



La Prima di WineNews.it

enonauti
WINERIES PROJECTS



n. 986 - ore 17:00 - Martedì 6 Novembre 2012 - Tiratura: 29802 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Champagne, tascabile e "pop"

Visti i tempi e le tensioni economiche mondiali, è facile immaginare che anche il prossimo Capodanno (Maya permettendo) sarà all'insegna del "less is more". Ma per non rinunciare ad un brindisi benaugurante, c'è chi ha pensato di rendere letteralmente "tascabile", ma anche più "popular", niente meno che il re delle bollicine francesi, lo Champagne, prodotto dalla storia secolare, ma sempre aperto ad "innovazioni mercantili". L'idea è venuta alla celebre maison Pommery, che ha lanciato la sua "Collection Pop": bottigliette da 20 cl, con tanto di astuccio, in due versioni, la più romantica, con la Tour Eiffel, simbolo di Parigi, e la più "esotica" con un drago cinese, portafortuna per il 2013 ...



SMS

La trasparenza!

Evviva i fondi per la promozione del vino italiano ed (europeo) nei Paesi Terzi dell'Ocm vino (80 milioni di euro quest'anno, 57 gestiti dalle Regioni, 24 a livello nazionale). È anche con queste abbondanti risorse pubbliche, che cofinanziano progetti privati, che il vino italiano ha raggiunto il record dell'export nel 2011, e pare superarlo nel 2012. Peccato che, ad oggi, se dalle Regioni (non tutte, ndr) le graduatorie dei progetti finanziati sono arrivate, quella sulla quota nazionale non si sa. La abbiamo chiesta più volte al Ministero, che ci ha sempre risposto: "non è pronta". Ma, da nostre fonti, sappiamo che non è così (entro il 20 luglio, come da decreto, i proponenti dovevano essere informati sugli esiti dei progetti). La vogliamo. E dettagliata. Sono soldi pubblici, ed è doveroso sapere a chi (lecitamente!) vanno.

Cronaca

Il "Capodanno" del vino

Una tradizione dalle antiche origini, quella del giorno di San Martino: l'usanza vuole che proprio l'11 novembre, nelle campagne, si festeggiasse il raccolto e, con la nuova annata agraria, il rinnovo dei contratti. Un "Capodanno del vino" e della campagna che sarà festeggiato, dal Nord al Sud del Belpaese, dalle cantine del Movimento Turismo del Vino, che apriranno le loro porte agli appassionati con tanti eventi, degustazioni ed iniziative per tutti i gusti, dal "medievale ad oggi". Info: www.movimentoturismovino.it



