

L'Evento

L'iniziativa coinvolge le famiglie per far crescere piccoli appassionati

Laboratori creativi per la realizzazione di etichette con ogni tipo di materiale

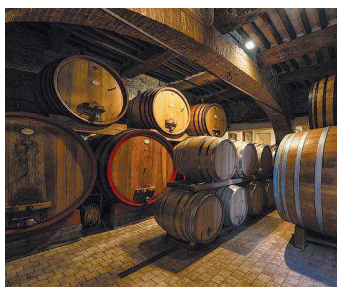


I piccoli potranno entrare in contatto con la natura dei vigneti, colline e filari

Anche i bimbi sono protagonisti a Cantine Aperte in vendemmia

MONTALCINO

È dedicata ai più piccoli la nuova edizione di Cantine aperte in vendemmia che nei mesi di settembre e ottobre vedrà coinvolte le cantine socie del Movimento turismo del vino Toscana. I "wine lover in erba" potranno infatti vivere la magica atmosfera della vendemmia nelle campagne toscane creando il loro "kit della vendemmia" raccogliendo la terra tra i filari, ripercorrendo la storia guardando i fossili che si possono trovare in alcune zone vinicole, confrontando le foglie dei diversi vitigni. Alla fine del percorso verranno date loro in premio le femminelle come ricordo della passeggiata in vigna. Tra i diversi giochi pensati dalle cantine socie Mtv Toscana, dove si divertiranno sicuramente anche i più grandi, ci sono laboratori creativi per la realizzazione di etichette appositamente create con foglie, terra, cartone, tappi e tutto quello che i piccoli vorranno usare per rappresentare la vendemmia, ma anche caccia al tesoro tra le botti e l'immane merenda della vendemmia. Non mancheranno inoltre degustazioni di mosto, visite alla cantina ed assaggi dei migliori vini che i soci Mtv Toscana offriranno per l'occasione. "Parliamo tanto di millennials, noi vogliamo puntare ancora più avanti nel tempo, pensando già ai futuri appassionati - spiega Violante Gardini, presidente del Movimento turismo del vino Toscana - perché la cultura e la passione del vino nascono a contatto con le vigne e la cantina, prima ancora che nel



Emozioni
Alla scoperta della magica atmosfera della campagna e delle suggestive cantine

bicchiere".

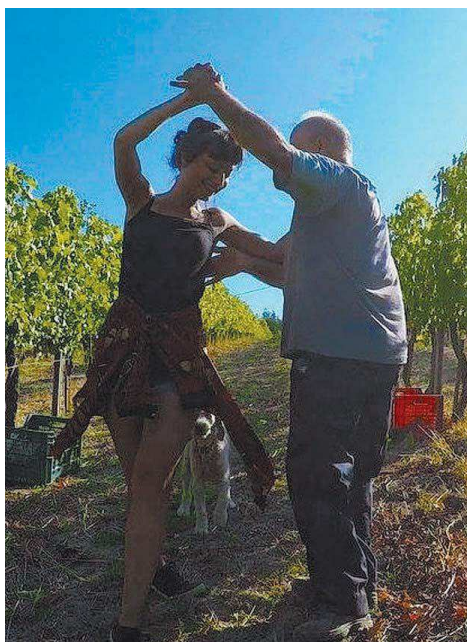
CANTINE APERTE IN PROVINCIA DI SIENA

A Montalcino Franco Pacenti-Canalicchio il 29 settembre ospita gli appassionati per una giornata di vendemmia del Brunello. Anche la fattoria dei Barbi apre le porte ai curiosi di scoprire come nasce un Brunello e come abbinarlo nel pranzo della vendemmia. La Tenuta di Bibbiano a Castellina in Chianti in vari momenti tra settembre e ottobre apre le porte per la storia della vendemmia, mentre la Tenuta Mocenni di Castelnuovo Berardenga il 5 ottobre svela i segreti della propria vendemmia. I programmi ideati dalle cantine socie Mtv Toscana sono già disponibili su www.mtvtoscana.com (in allegato il dettaglio dei programmi).

