

La News



Masi nel Prosecco Docg

Dall'Amarone al Prosecco Docg: Masi Agricola Spa, griffe del vino veneto e della Valpolicella, entra come socio di maggioranza (60%) nell'azionariato di Canevel Spumanti Spa, in joint venture con la famiglia Caramel (40%, Carlo Caramel rimarrà presidente e "brand ambassador"), in un accordo che "segue una visione strategica comune che mira allo sviluppo di Canevel (struttura e marchio) attraverso la struttura distributiva di Masi - si legge in una nota congiunta - e in pari tempo a dotare il portafoglio Masi di uno dei vini emblematici delle Venezia, il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, che in questo momento è di traino al vino italiano, soprattutto all'estero".

Primo Piano

Il cibo visto dal mondo della filosofia

Tra i mille approcci al cibo e all'alimentazione, mancava una visione umanistica a 360 gradi, al centro di ricerche e studi dei docenti dell'Università di Torino, protagonisti del confronto "Cibus Vivendi - Come studiare l'alimentazione dal punto di vista umanistico: filosofia, educazione, comunicazione", nella cornice di "Terra Madre - Salone del Gusto". Il cibo, così, si scopre fonte inesauribile di stimoli e chiavi di lettura, a partire dall'analisi semiotica della professoressa di Filosofia e Teoria dei Linguaggi Simona Stano: "possiamo considerare l'alimentazione come un codice, con una sua grammatica ed un suo linguaggio". E se il cibo è un linguaggio, sa parlare perfettamente la lingua dell'inclusione (o dell'esclusione) sociale, come racconta nel suo intervento il professor Cristian Campagnaro, docente di Disegno Industriale al Politecnico di Torino. Il rapporto tra uomo e produzione agricola, inoltre, ha influito sulla geografia del mondo: "in geologia - racconta il professor Cristiano Giorda, docente di Geografia dell'Università di Torino - si parla di "antropocene", l'era che stiamo vivendo, segnata dal segno dell'uomo sulla geografia del mondo, basti pensare agli stravolgimenti portati dall'agricoltura, o ai cambiamenti climatici". In termini filosofici, come racconta il professor Gianluca Cuzzo, docente di Filosofia della Natura all'Università di Torino, "il cibo offre una vasta gamma di interpretazioni e significati: bisogno, desiderio, arte, metafora, diritto, ossessione, conoscenza toponomastica, politica, geopolitica, utopia, avanzo...". Senza dimenticare l'importanza del valore etico delle nostre scelte, al centro del lavoro del professor Maurizio Balistreri, docente di Filosofia Morale all'Università di Torino. Implicazioni etiche che hanno un peso enorme nell'analisi del giovane, quanto famoso, filosofo, scrittore ed attivista Leonardo Caffaro, docente di Ontologia e Teoria del Progetto al Politecnico di Torino. Infine, il secolare rapporto tra cibo ed arte, indagato dalla professoressa Carola Barbero, docente di Filosofia della Letteratura all'Università di Torino, insieme al collega Alberto Voltolini, docente di Filosofia e Teoria dei Linguaggi sempre all'Università di Torino (<http://bit.ly/2dwHpbh>).

Focus

Export made in Italy, i conti non tornano

A fronte di una produzione di oltre 5.847 tra cibi tradizionali e denominazioni di origine, l'Italia porta sulle tavole dei consumatori internazionali non più di 200 "veri" prodotti made in Italy (il vino è il prodotto più esportato, con una quota export del 15%, ma di 523 Dop-Igp se ne conoscono meno di una dozzina), un must oltreconfine per un export di quasi 37 miliardi di euro, ma il cui potenziale è di almeno 70 miliardi. In pratica, un paniere molto limitato copre oltre il 90% del fatturato complessivo, per 24 miliardi di euro generato solo in Germania, Francia e Uk. Insomma, i conti non tornano per la Cia-Agricoltori Italiani. "A forza di parlare solo di km zero - dice il presidente Dino Scanavino - stiamo relegando le produzioni di eccellenza ai mercati rionali, che generano un fatturato inferiore a 1,5 miliardi di euro". Eppure la domanda è forte: recenti studi dicono che per 4 stranieri su 10 la qualità del made in Italy è superiore a quella dei prodotti locali, il 43% degli americani chiede più made in Italy in gdo e ben il 74% è disposto a spendere di più se 100% italiani. Tutto questo mentre il fenomeno dell'Italian sounding e dei tarocchi scippa alle nostre esportazioni altri 60 miliardi di euro l'anno.



Cina, obiettivo primato

Non solo grandi griffe di Bordeaux, ma anche investimenti mirati, tra Spagna ed Australia: la via per il primato enoico mondiale è lunga, ma la Cina ha sia le idee che le possibilità per raggiungerlo. Anche dal punto di vista aziendale, perché ChangYu è già il quarto produttore mondiale, e per crescere punta sulla Spagna, dove nel 2015 ha acquistato il 75% della cantina navarra Marqués de Atrio, attraverso la quale ha iniziato la commercializzazione della sua etichetta più importante, "Noble Dragon", prodotto in 450 milioni di bottiglie l'anno. Diversa la strategia della Wei Long Grape Wine Co, società che si occupa di produzione e commercio enoico, che dalla Cina è partita alla volta della vicina Australia per fare shopping di vigneti: 484 ettari vitati per un investimento di 13,4 milioni di dollari.

Cronaca

Ecco lo "Human Technopole"

Ci sarà anche l'Agri-Food and Nutrition Genomic, in cui i migliori esperti nei settori dell'agroalimentare, nutrizione e salute potranno lavorare per definire, in modo inedito a livello internazionale, la corretta nutrizione preventiva all'insorgenza di malattie degenerative, tra i 7 "Centri" in cui si articolerà lo "Human Technopole - Italy 2040", il nuovo centro di ricerca scientifica che sorgerà nell'area di Expo, presentato oggi dal Premier Matteo Renzi, sui cui il Governo ha già investito 130 milioni di euro.



Wine & Food

L'Italia del vino al top per la rivista Usa "Wine & Spirits Magazine"

Antinori, Tenuta San Guido (Sassicaia), Tenuta Petrolò, Rocca di Montegrossi e Le Macchiole in Toscana, Elvio Corno in Piemonte, Masi e Pieropan dal Veneto, Livio Felluga dal Friuli Venezia Giulia, Vadiaperti in Campania e Tenuta delle Terre Nere in Sicilia: ecco le cantine italiane della "Top 100 Wineries" 2016 del "Wine & Spirits Magazine", tra le riviste di settore più storiche in Usa, fondata nel 1982, che ogni anno recensisce oltre 14.500 bottiglie. E che saranno in degustazione il 10 ottobre al "City View at Metreon" di San Francisco nell'"Annual Top 100 Tasting" (<https://goo.gl/cRzMaL>).

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La nuova campagna di Slow Food "EartHeart", la narrazione del gusto e dei territori, il successo comunicativo di Eatly e Slow: a WineNews le riflessioni di Mauro

Berruto, direttore della Scuola Holden di Torino, fondata dallo scrittore Alessandro Baricco. "Il cibo, come lo sport e la musica, è un linguaggio universale".

