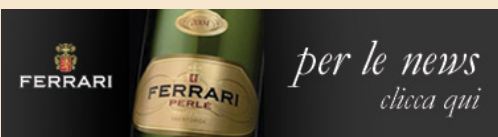


La News



Natale, tradizione al ristorante

Per chi, questo Natale, non ha voglia di pranzare a casa, ma è stufo dei soliti piatti "nazional-popolari", esotici o internazionali, ci sono i ristoranti aderenti alla Federazione Italiana Pubblici Esercizi (Fipe), che proporranno una cucina stagionale, di territorio e di tradizione (www.fipe.it). Una gastronomia "storica", recuperata da saperi antichi. Saranno 60.000 i ristoranti aperti, da Nord a Sud, pronti ad accogliere i 5 milioni di italiani che sceglieranno il pranzo fuori casa (+2,8% sul 2009), per una spesa complessiva di 217 milioni di euro (+4%). Il menu? Antipasto, due primi piatti, due secondi, contorni di stagione, dolci natalizi, caffè e bevande, per una spesa media di 43,50 euro (+1,2% sul 2009).



Libri, vince la "cucina da tv"

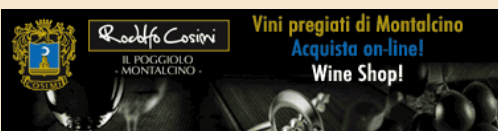
Sarà un boccone amaro per i puristi della ricetta colta, per quelli che "c'è l'Artusi e basta": nella top ten dei libri più venduti nel periodo natalizio di Eurisko, ci sono 3 volumi dedicati alla "cucina televisiva", tempio mediatico della ricetta nazionale-popolare e della "proletarizzazione" dell'alta cucina: posizione n. 1 per Benedetta Parodi con "Benvenuti nella mia cucina", con la "cuoca" di Italia 1 che bisca alla posizione n. 4 con il suo "Cotto e mangiato". E, direttamente da "La Prova del Cuoco" di Rai 1, l'Antonella nazionale porta alla posizione n. 7 "Le ricette di casa Clerici". E gli chef blasonati? E le guide di settore? Il verdetto è chiaro: per il grande pubblico, vince la trasposizione cartacea del "soffritto catodico" e dell'abbinamento "pret-a-biber". Buon appetito!

Federico Pizzinelli

Cronaca

Agricoltura, un 2009 "nero"

Il maltempo sembra passato, invece ecco un'altra "gelata": i dati del Rapporto sul commercio dell'agricoltura italiana dell'Istituto Nazionale di Economia Agraria (Inea) per il 2009, presentato oggi a Roma. Anno "nero", visto che il reddito agricolo - cresciuto in Europa del 12,3% - in Italia è sceso del 3,3%, mentre i prezzi hanno registrato un -8,3% sul 2008. In generale, la decrescita del comparto si attesta a -3,2%, anche se nel 2010 si intravedono timidi segnali di ripresa, sebbene con andamento altalenante.



Primo Piano

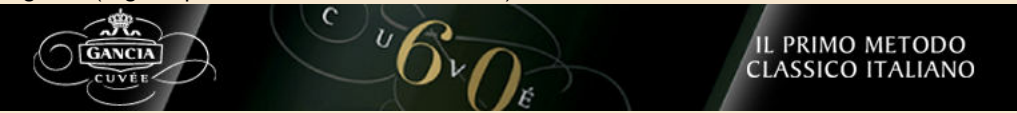
Che bel Natale in enoteca: su le vendite, anche per bottiglie importanti. Parola di Longo e Trimani ...

