



La Prima di WineNews.it



n. 798 - ore 17:00 - Martedì 14 Febbraio 2012 - Tiratura: 29292 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Il gusto di San Valentino

Il gelo non ferma i fiori: per San Valentino il 48% degli innamorati li ha regalati al partner, con 15 milioni di rose, orchidee e tulipani per un valore di 50 milioni di euro, secondo Coldiretti. Ma l'amore si prende anche per la gola, in primis con il cioccolato, tanto che, per Confartigianato, lavorano a pieno ritmo i 372 laboratori artigianali d'Italia specializzati nella lavorazione del cacao. E il cibo afrodisiaco ha stuzzicato la fantasia non solo dei cioccolatieri: "Checco il pastaio", celebre pastificio di Padova, si è inventato il "cuoricino di pasta rossa all'uovo, profumata allo zenzero, con ripieno di ostriche ed erba cipollina". Per non parlare dei pacchetti di coppia che uniscono il vino al wellness ...



Se Moody's amasse il vino ...

Se Moody's fosse piena di wine lovers, e l'Italia fosse vista solo come Enotria, probabilmente, i "declassamenti" del rating del Belpaese non sarebbero una cosa da temere. Tanto è critico il giudizio dell'agenzia americana sulla nostra economia, quanto forte l'amore degli americani per i nostri vini. Al punto che, lo ricordiamo ancora una volta, l'Italia, è leader tra i Paesi che esportano vino negli States, sia in volume, con 1,8 milioni di ettolitri nei primi 9 mesi 2011 (+14,3% sul 2010), che in valore, con 926 milioni di dollari (+19,5%), secondo l'Italian Wine & Food Institute, e con trend che, nel breve periodo, sono visti solo in positivo. Confermati anche dall'attenzione crescente con cui le riviste americane guardano al Belpaese. Che, nel vino, è sicuramente da "tripla A", e può migliorare ancora.

Cronaca

La "Sanremo da bere"

Parte il "Festival di Sanremo", evento clou della musica italiana, ma nella cittadina ligure anche il buon bere avrà il suo palcoscenico: mentre gli artisti canteranno all'Ariston, locali e negozi storici della città, dal 16 al 18 febbraio, si animeranno con aperitivi e dopo cena in musica con artisti e grandi vini, grazie all'evento "Sanremo a San Siro" promosso dall'associazione Civ Luce a San Siro per valorizzare le piazze e le vie più belle della città dei fiori. Perché Sanremo è Sanremo ...



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

Denominazione, marchio collettivo a cui tutti, ora, devono contribuire. Il caso Chianti Classico

Ha la dimensione di una vera e propria svolta storica per l'Italia del vino quella compiuta dal Consorzio del Chianti Classico, che, primo Consorzio del vino italiano ad applicare le nuove funzioni di tutela, vigilanza e promozione "erga omnes", dettate dal decreto legislativo 61 del 2010, diventa, a norma di legge, custode e gestore della denominazione e del marchio Chianti Classico, che, a loro volta, sono riconosciuti come un patrimonio collettivo, al quale tutti (aziende vitivinicole consorziate o meno, dove il Consorzio rappresenta almeno il 40% dei viticoltori e almeno il 66% della produzione certificata della Denominazione) dovranno dare il loro contributo. Un traguardo che sarà illustrato alla "Chianti Classico Collection", l'anteprima delle annate 2011, 2010 e della Riserva 2009 del Chianti Classico (dal 20 al 22 febbraio, www.chianticlassicocollection.it), di scena alla Stazione Leopolda a Firenze. Il Consorzio del Gallo Nero rappresenta ad oggi il 90% della produzione dell'intera denominazione e spende ogni anno circa 2 milioni di euro in comunicazione e 200.000 euro per la tutela del marchio. La ripartizione dei costi, dunque, avverrà distribuendo l'onere con pagamenti proporzionali alla produzione di uve, di vino e di bottiglie di ciascuna azienda. "Si tratta, al di là del fatto che siamo il primo Consorzio di Tutela del vino a cominciare questa nuova esperienza - spiega Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio del Chianti Classico - di un passo fondamentale per l'azione di tutela consortile che finalmente trova una realizzazione all'insegna dell'equità e della correttezza. È una rivoluzione storica, democratica ed etica. La denominazione e il suo marchio diventano, di fatto, un patrimonio collettivo, ed il Consorzio lo mette a disposizione di tutti". Perché il valore di un prodotto agroalimentare è un mix della capacità imprenditoriale del suo artefice (privato), ma anche dal valore del territorio in cui nasce (pubblico) e che quindi tutti sono chiamati a costruire e proteggere.

Focus

Export, cresce lo "sfuso da imbottigliare"

L'export di vino di qualità "sfuso", da imbottigliare nel Paese di destinazione, torna di moda, e non solo per motivi economici, ma anche (e soprattutto) per le ricadute positive sull'ambiente e sulla qualità stessa del prodotto. Se è facile capire come, eliminando il vetro e trasportando la stessa quantità di vino si riducono le emissioni di Co2 del 20%, è interessante notare che il vino sfuso, trasportato anche negli enormi flexitank (foto) risente di meno, per esempio, dei grandi sbalzi di temperatura che, talvolta, danneggiano l'imbottigliato accelerandone l'invecchiamento. A dirlo è una ricerca dell'enologo Lee Winston, pubblicata da "The Drink Business" che, prendendo spunto dalla tendenza in atto nel Nuovissimo Mondo, in cui la quota di vino australiano partito sfuso per essere imbottigliato all'estero, nel 2010 è stata addirittura del 60%, ipotizza un vero e proprio ritorno al passato, almeno per i vini di fascia media, che subiscono la maggiore contrazione dei margini di guadagno. Ma se fino al 1948 persino il pregiatissimo Bordeaux di Château Margaux partiva sfuso - ricorda Winston - è impensabile che, tra mercato e disciplinari, i grandi vini possano percorrere una strada simile.

