

Parbacco!, a Parre vini e piatti gourmet in piazza

Sabato 27 maggio, dalle 18 la rassegna che coinvolge tre locali nell'antico Borgo del Ducato di Parre di Sotto

Slow Fish, il pesce buono e sostenibile torna protagonista a Genova

Dal 18 al 21 maggio al Porto Antico, l'evento internazionale dedicato alla filiera ittica, alle risorse del mare e dei laghi

Concorso enologico, al via "Premio Qualità Italia 2017"



Anche quest'anno, il Concorso enologico nazionale "Premio Qualità Italia 2017", organizzato dalla Scuola di alta formazione e perfezionamento "Leonardo" di Città Sant'Angelo, si farà in Abruzzo. Il Concorso è stato approvato dal ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e – dopo il successo delle passate

edizioni, con la partecipazione di cantine di tutte le regioni d'Italia e con numerosi riconoscimenti per la professionalità dello staff organizzativo, delle commissioni di valutazione e dell'organizzazione generale – si appresta a registrare una significativa partecipazione con adesioni di cantine di varie regioni italiane. I campioni dovranno pervenire alla sede della Scuola "Leonardo" entro il **9 giugno** prossimo. Le degustazioni inizieranno il 14 giugno e la premiazione avrà luogo il 1° luglio. Il regolamento, la scheda d'iscrizione e il verbale di prelievo sono consultabili sul sito www.premioqualitaitalia.org e la mail di riferimento è: concorso@premioqualitaitalia.org (tel. 085.21963).

Anche quest'anno l'organizzazione si propone lo scopo di mettere in evidenza la migliore produzione italiana per le categorie dei vini ammessi al concorso, valorizzare le tipicità italiane e regionali, presentare al pubblico le tipologie dei vini caratteristici di ogni regione, premiare lo sforzo delle Aziende produttrici e stimolare il continuo miglioramento qualitativo dei loro prodotti contribuendo così alla divulgazione del brand Italia nel mondo. I vini premiati saranno poi oggetto, per l'intero 2017, di particolari azioni promozionali da parte della Scuola Leonardo.

Ecco le categorie di vino a concorso:

- **IGT** (Indicazione Geografica Tipica: Rossi, Bianchi e

Rosati)

- **DOC** (Denominazione di Origine Controllata: Rossi annate 2016, 2015, 2014, 2013, 2012 e precedenti, Bianchi annate 2016, 2015 e precedenti, Rosati)
 - **DOCG** (Denominazione di Origine Controllata Garantita: Rossi e Bianchi e Rosati)
 - **Vini Frizzanti** (Rossi DOC e IGT, Bianchi DOC e IGT, Rosati DOC e IGT)
 - **Vini spumanti** (Rossi VSQ, DOC VSQ e IGT VSQ, Bianchi VSQ, DOC VSQ e IGT VSQ, Rosati VSQ, DOC VSQ e IGT VSQ)
 - **Vini passiti** (DOC, IGT)
-

Italia in Rosa, a Moniga 132 cantine con il meglio dei rosé italiani



Italia in Rosa prepara un decennale da record: la rassegna dei Rosé italiani e dei Chiaretti torna nel ponte della Festa della Repubblica (2-4 giugno) schierando 132 cantine per un totale di 194 etichette in degustazione. Numeri mai

raggiunti prima dalla ormai storica vetrina gardesana del drink pink, in programma come sempre a Moniga del Garda, città del Chiaretto. E sarà proprio il classico rosé della riviera bresciana del Garda a fare gli onori di casa con la partecipazione di 33 aziende associate al Consorzio Valtènesi, in una tre giorni che registra anche un boom di adesioni dalla Puglia con ben 26 insegne. Presenza quest'ultima che rafforza

l'asse strategico Valtènesi-Salento, sancito quest'anno dalla collaborazione fra Italia in Rosa e Roséxpo, in programma a Lecce dall'8 al 10 giugno: a Moniga parteciperanno i 19 produttori riuniti nell'associazione deGusto Salento, mentre il Consorzio Valtènesi sarà schierato a Lecce con un pool di una quindicina di cantine, a configurare quella che si preannuncia come una settimana promozionale di alto livello all'insegna del bere rosa con focus particolare sui territori maggiormente vocati a questa produzione.

