

La News



Pizza "falso" made in Italy, Coldiretti ne svela i trucchi!

La pizza, uno dei simboli più famosi dell'enogastronomia italiana nel mondo, ma anche uno dei piatti più imitati, bistrattati e rivisitati del pianeta, ovunque venduta sfruttando il richiamo del made in Italy. A svelare i trucchi della pizza "falso-italiana", a Napoli, sua città natale, sarà la Coldiretti, il 6 maggio, che presenterà anche la prima pizza firmata dagli agricoltori, all'insegna del legame con la tradizione e il territorio, con un confronto diretto tra le "vera" e la "finta" italiana, per aiutare i cittadini a scegliere consapevolmente il prodotto più consumato dagli italiani fuori casa.

MANCA POCO A
VINI NEL MONDO
PREPARATEVI
Spoleto, 30 maggio - 2 giugno

SMS

Guardare alla Cina

L'export italiano del vino può puntare anche sulla Cina. Dove la produzione industriale è in ripresa (+3,8 in gennaio, +3,8 in febbraio, +8,3 in marzo). E, con questa crescita, che in tempi di vacche magre è buona cosa, i consumi e gli investimenti nella terra della Grande Muraglia risalgono (lo Stato Chinese ha pompato in questi mesi nuovi crediti e sussidi alla popolazione). E gli esportatori italiani di tutti i settori (tra cui, logicamente, il wine & food, sempre molto export-oriented) cercano di cogliere le nuove opportunità. L'impresa è grande, ma le soddisfazioni, specialmente in questo momento, potrebbero essere tante. Cerchiamo per una volta di trovare coordinamento e sinergie nel sistema Italia. Auguri produttori!

Primo Piano

Meno vino nei ristoranti e sempre più tra le mura domestiche anche negli Stati Uniti, e la grande distribuzione a stelle e strisce ne approfitta...

Stati Uniti, si consuma meno vino al ristorante e sempre più, ogni giorno, tra le mura domestiche: queste le tendenze sugli stili di consumo che arrivano da Oltreoceano. Secondo l'annuale indagine della rivista Wine & Spirits sulla vendita di vino nei ristoranti degli States, il 38% degli intervistati ha dichiarato una flessione nel 2008, mentre per il 62% le vendite sono stabili o in lieve aumento. I vini italiani sono i più richiesti al tavolo tra quelli importanti, con il 17%, in un mercato che rimane di dominio americano, con il 54% dei vini ordinati, anche se in flessione del 2% sul 2007, e del 12% sul 2001, confermando un trend comunque negativo per le etichette a stelle e strisce. Il Pinot Noir è la tipologia più richiesta, seguita a ruota dal Cabernet Sauvignon. L'indagine ha messo in risalto anche la "Top 50" delle marche di vino più richieste, che vede al primo posto la Sonoma-Cutrer Vineyard. Tra gli italiani, spiccano Santa Margherita, dodicesima, e Ruffino, diciottesima. E se da un lato diminuiscono le vendite nei ristoranti, anche negli States il luogo di elezione del nettare di Bacco è ormai tra le mura domestiche: secondo un'analisi del Wine Market Council, il 64% dei consumatori beve vino a casa abbinandolo a piatti già preparati acquistati in ristoranti e negozi specializzati. A bere quotidianamente è solo il 10,5% della popolazione adulta, che assorbe però l'82% dell'intero mercato enoico degli Stati Uniti. E per intercettare questa tendenza si muovono anche le catene della distribuzione al dettaglio: il colosso Walgreen sta considerando un possibile rientro nella commercializzazione di vini e liquori nei propri centri di vendita, dislocati in quasi tutto il Paese. L'azienda americana aveva smesso oltre dieci anni fa il commercio degli alcolici, dal quale derivava il 12% del proprio fatturato.

Focus

Usa, il vino italiano accusa la crisi: nei primi 2 mesi 2009 -17,5% in quantità e -19,2% in valore. Tengono gli spumanti

Il vino italiano accusa i colpi della crisi nei primi 2 mesi del 2009 sul mercato degli Stati Uniti: -17,5% in quantità e -19,2% in valore sul periodo gennaio-febbraio del 2008, con 288.360 ettolitri per 138,86 milioni di dollari. Sono i dati dell'Italian Wine & Food Institute di New York, guidato dal presidente Lucio Caputo e dal chairman Jacopo Biondi Santi. L'import vinicolo americano, in generale, nel periodo in esame, ha segnato un +0,8% in quantità e un -20,4% in valore: una differenza sensibile nei due parametri, dovuta alla crescita delle importazioni di vini da altri Paesi, che hanno visto un vero e proprio crollo dei prezzi, Australia in testa (+30,8% in quantità, -20,4% in valore). Anche il grande competitor mondiale dell'Italia enoica perde terreno: la Francia ha registrato il -7,9% in quantità, e addirittura il -30,4% in valore. Tengono invece le bollicine del Bel Paese, +0,8% in quantità e +1,5% in valore, a fronte di un crollo generale per i vini mossi negli Usa (-18,5% in quantità e -37,1% in valore).



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

Cronaca

Giro d'Italia, l'enogastronomia italiana di qualità tira la volata

Festeggiamenti al vincitore di tappa con i migliori prodotti tipici della località d'arrivo, o degustazioni con il meglio dell'enogastronomia dei territori attraversati dai corridori? Al Giro d'Italia del Centenario, al via il 9 maggio, oltre ai campioni del ciclismo, protagoniste anche le produzioni agroalimentari a Denominazione dei Luoghi del Giro. Il progetto presentato domani a Milano in Rcs dal Ministro Luca Zaia nell'incontro "Le qualità del Giro".

21 MAGGIO 2009
PLANETA FOR LIFE
UN APERITIVO SOLIDALE NELLA TUA CITTA'

Wine & Food

Expo 2015: accordo Milano-Parma sulla sicurezza alimentare

Accordo siglato dai sindaci di Milano, Letizia Moratti, e Parma, Pietro Vignali, e dal Ministro della Salute Maurizio Sacconi per la sicurezza alimentare: il Comitato Scientifico di Expo 2015 collaborerà con la città ducale come polo di eccellenza per la "identificazione, progettazione ed implementazione di proposte nel settore della sicurezza alimentare e della nutrizione". L'accordo prevede diverse manifestazioni di avvicinamento all'Expo, tra cui un'edizione speciale di Cibus, evento simbolo del food made in Italy, e un master internazionale sulla sicurezza alimentare.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'efficacia della comunicazione del wine & food italiano in internet? Risponde Francesca Romano della Scuola Superiore S. Anna di Pisa. "La comunicazione, invece di essere

territoriale come dovrebbe, è ancora molto frammentaria. E spesso le parole usate da chi produce i contenuti e da chi poi ne fruisce non sono le stesse".

ModulGraf
Etichette autoadesive
Sistema audio
ecoCoder®