



brindate a una RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di WineNews.it

vinality

Verona
25 - 28 marzo 2012

The World
we Love

n. 625 - ore 17:00 - Giovedì 9 Giugno 2011 - Tiratura: 28296 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



L'Antica Masseria dell'Alta Murgia "risorge" con Vissani

Alcune sfide sembrano talmente difficili da apparire impossibili. Eppure sono proprio quelle che vale la pena affrontare. Come dare una nuova vita alle centinaia di "gioielli" che lo Stato, negli anni, ha strappato alle mafie e ha messo a disposizione della società civile. Come l'Antica Masseria dell'Alta Murgia che, da tempo immemore, tra Altamura, Gravina e Matera, accoglie i viaggiatori che percorrono l'Appia. L'ultimo è un pellegrino d'eccezione, lo chef - manager Gianfranco Vissani: è con il suo progetto che la masseria, dall'11 giugno, farà il salto dall'illegalità alla legalità.



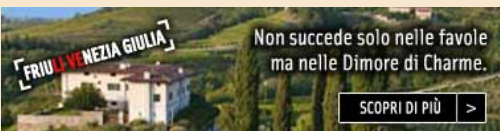
SMS Il bevitore Mario

Lo andiamo dicendo da tempo: chi si occupa di comunicazione del vino, nessuno escluso, deve trovare un linguaggio più comprensibile per il grande pubblico che, senza banalizzare un prodotto che è effettivamente complesso, lo aiuti a tornare protagonista quotidiano della tavola. Di tutti, e non solo di appassionati o esperti. Se ne parlerà anche domani, nella tavola rotonda "Comunicare con Mario: dal sentore di cavallo sudato al vino da gustare", a Vicenza, promossa dal Consorzio Colli Berici, con tanti attori della comunicazione enoica. L'obiettivo è riuscire a comunicare alle masse la grande evoluzione qualitativa che il vino italiano ha fatto in questi anni, senza che chi non riesce a riconoscere "sentori e note varie" si senta a disagio, tanto da allontanarsi dal magnifico mondo di Bacco.

Cronaca

Se il caldo non alza l'alcol ...

Addio certezze: mentre mezza enologia mondiale si interroga su come contrastare il riscaldamento della pianeta e l'innalzamento del grado alcolico del vino, dall'America ci dicono che le due cose non sono direttamente correlate. A dirlo uno studio dell'America Association of Wine Economist, che ha analizzato i dati sul clima tra il 1992 e il 2009, in relazione a 129.123 vini. Il tasso alcolico, per lo studio, è cresciuto dell'1,12% all'anno, e l'indice di calore inciderebbe solo per lo 0,05%. Vini più alcolici, dunque, sarebbero una scelta stilistica ...



Primo Piano

L'industria alimentare italiana scommette forte su educazione dei giovani e ricerca tecnologica

Non ci sono solo i dati economici (che vedono volare l'export e difficoltà sul mercato interno) nei pensieri di Federalimentare, la Confindustria dell'alimentare italiano. Ci sono l'educazione al cibo dei giovani, la ricerca tecnologica, la salute. Lo spiega a WineNews il direttore generale Daniele Rossi, che parte proprio dalla formazione: "con il progetto "Scuola e Cibo", finalmente, abbiamo una convenzione con il Ministero dell'Istruzione per organizzare dei corsi di formazione per i docenti, e interventi didattici nelle scuole a partire dalle elementari e arrivare, nel 2014, nei licei. Ma non parliamo solo di buona nutrizione, perché i ragazzi non ne possono più di indicazioni clinico-mediche. Vanno coinvolti in un percorso che aumenti la loro consapevolezza culturale, produttiva e tecnologica sul cibo, facendo capire che scelte consapevoli producono effetti benefici in quei ragazzi che diventeranno, così, adulti responsabili". Ma c'è anche la ricerca, in cui Federalimentare investe con la piattaforma "Italian Food for Life". "Ci sono 3 grandi argomenti, al livello mondiale - spiega Rossi - su cui stiamo puntando: dare più nutrizione e salute nei nostri prodotti, dalle materie prime alla trasformazione; implementare la sicurezza alimentare non solo dell'industria, ma di tutta la filiera, dai campi alla distribuzione; la sostenibilità, ambientale sociale ed economica, che è davvero importante, perché le risorse non sono infinite, la popolazione del mondo crescerà di un altro miliardo e dovremo sfamare tutti. Siamo ottimisti, perché l'innovazione, tecnologica e produttiva, può portare risultati utili per tutti, soprattutto per le masse povere. Ma la grande domanda è: siamo in grado di aumentare il livello di innovazione tecnologica quando poi la gente è molto conservatrice sui prodotti alimentari? La questione è l'accettabilità sociale dell'innovazione, in un Paese che, peraltro, se si guarda il rapporto con i brevetti, le pubblicazioni scientifiche, le Università, è secondo solo agli Usa nel tasso di innovazioni alimentari".

Focus

Il turista del vino, una miniera d'oro ...

Il turista enogastronomico è una vera miniera d'oro per i territori del vino italiano. Con un budget di 193 euro al giorno (oltre il doppio della media nazionale di 90 euro), si rivelano dei veri e propri spendaccioni, una spesa destinata per il 16,8% all'acquisto di vino, per il 12,7% ai prodotti alimentari tipici, per il 10% alle produzioni dell'artigianato locale, per il 20,8% alla ristorazione e per il 31,5% all'alloggio. Emerge dalle ricerche di Ciset (Università Cà Foscari) e Istat, di scena al Forum Europeo "Strade del Vino e Sviluppo Economico Locale" (10 giugno, Cagliari). Un turismo di qualità, che fa "ricche" le 550 Città del Vino, ma che richiede strutture ricettive all'altezza: diminuisce così il numero degli alberghi a 1 e 2 stelle, ed aumentano, invece, gli alberghi a 4 e 5 stelle, sia in valore numerico che in termini di posti letto. I comuni più accoglienti sono quelli di Emilia-Romagna, Toscana, Lazio e Veneto, 4 regioni che da sole concentrano il 70% dei posti letto totali delle Città del Vino, tra gli alberghi dell'Emilia-Romagna, gli agriturismi e i bed & breakfast di Toscana e Lazio e i campeggi del Veneto. È una sfida che si gioca sulla qualità, per un business che vale tra i 3 ed i 5 miliardi.

