

La News



Amatriciana made in Amatrice

Pancetta e pecorino amatriciano: sono solo alcune delle prelibatezze legate alla tradizione gastronomica di Amatrice, ma sufficienti a fare della città, nel cuore verde dei Monti della Laga, la "culla" di uno dei piatti cult della cucina italiana, tra i più conosciuti, amati ed imitati in tutto il mondo. Da 15 al 19 febbraio, all'Enoteca Palatium a Roma, sarà possibile assaggiare i mitici spaghetti all'Amatriciana, quelli veri ed autentici da tradizione di Amatrice, al centro di un menù di soli prodotti del territorio, dai salumi ai formaggi, dal miele alla Gricia (amatriciana in bianco), dalla zuppa di farro fino all'agnello con patata turchesa e al dolce alle mele. Info: www.enotecapalatium.it

ANTEPRIMA BARDOLINO 2009
ANTEPRIMA CHIARETTO 2009
LAZISELAGO DI GARDA 7.3.2010
CONSORZIO TUTELA BARDOLINO

SMS Mcltaly, non male, però...

Dopo due tentativi andati a vuoto causa "esaurimento scorte", sono riuscito ad assaggiare il Mcltaly. E senza pregiudizi, perché ogni tanto un McDonald's me lo concedo, a prescindere. Impressioni e stati d'animo: a parte che almeno un bollino ufficiale che riconducesse all'utilizzo di prodotti Dop o Igp me lo sarei aspettato, e non c'è, ho trovato il panino gradevole, ma nulla di più. Ovvero, come ambasciatore del sapore made in Italy e della "multinazionale dei contadini italiani", mi sarei aspettato molto, molto di meglio. Lato monetario: proprio economicissimo non è, costa 4,20 euro, e in una buona gastronomia ancora un bel panino con prodotti certificati con tanto di bollino in bella vista ci scappa. Insomma, tutto questo can-can per un comunissimo hamburger? **Federico Pizzinelli**

Cronaca

Settimane del Gusto under 26

Due settimane, dal 22 febbraio, dedicate agli under 26 per far conoscere la qualità della grande ristorazione italiana: in oltre 100 ristoranti italiani menu ad hoc a prezzi speciali, firmati dai più grandi maestri dei fornelli tricolori, e anche in loro compagnia, come da Gualtiero Marchesi all'Albereta (Erbusco, Brescia) e da Antonio Santini nel suo Dal Pescatore (Canneto sull'Oglio, Mantova): ecco il leitmotiv delle "Settimane del Gusto", ideate da Slow Food Italia. Info: www.settimanedelgusto.it



Primo Piano

"Agente Gallo Nero, licenza di vino": nascono gli 007 del Chianti Classico, "agenti speciali" con la missione di controllare sugli scaffali la conformità al disciplinare delle bottiglie del celebre vino toscano

Il Consorzio del Vino Chianti Classico si prepara a sguinzagliare i suoi 007, agenti segreti con "licenza di vino": nei supermercati e nelle enoteche di tutta Italia si aggireranno presto speciali sentinelle, con la missione di controllare sugli scaffali la conformità al disciplinare delle bottiglie del celebre vino toscano. La nuova figura dell'agente vigilatore è prevista nell'articolo 17 della proposta di revisione della legge 164/92, che ridisegna alcune funzioni dei Consorzi di tutela. La legge stabilisce che i Consorzi possano "svolgere azioni di vigilanza, tutela e salvaguardia della denominazione da espletare prevalentemente nella fase del commercio" proprio attraverso l'attività degli agenti vigilatori. Le attività di controllo, distinte da quelle specifiche (delegate ad enti terzi costituiti ad hoc per queste funzioni), sono svolte sotto il coordinamento dell'Ispektorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi (Icq). L'importante riforma sarà una delle novità della "Chianti Classico Collection", alla Stazione Leopolda di Firenze, il 16 e 17 febbraio, che presenterà l'anteprima delle annate 2009, 2008 e della Riserva 2007. "Si tratta di un passaggio importante per le nuove funzioni di tutela e vigilanza dei Consorzi del vino italiano - spiega Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio del Vino Chianti Classico - un modo che permette di controllare il prodotto sul mercato e testarne la corrispondenza con i vini che hanno ricevuto la certificazione di idoneità per la denominazione che portano in etichetta. Gli agenti vigilatori sono riconosciuti legalmente e la loro attività è un'ulteriore garanzia per il consumatore finale".

Focus

Brunello di Montalcino, 2009 superato "in modo egregio", 2010 incerto ma positivo

"Ci sono ancora luci ed ombre, ma il marchio Montalcino esce dal difficile 2009 in modo egregio". Parole di Enrico Viglierchio, direttore generale della Castello Banfi, l'azienda che ha portato negli scaffali di tutto il mondo il Brunello di Montalcino e ha, di fatto, creato il distretto economico del Brunello, a pochi giorni dal "Benvenuto" alle nuove annate (19-22 febbraio): Brunello 2005, Riserva 2004 e Rosso 2008. E se per il 2010 è difficile fare previsioni, oggi si registra "una certa sofferenza nei mercati europei - commenta Viglierchio - e segnali di ripresa dall'Asia, dove si sta passando ai riordini. In America il mercato resta abbastanza teso, con una buona performance dei vini sotto i 30 dollari, e un po' di fatica per quelli sopra i 50. Oltre a un cambio che ci sfavorisce e politiche molto aggressive del Nuovo Mondo. L'anno appena iniziato dovrà servire a rafforzare il nostro marchio e a lavorare in sinergia con quello territoriale di Montalcino, ma anche a capire bene la crisi del 2009 e ridisegnare meglio le dinamiche di mercato per costruire basi solide per il futuro".



DONNAFUGATA®

Wine & Food

La buccia d'arancia (e non solo) di Sicilia amica della pelle

Chi l'avrebbe mai detto: la buccia d'arancia è amica della pelle! Gli agrumi di Sicilia, e in particolare le arance rosse, unite al miele, hanno delle proprietà antiossidanti e antiradicali eccezionali, per un effetto nutriente ed idratante ed una pelle liscia e profumata. E allora nasce l'agrumoterapia, un trattamento basato su un impacco tiepido di mieli agrumati, estratti di alghe, fango e oli essenziali, oltre ad un idromassaggio con algaromi. A proporre l'innovativa formula è il Wellness Club dell'Hotel Caparena a Taormina Mare, tra i luoghi d'elezione delle arance rosse di Sicilia (info: www.gaishotels.com).

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"In Italia ci siamo sempre vantati della materia prima, ma l'abbiamo presentata secondo le mode internazionali, puntando su ristoranti ricchi e sfarzosi. Questo ora è

entrato in crisi, la gente non vuole più effetti speciali fini a se stessi...". "Il lusso della semplicità" per Paolo Marchi, critico enogastronomico e ideatore di "Identità Golose".

