



# La Prima di WineNews.it

coop  
LA COOP SET TU.



06-09 APRILE 2014  
48ª EDIZIONE VERONA

vitality  
...building wine strategy in Verona

n. 1356 - ore 17:00 - Venerdì 18 Aprile 2014 - Tiratura: 30663 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### La Pasqua secondo Picchi

Pasqua è alle porte, e come sempre sarà l'agnello una delle carni protagoniste della tradizione in tavola. E, immancabilmente, arrivano anche le proteste degli animalisti contro la "mattanza" dei giovani ovini. Ma il bello della cucina è che sa accontentare tutti, come spiega a WineNews Fabio Picchi, chef del Cibrèo di Firenze e custode della tradizione fiorentina: "io non ho dubbi, vado sulle costolette di agnello fritte di mia mamma, o sull'agnello ripieno. Ma è giusto rispettare le sensibilità di tutti e quindi, per i vegetariani, l'idea è pisellini, aglio, prezzemolo e pepe nero, con un pizzico di curcuma, o un gelato salato con yogurt greco, limone, pepe e la solita curcuma". Buona Pasqua!



### SMS "Monomarca" Gallo Nero

Il mercato del vino è in continua evoluzione, il ruolo dei Consorzi anche. Due venti di cambiamento che si incontrano nella prima enoteca monomarca di un consorzio, quella il Chianti Classico, attraverso la sua "Company", inaugurerà il 23 aprile nel "Mercato Centrale Firenze", nuovo distretto gourmand nello storico mercato di San Lorenzo della città. Per Michele Zonin, presidente della "Company" (ramo operativo creato dal Consorzio del Gallo Nero per gestire iniziative come questa, sempre nell'ottica della promozione del Chianti Classico), "è il primo mattone del progetto. Ci aspettiamo molto, e finalmente abbiamo una "casa" nostra a Firenze. E potrebbe essere anche l'inizio di un'attività che potrà andare oltre questo singolo punto vendita". Inizio di una nuova era?

## Cronaca

### Pasqua sicura con il Nac

In queste ore scatta la corsa agli ultimi acquisti per imbandire le tavole di Pasqua, e anche le frodi sono dietro l'angolo. A stilare il "Vedemecum" a tutela dei consumatori, quest'anno, ci hanno pensato i Carabinieri del Nac del Ministero delle Politiche Agricole (che hanno anche intensificato i controlli): leggere attentamente le etichette e non farsi allettare da prezzi troppo bassi vale sempre. Ma (su WineNews) ci sono istruzioni precise per uova di cioccolato, colombe, carni ovine, e agriturismi.



## Primo Piano

### La "reconquista" dei giovani passa dai vini "dolci"

Nella "Vecchia Europa", nei Paesi storici per la produzione di vino, una delle grandi questioni per arginare quel calo dei consumi enoici che, dall'Italia alla Francia, passando per la Spagna, sembra inesorabile, è come riconquistare i giovani consumatori. I numeri, in questo senso, parlano chiaro: secondo i dati dell'Oiv, l'Organizzazione Internazionale de la Vigne et du Vin, la Francia, nel 2006, ha "bevuto" 33 milioni di ettolitri di vino, scesi 30,3 nel 2012, e negli stessi anni l'Italia è passata da 27,3 milioni di ettolitri a 22,6, e la Spagna dai 13,5 del 2006, ai 9,3. Un calo dovuto a tanti fattori, dalla crisi economica che ha investito anche l'Europa, al cambiamento di costumi e abitudini alimentari, ma anche al fattore generazionale, con i più giovani che non hanno rimpiazzato il fisiologico calo del consumo di vino dei più anziani. Trovare la "soluzione", ammesso che ce ne sia una, è il pallino di tutti. Ma una strada da seguire, a quanto pare, ci sarebbe. Ovvero quella di puntare su vini più dolci, fruttati e freschi. A metterlo nero su bianco una ricerca di Mintel ([www.mintel.com](http://www.mintel.com)), agenzia di ricerche di mercato londinese. Che, partendo dalla case history della Sangria spagnola, ha scoperto che, tra i consumatori tra i 18 ed i 24 anni, il 71% dei tedeschi, il 59% degli spagnoli, il 58% dei francesi ed il 42% degli italiani, preferisce vini molto fruttati e dolci. Una preferenza che, peraltro, sembra accomunare i giovani europei ed i coetanei di oltreoceano, visto il boom, tra i Millennials americani, dei vini di tipo "moscato". Ma c'è di più: il 36% dei tedeschi, il 21% degli italiani e dei francesi, ed il 18% degli spagnoli, secondo Mintel, ritiene di maggiore qualità i vini più dolci e freschi, rispetto a vini secchi ed invecchiati. Insomma, una piccola rivoluzione generazionale sembra in atto nei parametri di scelta del vino. Che può piacere o non piacere, ma di cui chi produce non può non tenere conto. Un punto fermo, rispetto al recente passato, però, c'è: l'importanza di conoscere il territorio di origine del vino, che rimane un fattore chiave per il 50% dei giovani consumatori di Francia, per il 35% di quelli di Spagna, per il 31% degli italiani e per il 28% dei tedeschi.

## Focus

### La cantina-biblioteca di Guado al Melo

In cantina si custodiscono vini, ma anche volumi del '700-'800, molti francesi, ampelografie originali dell'800-'900, da Acerbi a Goethe, da Viana e Vermorel a Babo e Mach, trattati manualistici di fine '800-metà '900, fondi storici, romanzi, tesi di studenti, di viticoltura ed enologia, ma anche storia, antropologia, turismo, scienze naturali: ecco parte dei 15.000 volumi raccolti (per ora) da Attilio Scienza, tra i massimi esperti di viticoltura al mondo, in 40 anni di studi e ricerche, nella "Biblioteca del Vino" ("altri 5.000 libri con cui lavoro li ho con me"), unica in Italia, a Guado al Melo, la cantina guidata dal figlio Michele a Bolgheri, dove sono arrivati da Piacenza e San Michele all'Adige, "custoditi" per un pò di tempo da Foradori e Gaja. Obiettivo "è raccogliere tutto quello che è stato e sarà pubblicato sul vino e non solo, e farne un centro studi per chi vuol fare ricerca". La Biblioteca fa parte del percorso storico, culturale e scientifico curato e aggiornato da Annalisa Motta ("Il vino nella storia e nel sacro", è il nuovo allestimento) in cantina e tra "vitigni-reliquia", "per dare ai visitatori - spiega Michele Scienza - l'opportunità di affacciarsi sull'immensa cultura del vino: ne sono estasiati".



Chianti  
CONSORZIO VINO CHIANTI