"Enotecari e produttori devo ringraziare davvero il Natale, altrimenti tante belle bottiglie rischierebbero di rimanere sugli scaffali o nelle cantine". Parola di Giovanni Longo, alla guida, con i fratelli Osvaldo e Paola, della famosa enoteca di Legnano, tra le principali protagoniste della regalistica enogastronomica italiana. "La situazione per questo Natale è buona - spiega a WineNews - e siamo in netta ripresa sul 2009, anche per vini di un certo pregio. E anche sentendo altri colleghi, la situazione è generalizzata, almeno al Nord e al Centro Italia. E questo vale sia per i privati che per le aziende: molte che nel 2009 non avevano fatto nulla sono tornate, e altre che avevano optato per prodotti enogastronomici di minor valore sono tornate a spendere. E ci sono bei segnali anche per bottiglie di un certo pregio". "Anche perché quando si tratta di regalare vino, la variabile del prezzo conta, ma non è l'unica, o non determinate", gli fa eco Paolo Trimani della storica enoteca Romana. "È presto per dare delle cifre, ma segnali positivi ci sono. Ed è cambiata la tipologia del cliente: i regali sono sempre più scelti personalmente, ad hoc per chi li riceverà, non esistono più i regalo standard, per cui a 20 persone mando la stessa cosa, c'è un orientamento preciso dei gusti". E allora quali sono le tipologie più gettonate? "Le bollicine fanno da padrone, Franciacorta in testa - spiega Longo - un territorio che oggi ha una marcia in più, un fenomeno che riguarda cantine sia storiche che emergenti. Ma anche i grandi rossi hanno ripreso il loro trend abituale". "Quando si tratta di regali, i grandi classici del vino italiano sono sempre sugli scudi - rilancia Trimani - che si parli di Brunello di Montalcino, di Amarone della Valpolicella o dei grandi piemontesi. In questo periodo aumentano tutte le tipologie, diciamo che si consolidano le tendenze di tutto l'anno, il Natale diventa solo l'occasione per consumare di più i vini che si sono scoperti prima". Il brindisi del 25 dicembre si avvicina. Cin Cin!

Focus

Giovani e vino, un dialogo tutto culturale

"Io vengo da una famiglia di quattro fratelli, ma ho sempre sospettato che mio padre avesse un quinto figlio: il vino. Nei momenti di aggregazione della nostra famiglia, non c'era racconto senza un bicchiere di vino davanti. La mia generazione spiega poco cos'è il vino. Si beve, senza spiegare cosa c'è dietro, mentre il vino deve tornare ad essere un alimento "vivo" nelle nostre tavole". Parola dell'attore Beppe Fiorello, testimonial, oggi a Roma, di "Vino e Giovani", la campagna di Enoteca Italiana e Ministero delle Politiche Agricole. E per trasmettere ai giovani l'importanza del consumo consapevole di vino "il modo migliore è affidarsi alla cultura - spiega il presidente di Enoteca Italiana, Claudio Galletti - e in questo senso è più facile parlare con loro: il vino dà senso di appartenenza come simbolo di un territorio e delle sue tradizioni, può essere un veicolo della qualità della vita". Giovani che si sono messi in gioco per comunicare il vino nel concorso PerBacco. I vincitori: Mirko Rovini per "Wine-Fi" (miglior slogan, nella foto), Alba Di Gennaro (miglior immagine), Gabriele Maurizi (miglior immagine con slogan) e Elia Agostini (miglior spot, visibile su www.winenews.tv).



Wine & Food

Data di scadenza, chi era costei? 9 italiani su 10 non la leggono

Lotta alla contraffazione, tutela dei consumatori, battaglie per introdurre le indicazioni in etichetta ... e poi scopriamo che potrebbe essere inutile! Già, perché stando alla Coldiretti Emilia Romagna, l'87% degli italiani non controlla la data di scadenza dei prodotti al momento dell'acquisto. "Il rischio di smercio di confezioni senza i necessari requisiti sanitari in prodotti alimentari - dice la Coldiretti - è un crimine particolarmente odioso perché si fonda soprattutto sull'inganno nei confronti di quanti, per la ridotta capacità di spesa, sono costretti a risparmiare sugli acquisti di alimenti".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"C'è stata una crescita vertiginosa di interesse per il mondo dell'enogastronomia, che i media hanno assecondato. L'importante è che il settore diventi una realtà

stabile nell'identità del Paese". A WineNews Gioacchino Bonsignore, volto di "Gusto", rubrica culinaria del Tg 5, racconta il rapporto tra informazione ed enogastronomia.