A Moniga sventoleranno anche le bandiere del Veneto (15 cantine), della Toscana (che sarà presente anche con l'associazione Rosae Maris- Vini Rosati di Maremma), della Sicilia e del Piemonte (sette aziende in entrambi i casi). Ma le dimensioni dell'evento sono destinate a crescere ulteriormente nei prossimi giorni grazie anche all'adesione di altre realtà come Le Donne del Vino, il Consorzio Oltrepò Pavese, la sezione toscana della Fivi ed altre ancora. In qualità di ospiti internazionali non mancheranno inoltre i raffinati Rosé della Provenza. La manifestazione si terrà nel castello di Moniga, tipica costruzione difensiva del territorio che risale al periodo tra il XIV e il XV secolo, dove ora è a disposizione una grande area per eventi con un panorama di grande suggestione sul lago di Garda: l'ingresso costa 10 euro con degustazione libera di tutti i vini, cui vanno aggiunti 3 euro di cauzione per sacca e bicchiere che verranno restituiti alla riconsegna.

Info: www.italiainrosa.it

“Masticare Cultura”, lo spettacolo teatrale si gusta al ristorante. Ecco il programma

Torna la rassegna della residenza Qui e Ora. Si comincia il 4 maggio al Tavernacolo di Osio Sotto

Seriate, porte aperte e degustazioni gratuite al birrificio Otus

Sabato 6 maggio dalle 15 alle 19 si potrà visitare l'impianto produttivo e assaggiare tre creazioni selezionate

A Bossico torna la “Festa dei formaggi dell’altopiano”



Valorizzare un prodotto storico, fortemente legato al territorio ed espressione delle tradizioni casearie tipiche del mondo contadino. Con questo obiettivo la Pro Loco di Bossico, con il patrocinio della locale

Amministrazione comunale e di Coldiretti Bergamo, ha organizzato la quinta edizione della "festa dei formaggi dell'altopiano di Bossico". L'evento – in programma dal 28 aprile al primo maggio – quest'anno si è dato una veste particolare e si è trasferito dal centro abitato alle cascine dislocate in pineta, per dare la possibilità ai partecipanti di rendersi conto che fare il formaggio in cascina non è come lavorare in un caseificio: non ci sono strumenti di precisione, si fa tutto a mano e a occhio, seguendo l'esperienza e l'istinto. Ogni gesto si ripete sempre uguale e ogni volta diverso, perché il latte crudo è un alimento vivo e le giornate non sono mai le stesse. È questa l'unicità dei sapori dei formaggi dell'altopiano di Bossico.

La manifestazione si aprirà venerdì 28 aprile, alle ore 20.45 nella sala dell'oratorio di Bossico, con un interessante incontro su come un prodotto tipico può essere rappresentativo di un luogo e per quel luogo essere attrattiva e creare indotto. Relazioneranno: Chicco Coria chef bergamasco promotore del lancio della patata di Martinengo, Andrea Messa dell'associazione "Grani dell'Asta del Serio", Carlo Belotti segretario della zona Montagna Orientale di Coldiretti Bergamo, Giulio Signorelli del negozio storico di Bergamo "Ol Formager", grande conoscitore internazionale di formaggi. Durante la serata verrà anche presentato, a cura di Pro Loco Bossico, il progetto di promozione dei formaggi dell'altopiano di Bossico.

