

La News



Sgarbi: "dopo l'eolico la minaccia è il fotovoltaico"

"Serve un intervento forte della politica perché l'agricoltura possa sopravvivere in zone difficili dove si tolgono vigneti e frutteti per far posto a pannelli fotovoltaici, in nome di un reddito che distrugge il paesaggio". Parola di Vittorio Sgarbi (ascolta su www.winenews.tv), critico d'arte e sindaco di Salemi che, ancora in battaglia contro le torri eoliche poste in luoghi in cui "non servono a nulla e distruggono il paesaggio", si lancia anche contro il fotovoltaico che, soprattutto nel Meridione, in Sicilia e in Puglia, sta sostituendo le colture agricole poco redditizie.



Se il mondo è piccolo

Altro che nuovi mercati. L'export di vino italiano è sempre di più concentrato in una decina di Paesi. A dirlo è il presidente dell'Ice (Istituto del Commercio Estero), Umberto Vattani. "Su 67.000 aziende agricole, 12.000 esportano, quindi ci sono molti margini di miglioramento, che ci consentono di guardare con fiducia all'estero. Anche perché il mercato interno è saturo". Però la concentrazione dei mercati di destinazione delle cantine italiane aumenta. "Dovremmo allargare il raggio di azione - ha detto Vattani - soprattutto in estremo Oriente e Sud America, perché un problema in un mercato consolidato, ad alta concentrazione, può compromettere l'intero export".

Cronaca

La crisi taglia su bar e ristoranti

La crisi non risparmia il cappuccino e la cena al ristorante. Il 15,8% degli italiani, sul 2009, ha ridotto la frequentazione del bar, e il 26% ha risparmiato sulle uscite a cena. Al bancone si salva, tuttavia, nel 50% dei casi, il rito della colazione; resiste quello dell'happy hours (16,6%); declina decisamente il dopo cena (9,5%). Ecco i trend dell'indagine Fiepet-Confesercenti. Ancora grande, però, l'esercito della pausa pranzo fuori casa: 8,7 milioni di italiani per un giro d'affari di 18,5 miliardi all'anno.



Primo Piano

Il pubblico al servizio delle imprese: ecco la nuova piattaforma dell'Istituto Vite e Vino di Sicilia

Una piattaforma diffusa su tutto il territorio, che aiuti le imprese sul fronte della promozione, dei controlli, del reperimento delle risorse nazionali e comunitarie, di dati e di studi di settore che spesso, soprattutto per le piccole cantine che puntano comunemente a internazionalizzare la loro attività, sono merce rara. Ecco il nuovo strumento dell'Istituto regionale della Vite e del Vino della Regione Siciliana, che si candida ad essere il "fiore all'occhiello" del programma per la valorizzazione dei vini di Sicilia 2010. Mission principale della piattaforma sarà il servizio di analisi delle misure a disposizione delle imprese per progetti di internazionalizzazione, dall'Ocm vino ai Piani di sviluppo rurale. Questo servizio, che punta anche ad aiutare le più zone rurali più disagiate, servirà ad ottimizzare le forme organizzative esistenti, o in via di formazione, i processi produttivi e l'interazione con le istituzioni. E ci sarà anche un'attività di "marketing intelligence" e di analisi di mercato per monitorare, secondo esigenze, obiettivi e dimensioni di ogni cantina, le migliori opportunità. Grande attenzione sarà data alla formazione del personale, su svariati temi, come le analisi sui mercati internazionali del vino, le normative sull'export dei diversi Paesi (etichettatura, spedizione ...), la distribuzione, l'export manager e la partecipazione alle manifestazioni. E, non ultimo, l'Istituto selezionerà anche eventi internazionali, come fiere e workshop, secondo le opportunità e le esigenze delle imprese. Altro campo di intervento è quello della certificazione dei vini e denominazione, con la piattaforma che offrirà assistenza e consulenza alle aziende, in un contesto normativo, in continua evoluzione. "La piattaforma - spiega il direttore dell'Istituto, Dario Cartabellotta - è pensata come strumento al servizio del tessuto vitivinicolo della Sicilia, in un momento di forte ristrutturazione del mercato mondiale. Dobbiamo aumentare la vicinanza tra domanda internazionale ed offerta enologica siciliana con nuovi strumenti".

Focus

Il mondo brinda al vino "al bicchiere"

A una bottiglia intera, magari, un po' per risparmiare, un po' perché si deve guidare, si rinuncia. Ma a un bel calice di vino no, ed ecco perché in tutto il mondo spopola il vino al bicchiere, che dà la possibilità di gustare il nettare di Bacco senza esagerare e senza spendere un capitale. La testimonianza è il successo planetario di Enomatic, leader delle macchine per la miscela automatica al bicchiere, che ha "piazato" i suoi "bancomat del vino" in oltre mille locali di 70 Paesi del mondo. E ce n'è davvero per tutti i gusti: si va dal resort extralusso al wine bar all'angolo di una strada, dal grande centro commerciale all'enoteca storica, dalle navi da crociera agli aeroporti. Da Parigi a Londra, da New York a Mosca, da Shanghai a Sidney, da Firenze a Taipei (nella foto Enomatic al Free Time Digital Wine nella cittadina di Taiwan), enoteche, bar, ristoranti e persino casinò si attrezzano per offrire ai propri clienti una ampia scelta di vino al bicchiere, che va dalle etichette più "facili" ai vini da intenditori e di alto livello (e prezzo). Un buon sistema per svuotare la cantina, ma anche diffondere la conoscenza e la cultura del vino e del bere moderato.



CONSORZIO TUTELA VINO BARDOLINO DOC *bardolino.*

Wine & Food

Vitigni, in Usa gli "internazionali" strapazzano gli autoctoni italiani

L'enorme varietà di vitigni autoctoni è una delle grandi risorse del vino italiano. Ma i mercati cosa pensano? Quello americano, fondamentale per l'export delle cantine italiane, non sembra poi molto d'accordo. Secondo l'Italian Wine & Food Institute di Lucio Caputo, il vino più richiesto in Usa (dati di marzo 2010) è stato lo Chardonnay, che ha fruttato 1,9 miliardi di dollari, seguito dal Cabernet Sauvignon (1,9 miliardi), e dal Merlot (927 milioni di dollari). Primo degli "italiani" figura il Chianti (che, però, è un uvaaggio a base Sangiovese), con 127 milioni di dollari, e poi il Sangiovese, con 18 milioni.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"L'agricoltura di qualità per la tutela del paesaggio italiano". Il pensiero di Salvatore Settis, direttore della Scuola Normale Superiore di Pisa, promotore di "Nuovo Paesaggio

Italiano", con Oliviero Toscani, Vittorio Moretti e il Fai (Fondo per l'ambiente italiano), per sensibilizzare il pubblico alla tutela del più grande patrimonio del Paese.



COMUNICAZIONE MAI GRIGIA.