

Luglio 2024
July



NEWS



MAGAZINE

PREMI _____ pag. 3

pag. 4

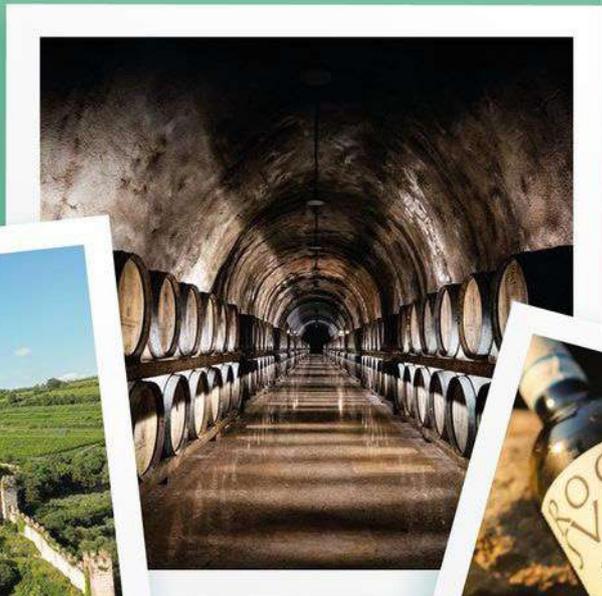
**EVENTI
CONCLUSI**

**RASSEGNA
STAMPA** _____

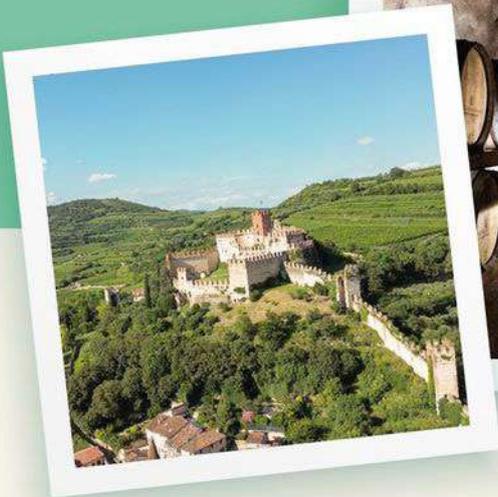
pag. 5
pag. 6
pag. 7
pag. 8
pag. 9
pag. 10
pag. 11



Tripadvisor' Travellers Choice Awards Winner 2024



BORGO
ROCCASVEVA



Borgo Rocca Sveva



Reviews from millions of Tripadvisor travellers
place this winner in the top 10% worldwide.

“L'APERITIVO IT'S SUMMERTIME”



Borgo Rocca Sveva



4 Luglio 2024



EVENTI CONCLUSI
/END OF THE EVENTS

SULLE STRADE DEL VINO: DAL PROSECCO AL SOAVE

by Federico Alberto



Il Veneto è una regione rinomata per la ricca tradizione vitivinicola, dove il legame tra il territorio e i suoi prodotti non solo è profondo: è indissolubilmente intrecciato con la promozione turistica. Ne abbiamo parlato con Diego Tomasi, direttore del Consorzio di tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, e con Alberto Marchisio, direttore generale di Cadis 1898, per esplorare come due realtà molto diverse tra loro vivono e promuovono questo legame.

A Diego Tomasi abbiamo chiesto di raccontarci in breve la storia del territorio...

"Parto dalla fine del 1800, con le prime immagini delle colline messe a coltura, con la realizzazione dei ciglioni. Tra le due guerre, negli anni '30-'40, il vigneto comincia a emergere. Durante il secondo dopoguerra, tra il 1960 e il 1962, nasce il consorzio e la viticoltura diventa specializzata quasi al 100%, per poi configurarsi come viticoltura moderna negli anni '80. Dal 2000, il vino diventa elemento trainante, con una qualità eccellente. Nel 2009, il Prosecco ottiene la denominazione DOCG e nel 2019 il riconoscimento Unesco. Oggi, con 8660 ettari coltivati, rappresenta una risorsa fondamentale.

Per noi, prodotto e territorio sono due elementi complementari. La nostra ambizione è quella di far sì che, in futuro, i visitatori vengano nel nostro territorio soprattutto per il nostro prodotto. È il prodotto che dobbiamo tutelare, valorizzare e che deve distinguerci. Tuttavia, non dobbiamo trascurare l'attrattiva del paesaggio e il prestigio legato al riconoscimento Unesco. Questi aspetti non sono indifferenti, ma non devono diventare prevalenti rispetto al nostro prodotto. Il prodotto è la nostra specificità e il nostro futuro. Pertanto, le due cose devono procedere insieme, mantenendo però la loro distinzione."

