

La News



Basta pubblicità ingannevoli!

“Non possiamo più tollerare che i consumatori vengano continuamente bersagliati da messaggi pubblicitari ingannevoli e privi di fondatezza, in particolare contenenti indicazioni salutistiche che non hanno alcuna corrispondenza con la realtà”: questo l'appello lanciato dal segretario generale dell'Unione nazionale consumatori Massimiliano Dona, di fronte agli accertamenti che l'Efsa, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, sta effettuando su dei claims salutistici e nutrizionali che si trovano su alcuni prodotti alimentari e che sono considerati poco attendibili nei confronti del consumatore.

taste 3 GIORNI DI ASSAGGI, SCOPERTE, ACQUISTI ED EVENTI SUL GUSTO
14.15.16 MARZO 2009
IN VIAGGIO CON LE DIVERSITÀ DEL GUSTO STAZIONE LEOPOLDA I VLE FALDI ROSSELLI, 5 FIRENZE

SMS Wine & food contro la crisi

I gestori dei grandi portafogli finanziari non hanno dubbi: i titoli alimentari, essendo per loro stessa natura anti-ciclici, sono da consigliare nei portafogli azionari (come pure quelli dei farmaci, ndr) in tempo di crisi. I guru della finanza ricordano però che devono essere azioni di aziende con tanta liquidità. Qualche consiglio? I guru giurano su Nestlé, Danone, Lindt, Associated British Foods (Abf), Pernod Ricard, Campari, Anheuser-Busch Inbev, Carlsberg e Parmalat. Il food & beverage convince, insomma, gli analisti. E del resto l'effetto recessione è stato ovattato, finora, per le aziende che producono alimentari, birra, alcolici, bevande. L'indice Msci Europe Food & Beverage ha perso il 28% in un anno e da gennaio è sceso del 14%, contro il 45% ed il 21% del Msci Europe.

Cronaca

La colazione a casa, il primo risparmio della giornata!

Eugenio Perrier, direttore Brand development della Mulino Bianco, ha sottolineato ieri - in occasione della presentazione della ricerca di Mulino Bianco "Il modello della colazione italiana", basato su uno studio condotto con nutrizionisti, antropologi, psicologi e psicoterapeuti - l'economicità della colazione a casa a base di latte e biscotti: "costa meno di un euro, contro i due-tre della colazione al bar", ha affermato.

MONCARO
Vino e passione nelle Marche
www.moncaro.com

Primo Piano

“Wine in moderation - Art de vivre”: è la moderazione la nuova moda del bere

Portare il consumo moderato di vino a diventare moda presso gli eno-appassionati è l'obiettivo che si pone "Wine in moderation - Art de vivre", l'ambizioso progetto promosso dal sistema vino europeo, Comitato Europeo delle Aziende Vitivinicole (Ceev), Comitato degli Agricoltori e delle Cooperative Europee (Copa e Cogeca) e Confederazione europea dei Viticoltori Indipendenti (Cevi). Prima tappa italiana di questa iniziativa è la pubblicazione di Enotria 2009, l'annuario di Unione Italiana Vini il cui obiettivo è cercare di spiegare al pubblico italiano la filosofia del progetto preventivo-educativo e di fare il punto sulla situazione nei vari Paesi che aderiscono all'iniziativa: Francia, Spagna, Portogallo, Germania e Regno Unito. "Le prime ad essere contrarie all'abuso sono proprio le aziende vinicole - afferma Andrea Sartori, presidente Uiv -. Il nostro consumatore non è chi si ubriaca mettendo a repentaglio la propria vita e quella degli altri ma chi beve in modo moderato, considerando il vino un piacere della buona tavola ed un elemento fondamentale della nostra socialità". Due le strategie che verranno seguite per l'attuazione del programma: da una parte, l'impegno nell'educazione al consumo moderato e corretto attraverso la promozione di specifiche "Norme di comunicazione sul vino" e la realizzazione di campagne di comunicazione caratterizzate da un comune messaggio di "moderazione", che tuteli l'immagine del vino nel contesto di una socialità sana, dove sia inteso come prodotto di prima qualità da degustare lentamente assieme a del buon cibo per favorire così una svolta culturale in cui la moderazione divenga moda. Dall'altra la creazione di un Wine Information Council, un database sul vino, dove saranno accessibili i materiali forniti dalla ricerca scientifica, ma che diventerà anche uno spazio di interazione fra le organizzazioni del settore vitivinicolo europeo per mettere in comune e rendere pubblici i migliori progetti.

Focus

E' tendenza "wine interpreter": il linguista specializzato in lessico wine & food

Ma il contenitore bag in box è uguale al tetrapak? E quale è il giusto significato di chef de cave, ovvero il "maestro assemblatore" dello champagne? Addio ai rischiosi errori di comunicazione e alle temibili conseguenze di un'errata traduzione da una lingua all'altra: nasce una nuova tendenza, il "wine interpreter", il linguista specializzato nelle traduzioni di testi che parlano di enologia, alimentazione e ristorazione. La nuova figura professionale nasce da un'idea originale di Studio 23 (www.studio23verona.com), che mette a disposizione "wine interpreters" specializzati in lessicologia wine & food . Troppo spesso capita di affidare a qualcuno delle traduzioni che per qualche motivo poi, alla fine, non soddisfano, con il grosso rischio di perdere un messaggio o una comunicazione vincente perché mal interpretati. A venire in aiuto d'ora in avanti sarà il "wine interpreter", grazie alla sua specializzazione nella traduzione di termini e parole del variegato mondo dell'enologia, dell'alimentazione e della ristorazione.



REGIONE SICILIANA
Istituto Regionale della Vite e del Vino

Wine & Food

Casa Bianca a "dieta locale" con frutta e verdura autarchiche

Michelle Obama ha recentemente convertito la Casa Bianca Usa al cibo "locale". Un tendenza in crescita che mira a consumare cibi prodotti o allevati a distanza sostenibile da casa. Frutta e verdura fresca vengono consegnate da fattorie del vicino Maryland, New Jersey e Pennsylvania. "E' un messaggio voluto dell'agenda della First Lady, all'insegna del viver sano", hanno spiegato al "New York Times" funzionari della Casa Bianca. L'obiettivo di Michelle è chiaro: alimenti freschi e nutrienti non sono un appannaggio esclusivo delle elite, ma componenti essenziali della dieta di ogni famiglia.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La crisi nel wine & food di qualità? "E' un momento di relativa sofferenza per quanto riguarda le vendite - afferma Lino Stoppani della storica Gastronomia Peck di Milano

- . Questi sono momenti di riflessione da gestire cercando di non dequalificare e stando più attenti ai costi, alle attività promozionali ed ai bisogni del cliente".

PASQUA
A FAMILY PASSION