

## La News



## Arte e vino, cultura al quadrato

L'arte che sposa il vino, una tendenza culturale che si sta affermando sempre di più in Italia, terra - appunto - di arte e di vino. E quando queste due "anime" comunicano tra loro, i risultati non tradiscono le aspettative. È il caso di "Popolare & Nobilissima", la mostra che il pittore Sandro Chia, produttore di Brunello in quel di Montalcino, propone, dal 22 dicembre al 15 gennaio 2011, al Golden View Open Bar di Firenze ([www.goldenviewopenbar.com](http://www.goldenviewopenbar.com)). O di "Benedivino" (18 e 19 dicembre), voluta dal sindaco di Salemi, Vittorio Sgarbi, per presentare le grandi etichette siciliane "all'ombra" dei capolavori di Rubens, Caravaggio e Picasso ([www.cittadisalemi.it](http://www.cittadisalemi.it)).



## Buonitalia in standby

La crisi continua a farsi sentire, evidentemente, anche nell'agroalimentare. E così accade che Buonitalia, nel mirino dei tagli alle spese inutili dei mesi passati e intanto "salvata" dal Governo - perché comunque uno strumento di promozione del sistema dell'agroalimentare italiano nel mondo ci vuole - non ha più certezze di sopravvivenza. È il Ministro delle Politiche Agricole, Giancarlo Galan, a dirlo a WineNews. Perché, per il Ministro, l'importante è sostenere le imprese italiane del wine & food, e poiché ciò che conta è il risultato - e non il mezzo - va individuato lo strumento migliore per dare forza al "sistema Italia" dell'agroalimentare. Lo strumento può essere Buonitalia, ma non a tutti i costi. Se lo sarà, che venga un giusto sostegno finanziario. Se non lo sarà, dovremo farcene tutti una ragione.

## Cronaca

### Anche in corsia è importante mangiare bene, parola del Ministro della Salute

Il Ministro della Salute Ferruccio Fazio ha delineato, nella Conferenza Stato-Regioni, le linee di indirizzo nazionale per la ristorazione ospedaliera e assistenziale, per prevenire la malnutrizione in corsia e migliorare il rapporto con il cibo dei pazienti ricoverati, specie anziani e lungodegenti, "per i quali mangiare bene è parte integrante del percorso di cura".



## Primo Piano

### "Un brand è per sempre": quando un marchio dell'agroalimentare made in Italy vale più di quello di un diamante. Al top il Prosciutto di Parma

Quando si pensa ad un prodotto d'eccellenza del wine & food, ciò che balza in mente è il gusto, la qualità, forse il prezzo allo scaffale. Ciò che, in genere, nessuno pensa è il valore del brand, del marchio legato a quello specifico prodotto, alla sua immagine e alla sua visibilità. Un valore che può sembrare immateriale, ma che in realtà è qualcosa che influisce molto sul mercato, tanto che il brand di un prosciutto o di un'etichetta di vino può essere più "pesante" di quello di un diamante. La Camera di Commercio di Monza e Brianza ha stilato una classifica dei brand enogastronomici italiani, che, tutti insieme, valgono molto di più di Tiffany e Cartier, leader del lusso e dei gioielli, sfiorando gli 11 miliardi di euro. Il ranking, elaborato sul progetto Economic Reputation Index (Eri) in vista del Natale (quando "trionfa" l'enogastronomia), si basa sul calcolo di alcuni parametri economici e di immagine, come i flussi del turismo gastronomico, il valore dell'export del prodotto, la conoscenza del prodotto stesso all'estero e in Italia, il valore economico della zona di produzione. Sul gradino più alto del podio troviamo il Prosciutto di Parma (2,2 miliardi di euro), poi il Chianti (1,6 miliardi) e, terzo, il Parmigiano Reggiano (1,2 miliardi), seguiti dal panettone (1,09 miliardi) e dal Grana Padano (1,06 miliardi). Volano in alto anche i brand del Prosciutto San Daniele e della mortadella di Bologna, del gorgonzola e della mozzarella di bufala campana, della bresaola valtellinese e del pecorino romano. E tra i vini? Dominio assoluto del Chianti, con i già citati 1,6 miliardi di euro, mentre "Sua Maestà" il Barolo occupa solo la piazza n. 5, con 302 milioni di euro. Per Natale, insomma, regalare una buona bottiglia o un buon formaggio farà pure meno "scena" di un gioiello, ma non è certo meno "in". E, diciamo, c'è più gusto.

## Focus

### Il brindisi di Natale 2010? Italian style!

Le feste natalizie saranno all'insegna delle bollicine colorate, e non solo in Italia. Gli spumanti di casa nostra, secchi o dolci, sono tradizionalmente i protagonisti della tavola durante tutto il periodo delle feste, 25 giorni in cui salteranno in aria ben 112 milioni di tappi: in pratica, dell'intero consumo annuo, il 70% è concentrato nelle festività natalizie. Le bottiglie che vanno per la maggiore? Come da tradizione, le feste degli italiani verranno bagnate da spumanti dolci e "aromatici", essenzialmente Asti Doc e Prosecco. Ma non saremo i soli a brindare al Natale con le nostre bollicine: anche all'estero si stanno accorgendo di noi, solo la Francia esporta più dell'Italia, ma non appare più così lontana. A New York come a Berlino, a Londra come a Tokyo gli spumanti italiani sono una tendenza: basti pensare che nella capitale del Regno Unito il consumo di spumanti italiani è cresciuto in 3 anni del 40%, e ancora non riguarda appieno il "top" della produzione di qualità del Bel Paese, poco conosciuta oltremare. Lo ricorda a WineNews Gilles Fallowfield, esperto mondiale di bollicine che, per l'Inghilterra, parla di una prevalenza di consumi tra le mura di casa ([intervista video su www.winenews.tv](http://www.winenews.tv)).



## Wine & Food

### La nuova tendenza dell'enologia si chiama "haute hotellerie"

C'è una nuova tendenza all'orizzonte. La lancia Marchesi Antinori, una delle griffe enologiche più famose al mondo, che rafforza la sua presenza nel settore dell'ospitalità di lusso: dopo l'agriturismo di charme a Montefiridolfi (Firenze) ora approda anche al "Tombolo Talasso Resort" ([www.tombolotalasso.it](http://www.tombolotalasso.it)), hotel & spa a Marina di Castagneto Carducci (Livorno), in collaborazione con il Gruppo Accor. Dopo ristoranti, wine bar ed osterie, dunque, i "big" dell'enologia guardano ad un pacchetto di offerta più completa: dall'enogastronomia d'eccellenza all'hotellerie d'eccellenza.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il consumo di bollicine cresce e si destagionalizza, ma il suo momento clou resta quello delle festività natalizie. Ma qual'è lo "stato dell'arte" degli spumanti italiani? Per

Claudio Rizzoli, presidente dell'Istituto Talento Italiano, è importante creare un'identità comune per il mondo del metodo classico, oggi troppo frammentato.