CANTINE APERTE

L'appuntamento

La kermesse enoturistica più importante in Italia è prevista per il 29 settembre



Turismo del vino
Violante Gardini guida il Movimento in Toscana



Ente no profit con 100 soci
Selezionatissimi, fanno parte dell'associazione Movimento turismo del vino Toscana

Nato in Toscana ventisette anni or sono, è oggi l'evento enoturistico più importante in Italia. Cantine aperte è diventato nel tempo una filosofia, uno stile di viaggio e di scoperta dei territori del vino italiano, che vede, di anno in anno, sempre più turisti, curiosi ed enoappassionati avvicinarsi alle cantine, desiderosi di fare un'esperienza diversa dal comune. Oltre al tradizionale appuntamento di fine maggio, il marchio si lega alla vendemmia, a San Martino, al Natale. Cantine aperte è un marchio di proprietà del Movimento turismo del vino, registrato e protetto giuridicamente per contrastare qualunque abuso/imitazione e garantire ai consumatori qualità e professionalità nell'accoglienza, tratti distintivi delle cantine Mtv.

L'Associazione Movimento turismo del vino Toscana è un ente non profit che raccoglie oltre cento soci fra le più prestigiose cantine del territorio, selezionate sulla base di specifici requisiti, primo fra tutti quello della qualità dell'accoglienza enoturistica. Obiettivo dell'associazione è promuovere la cultura del vino attraverso le visite nei luoghi di produzione. Ai turisti del vino il Movimento vuole, da una parte, far conosce-

re più da vicino l'attività e i prodotti delle cantine aderenti, dall'altra, offrire un esempio di come si può fare impresa nel rispetto delle tradizioni, della salvaguardia dell'ambiente e dell'agricoltura di qualità.



Marketing Oggi



IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

A Bologna la fiera del salutismo Sana. Marchi leader: Rigoni di Asiago, Alce Nero e Brio

Bio italiano, da nicchia a primato

I consumi di prodotti certificati a +5%, le colture a +71%

DI CARLO VALENTINI

Vacanza finita, valigia riposta e di nuovo al lavoro? Se siete colpiti dallo «stress da rientro» potete provare a sollecitare la vostra melatonina, ormone prodotto da una struttura collocata al centro del cervello. In che modo? Ingerendo orzo, olive, noci oppure ricorrendo a concentrati e pillole. Ce ne sono a bizzeffe tra gli stand di Sana, la fiera dedicata al salutismo, a Bologna da oggi al 9 settembre, sei padiglioni e un migliaio gli espositori, 15 euro il biglietto d'ingresso. Una full immersion tra prodotti per (cercare di) star bene, cibo bio, materiali naturali (dai cuscini ai mobili), integratori e cosmetici senza chimica. I consumatori sono allattati dalle sirene ambientaliste e i produttori cavalcano l'onda.

C'è un intero stand dedicato al grano saraceno: era stato dimenticato fino ad arrivare a rischio d'estinzione, come tanti alimenti tradizionali umili e funzionali sta tornando alla ribalta perché facilmente digeribile, non contiene glutine, previene numerose patologie del sistema cardiovas-



sana



Il Sana di Bologna ospita prodotti certificati dal cibo alla bellezza. A sinistra, Roberto Zanoni, presidente di AssoBio

scolare, è un potente antiossidante capace di combattere efficacemente i radicali liberi, e quindi ritardare l'invecchiamento. Non vi basta? Ecco il Tris Energy Juice, supersucco di melograno, bergamotto e bacche fresche di Goji italiano che l'università di Urbino ha certificato di portentoso valore antiossidante.

Tra miti, consumismo, salvaguardia dell'ambiente, prevenzione salutista e business, nei primi due giorni di Sana si terranno gli Stati generali del biologico, con gli ultimi identikit: dal 2011 al 2017 la superficie agricola nazionale a coltivazione bio-

logica è aumentata del 71% e già questo la dice lunga su dove va il mercato. I consumi di bio in Italia sono cresciuti del 5% nell'ultimo anno, l'86% delle famiglie hanno comprato bio almeno una volta. L'export agroalimentare biologico italiano è cresciuto in un anno del

10%, arrivando a 2,2 miliardi. Insomma, la nicchia sta diventando moloch. Anche se l'Italia è ancora indietro rispetto al Nord Europa. Dice **Roberto Zanoni**, presidente AssoBio: «Il nostro Paese è leader assoluto del settore (primo produttore al mondo di agrumi bio, primo in Europa per olio, frutta e ortaggi, secondo al mondo per superficie vitata bio e per produzione di cereali, e prima a livello continentale per numero di imprese del settore) ma è «solo» al quinto posto al mondo e al terzo posto in Europa per entità del mercato interno, con una spesa pro-capite che è ancora contenuta: 52 euro l'anno rispetto ai 288 della Svizzera, 278 della Danimarca e 237 della Svezia».

