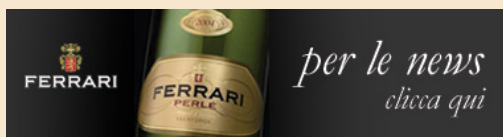


La News



Ecco la birra di Obama!

Dopo le verdure il presidente Usa Barack Obama si fa in casa anche la birra: è la "White House Honey Ale", aromatizzata con il miele prodotto dall'alveare del celeberrimo orto della Casa Bianca, voluto fortemente dalla first lady Michelle, il South Lawn Kitchen Garden, che è diventato il simbolo della lotta all'obesità. A preparare la birra sarebbe uno degli chef della brigata presidenziale, del quale però non si conosce il nome. E per il debutto della "bionda" Obama ha scelto un evento cult: il Super Bowl n. 45, l'evento sportivo più importante d'America, con il presidente che l'ha offerta ad un ristrettissimo gruppo di commensali riuniti per vedere la partita ...



Brindisi all'Italia del vino

Chissà che sapore, che profumo e che forma avrà la "Bottiglia dell'Unità d'Italia", l'unica ufficiale per le celebrazioni dei 150 anni di unità nazionale, ideata da Vinality e Verona Fiere, e subito piaciuta al Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Di certo, idealmente, rappresenta l'unità nella diversità di Enotria, con i 20 vitigni bianchi e i 20 rossi che compongono le 2 bottiglie, uno per Regione, selezionati dai rispettivi Assessorati all'Agricoltura, e assemblati da una commissione di enologi guidata da Giancarlo Prevarin, con panel leader Riccardo Cotarella, che ha creato i blend. Sarà un vino che, aldilà delle caratteristiche, avrà un alto valore simbolico, e sarà donato alle massime autorità internazionali. Speriamo che serva per brindare ad un bellissimo anno, per l'Italia e per il suo vino.

Cronaca

Galan: origine in etichetta ok, ma se porta un vantaggio

"Se l'etichettatura porta un vantaggio la si fa, se no no". Così il Ministro delle Politiche Agricole Galan, in visita in Russia anche per aprire una nuova partnership. Il nemico del made in Italy sono i prodotti contraffatti, ha detto Galan, "e noi con la legge sull'etichettatura abbiamo affermato un principio, non ancora i prodotti esatti. Li concorderemo in Italia, e poi in Europa. Anche Francia e Spagna, credo, abbiano vantaggi ad etichettare un prosciutto o un formaggio".



Primo Piano

Vino: se la tecnologia e la scienza fanno bene in vigna e in cantina, ma paura nella comunicazione

Vino e ricerca scientifica: il gene "Dxs" individuato dai ricercatori dell'Istituto Agrario di San Michele all'Adige che determina l'aromaticità delle uve è solo l'ultimo esempio di come si stia evolvendo lo studio della genetica delle vite e dell'uva. Ogni sequenziamento dei codici genetici completi di alcuni vitigni, come la Corvina, ed ogni altra scoperta è qualcosa di positivo, di potenzialmente utile. Eppure, al di fuori della comunità scientifica, si fa ancora fatica a recepirle in maniera positiva, perché il vino, o meglio la comunicazione e la pubblicità che lo riguardano, sono sempre ancorati a valori come tradizione, naturalità, storicità, peraltro validissimi, che però rischiano di connotare negativamente tutto quanto c'è di nuovo. Il problema è che "quando si introduce un linguaggio più complicato come quello della genetica - spiega il professor Attilio Scienza, tra i massimi esperti mondiali di vitivinicoltura - il consumatore ha subito un atteggiamento di sospetto, c'è paura della scienza. Dobbiamo superare questa barriera, dando una maggiore informazione, con razionalità. Dovremo fare sempre più i conti con il Dna, con la genetica, ma sono parole che il consumatore ha paura di pronunciare, e dovremo fare in modo di adattare per far passare in modo positivo il messaggio del vino come "prodotto tecnologico", che vuol dire anche salubrità, sicurezza, rispetto della salute". E poi ci sono anche altri aspetti da considerare, come spiega Mario Fregoni, ricercatore e ordinario di viticoltura dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza: "la cultura di molti viticoltori è tale che non si rendono conto del livello a cui è arrivata la ricerca, ma anche i ricercatori non sanno comunicare i risultati in modo tale che vengano capiti al di fuori del mondo della ricerca. E poi manca in Italia quello che c'è negli Usa, ovvero che nella ricerca vive anche chi poi trasmette le informazioni e le scoperte a chi poi si occupa di applicarle con assistenza tecnica e così via, traducendole in modo comprensibile".

Focus

Chianti Classico anti-crisi: nel 2010 fatturato su del 21% sul 2009. E l'export vola

Il Gallo Nero torna a cantare: il Chianti Classico, una delle denominazioni più importanti d'Italia, chiude il bilancio 2010 con un +21% sul 2009, invertendo nettamente la tendenza degli ultimi 2 anni della crisi. E l'export vola: +37% nella seconda metà 2010 sul 2009, con punte del +55%. Un trend positivo che continua nel 2011, con le vendite di gennaio a +12% sul 2010. Forza di un distretto agroalimentare con numeri da "grande impresa": fatturato oltre i 500 milioni di euro, valore della produzione vinicola imbottigliata di 360 milioni, valore di quella olivicola pari a 10 milioni, più 90 milioni di euro dalle altre produzioni agricole e 75 milioni dagli agriturismi; 70.000 ettari, di cui 7.200 vitati a Chianti Classico e 10.000 coltivati ad oliveto. Primo mercato è quello degli Stati Uniti (27% del totale), seguiti da Italia (24%) e Germania (12%). Grande ottimismo, dunque, in vista della "Chianti Classico Collection", alla Stazione Leopolda di Firenze il 15 e 16 febbraio, con l'anteprima delle annate 2010, 2009 e della Riserva 2008. Info. www.chianticlassico.com



Wine & Food

E le aste a ribasso sbarcarono nel mondo del vino

E le aste a ribasso sbarcarono nel mondo del vino. Succede, neanche a dirlo, in Inghilterra, patria degli scommettitori. A idearle è il sito www.uniquewineauctions.com della lom Wine Traders. Il concetto è semplice, uno paga una sorta di ticket fissato di volta in volta per piazzare un'offerta nel range di prezzo indicato, da 1 penny al prezzo massimo della bottiglia, e l'offerta unica più bassa vince. Per esempio con 5 sterline, e azzeccando la cifra giusta (con tanta, tanta fortuna), si può portare a casa una bottiglia di Domaine de la Romanée Conti - La Tâche 2004 che, nel retail, è in vendita a 900 sterline ...

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Vino e politica, come vanno le cose tra i nostri dirigenti e il nettare di Bacco? Ai microfoni di WineNews, lo raccontano Cinzia Achilli e Daniele Tagliaferri, dell'enoteca

"Achilli al Parlamento", di fronte ai palazzi del potere di Roma, con i quali abbiamo indagato il rapporto dei politici italiani con le produzioni enologiche del Belpaese.