Domenica 30 aprile, dalle 14, la manifestazione si trasferirà in cinque aziende agricole della zona che producono

artigianalmente e con maestria gustosi prodotti caseari. Ci sarà così la possibilità di fare una passeggiata tra queste realtà produttive, per assistere ai vari momenti del lavoro agricolo, degustare e acquistare prodotti a km zero. Verranno realizzate anche attività dedicate ai bambini. Chi seguirà questo “agri percorso” avrà anche la possibilità di adottare una mucca tra quelle presenti nelle stalle. La scelta potrà essere fatta tra Bianca – Luce – Jessy – Milka – Camilla – Stella – Portogalo – Parma – Lory – Cerva – Romana – Venezia. Adottare una mucca comporterà l’acquisto di un’intera formaggella al prezzo di 7 euro al chilo, questo darà diritto all’acquisto, per tutto l’anno successivo, di formaggelle sempre allo stesso prezzo.

Adottare una mucca si propone di sostenere il lavoro dei casari e di garantire l’acquisto di un prodotto genuino. Il primo maggio, alle 10, si terrà invece un’escursione guidata fra prati e boschi per il riconoscimento delle erbe spontanee con le quali, nel pomeriggio, sempre sotto la guida di mani esperte, si imparerà ad aromatizzare i formaggi freschi per renderli ancora più gustosi e digeribili.

Cibo di strada, ad Alzano tornano le specialità di The Big Food Festival

Dal 21 al 23 aprile allo Spazio Fase la rassegna dedicata ai piatti della tradizione regionale e alle nuove tendenze in

chiave street. Birre, cocktail e musica completano il menù

Il cibo nella tradizione bergamasca, scuole in concorso con Food Film Fest

Nel contest internazionale quest'anno c'è anche una sfida per i ragazzi delle elementari di Bergamo e provincia che realizzeranno filmati dedicati alle tipicità. In palio buoni per l'acquisto di materiale scolastico

Vino, nella vendita online vincono i grandi brand



Tannico ha presentato i dati della ricerca sul mondo del vino, effettuata con il panel di consumatori più ampio mai utilizzato, pari a 50mila consumatori. Un campione decisamente consistente considerato che su 10 bottiglie

vendute online 3 vengono consegnate da Tannico. La ricerca è nata grazie ai dati estrapolati da Tannico Intelligence, un servizio dedicato alle cantine e ai consorzi, che permette di accedere a milioni di informazioni registrate sulla

piattaforma di vendita della più grande enoteca online d'Italia. La risposta principale a cui questa ricerca ha dato voce è: cosa bevono gli italiani e come si distinguono fra loro? Che peso ha il marketing nelle vendite? E le stelle e gli astri hanno anche loro un peso? Sono i dati a parlare e il risultato è spesso sorprendente e a tratti anche piuttosto divertente.

Consumi e tendenze

Tra le prime evidenze di questa analisi, emerge inaspettatamente un testa a testa tra la Lombardia e l'Abruzzo, che si contendono il primato di high spender in Italia con 11 euro di prezzo medio a bottiglia, seguiti da Veneto (9,5 euro), Sicilia (8 euro) e Molise (6,5 euro). A sorpresa Gallarate, vicino a Milano, vince il premio di città che investe di più per una bottiglia di vino. In questa produttiva cittadina della provincia di Varese, il prezzo medio di vendita al pubblico per bottiglia arriva a circa 17 euro (il 95% in più rispetto a Genova e il 120% in più rispetto a Napoli). A seguire Firenze (13,5 euro), Milano (10 euro) e Roma (9 euro). Nella vendita di vino online si conferma il primato dei grandi brand, che battono i piccoli produttori in termini di vendite (10%), considerati probabilmente più affidabili per i neofiti del calice, che faticano a orientarsi nel *mare magnum* delle cantine italiane. Al primo posto emerge una tra le cantine più note della Sicilia, Donnafugata (9,67%), simbolo del rinascimento enoico del sud Italia. Di misura Ferrari (9,56%) si conferma il re delle bollicine *made in Italy* da metodo classico, mentre il bronzo per i più venduti se lo aggiudica Tramin, una cantina altoatesina che coniuga i grandi numeri a quella costanza qualitativa tipica delle migliori realtà artigianali. A seguire Contadi Castaldi (6,07%), Tenuta San Guido (6,02%) San Michele Appiano (5,65%), Bertani (5,21%), Antinori (5,14%) Bellavista, (4,87%) e Planeta (3,99%). Nel comparto delle bollicine, la vittoria dello Champagne è schiacciante (49%),

