



brindate a una
RIVOLUZIONE

winefit

La Prima di WineNews.it



New date.
Same passion.

vinitaly

Verona
25 - 28 marzo 2012

n. 790 - ore 17:00 - Giovedì 2 Febbraio 2012 - Tiratura: 29248 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Se l'iPad è come il cavatappi

Pratico, leggero, altamente interattivo e decisamente "cool": è l'iPad, diventato un accessorio insostituibile, al pari del cavatappi, anche al ristorante, dove sta soppiantando la vecchia carta dei vini, pronta ormai per la "pensione". Non dovunque, perché non tutti i ristoratori amano la tecnologia, ed anzi molti rimangono scettici alla novità, ma dall'Inghilterra alla Francia, dagli Stati Uniti all'Italia, scegliere il vino sulla tavoletta sembra piacere proprio a tutti: ai clienti perché è più facile trovare il vino in grado di sposare i propri gusti, e al personale di sala perché è uno strumento utile che non toglie spazio all'interazione con i clienti.



Friulano tipicamente friulano
ti aspetta in
Friuli Venezia Giulia

SMS Di nomi e di "palati"

Forse l'abito non farà il monaco, ma il nome pare proprio incidere su come si valuta un prodotto. Almeno nel caso del vino. I canadesi della Brock University hanno condotto un curioso esperimento per provarlo. Alle persone è stato dato lo stesso vino in due momenti diversi: nel primo caso è stato detto che proveniva dalla cantina Titakis, un nome abbastanza facile da pronunciare, nell'altro invece dalla cantina Tselepou, un altro nome greco di tre sillabe ma molto più difficile. Dopo la degustazione è stata chiesta una valutazione da 1 a 7, e il punteggio maggiore è stato ottenuto dal secondo vino, nonostante fosse identico al primo. Certo, viene da dire che se "il panel" non si è accorto neanche che il vino era lo stesso, i palati da "educare", nel mondo, sono molti di più di quanto si pensi ...

Cronaca

Blocchi inaccettabili

I danni diretti del maltempo all'agricoltura sono nel "calcolo" di chi fa impresa agricola. Inaccettabili, per Federalimentare, sono quelli "indotti" dall'uomo, come "il blocco dei camion sulle autostrade per la neve. O l'impreparazione con cui i gestori delle principali vie nazionali affrontano situazioni annunciate con notevole anticipo, quando dovrebbero adeguare mezzi e strumenti, anche in base alle molte risorse già ottenute, dai pedaggi agli investimenti su strade e ferrovie". Come dargli torto?



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

5 miliardi dal "made in Italy che non c'è più"

È iniziata nel 1988, con i marchi italiani della cioccolata Perugina e della pasta Buitoni acquisiti dalla multinazionale svizzera Nestlé, per arrivare (per ora) alla Pelati "Ar" Antonino Russo passata nelle mani giapponesi di Mitsubishi pochi giorni fa, la "scalata" straniera ad alcuni tra i marchi più affermati del made in Italy in tavola. In mezzo, andando indietro nel tempo, ci sono la storica cantina piemontese Gancia passata ai russi di Russian Standard Corporation, Parmalat, Galbani, Invernizzi e Locatelli oggi nelle mani francesi di Lactalis, l'olio Bertolli, Carapelli e Sasso agli spagnoli di Sos, la birra Peroni del colosso sudafricano del beverage SabMiller, le Fattorie Scaldasole ai francesi di Andros e, ancora, l'acqua San Pellegrino e l'Antica Gelateria del Corso di proprietà di Nestlé. Eccolo, il "made in Italy che non c'è più" (e che ha fatturato più 5 miliardi di euro nell'ultimo anno), come lo ha ribattezzato Coldiretti che, a Fieragricola (2-5 febbraio, Veronafiere), ha allestito uno "scaffale d'antan" per richiamare l'attenzione su quello che l'organizzazione guidata da Sergio Marini considera un grande rischio per l'Italia. Già, perché "ad essere presi di mira sono i prodotti simbolo dell'Italia e della dieta mediterranea, dall'olio al vino alle conserve di pomodoro. In 12 mesi - sottolinea Marini - sono stati ceduti all'estero tre pezzi importanti del made in Italy alimentare che sta diventando un appetibile terra di conquista per gli stranieri, con la tutela dei marchi nazionali che è diventata una priorità per il Paese, da attuare anche con una apposita task force. Si è iniziato con l'importare materie prime dall'estero per produrre prodotti tricolori. Poi si è passati ad acquisire direttamente marchi storici e il prossimo passo rischia di essere la chiusura degli stabilimenti italiani per trasferirli all'estero". Un rischio che, per Coldiretti, va combattuto subito, perché la crisi offre terreno fertile a chi ha capitali liquidi da investire. Certo, se colossi multinazionali stranieri investono tanti soldi per accaparrarsi marchi importanti del made in Italy, vuol dire che l'allure dell'Italia, almeno quando si tratta di cibo e vino, è intatta e vale molto, anche sul piano commerciale. E almeno questa, in fondo, è una bella notizia.

