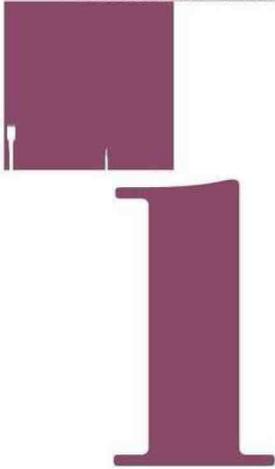




*Dalle degustazioni a San Gimignano ai calici rispettosi della natura a base di uve resistenti, fino alla spesa al supermercato come in un teatro*



IL FESTIVAL

**Tutti alla corte della Vernaccia**

**S**arà il primo festival dedicato a una Regina. Una Regina Ribelle come recita il titolo della manifestazione in programma sabato 3 e domenica 4 giugno a San Gimignano, nel cuore vitivinicolo della Toscana. Perché la sovrana in questione non regna in un castello ma ha il suo trono in un bicchiere. Si tratta di Sua Maestà la Vernaccia, grande vino bianco

toscana che sarà celebrato dal primo all'ultimo sorso in questa edizione di partenza del "Wine Fest". Un evento voluto dal Consorzio e dai produttori di questa eccellenza per consentire ad appassionati e operatori di settore di assaggiarne e assaporarne l'anima proprio nei luoghi in cui è iniziata la sua storia secolare e dove il suo cammino di gusto prosegue. Un appuntamento pensato e realizzato sul territorio che prevede due giornate con percorsi di degustazione itineranti per il centro storico della suggestiva cittadina in provincia di Siena, a Nord-ovest di Firenze. Non mancheranno incontri con i produttori e i wine tasting, i test enologici guidati alla Rocca di Montestaffoli, sede della Vernaccia di San Gimignano Wine Experience. Si tratta della prima edizione di un evento ideato nel luogo che si vuole raccontare a tutto tondo attraverso la sua eccellenza, ovvero il grande vino bianco di Toscana. Fra degustazioni e banchi d'assaggio ci sarà anche l'appuntamento con l'aperitivo serale e il DJ set. Oltre a esibizioni e momenti di spettacoli da gustare in ogni angolo del centro storico. Durante il festival dedicato alla Regina da sorseggiare, i ristoratori locali, inoltre,





proporranno a tutti il “Menu della Vernaccia di San Gimignano” studiato dall’inizio alla fine con abbinamenti fra cibo e vino.

**LU. MOS.**

# 2

## IL VIAGGIO

### Bere ed esplorare con i Piwi del futuro

**S**i chiamano vini PIWI, dall’acronimo tedesco Pflanzwiderstandsfähig ovvero vitigno resistente ai funghi, e rappresentano una tappa di un viaggio in un universo ancora molto da esplorare. E che, secondo la Cantina Pizzolato, segnerà l’inizio di una nuova era della viticoltura, con il rispetto per l’ambiente e la biodiversità al centro di tutto. Oggi la Cantina trevigiana, specializzata nella produzione biologica e vegana dal 1991, dedica a questi vitigni 16 ettari di superficie per cinque vini che puntano alla naturalezza. Sono piccoli grandi capolavori da bere non solo con il palato ma anche con l’immaginazione, a partire dalle etichette

“narranti” dallo stile tribale. La protagonista è una libellula, simbolo di un’agricoltura pulita e di voglia di scoprire e continuare a esplorare nel solco dell’agricoltura sostenibile. Il bianco Huakai è una metafora del viaggio e si riferisce a quello compiuto dall’azienda che è passata dai vini tradizionali a quelli provenienti da varietà resistenti. Altre due etichette, “Hoopa” e “Hurrà”, raffigurano la partenza iniziale e poi la grande gioia del traguardo, per aver finalmente raggiunto l’obiettivo, la meta agognata. Infine, il rosso Kontiki: «Prende il nome dalla zattera utilizzata dall’esploratore e scrittore norvegese Thor Heyerdahl nella sua spedizione nel 1947 - ci racconta Sabrina Rodelli, Export Manager del brand - attraverso l’Oceano Pacifico dal Sud America alle isole della Polinesia. Il battello fu così chiamato secondo un antico nome Inca del dio della pioggia (Kon). Per me questi vini sono proprio il simbolo di un mondo nuovo, tutto da conoscere ed esplorare, un mezzo attraverso il quale abbiamo potuto osare e sperimentare».