VILLA SANDI
VINI PER PASSIONE E PER TRADIZIONE

Primo Piano

Meno fronzoli, più semplicità: il vino e i giovani

Vorrebbero un mondo del vino con meno fronzoli e più semplicità, meno mediazioni di esperti e più divertimento, pur riconoscendo al nettare di Bacco italiano un valore aggiunto superiore al resto del made in Italy. Ecco i "Millennials" all'italiana, ovvero i giovani tra 18 e 35 anni ed il loro rapporto con il vino, fotografato dall'indagine del professor Gabriele Micozzi, docente di marketing all'Università Politecnica delle Marche, segnalata a WineNews. Il vino che vorrebbero i giovani? Le caratteristiche indicate dal 54% di loro sono "semplice, spiritoso, socializzante, senza legno, memorizzabile, versatile e fresco". E le tipologie che rispecchiano meglio queste caratteristiche, ovvero i loro vini o vitigni preferiti, sono, nell'ordine, Lambrusco, Prosecco, Sangiovese, Chianti, Chardonnay, Montepulciano Abruzzo, Moscato. Pochi, solo 1 su 5 (il 22%), sono interessati a corsi sul vino, anche se il 38% di chi si dichiara inesperto vorrebbe comunque saperne di più. Ma in maniera meno mediata di quanto accade oggi: il 48% degli under 35 vorrebbe che parlassero di vino più vignaioli e meno "finti sommelier ed esperti", il 42% non ama le attuali trasmissioni e promozioni sul vino, dalle quali vorrebbero "meno scena e più semplicità". Una diffidenza, insomma, verso i canali "istituzionalizzati", che si riflette anche nei criteri di acquisto: per il 66% le guide non sono imparziali, al punto che il 78% dei giovani si affida al passaparola di amici e ristoratori di fiducia o ai social network. E anche se 1 giovane su 6 compra vino in gdo, la stragrande maggioranza, se potesse, lo acquisterebbe in cantina, o nei farmer's market in città. Da rivedere, poi, anche le etichette, che per 3 su 4 sono "anonime, non comunicative, senza stile e inadeguate", e che il 32% vorrebbe riportassero anche calorie, quantità consigliate, proprietà benefiche e pericoli del bere vino. Ma se i giovani italiani riconoscono al vino un valore del 39% più alto sul resto del made in Italy, ma anche sul prodotto straniero (e il 48% in più alle bottiglie di piccoli produttori), sull'enoturismo prevalgono gli estero-fili: il 37% vorrebbe farlo oltreconfine (soprattutto in Francia, California e Australia), su un 32% che preferirebbe l'Italia (Toscana, Sicilia e Piemonte in testa).

Focus

Dal ristorante con l'orto, a quello nell'orto

Dal ristorante con l'orto, a quello nell'orto: succede a Orsara di Puglia (Foggia), nella tenuta di Villa Jamele, al "Ristorante nell'orto" di Peppe Zullo, chef che già da anni utilizza per i suoi piatti frutta e verdura autoprodotta (e che ha aperto la via a questa tendenza, insieme a Pietro Zito con "Antichi Sapori" ad Andria, sempre in Puglia), e la cui cucina, ora, è "piantata" al centro di 25.000 metri quadrati del suo "Il Bosco e l'orto dei sapori perduti" (info: www.peppezullo.it). Il "cuoco contadino" ha inaugurato uno dei primi ristoranti al mondo ad essere fisicamente inserito fra gli ortaggi e i frutti dell'orto, dove albergano più di 50 varietà di alberi da frutta, piante officinali ed erbe spontanee commestibili: un vero e proprio giacimento di biodiversità, dove gli alberi sono uno degli elementi più importanti. Noci, amareni, allori, nascono spontanei nella tenuta e molte varietà di frutta presenti non sono più coltivate, come le mele "limoncelle", le "zuccarine", la "mela lazzaroni", le "millele". E Zullo insegna anche ai bambini delle scuole il rapporto diretto tra la terra e la tavola, e ospita gli "aspiranti" chef che vogliano imparare i segreti del gusto e di sapori autentici conservati dai prodotti del territorio ...



Wine & Food

Dalle navi al vino: il colosso Rina "approda" nel wine & food

Dal tempo dei romani ai giorni nostri, tanto vino, nel mondo, ha sempre viaggiato per nave. Un legame che oggi si rinnova in maniera curiosa: il Gruppo Rina, storica società genovese (oggi internazionale) di classificazione e certificazione di navi, ora si dà anche alla certificazione di vini e prodotti agroalimentari a denominazione d'origine. La controllata Agroqualità, infatti, ha ottenuto il via libera dal Ministero delle Politiche Agricole per operare nel settore. E già 35 denominazioni, dal Piemonte all'Abruzzo, passando per il Lazio, l'hanno scelta. Una certificazione completa "dal trasporto al prodotto".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Senza api non c'è futuro": è il messaggio, allarmante, che arriva dal presidente degli apicoltori italiani (Unaapi), Francesco Panella che, a WineNews, racconta come nel XXI

secolo siano a rischio il 25% degli insetti del pianeta, un chiaro segnale di come l'uomo stia distruggendo il mondo, anche per colpa dei fitofarmaci usati in agricoltura.

