

La News



Fede & Tinto brindano con WineNews alle 1.500 puntate

Hanno realizzato 1.500 puntate tutte dedicate al wine & food, e assicurano di avere ancora molto da raccontare: Fede & Tinto, le voci di Decanter - trasmissione enogastronomica di Radio2 in onda dal lunedì al sabato alle ore 19.50 - hanno festeggiato l'importante traguardo a Torino, al Salone del Gusto. I due speaker (al secolo Federico Quaranta e Nicola Prudente), che hanno diffuso l'agroalimentare tra i giovani, hanno brindato insieme a WineNews con bollicine Trentodoc e Franciacorta, Brunello e Barolo, non dimenticando i vini autoctoni di tutta Italia. Auguri!



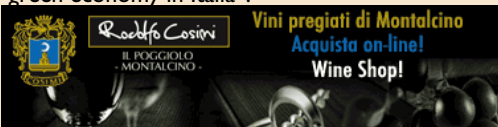
A.A.A. Cercasi export manager

Il vino made in Italy ha ripreso ad andare forte nel mondo, dopo il tunnel nero della crisi imboccato nel 2008 e proseguito per tutto il 2009: secondo i dati Istat, nel primo semestre 2010, le esportazioni hanno chiuso con un aumento del 9,4% sullo stesso periodo del 2009. Un rinnovato ottimismo guida le aziende del wine & food, che cercano validi export manager, poliglotti e cosmopoliti: requisiti indispensabili, la conoscenza di almeno due lingue e la disponibilità a viaggiare in tutto il mondo, soprattutto in quei mercati emergenti - Cina, India, Corea - sempre più interessati alle eccellenze del nostro Paese.

Cronaca

Nasce "Greencommerce.it", l'e-commerce del bio

Per diffondere le pratiche di produzione, distribuzione e commercio realmente sostenibili dal punto di vista ambientale, adesso c'è Greencommerce.it, il sito di e-commerce riservato esclusivamente all'"eco" e al "bio". Nato da un'idea dell'associazione Greencommerce, il negozio on-line propone prodotti di cui sia certificata l'attenzione al "km 0", e l'italianità, per "rafforzare la diffusione della green economy in Italia".



Primo Piano

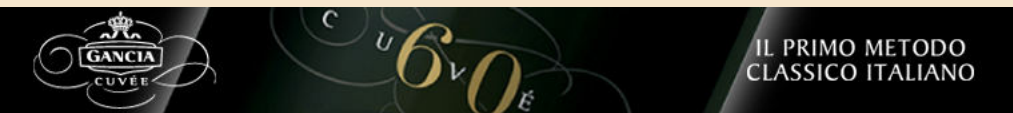
"Piccolo è bello". Perché, secondo l'economista Loretta Napoleoni, un'agricoltura di qualità è indispensabile all'economia italiana del futuro

Crisi economica mondiale, sviluppo iperaccelerato dei Paesi Bric, bolle finanziarie: tutto questo mette a rischio i Paesi occidentali, quelli del cosiddetto "primo mondo", come l'Italia. Lo si è visto in Irlanda e Islanda, le cui economie sono state, giocoforza, riconvertite all'agricoltura per ripagare i debiti di banche e industrie. Loretta Napoleoni, economista e collaboratrice delle maggiori testate internazionali, intervistata da WineNews, afferma che una possibilità simile esiste anche per il nostro Paese. "Ma per Islanda e Irlanda il trauma è stato minore - dice - perché la loro industrializzazione era relativamente "giovane". In Italia, invece, dove ormai da 50 anni abbiamo abbandonato la produzione agricola per il modello industriale, il passaggio sarebbe molto difficile". Ciò che serve, allora, è una politica di "rieducazione agricola" delle piccole e medie imprese, seguendo il modello già individuato nella viticoltura, non a caso punta di diamante dell'agroalimentare made in Italy: un modello che si concentra sulla qualità, e non sulla quantità. Di qui il "claim" di Napoleoni, "Piccolo è bello", che non indica affatto una produzione élitaria, di nicchia, bensì un'urgenza del nostro sistema produttivo in funzione dell'export. Perché è impensabile concorrere con Paesi come Argentina o Usa nella produzione, ad esempio, di grano da lanciare sui grandi mercati emergenti (Cina, India): l'Italia non ha gli spazi per colture di questo tipo. Dobbiamo puntare su una produzione "di boutique", di altissima qualità e - al contempo - sulla diversificazione, che favorisce la concentrazione di risorse. Ma serve una politica nazionale che aiuti i piccoli produttori attraverso progetti statali e incentivi, e perché questo funzioni non si può prescindere dalla lotta alla contraffazione, al mercato nero e, quindi, all'evasione.

Focus

"Terra Madre": diffusione di cultura di comunità, non vetrina di prodotti etnici

Il movimento di "Terra Madre" deve svilupparsi nel mondo sempre di più, anno dopo anno, per assumere un ruolo-guida nella diffusione delle culture di comunità, per Carlo Petrini. Deve svolgere un compito di salvaguardia delle economie di piccola scala, mettendo in relazione i contadini locali con il mondo scientifico. "Terra Madre non deve diventare un'esposizione di prodotti, ma un momento di promozione delle culture e delle esigenze locali". Ma "Terra Madre" è di più, perché difende l'economia di piccola scala, il lavoro, la dignità dei contadini, fino a favorire le trasformazioni sociali. Lo fa coniugando scienza e tradizione, con professori che lavorano assieme a contadini, e contadini che vanno a tenere lezioni nelle università, perché è il dialogo la forza motrice del progresso. Anche la stampa è chiamata a svolgere un suo ruolo attivo: per Petrini deve cessare di essere ciò che lui chiama "pornografia alimentare", mero catalogo di foto e ricette, e divenire più "politica", posizionarsi a fianco di pescatori e contadini nella difesa delle loro identità.



Wine & Food

Salone del Gusto: l'identità degli immigrati è nei loro piatti

Dalla zuppa di bucce di mele e pere della Russia ai tuberi di orchidea selvatica da grattugiare dalla Turchia, fino alla zuppa marocchina destinata alle puerpere. Sono i piatti degli immigrati: perché nella "valigia di cartone" chi lascia il proprio paese infila sempre qualche sapore della terra natia. Come le donne della comunità marocchina di Verona, che si preparano a vicenda, quando una di loro ha un figlio, la "rfsa con msakhn", un piatto che si prepara con una spezia, lo msakhn, portato direttamente dal Marocco, irrinunciabile perché nella credenza popolare ferma l'emorragia e ridona fertilità.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il valore generato dal Salone del Gusto e da "Terra Madre" è di 80 milioni di euro. "Un valore enorme, per fatturato diretto e ricaduta d'immagine, ma anche per quello che

genera. Vorrei che un ente autonomo facesse una ricerca per definire questo valore". Così il presidente di Slow Food, Roberto Burdese, ai microfoni di WineNews.