Focus

Il futuro dell'agricoltura? La diversificazione

Dagli agriturismi alla "pet therapy", dagli "agrinido" alle bioenergie fino ai "master chef rurali": l'azienda agricola cambia volto, si rinnova, diversifica, e oggi non vive più solo di ciò che produce. La multifunzionalità, che coinvolge 108.780 aziende, e vale 9,8 miliardi di euro (pari al 31% del reddito delle imprese coinvolte), è una scelta dettata soprattutto dalla necessità economica, ma non si tratta di una moda passeggera, piuttosto di una rivoluzione, come testimonia il fatto che il 61% degli imprenditori introdurrà, nei prossimi 5 anni, attività diverse da quelle agricole all'interno delle proprie aziende, come testimonia la ricerca di Nomisma sulla "Diversificazione economica in agricoltura: dall'agriturismo all'agrinido". Si punterà forte sui corsi di cucina, il modo migliore per promuovere i prodotti locali, anche se c'è anche chi è pronto a scommettere sul successo dell'agri-trekking (i percorsi guidati fra i campi e i boschi), o sulla raccolta collettiva, che trasforma il turista in un vero contadino. Un contadino, però, sempre più al passo con i tempi, e che oggi punta sul web per la promozione delle proprie attività, e sulle fiere di settore per migliorare sia la capacità produttiva, che la qualità dell'offerta.



Il più grande concorso internazionale di vini in Nord-America
ISCRIVETEVI ORA!

SÉLECTIONS MONDIALES DES VINS CANADA
INTERNATIONAL WINE EXHIBITION

ITALIAN WINE EXPERIENCE®
LA PRIMA, UNICA, GRANDE
FIERA DEL VINO ITALIANO IN CINA CANTON

Wine & Food

Il lavoro in vigna? Con Magis costa il 16% in meno

Abbattere i costi di produzione del vigneto, puntando sull'eco-compatibilità della produzione vinicola è possibile. Lo dimostra il progetto Magis, il protocollo nato dal lavoro del mondo della ricerca, delle organizzazioni di filiera e delle aziende vinicole, che ha già portato ad una riduzione dei costi di difesa del vigneto del 16% con una qualità del prodotto uguale o migliore. Per saperne di più, appuntamento il 3 febbraio a Fieragricola by Veronafiere, dove è di scena l'incontro "Rintracciabilità di filiera: esperienza in viticoltura sostenibile. Il progetto Magis", con l'intervento, tra gli altri, del professor Attilio Scienza.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Seminare la cultura del vino italiano in Cina per conquistare il mercato: ecco il progetto di Enoteca Italiana. Ne parlano il segretario Fabio Carlesi, e Xue Xin Wu, general

manager del partner cinese Shanghai Zhong Shang Xing Cheng Wine Development. Obiettivo: un network di enoteche per aprire la "via della seta" al Belpaese ...



PRESENTA

Simply Italian
GREAT WINES