

## FOOD POLITICS



a cura di Mauro Rosati  
maurorosati.it



Foto Ansa

Bottiglie Moët &amp; Chandon Champagne

## Sindrome cinese: chi ha paura del «blunello»?

In Cina i francesi impiantano vigneti. I puristi gridano allo scandalo. Alla fine chi avrà ragione?

In principio fu Chateau Lafite-Rothschild, scusate se è poco, e la notizia fece scalpore. Uno dei miti dell'enologia mondiale avviava un progetto che prevedeva, tra le altre cose, l'impianto di vigneti in Cina. Il secondo colpo è più recente: Moët Hennesy, luxury brand del marchio LVMH, comunica la decisione di impiantare un vigneto di

66 ettari sempre in Cina per produrre uno sparkling wine.

Il clamore travolge tutto il mondo del vino: ma che fanno i francesi, si mettono a produrre Champagne in Cina? Pronta la replica di Moët Chandon (marchio che verrà apposto sulle bollicine con gli occhi a mandorla): non si tratta di Champagne, in quanto questa denominazione resta uso

## La fame nel mondo si contrasta senza OGM

Durante la Giornata mondiale dell'alimentazione la FAO ha promosso il nuovo approccio per combattere la fame nel mondo. *Save and Grow* è una vera e propria rivoluzione o quantomeno si percepisce che significa in buona sostanza *Salvare e Crescere*. Negli anni 60 le politiche di indirizzo della FAO erano basate essenzialmente sull'utilizzo in maniera indiscriminata di fertilizzanti, pesticidi e piante ad alto rendi-

mento. Oggi, tirando le somme, ci si è accorti che il costo pagato in termini ambientali è stato alto e non più sostenibile; il lento degrado dei terreni, l'inquinamento delle acque e dell'aria sono solo alcuni dei problemi causati da scellerate politiche che miravano solo a risolvere nell'immediato la fame nel mondo senza pensare al domani. «È un nuovo paradigma - afferma Jacques Diouf, direttore Generale della Fao - per crescere, l'agricoltura de-

esclusivo delle bottiglie prodotte nell'omonima area della Francia.

La precisazione ovviamente non basta a stemperare lo sdegno dei puristi. Ma come, si fa di tutto per combattere l'omologazione da globalizzazione e questi mi fanno un simil champagne in una sperduta provincia del nordovest cinese? E la tipicizzazione? Il terroir? La storia e la tradizione? Tutto sacrificato sull'altare di quella crudele divinità che qualcuno chiama business?

Tra i più attivi in questa crociata proprio gli esperti italiani del settore che lanciano un monito: «Mai un *Balolo*, mai un *Blunello*! Il Barolo e il Brunello bisogna venderglielo, ai Cinesi, mica farglielo in casa».

Posizione rispettabilissima ma che merita alcune considerazioni. Il mercato attuale, in Cina, è stimato nell'ordine di 1 miliardo e mezzo di individui. Piuttosto azzardato pensare, una volta che il vino sarà entrato definitivamente nella loro cultura, di rifornirlo con le nostre scorte. Probabilmente, e qui entriamo nel campo delle ipotesi, il ceto alto amerà pasteggiare con Borgogna e Brunello originali. Ma quello medio, e stiamo parlando di centinaia di milioni di consumatori, potrebbe trovare conforto in un vino locale che abbia però l'appeal dell'originale.

Il che significa che tra una decina d'anni i dirigenti Rothschild e i manager della LVMH staranno contando i denari che entrano a fiumi nelle loro casse, grazie alla brillante intuizione di impiantare vigneti french style intorno a Pechino. E noi italiani staremo a interrogarci su un'occasione, l'ennesima, persa già in partenza.

Magari sbaglio, ma uno yen sul progetto francese lo investirei. E se poi lo multiplico, brindo con lo Champagne. Quello vero, naturalmente.  
*Ha collaborato Stefano Carboni*

ve imparare a risparmiare». Oggi per valutare la convenienza di un prodotto agricolo occorre pensare alla sua sostenibilità che si esprime attraverso la misura del consumo di acqua, aria, territorio, energie e l'impatto sulla biodiversità. Questo comporta la necessità di istruire milioni di agricoltori attraverso tecniche di coltivazioni più vicine all'ambiente.

Tutto questo può essere interpretato anche come un addio definitivo agli OGM. Per anni si è diffusa la convinzione che la fame nel mondo poteva essere contrastata con le culture geneticamente modificate, oggi la FAO ci dice esattamente il contrario. ♦

## In breve

### Tutti vogliono copiare l'Aceto balsamico

**ITALIA** Si svolge oggi presso la Camera di Commercio di Modena, un convegno sulla protezione della denominazione dell'Aceto Balsamico di Modena IGP e del Balsamico Tradizionale DOP di Modena e Reggio Emilia, tra i prodotti italiani più apprezzati al mondo, ma anche tra i più imitati. Dopo la registrazione europea come marchio IGP nel 2009, infatti, l'Aceto Balsamico di Modena IGP è stato oggetto di molteplici contraffazioni. Durante il convegno sarà possibile visitare un'esposizione che raccoglie alcuni esempi di bottiglie contraffatte.

### Primi (gravi) effetti dell'Iva salita al 21%

**ITALIA** L'innalzamento della aliquota dal 20 al 21% per alcuni beni di consumo, previsto nella manovra economica e inserito in Gazzetta ufficiale il 16 settembre, ha determinato già i primi rialzi dei prezzi per gli alimenti. La CIA, Confederazione italiana Agricoltori, conferma che i prezzi dei prodotti lavorati sono cresciuti dello 0,2% sul piano congiunturale con punte del 5,4% per i formaggi e del 14,8% per il caffè; i prodotti freschi sono aumentati dello 0,4% su base mensile. Si prevede che questi aumenti porteranno a un calo dei consumi del 1,5%.

### Dizionario: ecco cos'è l'impronta ecologica

**ITALIA** Da Wikipedia prendiamo la definizione di «impronta ecologica». Si tratta di un indice statistico che misura l'area biologicamente produttiva di mare e di terra necessaria per rigenerare le risorse consumate da una popolazione umana e per assorbire i corrispondenti rifiuti. Utilizzando l'impronta ecologica, è possibile stimare quanti «pianeta Terra» servirebbero per sostenere l'umanità, qualora tutti vivessero secondo un determinato stile di vita. Dall'impronta ecologica si può capire se un livello di consumi è sostenibile o meno.