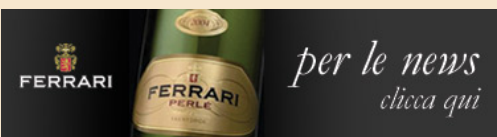


La News



Argentina, il gay wine-tour

Si chiama Buenos Aires Tango, Wine & Tour Gay, ed è rivolto ad un pubblico squisitamente omosessuale, il viaggio organizzato dall'agenzia Duques del Plata nella capitale argentina, unico Paese del Sud America dove è legale il matrimonio gay, e dove si prevede un aumento del turismo omosessuale. Si tratta di un percorso, per un massimo di 30 partecipanti, ogni sabato, tra i luoghi più importanti della storia del tango a Buenos Aires, degustando anche i più importanti vini del Paese. In rappresentanza del Nord-Ovest dell'Argentina, empanadas e il vino Torrontes Salta, per la Patagonia Merlot con funghi Crostin e ancora per Cuyo, Malbec e spiedini di manzo. Anche questo è marketing.



SMS Speriamo bene ...

Speriamo che non sia la punta di un iceberg, come accade spesso, e che il caso del pecorino "Italian sounding" prodotto in Romania da Lactitalia, una società partecipata dalla Simest, l'azienda italiana controllata al 76% dallo Stato italiano che si occupa della internazionalizzazione delle imprese del Belpaese, sia un caso unico e grottesco. Per carità, nulla di illegale, anche perché nelle etichette di prodotti come "Toscanello", "Pecorino" o "Dolce vita", sarebbe scritto che il latte è romeno, e ci sarebbero tutte le autorizzazioni dell'Unione Europea. Ma, sicuramente, è inopportuno che un'azienda che nasce al servizio delle imprese italiane, sia anche minimamente concorrente delle stesse. In caso contrario, se ci sono altri casi nel settore del latte o in altri, vengano alla luce e presto, e si faccia chiarezza.

Cronaca

Piemonte, accordo sul Moscato

Una resa di 105 quintali per ettaro, con un compenso di 97,2 euro al quintale per il 2010: è l'accordo sul Moscato, che qualche settimana fa ha rischiato di "saltare" per la prima volta dopo 30 anni, siglato da parte della Commissione Paritetica, composta da una parte industriale e una agricola, con la mediazione dell'assessorato all'agricoltura della Regione Piemonte, "a tutela degli interessi degli agricoltori", ha detto l'assessore Claudio Sacchetto. Fissati anche nuovi parametri di rese e giacenze.



Primo Piano

I fondi promozione Ocm? "Così sono una sorta di sovvenzione elitaria". Parola di Marco Caprai

Grandi risorse per la promozione, ma vincolate all'impiego nei Paesi terzi, e con progetti fuori portata per migliaia di cantine italiane, che ne avrebbero realmente bisogno. Ecco la riflessione di Marco Caprai, alla guida della cantina che ha rilanciato il Sagrantino di Montefalco nel mondo. "Una sorta di "sovvenzione elitaria" fruibile solo da poche centinaia di aziende più strutturate - spiega Caprai - da sistemi territoriali, regionali o denominazioni che ne hanno compreso i vantaggi". Il Ministero delle Politiche Agricole ha immesso risorse economiche da intercettare nel breve periodo: 48 milioni di euro di fondi Ue. Il budget 2011 è integrabile, del 20%, con fondi pubblici, destinati a crescere fino a oltre 82 milioni dal 2012. E si potranno prolungare - oltre i 3 anni previsti dal Regolamento - il termine delle azioni di altri 2 anni. Un'opportunità da non perdere. La scadenza per accedere a questi fondi, per il 2011, è, però, il 15 settembre 2010, e "mi sembra che consorzi, privati o amministrazioni deputate, siano attualmente incapaci di dedicarsi con energia a questo obiettivo". La sfida dell'Ocm è tra sistemi regione-paese, tra le diverse espressioni delle regioni d'Europa e i competitor mondiali, "alla quale può rispondere in prima battuta il senso di responsabilità delle singole imprese, unite però da un obiettivo comune. Solo con una visione forte e una governance matura tra i diversi stakeholder dei territori, il vino italiano potrà continuare a occupare la posizione di prestigio che occupa a livello planetario". Caprai lancia un appello a produttori ed amministratori: stop alle "mille voci di spesa che hanno alimentato un sistema di promozione che nulla ha a che fare con gli interessi dei produttori, ma che con i loro soldi viene alimentato, e si investe in progetti e in percorsi di lungo periodo per la crescita delle nostre imprese. Cogliere le opportunità delle risorse comunitarie, è un obiettivo primario del vino italiano e la scadenza dei bandi del prossimo 15 settembre una data fondamentale".

Focus

McDonald's si fa sempre più italiano

Da oggi potremmo cominciare a chiamarlo "De Donaldo". Perché McDonald's punta sempre di più sull'Italia. Innanzitutto con un investimento da 150 milioni di euro per la costruzione di nuovi McDrive e McDonald's, oltre ad acquisire la proprietà di almeno la metà dei ristoranti già esistenti entro il 2013. Nonostante questo, con un numero di ristoranti che, nel 2012, dovrebbe raggiungere quota 490, per un fatturato oltre 1 miliardo all'anno, la compagnia è in ritardo sulla previsione, che Roberto Masi, ad di McDonald's Italia, attribuisce proprio alla svolta strategica della casamadre. Svolta che passa per l'italianizzazione dei prodotti: il 9 settembre si parte con il "Mozzarillo" (come anticipato da WineNews), focaccia all'origano farcita con mozzarella di latte 100% italiano e hamburger, anch'esso made in Italy. Un'iniziativa che si aggiunge alle altre promozioni della multinazionale della ristorazione: dallo speck altoatesino al Parmigiano Reggiano Dop, passando per il Mcltaly, che sta per sbarcare in Francia. L'obiettivo finale è limpido: emancipare i prodotti McDonald's dalla percezione di "junk food" e associarli, invece, "al concetto di cibo di qualità". Obiettivo ambizioso ...



CONSORZIO TUTELA VINO BARDOLINO DOC *bardolino.*

Wine & Food

Twinings, il re del tè inglese "trasloca" in Polonia e in Cina

La crisi non risparmia neanche il tè di Sua Maestà: Twinings, il marchio più famoso al mondo e storico fornitore della "real casa" del Regno Unito, delocalizza. Dopo 263 anni di attività, la produzione di una delle icone del life style britannico, sarà trasferita in Polonia e in Cina nel 2011. Così ha deciso la Associated British Food, proprietaria del marchio, mettendo a rischio 400 posti di lavoro negli stabilimenti britannici. E, intanto, Twinings avrebbe proposto alla pop-star americana Lady Gaga di diventare "ambasciatrice" del marchio. E gli inglesi già cantano: "God save the tea".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Tra tecnologia e natura, ricerca e mecenatismo moderno. L'esperienza di Pasquale Forte, industriale sbarcato nel mondo del vino in Toscana, con la tenuta Podere Forte

di Castiglione d'Orcia (Siena). Un'azienda moderna che finanzia studi sull'origine della vite silvestre, e che guarda all'hi-tech per migliorare la naturalità dei processi produttivi ...

