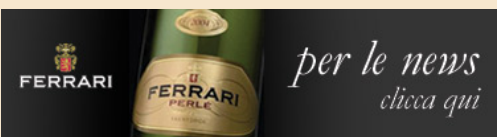


La News



Paolo Cevoli è il "personal chef" ... di Gesù

Paulus Simplicius Marone è uno chef dell'antica Roma. E cosa ci fa in Palestina? Beh, si occupa di catering alle nozze di Cana. Qui incontra Gesù, vera "miniera d'oro" per quella sua capacità di "produrre" vino, e vuole diventare suo socio. Lo segue con il suo chiosco di pani e pesci, ma gli affari vanno male: qualcuno li distribuisce gratis. Allora organizza una cena privata, con solo 13 commensali, ma non va molto bene. No, non è storia, ma lo spettacolo storico-gastronomico "La penultima cena" del comico Paolo Cevoli. Dissacrante e ... culinario! Info: www.paolocevoli.com



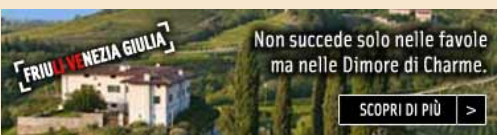
SMS "Guru", I love you

Affidarsi ad un "guru" potrebbe apparire "degradante", un po' come pendere dalle labbra di qualcuno senza sapere cosa comporterà. Eppure, secondo il "Trust Barometer 2011", indagine mondiale di Edelman (società Usa di indagini di mercato), la fiducia nella figura di "esperto" è cresciuta negli ultimi 5 anni. Era il 2006, infatti, quando il 68% degli intervistati si affidava ai propri "pari". Oggi la situazione si è ribaltata. Perché? Pensiamo al mondo del vino: per carità, va bene affidarsi ai consigli dell'amico, ma non è meglio ascoltare la voce di chi ha una formazione tecnica e culturale specifica, che non sa solo dirci che quella tal bottiglia è buona, ma anche "perché" è buona? Non è così male affidarsi ad un "guru", se questo significa accrescere le nostre conoscenze ed affinare il nostro senso critico.

Cronaca

Promozione multiforme

Ci sono almeno due modi per sostenere le produzioni dell'agroalimentare italiano: "local" e "global". Il Ministro delle Politiche Agricole, Giancarlo Galan, lo fa con il viaggio istituzionale in Russia (6-8 febbraio) e Germania (9 febbraio). Coldiretti rende noti i dati sulla tendenza positiva, nel 2010, dei "Farmer's Market": +28% di strutture e 320 milioni di euro di fatturato. Cifre che si uniscono ad un ruolo importante, quello del recupero e della tutela di prodotti "in via di estinzione".



Primo Piano

L'Europa tra Scilla e Cariddi: dalle Do per prodotti extra Ue all'etichettatura d'origine italiana

È un mare agitato quello della tutela dei prodotti agroalimentari in Europa. Almeno per la nave battente bandiera italiana. Già, perché - cosa del tutto prevedibile - l'Unione Europea continua ad opporsi alle norme sull'etichettatura d'origine volute nel Bel Paese, per indicare sulle confezioni il luogo di provenienza del prodotto. La norma nazionale, di fresca approvazione, viene giudicata "non opportuna", con richiesta di sospendere l'attuazione della legge fino a quando non sarà adottato un regolamento a livello comunitario. E, mentre la nave "tricolore" dell'etichettatura d'origine è in balia delle onde, il "transatlantico" cinese approda sulle coste europee in piena bonaccia. Sul tavolo della Commissione, infatti, sono arrivate 5 richieste di iscrizione al registro europeo Dop e Igp per prodotti del "Celeste Impero", in forza del regolamento Ue 510/06, che prevede la possibilità di attribuzione del marchio anche a prodotti di Paesi extraeuropei. Disparità di trattamento? In realtà, da un punto di vista giuridico ha ragione l'Europa. Piaccia o no, Paesi come la Cina possono fare richiesta del marchio Ue; Paesi come l'Italia non possono trasgredire ai regolamenti dell'Europa, di cui fanno parte. Ma se guardiamo alle possibilità che offrirebbe l'etichettatura d'origine, la questione si ribalta. I controlli sui prodotti made in China non competono all'Unione, ma ad un Paese terzo: la norma italiana aiuterebbe il consumatore a sapere che l'Europa non garantisce "in prima persona" quel prodotto. Quindi i due aspetti sono, semmai, complementari: è - in sintesi - il concetto di "mutuo riconoscimento" espresso da Coldiretti, come dice Lorenzo Bazzana, responsabile economico dell'organizzazione agricola, a WineNews: "il sistema delle Do a prodotti non europei è positivo, ma per noi l'importante è la trasparenza, ovvero sia che ci sia un'etichettatura che dica al consumatore cosa sta acquistando. Questo permetterebbe di avere un rapporto franco con i consumatori".

Focus

L'arte di Dante, dalla poesia al vino

Croce e delizia di ogni studente Dante Alighieri, di cui credevamo di sapere tutto, dai suoi "versi immortali" alle sue passioni politiche. Quelle passioni che lo spinsero a Verona, lontano dalla sua Firenze. E qui comincia la sua storia meno conosciuta. Già, perché il poeta fiorentino scopre in terra veneta un'altra passione creativa, quella della vigna. Tanto che il figlio, Piero, acquista nel 1353 la tenuta Casal dei Ronchi in Gargagnago, in Valpolicella, ancora oggi di proprietà dei Conti Serego Alighieri, diretti discendenti del "padre" della Divina Commedia. Questa storia "diversamente artistica" la racconta, a Winenews.tv, Massimilla Serego Alighieri, ultima di una "linea di sangue" vocata all'enologia. "Quello che ci ha creduto di più è stato mio nonno, che ha fondato la scuola di viticoltura nel 1920", dice Massimilla, che prosegue la tradizione di famiglia. Poi, il ritorno al "Bello Ovile", nome dell'azienda che la famiglia Serego Alighieri ha comprato in Toscana, a Cinigiano, in sinergia con la Masi. Perché questo nome? "Perché - rivela Massimilla - Dante cita la Toscana e la chiama "Bello ovile" quando dalla Toscana fu allontanato. Avrebbe voluto far ritorno al suo bell'ovile e noi ci siamo tornati. Con il vino".



Wine & Food

La Pubblica Amministrazione fa la spesa da Cremonini

Un bel colpo quello messo a segno dalla Marr Spa, controllata del gruppo Cremonini che si occupa di "food service". La società si è aggiudicata 9 lotti degli 11 del maxi-appalto predisposto dal Ministero del Tesoro per le forniture alimentari per la ristorazione della Pubblica Amministrazione. L'alimentare "firmato" Vincenzo Cremonini, insomma, continua la sua ascesa: persa la ristorazione sui treni delle Ferrovie dello Stato (ora alla francese Accor), è presente nelle aree autostradali con "Chef Express", in molte stazioni ferroviarie e fornisce la carne ai ristoranti McDonald's. E, da oggi, anche allo Stato.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il vino non solo prodotto di punta della produzione enogastronomica italiana, ma anche importante fattore di attrazione turistica in grado di creare ricchezza per intere

comunità. Alle telecamere di WineNews, il punto di vista di Paola Paniccia, professore ordinario in economia e gestione delle imprese all'Università di Tor Vergata.

