

## La News



### Arriva la "pizza-panettone"

Sfiziosa novità per il menù delle feste, che mette d'accordo Nord e Sud del Belpaese, unendo due must della tradizione milanese e partenopea: è la "pizza-panettone", nata a Napoli dall'ingegno di Rosario Gallo, campione italiano di Pizza Stg. La base è il classico impasto della pizza, a cui si aggiunge un pizzico di cacao. E al posto di pomodoro, basilico e mozzarella, spazio a ricotta dolce, canditi e scaglie di cioccolato. Un "brevetto" benedetto anche da Rosario Lopa, a capo della Consulta Nazionale dell'Agricoltura: "un prodotto tradizionale partenopeo con una variante dolce, può rappresentare una alternativa interessante per le tasche dei consumatori per le festività".

## Primo Piano

### Più della gola poté la psiche. E al ristorante il menù lo scrive lo psicologo, che stimola la scelta del piatto grazie a numeri e trucchi lessicali

Pensavamo che quel piatto scelto al ristorante fosse stato eletto, tra tutte le altre proposte del menù, per acclamazione, dalle nostre papille gustative. E, invece, ci sbagliavamo. A dettare l'ordinazione non sarebbe, o non soltanto, il gusto, ma la psiche, spesso indotta nella scelta del cibo dalle parole con cui sono descritti i piatti, o dai prezzi, espressi in cifre tonde e "rassicuranti", magari senza il simbolo della valuta accanto. L'arcana della scienza del menù è svelato da un recente articolo del quotidiano americano "The New York Times", che rileva come l'uso di consulenti, psicologi e ideatori sia sempre più diffuso tra i ristoranti per fare fronte alla crisi che ha colpito il settore. Beninteso, niente di illegale: l'arte di scrivere "la carte" ricorre a trucchi completamente leciti, che puntano sull'affabulazione nel descrivere un piatto, come spiega Susan Frank, esperta di marketing: "se c'è un piatto tipico, è bene farne un logo, metterne più versioni. Poi è utile romanzare i piatti: invece di omelette è molto meglio "la leggera e soffice omelette del paradiso" e il succo d'arancia è più appetibile se "appena spremuto". Meglio i prodotti che evocano la famiglia e la genuinità, quelli presentati con un "rinforzo": bacon della casa, prosciutto di campagna, uova fresche del contadino". Poi ci sono i numeri, ovvero i prezzi: meglio le cifre tonde, senza centesimi, e senza il simbolo dell'euro o del dollaro accanto, che sono lì, spiegano gli esperti, "solo per ricordare che stai per spendere dei soldi". E c'è anche chi si affida alla tecnologia, come a Londra, con i menù-touch screen, che funzionano come un bancomat, o al menù-libro, a Milano, con la lista tra le pagine di un romanzo, o alle immancabili lavagnette scritte con il gesso, per indirizzare le ordinazioni verso i piatti del giorno. E se a tavola staccassimo il cervello?

## Focus

### In America si brinda di più! Trend dei consumi positivo per 16 anni consecutivi

Fine anno, è tempo di bilanci. Che probabilmente, anche per il vino, non saranno proprio dei migliori. Ma un dato positivo, che può aiutare a ritrovare l'ottimismo, arriva dall'America: se i consumi di vino aumenteranno anche nel 2009, come previsto da diverse indagini di mercato, gli Stati Uniti festeggeranno la fine della prima decade del 2000 archiviando un andamento al rialzo nei brindisi per 16 anni consecutivi, superando i 303 milioni di cartoni da 9 litri, contro i 180 milioni del 1994. Nonostante la crisi, i consumi di vino negli Stati Uniti, sulla base dei trend registrati nei primi 9 mesi 2009, sembrano destinati ad aumentare, anche se ad un ritmo più moderato, intorno allo 0,6% sul 2008, dopo l'aumento dello 0,9% nel 2008 sul 2007. In entrambi gli anni la crescita dei consumi è attribuita al nuovo stile dei consumatori, che acquistano vini meno costosi, sia americani che importati, orientando le scelte soprattutto sulle etichette che costano tra i 3 ed i 9 dollari a bottiglia. Un segnale importante che certifica il nettare di Bacco come abitudine nello stile di vita degli americani.



### Questa sì che è puntualità ...

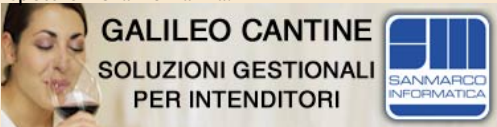
E poi dicono che in Italia manca la puntualità: non era neanche finito Santo Stefano che, da un lato, il Ministro per le Politiche Agricole, Luca Zaia, esultava per il gran successo del made in Italy nei piatti e nei calici degli italiani per le feste di Natale (è una novità?), e, dall'altro, la Cia-Confederazione Italiana Agricoltori e Coldiretti, già davano i numeri (nel senso delle cifre!) su quanto si era speso per imbandire pranzi e cenoni: 3,2 miliardi di euro. Con tanto di dati per ogni capitolo di spesa, con vini e spumanti, che, per la cronaca, hanno raccolto 420 milioni di euro. Caspita, questo sì che è "tempo reale", puntualità. Un brindisi, dunque, ai solerti analisti che hanno elaborato i dati, supponiamo, nel pranzo di Natale. Se anche le ferrovie fossero così puntuali ...  
**Federico Pizzinelli**



## Cronaca

### Fipe: il Capodanno al ristorante vale 434 milioni di euro

Dopo Natale, anche a Capodanno gli italiani si affideranno alla tradizione enogastronomica regionale per cenoni di gusto risparmiando qualcosa. Seppure in moderata flessione (-1,8% sul 2008), ma solo per effetto del contenimento dei prezzi, la spesa al ristorante per la notte di San Silvestro sarà di 434,7 milioni di euro. Così Fipe-Concommercio. Il 30% dei ristoratori ha ridotto i prezzi per intercettare un più ampio spettro della domanda.



**GALILEO CANTINE**  
 SOLUZIONI GESTIONALI PER INTENDITORI

## Wine & Food

### Otto italiani nella "Top 100" 2009 di Wine Enthusiast

Sono otto gli italiani nella "Top 100" 2009 di "Wine Enthusiast", rivista cult Usa: Barbaresco Reyna 2006 di Michele Chiarlo (posizione n. 6); Barbaresco Fausoni 2005 Sottimano (36); I Progni Valpolicella Classico Superiore Ripasso 2006 Le Salette (55); Terre Alte Colli Orientali del Friuli 2007 Livio Felluga (77); Barolo 2004 Pio Cesare (83); Barbera d'Alba Vittoria 2006 Gianfranco Alessandria (90); Rancia Riserva Chianti Classico 2005 Felsina (94); Burdese Sicilia 2006 Planeta (99). Primo il vino californiano Pinot Noir 2006 Julia's Vineyard di Cambria della Santa Maria Valley.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La tradizione? Molto spesso è un concetto inventato a posteriori, e per questo funziona. Anche nel mondo del cibo e del vino...". Così il famoso critico d'arte Philippe

Daverio. Le riflessioni, in esclusiva a [www.winenews.tv](http://www.winenews.tv), di un personaggio incredibile, capace spesso di ribaltare e smascherare i luoghi comuni, tra arte, estetica ed enogastronomia.