grazie soprattutto all'ampio acquisto di prodotti del gruppo Moët. Se però consideriamo la totalità delle bollicine italiane, sia da metodo classico che charmat, queste battono per due punti percentuali (51%) l'insieme di tutti gli Champagne francesi. Tra le bollicine italiane preferite dalla rete svetta in cima al podio il Franciacorta (26%), che distacca persino il più economico Prosecco (19%), che tuttavia dà il lungo al Trento DOC (6%), fanalino di coda della nostra classifica – denominazione penalizzata dall'aver solo una cantina particolarmente conosciuta al grande pubblico. Entrando nel particolare, tuttavia, è interessante sottolineare come subito dopo il Dom Pérignon (10,69%) ci sia Ferrari (6,96%), che fa la parte del leone di tutte le bollicine trentine, oltre che italiane. A seguire Louis Roederer (4,99%), Monte Rossa (4,78%), Contadi Castaldi (4,60%), Ruinart (4,00%), Bellavista (3,61%) Philipponat (3,58%) e Andreola (3,25%).

Uomini, donne e millennial: chi acquista cosa?

Sulla base 50mila acquirenti, i clienti di Tannico sono stati divi in tre fasce: uomini e donne sopra i 35 anni e ragazzi fra i 18 e i 35 anni, maschi e femmine (Millennial). Cliché confermati a metà, sul rapporto tra donne e vino , con qualche piccola sorpresa. La preferenza del gentil sesso cade complessivamente sulle bollicine, sia italiane che francesi (47%), con il superamento di un solo punto percentuale dello Champagne (24%) su quelle prodotte lungo tutto lo stivale (23%). Sul fronte d'oltralpe svettano le Maison Dom Pérignon e Ruinart, che danno qualche considerevole lunghezza a Philipponat, Canard Duchene, Aubry, Krug, Louis Roederer, Moët & Chandon e Jacquesson. In Italia vince nuovamente Ferrari, a cui segue Monte Rossa, Contadi Castaldi, Andreola, Berlucchi, Bellavista, Ferghettina, Mosnel e Fratelli Berlucchi. A sorpresa, tuttavia, le donne scardinano un vecchio cliché dimostrando di apprezzare anche i vini rossi, acquistati per il 31%, seppur da pronta beva, contro i bianchi preferiti per

il 22%, con particolare predilezione per gli aromatici come il Gewürztraminer. Se le donne apprezzano una buona bollicina, gli uomini confermano la tendenza di essere degli estimatori dei rossi (44%), a cui seguono le bollicine (35%) e i bianchi (21%). Nella fascia dei rossi corposi vincono a mani basse quelli da invecchiamento (20% diviso fra Bolgheri, Barolo, Amarone e Brunello). Si conferma, invece, la maggiore propensione all'acquisto maschile, che rimane non solo più alto ma ricorrente e fatto di un numero superiore di bottiglie.

A mettere d'accordo uomini e donne, tuttavia, sono alcune cantine molto note come Dom Pérignon, Donnafugata, Ferrari e la Cantina Tramin. Tra le grandi sorprese emerse da questa ricerca, i Millennial della rete sembrano del tutto diversi da quella "generazione 1000 euro", che li vorrebbe con lavori precari, senza reddito fisso e uno stile di vita morigerato. Al contrario i Millennial, sia maschi che femmine, acquistano vini che rappresentano uno status symbol, come lo Champagne e bottiglie da invecchiamento (Bolgheri, Barolo, Amarone e Brunello per il 23%), incredibilmente molto di più della fascia over 35 maschile, che sceglie più Prosecco rispetto ai giovani. I Millennial invece preferiscono al Prosecco (8%), il metodo classico (15%, diviso tra Franciacorta e Trento Doc) più di tendenza ed elegante.