



La Prima di WineNews.it



n. 25 - ore 17:00 - Venerdì 13 Febbraio 2009 - Tiratura: 23297 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Il "futurismo" torna in tavola

Inediti piatti da mangiare, ma anche paradossi gastronomici, vere e proprie opere d'arte in forma culinaria, da vedere o anche annusare: sono questi gli ingredienti alla base delle ricette "futuriste" ideate nel 1933 da Filippo Tommaso Marinetti, nel libro "La cucina futurista", con l'obiettivo di realizzare una vera e propria "rivoluzione culinaria". E proprio i piatti "futuristi" saranno gli assoluti protagonisti del "Pranzo d'amore", il "banchetto futurista" con il quale lo storico caffè letterario Giubbe Rosse di Firenze, quartier generale del futurismo fiorentino, il 16 e 17 febbraio celebra i 100 anni del manifesto di Marinetti, con le "vivande d'artista" realizzate dallo chef Angelo Mazzi.

Primo Piano

"Il vino italiano bene anche in questo inizio d'anno". Lo dice Mel Dick, presidente vini di Southern Wine & Spirits, primo distributore Usa

"Le vendite di vino italiano stanno andando bene anche in questo inizio d'anno". Ad affermarlo è Mel Dick, presidente della divisione vini e vice presidente della Southern Wine & Spirits of America, il primo distributore negli Usa di vino, con 1.500 etichette del beverage per 5.000 differenti brand (tra vini, birre e liquori), sedi operative in 32 Stati per 70 milioni di casse all'anno vendute, 10.500 dipendenti e un fatturato di 8,3 miliardi di dollari, che ha partecipato al Vinitaly Us Tour in Florida. Parole di senso contrario alle dichiarazioni rilasciate a WineNews da Leonardo LoCascio, presidente di Rainbow, uno dei più importanti importatori di vini tricolore negli States. "Le enoteche - aveva dichiarato LoCascio - con vendite giù del 20-30%, potrebbero non coprire affitto e costi fissi. Parecchi ristoranti hanno chiuso o stanno per farlo". Inoltre, secondo Chip Cassidy, wine director di Crown Wine & Spirits, il più importante retailer della Florida, il mercato statunitense ha grandi potenzialità, e si candida a diventare entro il 2012 il primo a livello mondiale per consumi. "Negli Usa dobbiamo continuare ad essere presenti - evidenzia Giovanni Mantovani, direttore generale VeronaFiere - per proseguire in formazione, promozione culturale e di business, per contribuire a consolidare e incrementare la quota di mercato dei vini italiani. Quota che sta aumentando grazie ai giovani tra i 21 e 29 anni, che preferiscono sempre di più il vino alle altre bevande. In sette anni di presenza negli Usa abbiamo coinvolto oltre 15 mila operatori del settore tra Las Vegas, Los Angeles, San Francisco, Boston, New York, Washington, Chicago e Miami, con un ritorno importante anche sul Vinitaly, ogni anno in aprile a Verona, e al quale partecipano in media oltre 3.500 operatori provenienti dagli Usa".

Focus

Chianti Classico "roccaforte" contro la crisi. Aziende patrimonializzate e investimenti per 240 milioni di euro nell'ultimo decennio

Nella guerra di notizie catastrofiche sulla crisi economica, il Chianti Classico si candida ad essere un "roccaforte" per chi guarda al futuro con fiducia. Grazie all'elevata patrimonializzazione delle aziende, anche per la presenza di edifici antichi, ville o castelli, ai 240 milioni di euro investiti in nuovi impianti, e alle quotazioni di un ettaro di vigneto che vanno dai 200 ai 250 mila euro, le terre del Gallo Nero sembrano essere un rifugio privilegiato in questa fase di dissesto economico globale. Rispettando l'antica regola per cui "senza terra non si può fare un grande prodotto", negli ultimi 10 anni sono stati rinnovati 4.000 ettari di vigneto con l'intento di adeguare, da un lato, le viti del Chianti Classico alle migliori e più moderne tecniche di allevamento e, dall'altro, di rendere concreti i risultati del progetto "Chianti Classico 2000", al quale negli ultimi tre anni si sono aggiunti anche 25 milioni di euro di spesa per il rinnovo delle cantine e delle attrezzature. Segnali forti da un territorio antico che guarda al futuro.



Protezionismo? No grazie!

Occorre "arginare le richieste di misure" protezionistiche sebbene "ad oggi non si rilevano evidenze importanti di un aumento delle misure concrete" in questo senso. La Bce è preoccupata, perché negli ultimi tempi "queste spinte tendono a intensificarsi". La Banca Centrale Europea sottolinea inoltre che "l'impatto del protezionismo sulla crescita economica e sul benessere delle persone è sostanzialmente negativo. Il sostegno alla globalizzazione si indebolisce in diverse regioni del mondo e ciò non desta sorpresa poiché le spinte protezionistiche tendono a rafforzarsi nei momenti di tensione economica e finanziaria". Tutto questo vale a maggior ragione, aggiungiamo noi di WineNews, anche per l'agricoltura e per il wine & food.

contactlab™ Affidati al leader italiano dell'e-marketing per le tue campagne di successo. Scopri come

Cronaca

I giovani voglio fare agricoltura, ma la burocrazia li frena

I giovani italiani vorrebbero tornare a fare impresa in agricoltura, ma barriere d'entrata, la difficoltà di un accesso sicuro agli strumenti finanziari e la troppa burocrazia creano incertezze. È il preoccupante allarme che arriva da Confagricoltura, che sottolinea come i nuovi agricoltori siano una priorità strategica per l'organizzazione, perché "senza ringiovanimento degli agricoltori il mondo rurale sarà più esposto a gravi problemi sociali e d'infrastruttura".



Wine & Food

A Wendell Berry, "profeta" del Km zero il premio Artusi 2008

"Mangiare è un atto agricolo". In questo aforisma si racchiude il mondo di Wendell Berry, poeta, scrittore, saggista, docente di letteratura all'Università del Kentucky, e soprattutto coltivatore e "profeta" del km zero. Per tutto questo, in cui emerge l'amore ed il rispetto della terra, l'idea di futuro per un'economia alimentare sostenibile, la coerenza di vita e di pensiero, è stato insignito del Premio Artusi 2008 (di scena a Forlimpopoli il 15-16 febbraio). Berry è promotore dell'esperienza dei farmers market in California e autore di numerosi scritti dedicati al rapporto tra agricoltura e alimentazione.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino e caffè, due must italiani. Ma se gli appassionati ricordano le bottiglie che degustano, pochissimi sanno cosa hanno bevuto nella tazzina. Il diverso atteggiamento nelle parole di

Glauco Savorgnani, docente di Marketing della Cattolica di Milano. "Il vino accompagna cibo e conversazione, è protagonista. Il caffè è legato alla rapidità".



COMUNICAZIONE MAI GRIGIA.