

La News



Italiani, 70 milioni di tazzine di caffè al giorno al banco del bar

70 milioni di tazzine di espresso al bar ogni giorno: tanti sono i caffè che gli italiani si concedono al bancone come piccolo piacere quotidiano. Lo evidenzia l'Istituto nazionale Espresso Italiano che promuove, venerdì 17 aprile, l'Espresso Italiano Day 2009, prima giornata nazionale dell'espresso e del cappuccino. E per scoprire se il caffè è veramente di qualità, nei 3.500 bar che aderiscono all'evento saranno distribuiti dei vademecum, che riporteranno le caratteristiche dell'Espresso Italiano Certificato e alcuni consigli per valutare la professionalità del barista.



Dicesi promozione ...

Qualche tempo fa, in una cena, Maurizio Zanella, patron della franciacorta Ca' del Bosco, ci ha raccontato una storiella che ben riassume anche il nostro pensiero sulla promozione del vino italiano, che di seguito vi proponiamo. "Il produttore della cantina "x", valge in mano, era pronto a partire per l'estero per promuovere il suo vino. Quando incontrò il rappresentante del Consorzio della sua denominazione, anche lui lì per lo stesso motivo. E c'erano anche i rappresentanti di Provincia, Regione ed Ice! "Ma non ci potevamo coordinare prima - si chiese il produttore - in modo da risparmiare, magari affidando a me, che il vino lo vendo (creando anche lavoro e ricchezza, per me e per il Paese), parte di quel risparmio per fare una promozione più efficace?" Ma non giunse alcuna risposta".

Cronaca

Italia regina dell'ortofrutta

Italia regina dell'ortofrutta nel futuro mercato unico euro-mediterraneo: secondo un'analisi di www.fruttaonline.it (Corriere Ortofrutticolo) l'export nel 2008 ha superato i 3,4 miliardi di euro (+11% sul 2007) con un saldo attivo nella bilancia commerciale di 1,2 miliardi e prezzi medi superiori del 13%, per un giro d'affari complessivo di oltre 5,5 miliardi. Il Belpaese avrà un ruolo strategico come piattaforma logistica e produttiva tra i Paesi della sponda Sud del Mediterraneo e del Nord ed Est Europa.



Primo Piano

Vino & promozione - Lorenzo Biscontin (Santa Margherita): "se i privati perseguono l'interesse generale, nessun problema a gestire soldi pubblici"

Il tema della promozione del vino italiano all'estero, più che mai in questa fase economica, è fondamentale. E in questo senso da più parti si invoca un diverso rapporto tra gli enti pubblici e i privati. WineNews ha raccolto il parere di Lorenzo Biscontin (l'audio su www.winenews.tv), direttore marketing di Santa Margherita, griffe famosa nel mondo e azienda italiana tra le più attive in comunicazione e promozione. "Vedo già un approccio positivo con la diffusione del cofinanziamento - spiega Biscontin - che mi sembra corretto per due motivi: moltiplica le risorse per la promozione, e coinvolge in modo attivo i produttori, che effettivamente operano sul mercato, conoscono le problematiche, misurano i risultati. Sicuramente vanno chiariti gli interessi generali, i valori e i messaggi, che devono assolutamente essere perseguiti nel momento in cui si usano finanziamenti pubblici, e quando i privati comunicano anche questi, oltre agli interessi propri, tanto meglio. Non c'è contrapposizione tra interessi privati e interessi pubblici, anzi". Molti auspicano la creazione di una cabina di regia per i fondi pubblici. "La regia deve nascere dal confronto - dice Biscontin - i produttori conoscono difficoltà e prospettive dei vari mercati, e quindi possono dare un contributo che va a beneficio degli interessi generali, senza perdersi in attività generiche meno efficaci. Nulla osta, quando sono chiari i principi, che i soldi pubblici vengano gestiti da privati. La divisione pubblico-privato non è positiva: il pubblico ha accesso ai finanziamenti, ma poi il successo del vino italiano lo fanno le aziende, e va evitato il rischio di dare priorità a un determinato mercato da parte del pubblico, quando invece il grosso delle aziende si sta dirigendo in altri mercati, in altre direzioni, su altre tendenze".

Focus

Enogastronomia: "Gambero Rosso" chiuso da 6 mesi, come faranno le guide a valutarlo?

Se un ristorante è chiuso da un po' e le guide non possono valutarlo, pazienza. Ma se è il "Gambero Rosso" di Fulvio Pierangelini, chef di riferimento della cucina italiana, qualche problema, per l'Italia del buon mangiare e delle guide, sorge. E se lo è posto anche Paolo Marchi, critico e giornalista de "Il Giornale": "premesso che Pierangelini ha tutti i diritti di disporre della sua vita ... per clienti e guide, che stanno di certo chiedendosi come trattare il Gambero Rosso ... in ballo ci sono stelle, cappelli e forchette". "Non è solo una questione di insegne - continua Marchi - ma anche del suo ruolo: un conto è essere lo chef-patron di un ristorante fatto e finito, e un altro fare il consulente qua e là nel mondo. Un esercizio pubblico, per essere tale, deve essere aperto. E il "Gambero Rosso" è chiuso da quasi 6 mesi! E lunedì prossimo festa grande a Londra per i 50 best restaurant di San Pellegrino: Pierangelini ci sarà, ma sarà sempre il miglior ristorante italiano? Glielo auguro, ma mi stupirei perché le voci a volte sono più veloci della luce".



RCR IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

Wine & Food

Slow Fish: arrivano 15 presidi di mare italiani e 8 internazionali

Le alici di menaica e la colatura di Cetara (Campania); l'aglio rosso di Nubia, i capperi di Salina, la mascolina da maggia ed il sale marino di Trapani (Sicilia), l'anguilla marinata delle Valli di Comacchio, il sale marino di Cervia e il salmerino del Corno alle Scale (Emilia Romagna); la bottarga di Orbetello e la palamita del mare di Toscana; i cicciarelli di Noli (Liguria); le moleche (Veneto); il mosciolo selvatico di Portonovo (Marche); la tinca gobba dorata del Pianalto di Poirino (Piemonte); questi i 15 presidi italiani "Slow" del mare, a Slow Fish (Genova, 17-20 aprile), con altri 8 presidi internazionali.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Ripartire dal vino come veicolo importante e simbolico per il recupero di spazi di legalità. Dalla Sicilia l'esempio di Centopassi, l'etichetta di Libera Terra,

l'associazione di Don Ciotti che si occupa del recupero dei terreni confiscati alla mafia. Agricoltura e ricerca dell'eccellenza, esempi concreti di contrasto alla criminalità.

