



La Prima di WineNews.it



Salone Internazionale del vino e dei distillati

Verona
7-10 aprile 2013

n. 962 - ore 17:00 - Martedì 2 Ottobre 2012 - Tiratura: 29762 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



"Giovani Stelle" del gusto

Antonino Cannavacciuolo del ristorante di Villa Crespi di Orta San Giulio è il miglior chef, Antonia Klugmann de L'Argine di Dolegna del Collio è la regina delle chef (nella foto, i due con la guida), il miglior chef straniero è Daniel Humm dell'Eleven Madison Park di New York, e il miglior sommelier è Mauro Mattei del ristorante Piazza Duomo di Alba. La sorpresa dell'anno? E' Silvio Salmoiraghi dell'Acquerello di Fagnano Olona. Ecco le "Giovani Stelle 2013" di "Identità Golose - Guida ai Ristoranti d'autore d'Italia, Europa e Mondo", curata dal giornalista Paolo Marchi, con l'originale prefazione di Clarence Seedorf, stellare calciatore e appassionato gourmet, con ristoranti di sua proprietà a Milano.

Primo Piano

La critica enogastronomica tra Kant e il web

Che il web 2.0 stia cambiando il ruolo e il modo di fare critica, anche enogastronomica, è un fatto. Sugli effetti positivi o negativi della pluralità di voci, autorevoli o meno, che può dire la sua su questo o quello, si discute. Ma c'è chi si interroga anche sul ruolo del critico tout court, come l'Associazione Italiana Sommelier, nel congresso di Roma. Stilando anche una sorta di vademecum, firmato dal sommelier Simone Revelli, che ha "scomodato" un mostro sacro del pensiero illuminista come Kant, parafrasando la sua "Critica della ragion pura" in "Critica della Ragion Critica". Richiamando i critici a interrogarsi sulla necessità di chiarire le Possibilità e le condizioni che permettono l'analisi (vero significato di "critica"), la Validità, cioè la legittimità dell'analisi, e infine i Limiti, i confini nei quali essa si esercita. E a muoversi secondo certi criteri. Come la Credibilità, che si basa sulla compresenza di competenze riconosciute e interesse suscitato nei lettori; la Consapevolezza che i lettori non possono partecipare al momento in cui il critico degusta, per cui serve maggior sforzo per raccontare; il Saper divulgare, perché raggiungere il cuore e le emozioni dell'interlocutore dovrebbe essere l'ambizione costante di ogni divulgatore; il Rispetto che serve, nel bene e nel male, nel giudicare il lavoro degli altri; il Coraggio di dire comunque quello che si pensa, andando anche controcorrente; la Modestia che deve coltivare l'esigenza di migliorarsi incessantemente; la Discrezione, sia perché non è etico sfruttare, direttamente o meno, la propria posizione di critico, sia perché così è più facile vivere (e giudicare) un'esperienza simile a quella del consumatore comune; l'Indipendenza, nel senso che la formulazione dell'opinione non dovrebbe essere influenzata da alcun elemento al di fuori dell'esperienza diretta rivolta all'oggetto della critica. Ma c'è anche chi vede nell'apertura della critica enogastronomica "all'opinione dell'uomo comune", una strada tanto obbligata quanto virtuosa, per non chiudersi "nel pollaio dei gourmet", come hanno ricordato oggi, a Eataly Roma, Slow Food e La Repubblica. "Purché si mantenga una soglia di salvaguardia". E su quale sia questa soglia, il dibattito è aperto ...

Focus

Dall'Uk il futuro della distribuzione del vino

Più internet, supermercati, e anche discount: saranno questi, almeno nei prossimi 5 anni, i canali di vendita del vino. L'analisi arriva dal Regno Unito, mercato anticipatore di tante tendenze economiche in Europa e nel mondo (e mercato straniero n. 3 per il vino italiano). A firmarla è stato James Walton, "chief economist" dell'Institute of Grocery Distribution inglese. "Le vendite on line in Uk - spiega Walton a "Decanter" - raddoppieranno nel 2017, arrivando a 11,1 miliardi di sterline". In crescita anche supermarket, "convenience store" nei quartieri più piccoli (+28,5%) e discount (+64%), che passeranno dai 7,5 miliardi di sterline di oggi ai 12,4 miliardi nel 2017 (la catena Lidl ha anche affidato a 4 Master of Wine la selezione delle etichette per lo scaffale, ndr). E se il web, dice Walton, rappresenta una "rivoluzione silenziosa", perché è anche luogo di incontro, conoscenza e confronto tra domanda e offerta, tutti dovranno fare i conti con un potere di acquisto in calo, almeno nei prossimi anni. Fondamentale, dunque, agire su offerte e sconti, ma anche sull'efficienza della catena distributiva. E capire come conquistare una generazione che "sarà materialmente più povera di quella dei padri".



Sinergie possibili

Unire arte e wine & food per conquistare la Cina: ecco il concept di "Galleria illy", luogo-evento promosso dal celeberrimo gruppo del caffè, che dal 27 ottobre apre a Pechino, ospitando grandi artisti cinesi e gli studenti del Cafa, China Central Academy of Fine Arts di Pechino, per una performance artistica attorno a grandi tazze illy. E, ovviamente, tanto wine (con la cantina Mastrojanni di Montalcino, nel Gruppo illy dal 2008, ma non solo) & food, con degustazioni, chef di rango, come lo spagnolo Josean Alija e l'italiano Pino Cuttaia, e i corsi dell'Università del Caffè. Una sinergia tra settori, arte & enogastronomia, che ha già avuto successo a Londra, New York, Istanbul ... Se ci riesce un'azienda da sola, per quanto importante, figuriamoci se imprese (e pubblico) si muovessero insieme!

Cronaca

Italiani & Champagne

Italiani sempre più golosi di Champagne: nel 2011 nel Belpaese sono saltati 7,6 milioni di tappi (+6,3% sul 2010), che fanno dell'Italia il mercato n. 5 in valore e il n. 6 in volume al mondo. Italiani che sono fedeli ai grandi marchi, con l'86% della quota di mercato detenuta dalle maison, il 9% dai vigneron e il 5% dalle cooperative, ma anche curiosi di novità, con 470 marchi arrivati nel Belpaese nel 2011. E oggi a Roma, con 67 brand e 190 cuvées, è di scena la "Giornata dello Champagne", promossa dal Comitato Champagne.



Wine & Food

Mense scolastiche tra "bio" e cibo etnico

A scuola mangiano milioni di bambini, e anche le mense si adeguano a trend e cambiamenti sociali. Per l'analisi di Coldiretti, Legambiente e Aiab, negli ultimi 5 anni, il numero di pasti biologici serviti nelle mense scolastiche ha superato 1,1 milioni di pasti, soprattutto grazie a Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna (se ne parlerà il 7 ottobre per la "Biodomenica", di scena in tutta Italia). Intanto, a Milano, dove la media degli studenti stranieri in ogni classe è del 25% tornano i "menu etnici", con piatti cinesi, arabi e sudamericani per aiutare i più piccoli a socializzare con culture diverse, anche a tavola.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Mondo del vino e leadership: se nel resto del mondo i Paesi produttori, come la Francia, riescono ad aggregarsi intorno alle loro realtà imprenditoriali ed ai loro territori

simbolo, perché in Italia vincono ancora ostilità e competizione tra produttori e territori? Lo abbiamo chiesto al direttore di "Libero Gusto", Carlo Cambi.

