

La News



Il cuore del "sesso forte" si infiamma per la cucina

Sarà per le trasformazioni della famiglia tradizionale e dei suoi ruoli interni, sarà per necessità lavorative o più semplicemente per passione, ma la tendenza in cucina è sempre più ... maschia. Sono in aumento, infatti, gli uomini che non solo si cimentano ai fornelli, ma che vogliono scoprire tutti i "trucchi del mestiere". Se dagli anni '80 ad oggi i maschi ai fornelli, in Italia, sono quasi raddoppiati, c'è un vero "boom" di iscrizioni ai corsi, dove le presenze maschili superano quelle femminili. E, veri e propri "cooking passionates", sono anche più attenti e pignoli del "gentil sesso" ...



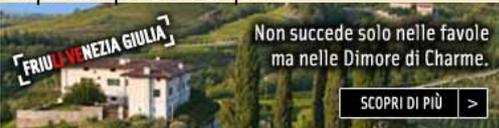
SMS Italia - Europa 1 a 0

Il primo passo è stato fatto, l'obiettivo dell'etichettatura obbligatoria per tutti i prodotti commercializzati in Europa non appare più così lontano, anche se molta strada rimane da fare. Il consiglio Agricolo dell'Unione Europea ha dato un segnale importante, estendendo l'obbligatorietà dell'etichetta d'origine a tutte le carni, suine, ovine, avicole: la palla passa adesso al Parlamento europeo. L'unica via percorribile era e rimane quella comunitaria, ma la sensazione è che in materia le forzature italiane stiano portando a risultati tangibili. Siamo noi, insomma i capocordata. Che Galan avesse avuto sempre ragione?

Cronaca

Il motore dell'agroalimentare italiano in Cina va a pieni giri

Non è solo il vino italiano a "fare il botto" in Cina nel 2010 (+109% di export sul 2009), anche i formaggi prendono sempre più la "via della seta". Per un'analisi di Coldiretti su dati Istat, il Grana Padano ed il Parmigiano Reggiano hanno registrato un +170%, ma è tutto il comparto agroalimentare a segnare un'impennata nell'export verso la Cina (+57% sul 2009), grazie al numero crescente di cinesi "ricchi" in grado di acquistare prodotti di qualità.



Primo Piano

Attenti, consapevoli ed eco-friendly: gli eno-appassionati italiani "spingono" la tendenza delle cantine alla "svolta verde"

Dal fotovoltaico alle biomasse, dalle bottiglie in vetro alleggerito al risparmio idrico, dai packaging eco-friendly al risparmio energetico, dalle etichette in carta riciclata alle aziende "environment-friendly": è la tendenza delle cantine italiane, che segue il crescente interesse degli eno-appassionati per i temi dell'ambiente. Una vera e propria "svolta verde" del settore vitivinicolo italiano (tante esperienze di eco-sostenibilità domani a convegno a VeronaFiere nella conferenza internazionale, promossa da Vinality-E.On, uno dei più grandi gruppi energetici privati), che potrebbe favorire l'affermazione delle etichette tricolore all'estero. Lo pensa il 48% degli eno-appassionati, secondo un sondaggio realizzato da www.winenews.it, uno di siti più cliccati dagli appassionati italiani, e Vinality (www.vinality.it). Per gli intervistati, l'ecologia in cantina è, sempre di più, il valore aggiunto per rendere ancora più competitivo il vino made in Italy sui mercati, perché, per il 55% degli amanti del buon bere, il bollino "verde" in bottiglia è un motivo in più per acquistare un vino. I wine-lovers chiedono un numero sempre crescente di informazioni su cosa vuol dire impegno ecologico in cantina, perché questo - se sostenuto da campagne mediatiche e di promozione che possano istruire ed informare correttamente il consumatore - va a tutto vantaggio delle loro scelte di acquisto. Ma ciò che conta maggiormente, per tutti, è l'alta qualità, che ha tutto da guadagnare dal valore aggiunto della produzione eco-friendly, purché sia garantita al 100% e non sia solo un'operazione di facciata. Perciò servono garanzie sulla professionalità del produttore e dell'enologo, sui terreni e sui vigneti, sui metodi e sulle tecnologie utilizzate. Insomma l'eco-sostenibilità va di pari passo con la consapevolezza.

Focus

Chi non beve vino e chi si "sballa". In mezzo c'è una battaglia culturale da compiere

Consumo e abuso, due parole tanto distanti tra loro. Così come sempre più distante è la forbice, in Italia, tra chi sceglie un consumo consapevole e chi l'abuso. Molto c'è ancora da fare per promuovere una cultura di consapevolezza, da applicare al gusto di bere un buon calice. Lo dice un'indagine europea sul 2009: in Italia calano i consumi interni - scesi a 40 litri pro capite negli ultimi 30 anni - e aumenta chi non beve vino, dato che, secondo lo studio Ue, siamo il Paese "più astemio" d'Europa. Attenzione, non è un dato positivo, perché significa che non passa il concetto che il vino è un alimento, mentre si diffonde l'idea che l'astensione sia il rimedio contro l'eccesso. È una falla culturale. Un fenomeno non scollegato da quello opposto - l'eccesso - se la relazione annuale sul consumo di alcol, stilata dal Ministero della Salute, parla di 8,5 milioni di italiani a rischio abuso, specie i ragazzi al di sotto dei 16 anni, attratti dal consumo fuori dai pasti e dal "binge drinking", spia evidente del disinserimento del vino dalla sfera culturale. È qui la battaglia da compiere.



Wine & Food

Spesa giornaliera addio, ora gli italiani la fanno "weekly"

Cambiano i tempi e, quindi, cambiano le modalità di consumo in famiglia. Se un tempo la spesa era un rito quotidiano, oggi 6 italiani su 10 non fanno più acquisti giornalieri, ma settimanali: emerge da un'indagine di Coldiretti-Censis sulle abitudini alimentari nel Bel Paese. Solo il 27% mantiene la tradizione della spesa "day by day", mentre il restante 13% opta per scorte mensili. Ed a cambiare non sono solo i ritmi, ma anche i "committenti": se prima era la donna la "sovrana della cucina", oggi lo scettro sta passando agli uomini, e sono loro a decidere, nel 40% dei casi, quali cibi acquistare.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il Chianti Classico svela le sue nuove annate, la 2009 e la Riserva 2008. Il giudizio degli esperti, raccolto dalle telecamere di WineNews, è pressoché unanime: da un lato,

l'entusiasmo per un'annata 2009 dall'assoluta bevibilità, succosità e godibilità; dall'altro, una Riserva 2008 che, invece, sconta i limiti di un difficile andamento climatico.

