

La News



La cucina per il sociale

Lo chef Niko Romito col suo progetto di pasti ospedalieri "Intelligenza Nutrizionale" è l'unico italiano fra i 10 finalisti nominati del Basque Culinary World Prize, concorso sostenuto dal Governo basco che premia chef da tutto il mondo (negli anni nomi come Massimo Bottura, Alice Waters, Jamie Oliver) che abbiano apportato comprovati benefici alla società. Romito si è guadagnato la candidatura con un protocollo che permette agli ospedali di servire pasti più sani e gustosi per migliorare il benessere fisico ed emotivo dei pazienti, riuscendo a mantenersi nel budget giornaliero degli ospedali italiani, tra 12-18 euro per paziente (<https://goo.gl/15Lfp>).

Primo Piano

Come cambia e dove va il mondo del vino

Com'è cambiato il mondo del commercio enoico negli ultimi 17 anni, tra il 2000 ed il 2016, e cosa devono fare le imprese del vino per assecondare e cavalcare questi cambiamenti? È la domanda che si è posto l'Osservatorio Espanol del Mercado del Vino, cui ha risposto con lo studio "New wine scenarios: trade and commercial strategies". Sono tre i macro trend che hanno segnato questi anni: l'equilibrio tra produzione (270 milioni di ettolitri in media) e consumi (240 milioni di ettolitri), una bipolarizzazione dei consumi, con sfuso e bollicine che crescono a scapito dell'imbottigliato ed una forbice tra il prezzo dello sfuso e quello dell'imbottigliato che, di contro, continua ad allargarsi, ed infine l'arrivo dei nuovi consumatori, con la quota di export sul totale di vino bevuto arrivata al 42,1% (nel 1990 era al 18,2%), sintomatico di come i consumi si siano spostati dall'Europa al resto del mondo. Come cambiano, allora, le strategie delle aziende del vino? La prima cosa riguarda i singoli Paesi: trovare un equilibrio produttivo per far crescere il valore. È producendo meno, paradossalmente, che si guadagna di più. Analizzare e capire il mercato e le sue esigenze: i consumi sono fatti di tanti segmenti diversi e mercati diversi, ogni vino ha il proprio mercato, ma non ogni vino va bene per qualsiasi mercato. Quindi, bisogna avere ben chiara la struttura della propria cantina ed adattarla alla strategia su cui puntare. Importantissimo diventa quindi capire le novità e le innovazioni in termini di nuovi mercati, nuovi approcci al vino, nuovi modi di distribuzione, nuovi modi di fare promozione, nuovi sapori, nuove opportunità per i consumatori, ed approfittarne. Ricordare che anche nei mercati più chiusi ci possono essere dei cambiamenti interessanti. Capire il significato di "freschezza" ed "occasione": ci sono milioni di consumatori che vogliono apprezzare il vino senza troppi fronzoli, ma ce ne sono anche tanti altri che vorrebbero saperne di più. Ricordare che più lontano si va, con il proprio vino, e più bisogna sforzarsi di conoscere e capire la cultura con cui ci si deve rapportare. Infine, un'attenzione particolare va rivolta alle leggi vigenti nei diversi mercati del mondo.



SMS Sicurezza & interessi

Secondo l'Ong Corporate Europe Observatory (Ceo) "la metà, il 46% (in calo sul panel precedente del 59%), degli esperti arruolati nei panel dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa), sono in situazione di conflitto di interessi finanziari diretti o indiretti con l'industria agroalimentare e alimentare". L'accusa di Ceo arriva pochi giorni prima dell'adozione prevista il 21 giugno, dalla stessa Efsa, di nuove regole per assicurare l'indipendenza dei propri esperti. Secondo Efsa, tuttavia, la modalità di conteggio utilizzata da Ceo è fuorviante perché include "anche la mera partecipazione a un evento sponsorizzato dall'industria, criterio che escluderebbe gli esperti impiegati o affiliati a diversi istituti scientifici rispettati in tutta Europa, altrimenti fuori dai panel".

Focus

Usa "contro" le Indicazioni Geografiche Ue

"Gli Usa vogliono cancellare le eccellenze alimentari Ue a Indicazione Geografica". A lanciare l'allarme la Fondazione Qualivita, guidata da Mauro Rosati e dal presidente del Comitato Scientifico Paolo de Castro, che ha analizzato due documenti appena pubblicati dal Dipartimento Usa per il commercio (Ustr). In particolare, spiega Qualivita, nel rapporto governativo "2017 Special 301 Report" si sottolinea il continuo impegno dell'amministrazione Trump a limitare i "danni creati dal riconoscimento delle Indicazioni Geografiche (Ig) da parte dell'Unione Europea". Nel merito, vengono evidenziati "gli effetti negativi che l'approccio dell'Ue nei confronti delle Ig può avere per i produttori e commercianti Usa nell'accedere ai mercati internazionali e del terzo mondo, specialmente quelli con diritti precedenti sui marchi commerciali, o quelli che confidano nell'uso dei nomi comuni dei prodotti agroalimentari". "La posizione dell'Ustr sul modello europeo di certificazione è molto pericolosa", spiega De Castro. Nel mirino, anche l'estensione della protezione concessa alle Ig wine e spirits ad altri prodotti (accordo tra Usa e Ue sul commercio del vino del 2006, <https://goo.gl/FF31jf>).



Cronaca

Il latte di soia non è latte

Per la Corte di Giustizia europea le bevande derivate da vegetali, come il latte di soia, non possono avere la dicitura di "latte" (o "yogurt") poiché questi prodotti sono derivati da animali per definizione, ed è quindi sbagliato chiamarli così. Plaudono Confagricoltura e Coldiretti, secondo cui l'uso della parola "latte" per bevande vegetali come quelle di soia, che hanno raggiunto in Italia un valore al consumo di 198 milioni di euro (+7,4% nell'ultimo anno), inganna i consumatori e fa chiudere le stalle.



Wine & Food

Prosecco, i primi numeri 2017, analisi "Corriere Vinicolo" - Uiv

"Salvatori" dell'export enoico italiano nel 2016 (5,6 miliardi di euro, +4,3% sul 2015), gli spumanti hanno nel Prosecco il loro campione indiscusso. Ed ora, grazie ai nuovi codici doganali, è possibile tracciarne un ritratto preciso, come ha fatto il "Corriere Vinicolo" di Unione Italiana Vini sui dati Istat. Nel primo trimestre 2017 le esportazioni di Prosecco Doc e Docg hanno raggiunto i 383.000 ettolitri per 149 milioni di euro, il 51% in volume ed il 56% in valore degli spumanti italiani, e l'8% in quantità e l'11% in valore di tutto il vino tricolore. Uk e Usa, da soli, valgono oltre la metà del totale.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Imitare lo Champagne o cercare di riprodurlo altrove è inutile, ogni territorio cerchi la sua strada e valorizzi le sue origini e le sue radici": così, a WineNews, Richard

Geoffroy, "chef de cave" del mito delle grandi bollicine francesi, Dom Pérignon. "Essere da esempio, promuovere eccellenza ed andare oltre i limiti la nostra missione".

