

La News



Dall'Annuario 2011 di Luca Maroni, ecco i "best wines"

Il miglior produttore d'Italia? Gianni Zonin, secondo l'Annuario di Luca Maroni 2011, che assegna i premi speciali al Sangiovese Terre di Chieti 2009 di Farnese, al Chianti 2009 di Ruffino e al Chianti 2009 di Barbanera Duca di Saragnano. Per i "99 punti", i tre vini rossi migliori di sempre, Maroni ha scelto il Montiano 2008 della Falesco, il Laccetto 2009 di Montalbera e il Sesto a Quinconce 2006 della campana Vinosia. E c'è anche un vino biodinamico, tra i premiati dell'Annuario: il Dadelio Bianco 2009 della piemontese Cascina San Lazzaro. La lista completa su www.winenews.it.



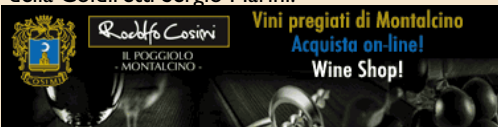
SMS Comunicare il vino

Studi scientifici sulla pericolosità dell'alcol, posizioni di case vinicole, distinguo di associazioni del settore. Tutto corretto. Ma c'è un'altra categoria che dovrebbe interrogarsi sul proprio ruolo nella vicenda: quella della comunicazione del vino. Certo, è giusto dire che il confine tra abuso e consumo sta in chi beve, e non in chi produce. Ma chi beve deve essere messo in condizione di operare una scelta: deve avere gli strumenti culturali che solo la comunicazione gli può fornire. E, allora, la comunicazione deve, appunto, comunicare le differenze, concettuali e di consumo, che esistono tra un vino ed un altro alcolico. Non per demonizzare birra, sidro o superalcolici, ma proprio per trasformare un "bevitore" in un consumatore consapevole. Non è forse questo il ruolo della comunicazione?

Cronaca

La Cina entra in Europa ... con la pasta a marchio Igp!

Arriva la pasta cinese Igp. L'Unione Europea, come ha comunicato Coldiretti, ha appena riconosciuto il marchio Igp alla pasta "Longkou Fen Si", primo prodotto di un Paese non comunitario a ottenere la registrazione. Il riconoscimento "deve anche significare un impegno per il gigante asiatico a combattere le contraffazioni dei prodotti alimentari tipici sul proprio territorio" ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini.



Primo Piano

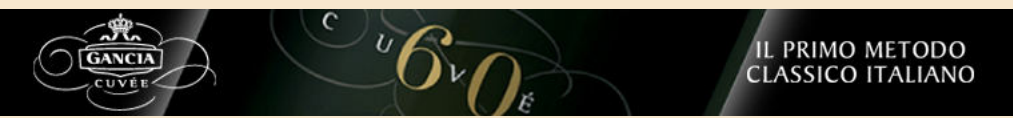
Calano i consumi di vino in Italia, aumentano all'estero. E l'export si muta da opportunità in obbligo, perché il mercato di oggi è il mondo

Ormai lo sappiamo bene, il consumo di vino in Italia è calato del 30% dagli anni '80, come conferma l'Ismea con gli ultimi dati: nel 2010 siamo scesi sotto la soglia dei 20 milioni di ettolitri, con un consumo pro-capite sceso a meno di 40 litri all'anno. Numeri che, a sé stanti, farebbero gridare alla crisi. Ma ogni crisi nasconde un'opportunità, ed è ai mercati esteri che deve guardare la produzione enologica italiana. Perché all'estero il trend si inverte, e, rispetto a 20 anni fa, i consumi di vino registrano crescite quasi ovunque: dalla Cina al Regno Unito, dalla Russia agli Usa. Eccola, allora, l'opportunità, colta da Fedagri-Confindustria, che per bocca del suo presidente, Adriano Orsi, ha espresso un concetto ormai imprescindibile: "esportare fuori dai confini nazionali il vino made in Italy sembrerebbe più che un'opportunità, un obbligo". C'è da ascoltare bene queste parole, questo (sano) concetto, perché l'idea - opposta e un po' "curtense" - che le esportazioni servono solo a smaltire le eccedenze del mercato interno fa a pugni con un'economia che, volenti o nolenti, è complessiva, mondiale, totale. Il mercato vuole i prodotti, e allo stesso modo i prodotti "vogliono" il mercato. Se questo non si identifica più con la bottega all'angolo, non c'è storia: devono essere venduti là dove il mercato ha maggiore capacità di attrazione. Lo si comincia a capire, in Italia, se è vero come è vero che i dati sulle esportazioni di vino nei primi 7 mesi del 2010 mostrano una ripresa delle vendite oltre frontiera, con una crescita del 7,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A "trainare" questo nuovo concetto di mercato è, sempre secondo Coldiretti, il Sud, con, in testa, Campania, Basilicata e Puglia. Finalmente una bella sorpresa.

Focus

Città del Vino: l'Italia del vino in un "rosso tricolore" per l'Unità del Belpaese

I 150 anni d'Italia in un vino: arriva il "rosso tricolore" dell'Unità del Belpaese, che racchiude in un'unica bottiglia l'Italia del vino, una selezione di vini da oltre 20 vitigni autoctoni più rappresentativi (dal Sangiovese al Sagrantino, dalla Barbera al Nebbiolo, dal Corvina al Montepulciano, dall'Aglianico al Primitivo dal Nero d'Avola al Cannonau) prodotti da più di 30 cantine - come Les Cretes, Conterno Fantino, Nino Negri (Giv), Allegrini, Isole e Olena, Caprai, Masciarelli, Oasi degli Angeli e Argiolas - di tutte le regioni italiane, dalla Val d'Aosta alla Sicilia. Roberto Cipresso, winemaker italiano di fama internazionale, lo ha creato per la Città del Vino che presenteranno la bottiglia n. 0 de "Il Taglio per l'Unità" il 5 novembre al "Merano International Wine Festival". La speciale cuvée sarà realizzata in 150 magnum, tante quanti gli anni dell'Unità, "che saranno donate al Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano - spiega il presidente della Città del Vino Giampaolo Pioli - come omaggio per i "grandi" della terra". Info: www.cittadelvino.it.



Wine & Food

"Un vino solo al comando": Taurasi Radici 2004 Mastroberardino

"Un vino solo al comando", perché è l'unico vino che mette d'accordo le 6 guide più importanti che annualmente analizzano lo stato dell'enologia del Belpaese. Si tratta del Taurasi Radici Riserva 2004 di Mastroberardino, una delle aziende simbolo dell'enologia campana, che ha saputo lanciare l'Aglianico nei mercati più importanti del mondo, conquistando l'attenzione della critica enologica internazionale. È il risultato dell'analisi di www.winenews.it, uno dei siti più seguiti nel mondo del vino italiano, che ogni anno compie incrociando le liste dei migliori.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Noi siamo il più grande veicolo della produzione ortofrutticola italiana, non sfruttiamo nessuno e collaboriamo da 10 anni con più di 10.000 aziende", con queste parole

Vincenzo Tassinari, presidente del comitato di gestione Coop Italia, risponde ai microfoni di WineNews a chi accusa la grande distribuzione di "strozzare" i produttori.

