

## La News



### Mozzarelle "made in Libia"

Grazie alla cooperazione italiana, nascerà entro l'estate a Sirte ed a Tobruk la produzione di mozzarella "made in Libia" con know how italiano. Il progetto è finanziato dal Ministero degli Affari Esteri, Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo, e realizzato con l'Istituto Agronomico per l'Oltremare di Firenze. I pascoli sono un'area di bonifica postbellica, scelta da Gheddafi in persona, che utilizza l'acqua del Grande Fiume Fatto dall'Uomo. Grazie ai servizi veterinari, a breve, saranno importati semi di toro e embrioni di vacche nazionali da impiantare in Libia. Agli italiani in Libia e ai libici ghiotti del famoso formaggio, non resta che attendere l'estate per gustare mozzarelle fresche tutti i giorni.



### SMS Il buono? Non è oggettivo

"Il gusto? Sempre più un mix tra elementi diversi: sapore, e dunque gratificazione orale, vista, cioè l'aspetto del piatto, ed altri elementi, come la naturalità e la salute, considerati entrambi dei surplus. Il buono è tutto tranne che un dato oggettivo". Le parole, solo da condividere, sono di Giampaolo Fabris, ordinario di Sociologia dei Consumi all'Università San Raffaele di Milano, ed è la risultante di aspetti legati alla storia, all'antropologia e all'attualità culturale. Che vuol dire? Oggi è di moda il sushi, e dieci anni fa avremmo provato disgusto nei confronti del pesce crudo. Non parliamo di vino!

Alessandro Regoli

## Cronaca

### Misure anticrisi per l'agricoltura

Un incontro urgente con il Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi per proporre misure anticrisi anche per l'agricoltura: lo chiede il presidente della Confagricoltura, Federico Vecchioni. A Berlusconi, Confagricoltura presenterà un documento strategico di proposte e richieste per superare la crisi in cui versa il settore. "L'agricoltura - ha detto Vecchioni - non solo è stata esclusa dalle misure straordinarie anticrisi adottate per altri settori, ma rischia di vedersi sottrarre anche risorse di cui disponeva".



## Primo Piano

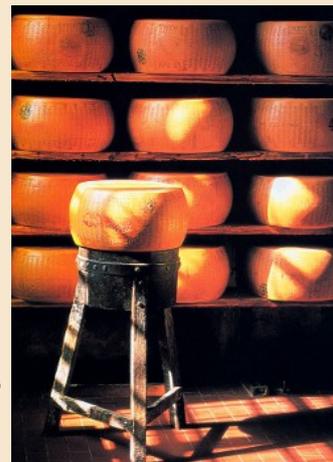
### "Nicchia oltre la nicchia, qualità con massa critica, innovazione di prodotto": il D'Alema pensiero per il successo dell'agroalimentare italiano nel mondo

"La qualità è la chiave per vincere, ma va concepita oltre la nicchia, perché stiamo su un mercato mondiale, dove si vince con la massa critica, senza incidere però sulla qualità del prodotto. Non si può standardizzare, ma dobbiamo funzionare come un grande sistema industriale". Massimo D'Alema (l'audio su [www.winenews.tv](http://www.winenews.tv)), ieri a Siena alla tavola rotonda "Agroalimentare: una risorsa per lo sviluppo dell'economia italiana", traccia così la rotta per l'agroalimentare italiano verso l'Expo 2015. "Qualità oltre la nicchia, il mercato è globale, senza illusioni regressive". Un riferimento alle vendite dirette in azienda. "È l'economia curtense, i cinesi non verranno in azienda, gli dobbiamo portare il prodotto. Se auto-consumassimo tutto il vino che produciamo avremo 50 milioni di italiani ubriachi!". D'Alema parla anche di innovazione di prodotto: "La qualità crescerà dappertutto, vedi l'America Latina con il vino. Quest'anno abbiamo esportato più della Francia, anche grazie alla nostra tradizione, ma non sono contrario alla moderata innovazione di prodotto: proprio la Toscana cominciando a mettere qualche vitigno internazionale nel Sangiovese ha inventato vini, dal Sassicaia in giù, che hanno sbancato nel mondo". Pochi temi, per D'Alema, sono così importanti per l'"Italian way of life" nel mondo come l'enogastronomia di qualità, che però il Paese ha poco tutelato e in qualche modo "ceduto": oggi il maggior marchio mondiale della pizza è la canadese Pizza Hut. L'Expo 2015 sarà anche "una grande occasione per riappropriarci di quello che è nostro. Dobbiamo concepire l'Italia intera come esposizione, ci saranno operatori da ogni parte del mondo che non possiamo lasciarci sfuggire, c'è spazio per costruire un "progetto Italia". Ma dobbiamo pensarci per tempo".

## Focus

### Proposta Qualivita: re-indirizzare i consumi verso la qualità detassando Dop e Igp

Portare la qualità fuori dalla nicchia per farla diventare massa critica detassando i prodotti Dop e Igp per incentivarne il consumo. E' la proposta lanciata da Mauro Rosati, segretario generale della fondazione Qualivita, che a WineNews ha spiegato: "Dobbiamo ri-orientare i consumi. Crediamo che la qualità sia l'arma per uscire dalla crisi e per dare un contributo al Sistema Paese su quelli che sono gli asset più importanti: l'alimentazione, il territorio, il turismo. Dobbiamo creare nuovi modelli di consumo che investano sulla qualità. Questo non significa promuovere una nicchia di prodotto ma andare ad incidere su quelli che troviamo anche nella grande distribuzione, come gran parte dei prodotti Dop". Una proposta realizzabile anche secondo l'ex Ministro delle Politiche Agricole Paolo De Castro: "La proposta è molto interessante. Promuovere qualità significa dare un'arma in più ai nostri produttori per avere distintività. Se poi ci accompagnano anche degli alleviamenti fiscali che possono aiutare le produzioni, certamente è possibile".



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

| email | sms | fax | survey | lead generation | web analytics |

Scopri come ►

## Cronaca

## Wine & Food

### Federalimentare: chiuso molto bene il 2008 con export a +10% e saldo commerciale a +22,7% (3,52 miliardi), ma 2009 in frenata

Nel 2008 l'export alimentare ha fatto +9,7% con 19,57 miliardi di euro. Lo rende noto il presidente di Federalimentare, Gian Domenico Auricchio. Un risultato che ha permesso al settore di reggere alla sfavorevole congiuntura internazionale, ma l'allargarsi della crisi fa temere per il 2009, in cui l'export "potrebbe ridursi di alcuni punti percentuali". Il 2008 si è chiuso molto bene anche sul fronte del saldo commerciale (3,52 miliardi di euro, +22,7%). Accelerano "hard discount", "primi prezzi" e "low cost".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Togliere l'alcol al vino è come togliergli l'anima. Meglio educare i giovani a capirne il valore nel suo complesso, il vino va centellinato. Io l'ho assaggiato, è come fare l'amore

con una bambola gonfiabile". Così il nutrizionista Carlo Cannella, presidente dell'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione.



COMUNICAZIONE MAI GRIGIA.