



La Prima di WineNews.it



n. 643 - ore 17:00 - Martedì 5 Luglio 2011 - Tiratura: 28395 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



“La femme”, quando l’acqua Perrier finisce in lattina

Prima o poi ci sarebbe dovuta finire anche la migliore, in lattina. Stiamo ovviamente parlando dell’acqua più chic del mondo, “lo champagne delle acque minerali”, la Perrier (distribuita in Italia dalla Fratelli Rinaldi Importatori di Bologna), che lancia, anche in Italia, “La Femme”: qualcosa in più di un’acqua, perché la maison francese incarna la storia delle grandi “femme fatale” del cinema, da Brigitte Bardot a Nicole Kidman, da Kim Basinger a Marlene Dietrich, che celebra così, con un’idea unica ed anticonvenzionale, chic ed esclusiva, in perfetto stile Perrier ...



Alia Russia con furore

Già i dazi, che gravano sulle possibilità di espansione dell’export vinicolo italiano in tanti Paesi extraeuropei, sono una misura da combattere, un freno al libero mercato che, piaccia o meno, detta le regole del gioco, o meglio dell’economia mondiale. Ma addirittura imporre dazi diversi per Paesi che fanno tutti parte dell’Unione Europea, come da ieri succede in Russia è un affronto irricevibile: essere tassati il doppio di Spagna e Francia su un mercato che ci vede concorrenti deve, necessariamente, compattare il mondo del vino e quello della politica italiana, al di là degli schieramenti Parlamentari, in un’unica voce, che chieda chiarimenti e risolva al più presto un pasticcio tanto grave quanto incomprensibile.

Cronaca

A Roma di scena gli stati generali della Coldiretti

“Made in Italy alimentare quale leva competitiva in Italia e nel mondo”: è il tema portante dei lavori dell’assemblea Coldiretti (il 7 luglio a Roma). Di fronte al mondo accademico ed alle forze sociali, economiche, politiche e sindacali, si discuterà del contributo decisivo che il settore agricolo può offrire all’economia, all’occupazione e alla sicurezza alimentare, un modello da salvaguardare e su cui puntare per rilanciare l’economia italiana.



Non succede solo nelle favole
ma nelle Dimore di Charme.

SCOPRI DI PIÙ >

Primo Piano

In 10 anni le aziende agricole calano in numero ma crescono in dimensione, e sono sempre più rosa

È un mondo agricolo profondamente cambiato, quello che fotografa il sesto Censimento generale dell’agricoltura dell’Istat (dati provvisori), ad un decennio di distanza dal precedente. Cala vertiginosamente il numero delle aziende agricole: oggi sono 1.630.420, il 32,2% in meno del 2000. Inferiore, invece, il calo sia della superficie agricola, pari a 17.277.023 ettari (-8% sul 2000), sia della superficie coltivata (-2,3%), segno che la superficie media aziendale è cresciuta sensibilmente, come testimoniano i dati Istat: dai 5,5 ettari di Sau - Superficie Agricola Utilizzata per azienda nel 2000, si è passati nel 2010 a 7,9 ettari (+44,4%). Aziende più grandi, “condizione determinante per consentire agli imprenditori di mantenersi competitivi”, secondo il Ministro dell’Agricoltura, Saverio Romano, ma anche più rosa, perché la quota di aziende a conduzione femminile è passata dal 30,4% del 2000 al 33,3% del 2010. Resistono differenze abissali tra regione e regione, perché mentre la Sardegna presenta la dimensione media aziendale maggiore con 19,2 ettari di superficie agricola utilizzata, la Liguria fa registrare i valori minimi, con 2,1 ettari per azienda. La Puglia vanta invece il maggior numero di aziende, più di 275.000, seguita da Sicilia, Calabria, Campania e Veneto: sono le 5 regioni in cui opera il 54,6% delle aziende agricole italiane. Ma chi le conduce? Sempre di più i giovani: la classe mediana è rappresentata oggi dalla classe 55-59 anni, mentre nel 2000 era quella 60-64 anni, a testimonianza di un ringiovanimento confermato dalla quota di under 30, passata dal 2,1% al 2,5%, tendenza che si riscontra anche per i capoazienda con meno di 45 anni, passati dal 18,2% del 2000 al 18,6% del 2010. Uno svecchiamento che vuol dire anche maggiore scolarizzazione, con il 60% dei capoazienda che può vantare almeno la licenza di scuola media inferiore (nel 2000 erano appena il 40%), per Romano “un segno significativo di un processo di ricambio generazionale che fa ben sperare nel futuro”.

Focus

In Portogallo la crisi la paga il vino

La penisola lusitana è ancora stretta nella tenaglia della crisi economica e, per racimolare risorse sufficienti a ripianare il debito che il Paese ha contratto con l’Europa (78 miliardi di euro), il Ministero del Tesoro ha pensato bene di stornare a proprio favore 8 milioni di euro di proprietà dell’Istituto dos Vinhos do Douro e do Porto (Ivdv). La somma, importante per il settore vinicolo portoghese, ma una goccia nell’oceano di debiti in cui si affanna il Paese, faceva parte dei fondi dedicati alla ricerca, ai laboratori di analisi, al controllo qualità ed alle campagne promozionali dei vini del Douro. La risposta dell’Istituto dos Vinhos do Douro e do Porto non si farà attendere, i legali dell’Istituto stanno già studiando la possibilità di ritornare al più presto in possesso dei propri fondi. Dura anche la reazione dei produttori: “il Governo ha preso 8 milioni di euro che appartengono all’Ivdv, finanziati al 100% dalla commercializzazione del vino di Porto attraverso una tassa speciale - spiega Paul Symington, presidente di Symington Family Estates, una delle aziende leader del Douro: solo per la nostra azienda, vuol dire pagare 1 milione all’anno”.



Wine & Food

Buono, “democratico”, di tendenza. È il gelato, baby ...

Prima era solo uno sfizio, poi è diventato un sostituto del pasto, oggi è un vero e proprio fenomeno di tendenza: è il gelato, italianissima specialità che spopola in tutto il mondo, soprattutto d’estate. Secondo una ricerca Eurisko-Igi (Istituto del Gelato Italiano), sono quasi 23 milioni gli italiani che consumano gelato fuori casa d’estate, mentre sono 6 milioni i fan sfegatati, divisi tra “Branded ice cream”, 4,5 milioni di persone tra i 25 ed i 34 anni la cui passione è 2,5 volte superiore alla media, e “New generation”, 2,8 milioni di giovani e giovanissimi tra i 14 ed i 19 anni.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

“Il vino italiano deve avere l’umiltà di capire che rispetto al vino francese è indietro, anche se ha molti punti di forza su cui puntare, radici da valorizzare con il dovere di

accettare, specie all’estero, le regole di mercato”. A WineNews, le linee guida del professor Andrea Rea, docente di Marketing all’Università La Sapienza di Roma.