Al Sana vi saranno in esposizione 950 prodotti. Tanti i convegni, con la richiesta al nuovo governo di varare la legge (già pronta) sulla tracciabilità del biologico. Non mancano gli show cooking con lo chef **Riccardo Facchini**, reduce dalla *Prova del Cuoco*. Infine i leader di mercato. Una ricerca di Pambianco Strategie ha individuato i tre principali (per immagine del brand e fatturato) marchi del mercato: Rigoni di Asiago, Alce Nero e Brio.

© Riproduzione riservata

Il Salone Nautico sbarca a Genova: numeri in crescita da tre anni

Un evento multispecialista per quasi mille espositori e altrettante imbarcazioni, con una vetrina online che cattura i visitatori. È stato presentato ieri a Genova il 59° Salone Nautico organizzato da Ucina Confindustria Nautica, che dal 19 al 24 settembre accoglierà nel capoluogo ligure votato a «città della nautica» operatori del settore e appassionati del mare con attività ed eventi speciali, per vivere il mare a 360°. Nella conferenza di presentazione si è parlato in primis di dati: l'edizione 2019 si apre infatti in un quadro economico dell'industria nautica da diporto che conferma per l'anno in corso lo stato di salute del settore.

«La manifestazione vuole interpretare il valore del comparto e rappresentare al meglio l'anima molteplice dell'industria nautica internazionale di cui l'Italia è assoluta protagonista», ha spiegato Saverio Cecchi, presidente di Uci-

na Confindustria Nautica. «Oggi il Salone Nautico vede numeri consolidati, in crescita costante da tre anni, una grande vetrina per la produzione, un momento di verifica per le politiche di settore». Confermato anche per questa edizione il format come contenitore di quattro Saloni: uno TechTrade dedicato alla componentistica e agli accessori, un Salone della Vela (Sailing World), un salone del mondo del fuoribordo (Boat Discovery) e uno con area Yacht e Superyacht. Il Salone Nautico rappresenta anche il momento per fare il punto sui valori e sulle sfide del settore. Giovedì 19 settembre, giornata di apertura della manifestazione, sarà dedicato all'analisi dei dati dell'industria nautica da diporto: la mattina,

nella Terrazza del Padiglione Blu, con il convegno inaugurale e la presentazione della ricerca completa di Fondazione Symbola «Le Capitali della Nautica», il pomeriggio saranno invece i dati aggiornati de «La Nautica in Cifre», la pubblicazione annuale realizzata dall'Ufficio Studi di Ucina in collaborazione con il Centro Studi Confindustria, Fondazione Edison e Assilea - Associazione Italiana Leasing.

Nelle sei giornate di appuntamenti, in programma workshop, eventi e premiazioni sportive, tra le quali, domenica 22 settembre al Brei-ling Theatre, quella della regata Mille-vele organiz-

zata dallo Yacht Club Italiano. Diversi i partner e gli sponsor della 59esima edizione del Salone Nautico che svolgono un ruolo attivo nell'ambito della manifestazione, offrendo servizi dedicati agli espositori e ai visitatori. Bmw è l'auto ufficiale dell'evento e Breitling l'orologio che scandirà le giornate all'insegna del mare. Main sponsor dell'edizione 2019 sono Fastweb e Banca Carige, sponsor Rina, Grohe, Leffe, mentre tra i partner tecnici Eataly, Compagnia dei Caraibi, Euthalia Fragrances, Corpo Italiano di Soccorso dell'Ordine di Malta. Clothing partner sarà invece Slam. Il sindaco della città Marco Bucci ha poi annunciato ieri che il salone servirà a consolidare il futuro di Genova come Città della Nautica, riprendendo lo slogan coniato da Ucina e legandolo alla crescente blue economy che dà lavoro al capoluogo.

© Riproduzione riservata



Saverio Cecchi