

La News



Un Ministro in cucina: le ricette di Brunetta e di Nonis

Prendete un veneziano doc, come il Ministro Renato Brunetta, e un friulano come il macellaio e giornalista Fabrizio Nonis (insieme nella foto), entrambi appassionati di cucina, e avrete un percorso che vi condurrà tra le tante ricette regionali del Nord Est e di tutta la Penisola. È il ricettario "Oggi (vi) cucino io", da novembre in edicola, che i due amici hanno realizzato con un nobile scopo: sostenere la cooperativa "Il Gabbiano Jonathan - Il Pino", che dagli anni '90 accoglie i disabili. Una lunga teoria di ricette, alternate a racconti e consigli degli autori ...



SMS Una legge da cani

Il proprio cane, si sa, è "uno di famiglia". Giusto dargli tutto l'amore e l'affetto che merita, come è giusto portare avanti la battaglia per riconoscere i diritti degli animali, soprattutto quelli - appunto - di famiglia. Al Ministro del Turismo Michela Brambilla, però, ci permettiamo di ricordare che esiste un confine naturale tra le specie, soprattutto tra quella umana e le altre. Perché con un'ordinanza permette ai cani (purché al guinzaglio) di entrare negli esercizi pubblici. Bene, ma ci sono delle norme igieniche da rispettare. Farebbe piacere all'onorevole Brambilla trovarsi nel piatto, al ristorante, i peli del cane del vicino di tavolo? Sarebbe lieta di trovare sul pavimento del bar ciò che il buon Fido - nella sua canina inconsapevolezza - non ha saputo trattenere? A tutto c'è un limite ...

Cronaca

Niente più Champagne per Rémy Cointreau

Il gruppo francese Rémy Cointreau ha messo in vendita i propri marchi di Champagne, Piper-Heidsieck e Charles Heidsieck, per 450 milioni di euro. La notizia ha provocato una "caccia" a chi acquisterà i brand, con Diageo e Pernod Ricard più volte nominati come possibili candidati, anche se gli analisti credono più probabile l'acquisto da parte di un private equity. Il gruppo ha già incaricato il Crédit Agricole CIB di valutare le migliori offerte.



Primo Piano

"Bollicine su Trento", a convegno la diversità delle bollicine italiane. Le tendenze? Rosé ed extra brut, sempre più le preferite dei consumatori

"Nessun metodo classico italiano ha i numeri per competere sui mercati emergenti con lo Champagne. Il mercato più giusto a rappresentare la terra di conquista per le nostre bollicine è, dunque, quello domestico". Così Enzo Vizzari, direttore delle Guide de L'Espresso, che, a "Bollicine su Trento" (la kermesse dedicata al Trentodoc e promossa dalla Camera di Commercio e dalla Provincia di Trento, con Trentino Spa, www.trentodoc.it), è stato chiamato a decifrare le evoluzioni e le tendenze del mondo degli "sparkling wine". Gli scenari di mercato sono stati poi analizzati da Gilles Fallowfield, esperto mondiale di spumanti: 8 milioni di bottiglie e un fatturato di 70 milioni di euro per il Trentodoc; 9,5 milioni di bottiglie e 140 milioni di euro quelli del Franciacorta, 293 milioni di bottiglie e 3,7 miliardi di euro quelli dello Champagne. "Dal 1998 al 2008, le bottiglie di Champagne sono passate - ha osservato Fallowfield - da 255,8 a 338,8 milioni, con un aumento di oltre il 30%. Dopo il 2008 il tracollo. Lo Champagne - ha spiegato Gilles Fallowfield - è sceso fino a 239 milioni. Ma il 2010 segna una ripresa che dovrebbe riportare le vendite oltre i 255 milioni". In aumento il gradimento per rosé e per gli extra brut (o pas dosé). "Si tratta di un successo - ha sottolineato Fallowfield - che riflette l'evoluzione delle tecniche di produzione, oggi capaci di proporre al consumatore una bollicina secca e più naturale". Il curatore della guida "Vini d'Italia" del Gambero Rosso, Marco Sabellico ha concluso: "l'Italia è il Paese delle diversità: ma questo anziché essere un limite deve essere un'opportunità. Puntare sulle differenze deve diventare una strategia: la fama del made in Italy, d'altra parte, risiede proprio nella capacità di reagire all'omologazione con la valorizzazione delle identità locali".

Focus

In dicembre Roma come Londra diventa capitale delle aste dei grandi vini

Da Marchesi di Barolo alla Tenuta San Guido, da Antinori a Biondi Santi, passando per i grandi Châteaux di Bordeaux: ecco le griffe che il 1 dicembre a Roma saranno battute all'"Asta di Natale di Vini Pregiati e da Collezione", promossa da Bloomsbury Auctions e da "Bibenda", i cui ricavi saranno devoluti alla Comunità di San Patrignano (info: www.bloomsburyauctions.com). Non da meno, sempre a Roma (11 dicembre), l'asta di Gelardini & Romani, l'unica casa d'aste italiana specializzata in grandi vini. All'incanto 277 lotti, fra i quali, solo per fare alcuni esempi, Romanée Conti 2005 e 1966, La Tasche 1989, Château d'Yquem, 1959, 1975, 1980, 1982, 1985, Château Mouton Rothschild, 1947, 1950, 1964, Château Latour, 1965, 1984, Château Lafite Rothschild, 1965, 1996. E gli italiani? Brunello di Montalcino Biondi Santi (1982, 1987, 1988, 1995, 1997), compreso uno strepitoso lotto con la Riserva 1955, un'eccellente selezione dei vini di Gaja, Sassicaia (Tenuta San Guido) e Tignanello (Antinori) 1988, Ornellaia 1990 (info: www.grwineauction.com).



Wine & Food

Un tartufo da record (900 grammi per 330.000 dollari) in asta

È toscano, pesa 900 grammi e vale 330.000 dollari. È l'identikit del tartufo da record battuto all'Asta Internazionale del Tartufo Italiano. Ad aggiudicarselo un miliardario cinese, Stanley Ho, che si è così "regalato" il prezioso tubero, proveniente da Palaia, nel pisano, culla dei tartufi giganti (3 anni fa vi fu trovato il "tartufo del secolo" di 1,500 kg). L'asta, promossa da Giselle Oberti, con il contributo del Ministero delle Politiche Agricole, ha devoluto il ricavato dei 16 lotti di tartufi alle Fondazioni Operation Smile, all'Institute of Cancer Research, alla Caritas e alla Special Olympics di Macao.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Winemaker di Napa Valley in California, ex enologo di Ca' del Bosco, Brian Larky è a capo di "Dalla Terra", una delle società import di vino al top negli Stati Uniti per

volume di vendite. Ai microfoni di WineNews, Brian Larky parla del mercato Usa del vino italiano, e di cosa si aspettano i consumatori americani dalle nostre bottiglie.

