

La News



Italia a rischio baby-obesi

Cattiva alimentazione e troppa tv: 2 bambini italiani su 10, tra i 3 e i 6 anni, sono in sovrappeso o già a serio rischio di obesità infantile. Lo dice uno studio del progetto "Persicope", finanziato dall'Ue, in collaborazione con il Movimento Difesa del Cittadino, la Asl di Brindisi e le Università di Aalborg e di medicina polacca della Silesia, che ha confrontato, stili di vita, comportamenti e abitudini dei bambini, dai 3 ai 6 anni, di Italia, Danimarca e Polonia. E il problema nasce in famiglia: il tasso di obesità infantile è correlato a quello dei genitori, che nel nostro Paese è il più alto se rapportato agli altri 2 Paesi: 35,9% per la madre e addirittura 65,4% per il padre.



SMS Incidenti causati da animali selvatici? Paga la Provincia!

Incidenti stradali causati da cinghiali, caprioli e altri animali selvatici? I danni li paga la Provincia. Lo stabilisce la sentenza n. 80 del 2010 della Corte di Cassazione, che ha condannato la Provincia di Pesaro Urbino a risarcire i danni di un incidente stradale causato da un animale selvatico. La Cassazione, in sostanza, ha affermato che la responsabilità spetta a chi ha la gestione "materiale" del territorio. Un bella notizia per chi vive in zone di campagna o comunque popolate da selvaggina, che anche a causa di un ripopolamento troppo massiccio e spesso mal gestito dagli enti pubblici, causa danni pesanti anche all'agricoltura, e causa incidenti, talvolta anche mortali, ad automobilisti e viaggiatori.

Cronaca

Alle Olimpiadi di Vancouver oro per il vino italiano

Brindisi alle Olimpiadi con 3.700 etichette italiane. Dal 6 al 28 febbraio, a Vancouver, calici in alto con le eccellenze delle aziende presentate da Enoteca Italiana che, su incarico del Ministero delle Politiche Agricole sarà protagonista a "Casa Italia". "Grazie allo sport - afferma il Ministro Luca Zaia - ancora una volta abbiamo l'occasione di promuovere le nostre eccellenze in giro per il mondo. Non potevamo mancare l'appuntamento di Vancouver". Info: www.enoteca-italiana.it



Primo Piano

I grandi della terra sono pazzi per la cucina italiana. Lo dice l'Osservatorio "Nathan il Saggio"

Premier e capi di Stato di mezzo mondo pazzi per la cucina made in Italy: i grandi della terra non fanno a meno di ristoranti, chef e cibi italiani, nel Belpaese e a casa loro. L'importante è che i prodotti siano rigorosamente Dop. Lo dice l'Osservatorio Giornalistico Internazionale "Nathan il Saggio" che, secondo l'agenzia Klaus Davi, ha analizzato la passione per il made in Italy di personalità di spicco della politica internazionale per il primo trimestre di attività della sede italiana dell'Efsa a Parma, inaugurata il 17 ottobre 2009, dal Commissario europeo per la salute Androula Vassiliou e dal Sindaco della città, Pietro Vignali. "Qualità e sapori tricolori sono al centro dei desideri culinari di presidenti e ministri del mondo e la stampa internazionale conferma il trend". Il "Washington Post" racconta della cena a base di pesce e pasta tra i due Presidenti Obama e Bill Clinton al ristorante italiano "Il Mulino" di New York, noto per offrire specialità abruzzesi. Sempre Obama, come riporta il "Chicago Tribune", sarebbe ghiotto di capesante arrosto cotte in forno a legna, che è solito ordinare da Tony Mantuano del ristorante "Spiaggia". Il Premier francese Nicolas Sarkozy non sa rinunciare alla pizza, secondo "Le Nouvel Observateur". La tedesca Angela Merkel si conquista l'appellativo di "Cancelliera della pasta" come titola il quotidiano "Bild": vino rosso e i rigatoni, da consumare preferibilmente nel suo ristorante preferito, "Da Bruno" a Mainz. Nelle sue consuete vacanze ad Ischia, invece la Merkel ama fare colazione con le spremute di agrumi della Costiera Amalfitana. Per rimanere in Germania, il vice della Merkel, Frank-Walter Steinmeier, si gode la cucina di un agriturismo dell'Alto Adige, con carni e vini della zona. Lo dice il "Der Tagesspiegel". In Inghilterra, per il "Times", il Primo Ministro Gordon Brown mangia fagottini e mozzarella sotto lo sguardo vigile della moglie Sarah. Il leader del Partito Conservatore David Cameron, invece, preferisce salsicce italiane piccanti e parmigiano reggiano.

Focus

La Dop raddoppia: in 10 anni il made in Italy a denominazione salito a 10 miliardi di euro

In 10 anni sono quasi raddoppiati i prodotti a denominazione di origine (Dop/Igp) italiani riconosciuti in Europa, dove il Belpaese ha conquistato il primato sulla Francia. Emerge da uno studio di Coldiretti, secondo cui un italiano su tre li ha acquistati regolarmente nel 2009. Nell'ultimo decennio si è ampliata notevolmente la possibilità dei consumatori di scegliere prodotti a denominazione di origine protetta (Dop) o indicazione geografica protetta (Igp), con i riconoscimenti che sono aumentati dai 101 del 2000 ai 195 attuali, di gran lunga superiori a quelli della Francia (167 prodotti) che guidava la classifica a inizio millennio. Nel paniere della qualità made in Italy ci sono 123 Dop e 72 Igp (70 prodotti ortofrutticoli, 38 olii extravergini di oliva, 36 formaggi, 32 prodotti a base di carne, 5 prodotti da panetteria, 4 spezie o essenze, 3 aceti, 3 prodotti di carne e frattaglie fresche, 2 prodotti della pesca e 1 miele). Complessivamente il fatturato 2009 ha sfiorato i 10 miliardi di euro, per quasi il 20% sui mercati esteri dove crescono anche imitazioni e tarocchi.



Wine & Food

McDonald's all'italiana: il colosso del fast food lancia Mcltaly

Parmigiano reggiano sugli hamburger, speck altoatesino nei panini, ma anche bresaola della Valtellina, formaggio Asiago e altri prodotti di qualità italiani: il colosso mondiale del fast food low cost McDonald's è pronto al lancio della linea Mcltaly che guarda al buon cibo tricolore. L'iniziativa sarà presentata il 26 gennaio a Roma, nella sede storica di Piazza di Spagna. "Questo progetto - afferma il Ministro per le Politiche Agricole, Luca Zaia, che ha dato il patrocinio gratuito al progetto - è l'occasione per i contadini italiani per immettere i loro prodotti in un nuovo segmento del mercato".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"La più grande sfida per l'Italia enoica sta nell'educare il consumatore, perchè le persone non riescono a capire i marchi regionali, non capiscono il vitigno contenuto nella

bottiglia. Dovreste spendere più soldi per spiegare i vini al mercato sperando che qualcuno ascolti". A WineNews il pensiero del wine writer americano Paul White.

