagoniste spiccano Guido Berlucchi e Ferrari (cinque ori ciascuna), seguite da Nino Franco, Rotari e Fratelli Berlucchi (con tre) e da Uberti, con due. Una a testa, invece per Antica Fratta, Bellaveder, Biondelli, Bisol, Cantina d'Isera, Franca Contea, Lantieri, Maso Martis e Tenuta degli Ultimi.



Vino dell'altro mondo

Se il cuore pulsante della produzione e del commercio enoico è ancora nel Vecchio Continente, nel resto del mondo i Paesi del Nuovo Mondo non stanno a guardare. I vini del Cile, ad esempio, continuano ad andare forte sul mercato più ambito, quello cinese, con un +43,6% nei volumi nel primo trimestre 2016 ed un +21% in valore. Bene anche gli Usa nella veste di Paese esportatore, con le spedizioni cresciute del 3,6% in volume e del 4,3% in valore. Meno bene l'Argentina, che arretra proprio sul mercato Usa, ma registra un'ottima performance sul prezzo medio, che sfiora i 3 dollari al litro, mentre il Sudafrica fa ancora meglio, proprio sul prezzo medio all'export, cresciuto del 22,2% nel periodo analizzato dall'Oemv - Observatorio Español del Mercado del Vino.

Cronaca

Il Chianti nel futuro

"Vogliamo rafforzare la Denominazione Chianti attraverso una scelta meticolosa dei mercati su cui il nostro vino dovrà affacciarsi: i nostri prodotti rappresentiamo il nostro territorio e la sua eccellenza, per questo crediamo che una promozione consapevole e strategica possa permettere alle nostre aziende di dimostrare una qualità che ha pochi eguali nel mondo". Così Giovanni Busi traccia le linee guida del Consorzio Vino Chianti, che guiderà, dopo il voto unanime del Consiglio direttivo, fino al 2019.



Primo Piano

I trend alimentari in giro per il mondo

In che misura la componente culturale, e l'appartenenza ad una Nazione piuttosto che ad un'altra, possono far variare la "presa" di un trend alimentare? La domanda è intrigante quanto complessa, e a provare a rispondere ci ha pensato il network Sial, che riunisce a livello globale alcuni dei maggiori show commerciali dedicati all'industria del cibo, per un aggregato di oltre 14.000 espositori e 300.000 visitatori. Il network ha svolto un sondaggio online su oltre 100.000 persone, "coprendo" Europa, Cina, Stati Uniti, Medio Oriente e Sud-Est asiatico, e le risposte sono in certi casi davvero sorprendenti. Innanzitutto, il "buzz" mediatico sulla coltivazione casalinga di frutta e verdura poggia su una solida base di praticanti: nel Sud-Est asiatico ben l'84% del campione afferma di mangiare (anche) "autoprodotta", e nel Medio Oriente lo fa più della metà (55%) degli intervistati, con il resto del mondo che sta replicando questi tassi di diffusione, e ad esempio in Francia sono quasi il 50%. Non altrettanto si può dire, invece, per quanto riguarda il trend dello sviluppo sostenibile: la sostenibilità di un prodotto alimentare è solo il quindicesimo fattore più importante su 15 nel Medio Oriente, e in Francia, Gran Bretagna e Cina è solamente un gradino più sopra. I fattori veramente importanti sono il gusto, la salubrità e il basso prezzo. Passando alla voglia di nuovo, di diverso, di "esotico" dei consumatori globali, l'interesse c'è, specie in Medio Oriente (71%), in Francia (64%) e in Spagna (63%). Permane la riluttanza a comprare cibi percepiti come non tipici della propria cultura alimentare, e ad esempio in Francia solo il 32% del campione ha assaggiato prodotti a base di alghe, e solo il 14% ha fatto lo stesso con gli insetti. E ancora, nonostante l'onnipresenza di Internet nella società moderna, i servizi online per quanto riguarda il food & beverage non vengono usati con la stessa frequenza che è comune verso le industrie del turismo (54%) o dell'auto (45%), attestandosi a un 26% globale (l'86% in Cina, il 75% nel Sud-Est asiatico, meno del 50% in Europa). Infine, la filiera corta pare apprezzata a livello quasi planetario, così come la ricerca di vegetali coltivati senza pesticidi e antibiotici.

Focus

Massimo Bottura: ecco il "RefettoRio"

Sono molte le personalità che, raggiunto il vertice nel proprio campo, mettono la loro creatività al servizio del prossimo: come lo chef n. 1 al mondo Massimo Bottura, con il progetto "RefettoRio" della sua organizzazione no profit Food for Soul, presentato oggi alla Fao a Roma e grazie al quale nelle Olimpiadi 2016 in Brasile (5-21 agosto) il cibo recuperato dal Villaggio Olimpico di Rio de Janeiro sarà trasformato da 45 chef di tutto il mondo invitati a partecipare e donato a chi ha bisogno. Sull'esempio del Refettorio Ambrosiano nato a Milano per Expo2015 e tuttora attivo, "RefettoRio" aprirà il 9 agosto nelle favelas di Rio de Janeiro, quartiere Lapa, insieme a David Hertz, chef e fondatore di Gastromotiva, e con la previsione, a fine Giochi, di servire 19.000 pasti da circa 12 tonnellate di cibo (per arrivare in 2-3 anni a 110.000 pasti e 48 tonnellate). Ma per Bottura non finisce qui. Non solo perché, come ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina, "quella ideata da Bottura è una best practice replicabile in altri Paesi, ad esempio a New York", ma anche perché, ha annunciato il presidente Coni Giovanni Malagò, "da oggi Bottura è ambasciatore della candidatura di Roma 2024".

