

La News



"Futurvino" by Enoteca Italiana

Al grido di "Futurvino", come lo avrebbe detto Marinetti che presenziò alla prima mostra mercato dei vini tipici a Siena ad inizio secolo, prende vita l'edizione n. 42 delle "Settimane dei Vini", dedicata alla celebrazione dei 100 anni della nascita del Futurismo, di scena all'Enoteca Italiana a Siena il 22 e 23 maggio (www.enoteca-italiana.it). Oltre a convegni, mostre e degustazioni saranno assegnati i premi Vite d'Oro, Dioniso d'Oro, Torchio d'Oro e, novità 2009, il premio Penna d'Oro ai giornalisti Paolo Valentino (Corriere della Sera), Alessandro Regoli (WineNews), Walter Mariotti (Il Sole 24 Ore).



SMS

Alla guerra del kebab!

Un vigile per ogni gelateria, paninoteca, pizzeria al taglio, kebaberia, bar, piadineria ... E' quello che si dovrebbe apprestare a fare la civile Lombardia, dopo il "suo" provvedimento che vieta la consumazione di cibi e bevande al di fuori dei locali, sui marciapiedi ... Altrimenti come faranno a controllare l'applicazione della legge, nata dalle idee della Lega come limitazione per i locali dove si vendeva il kebab! Una proposta, come si potrà capire, che si è trasformata in un ulteriore monumento alla stupidità e naturalmente al divieto. Così dopo questo limite, sempre in Lombardia (e sperando che il sonno della ragione non generi ulteriori mostri), si potrebbe anche vietare di fumare anche fuori dal tabaccaio, o attaccare francobolli fuori dalla posta, o contare gli spiccioli fuori dalla banca ...

Cronaca

E' l'Oceania la terra promessa

"E' l'Oceania la nuova terra promessa per il made in Italy" - dice il sottosegretario allo Sviluppo Economico Urso, dalla missione in Nuova Zelanda e Australia con 50 imprese italiane - "paesi che, da oltre un quindicennio, crescono al ritmo del 4-5% l'anno. Mercati emergenti dove la crisi economica non morde con la stessa intensità che in Europa e Stati Uniti" e dove si registra un aumento dell'interesse per i prodotti tradizionali del "made in Italy" quali pasta, olio e vino.



Primo Piano

Sfuma il mito ostriche e champagne... i veri cibi afrodisiaci sono "made in Italy": peperoncino, formaggi, vino e miele

Sono i piatti del Bel Paese i più utili per accendere l'eros: per 7 esperti su 10, il legame tra cucina e stimolo sessuale è fortissimo e ad "accendere" il desiderio sono soprattutto gli ingredienti e i prodotti del "made in Italy". Altro che ostriche e champagne: finita la moda del caviale o dei crostacei i veri interruttori della sensualità sembrano essere le spezie, come il peperoncino (61%), i formaggi, soprattutto quelli italiani (58%), ed il vino rosso (25%). Emerge da uno studio promosso dalla rivista "Vie del Gusto" e condotto su 110 sessuologi e nutrizionisti, intervistati sul rapporto tra desiderio sessuale e cibo. Se per il 47% di loro questo legame tra cibo e desiderio è soprattutto "mentale", per il 46% c'entra anche la "chimica".

Quali, dunque, gli ingredienti afrodisiaci? Oltre al peperoncino, in grado di stimolare il Vip (Vasoactive intestinal polipeptide), un ormone scoperto negli anni '70 che provoca la vasodilatazione dei corpi cavernosi dei genitali, agendo come un viagra naturale sia per l'uomo che per la donna, fra gli altri ci sono l'androstendione, un ormone presente nel sudore e anche nel tartufo, la senape (che ha la capacità di "attivare" le ghiandole sessuali) e i formaggi come gorgonzola, taleggio o parmigiano, particolarmente ricchi di feniletilamina, ormone prodotto dal cervello quando ci innamoriamo; infine il miele che oltre alle proprietà energetiche, evoca scene di seduzione come quella di "9 settimane e mezzo". Viene inoltre segnalato come cucinare per l'altro è più seduttivo del ristorante, anche di quello più chic, ma, ancora meglio, secondo il 44% degli esperti, è "cucinare insieme". Se invece proprio ristorante deve essere, meglio una trattoria (58%), con un menu a base di prodotti tipici.

Focus

Da oggi in Ue il "Consiglio di informazione sul vino". L'impegno? Bere consapevole!

Da oggi a Bruxelles è attivo il "Consiglio di informazione sul vino", sponsorizzato dal settore vitivinicolo europeo. L'impegno del nuovo organismo, sorto nel Forum Ue "Alcol & salute", sarà quello di diffondere informazioni scientifiche su aspetti sanitari, culturali e sociali del consumo di vino, con banca dati on-line (www.wineinformationcouncil.eu), e promuovere il consumo responsabile dell'alcol, nel quadro del programma Ue "Wine in Moderation, Art de Vivre". Il programma - ha dichiarato Lamberto Gancia, presidente del Comitato europeo delle imprese vitivinicole (Cevev) - ha mobilitato un numero significativo di organizzazioni leader su scala europea e nazionale". Palma Esposito, vice presidente del "gruppo di lavoro Vino" del Copa-Cogeca (organizzazione europea delle aziende e cooperative agricole), ha aggiunto "siamo convinti che il miglior modo di apprezzare il vino consista nel consumarlo con moderazione e siamo estremamente soddisfatti che la campagna comune entri oggi in una fase importante".



Wine & Food

Il mercato del vino Usa cala in valore, ma cresce in volume

Gli americani acquistano vino meno costoso e così le vendite in valore negli Stati Uniti sono scese per la prima volta in 15 anni. Ma, il mercato, in volumi, è cresciuto nel 2008 dello 0,9%, pari a 317 milioni di casse di vino. E' il dato saliente che emerge da una ricerca di Gomberg-Fredrikson & Associates per conto del Wine Institute di California, che ha calcolato anche il valore del mercato statunitense del vino nel 2008, 30 miliardi di dollari, con un decremento dell'1,3% sul 2007. L'ultima volta che questo mercato aveva espresso un trend negativo in valore, era accaduto nel 1993.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Il vino che vince sui mercati è quello - afferma Roberto Zironi, docente di enologia all'Università di Udine, a WineNews.TV - che è una reale espressione del territorio,

espressione di vigna e di cantina. Spesso invece si cerca di percorrere la strada più semplice costruendo un vino al di là del territorio solo per i gusti del mercato".

