

Di vino

Un Nobile d'Asia

Diciotto fra operatori e giornalisti del settore vinicolo sono stati i protagonisti di un' iniziativa, promossa dall'Enoteca Italiana di Siena in collaborazione con il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, per l'apertura al mercato asiatico. L'attività rientra tra quelle di Yishang, la Casa del Vino di Toscana, struttura inaugurata a Shanghai dalla Regione Toscana. Il programma del tour a Montepulciano ha visto degustazioni e visite in aziende e in cantina nella prospettiva di accordi e scambi commerciali.

Sangiovese pride

Ravenna celebra il Sangiovese di Romagna fino al 10 novembre. Il Sangiovese di Romagna, frutto eccellente della terra di Pascoli e Fellini, vino che sta crescendo per qualità e prestigio anno dopo anno, è di nuovo protagonista della VI edizione di «GiovinBacco in Festa». La manifestazione offre ai vignaioli la possibilità di proporre a un pubblico sempre più numeroso e attento le loro migliori produzioni: quest'anno sono 54 le cantine presenti, il meglio dell'enologia di Romagna.

I fiaschi di Gianna

Sarà Gianna Nannini, rockstar e adesso produttrice di

vini Igt toscani, a guidare la degustazione in programma il 15 novembre presso l'Università di Siena e organizzata all'interno di «Vino e giovani». Il progetto in collaborazione con le Regioni e le Università, affidato per l'esecuzione a Enoteca Italiana (Siena), vuole trasmettere il messaggio che il vino è un buon amico dell'uomo, un messaggio legato all'idea positiva di consumo consapevole e moderato di una bevanda come il vino. L'iniziativa è rivolta ai ragazzi tra i 18 e i 30 anni di età.

Novello d'abitudine

Il Novello è un piacevole rito di stagione anche per gli enoappassionati, che finora tendevano a snobbarlo. Per il 38% degli amanti del buon vino, stappare un Novello è diventata una consuetudine dell'autunno. Questi i risultati del sondaggio realizzato da www.winenews.it e Vinitaly. I giovani rimangono il principale target del Novello, grazie alle peculiarità di questo vino che sposa perfettamente il gusto delle nuove generazioni. A spingere agli acquisti è la curiosità per un vino diventato sinonimo di inizio autunno e primo anticipo di caratteri e colori della nuova vendemmia.

Andrea Settefonti