**LU. MOS.**

# 3

## L’INNOVAZIONE





## La borraccia magica per picnic felici

L'acqua a portata di sorso. Sempre e ovunque. Perché non manchi mai e sia a disposizione all'occorrenza. E per tutti i gusti, letteralmente. Perché, per esempio, è possibile avere con sé in ogni circostanza una borraccia speciale che all'apparenza sembra essere come tutte le altre, ma in realtà non lo è. Perché ha la stessa chiusura ermetica e la fibbia per trasportarla o appenderla al collo, così da renderla ancora più pratica per il trasporto, ma ha un segreto e un vantaggio in più che la rendono davvero unica: è una bottiglia con un infusore interno che permette di inserire frutta, verdure, erbe aromatiche e cubetti di ghiaccio, per aromatizzare, insaporire o rinfrescare ciò che si vuol bere. Ideale per chi fa sport, per i picnic o anche da tenere sulla scrivania in ufficio, è prodotta da Tescoma nella linea Purity. Ed è realizzata con un materiale plastico usato anche in ambito medico: neutro, che non altera la qualità dei liquidi conservati all'interno. Per il fuori casa, soprattutto ora che con la bella stagione si sta sempre più spesso all'aperto e ci si mette in viaggio, non può mancare una bottiglia riutilizzabile, ancora meglio se è termica per portare con sé bevande calde o fredde, con la garanzia di averle sempre pronte e alla temperatura ideale. Quella con l'infusore incorporato

è in acciaio inossidabile con guarnizioni in silicone che la rendono ermetica e permettono di mantenere la temperatura per diverse ore. C'è poi anche la caraffa in vetro borosilicato resistente al calore, sempre con un infusore interno con filtro a maglia finissima. Per preparare in modo naturale e personalizzato infusi, tè o caffè sia a caldo che a freddo.

**LU. MOS.**



LA SPESA

## Se i consumatori sono "personaggi"

Non semplici clienti, ma componenti attivi di una comunità speciale perché variegata, con gusti personali e abitudini differenziate a seconda della propria "passione" d'acquisto: è così che "Iper la grande i" considera la sua clientela. Tutti, uno per uno, sono unici, praticamente dei personaggi.





Anzi "Ipersonaggi", come quelli dell'omonimo concorso proposto da una delle realtà più importanti nel panorama nazionale della Grande distribuzione organizzata. Non sono previsti solo premi, ma si partecipa anche a una sorta di contest dello shopping quotidiano al grido di «Dimmi che spesa fai e ti dirò chi sei». Fino al 19 novembre «per provare a vincere, basta essere sé stessi». I clienti devono collegarsi alla pagina [ipersonaggi.iper.it](http://ipersonaggi.iper.it), fare il test e rispondere a qualche domanda per scoprire a quale profilo si appartiene. Per esempio, c'è lo Chef fuori casa rappresentato dal TikToker Alessio Pellizzoni. Frase preferita: «Stasera cucino io». O l'Aperi-tizio come il professore-attore star dei social Filippo Caccamo. Con olive, salatini e gingerino sempre in lista. E ancora: la Nativa Digital che riempie più carrelli online di quelli con le ruote; il Grigliatutto che "si accende" ogni volta che si pensa a un pranzo tra amici; il Bio-centrico per il quale una ricetta buona lo è due volte, per sé e per il pianeta; l'Eroe delle promo che fra le corsie va a caccia di risparmio ed è «pazzo per la spesa» ma soltanto se spende il minimo. E poi il Gourmet per il quale anche lo spuntino deve essere stellato o ancora lo Zero Sbatti che si alza dal divano solo quando «è pronto». Come dire; a ciascuno il suo "esame di carrello".

**LU. MOS.**