Anche per Cadis 1898 il rapporto con il territorio è stretto e identitario, come spiega Alberto Marchisio.

"Il legame con il territorio del Veneto si manifesta in ogni aspetto del nostro lavoro e dei nostri prodotti. Cadis 1898 è radicata nel cuore di una delle più rinomate aree vitivinicole d'Italia. Utilizziamo principalmente vitigni autoctoni, come Garganega, Corvina e Rondinella, che rappresentano l'essenza stessa del nostro territorio. Le nostre tecniche rispettano le pratiche tradizionali, tramandate di generazione in generazione, assicurando che ogni bottiglia di vino che produciamo sia un riflesso autentico del nostro terroir.

Le certificazioni di qualità, come le denominazioni DOC e DOCG, attestano l'origine controllata e garantita dei nostri vini, sottolineando l'impegno che mettiamo nel mantenere l'eccellenza. Partecipiamo attivamente a eventi locali, celebrazioni e collaborazioni con enti culturali, promuovendo la storia e la cultura della nostra regione attraverso i nostri prodotti."

Entrambe le realtà, Consorzio di tutela da una parte e Cooperativa di produzione dall'altra, in virtù del loro radicamento e della loro lunga storia, sono testimoni dell'evoluzione del turismo e dei profondi cambiamenti nel profilo dei turisti che frequentano queste zone.

Spiega Diego Tomasi:

"Oggi, il turista che percorre i nostri sentieri, visita i nostri vigneti e ammira i nostri panorami è innanzitutto un turista più informato. Sa esattamente dove andare, cosa vuole vedere e quali percorsi seguire. Questo nuovo tipo di visitatore dimostra un profondo rispetto per l'ambiente e riconosce la fatica necessaria per gestire un territorio così ricco e complesso. Non è un turista da scampagnata, ma una persona consapevole e attenta, che apprezza la qualità e la serietà del territorio che visita.

Un territorio che attira un "turismo evoluto" è un territorio che si sta creando una reputazione di serietà e alta qualità. Questo si riflette anche nelle cantine, che non solo si occupano di ospitalità ma anche di accoglienza. L'ospitalità è ciò che prepari per il turista: il mazzo di fiori che trova al suo arrivo, i percorsi curati, le aiuole fiorite e gli interni ben allestiti. L'accoglienza, invece, riguarda il modo in cui ti proponi all'ospite: la tua empatia, credibilità e cordialità. Sono due aspetti distinti ma complementari: uno riguarda ciò che costruisci, l'altro come ti presenti.

Recentemente, abbiamo condotto un'indagine, conclusasi un paio di mesi fa, coordinata da Fabio Piccoli di Weimeryam, su tutte le nostre cantine e una cinquantina di ristoranti. L'obiettivo era monitorare lo stato dell'arte dell'ospitalità nelle nostre strutture, chiedendo alle cantine quali servizi offrono e raccogliendo il parere dei clienti attraverso questionari anonimi. Questo ci ha permesso di capire il livello di qualità a cui possiamo aspirare. Abbiamo ottenuto un riscontro del 75% sui 300 associati, il che ci fornisce una solida base per migliorare ulteriormente."

Anche Cadis 1898 ci offre un interessante punto di vista, dal suo osservatorio privilegiato.

"Nel corso dei nostri oltre 100 anni di attività, abbiamo osservato notevoli cambiamenti nel profilo dei turisti che visitano le nostre zone. Inizialmente, il turismo era prevalentemente locale e nazionale, ma negli ultimi decenni abbiamo assistito a un aumento significativo di visitatori internazionali. Questi nuovi turisti sono attratti dalla fama mondiale dei nostri vini e dalla bellezza del paesaggio veronese.

Soave, cuore della nostra azienda, è un borgo medievale che sta conoscendo un grande successo. Qui, nel 2023 si erano registrate circa 16mila notti dormite, numeri più che raddoppiati nel 2023, con una impennata di presenze: ben 34.900 notti dormite, che in percentuale rappresentano una crescita del 230%. Si tratta del tasso di crescita più alto tra tutte le destinazioni turistiche individuate come marchio d'area per il veronese. Oggi, i turisti cercano esperienze più autentiche e personalizzate. Le nostre offerte di degustazioni e tour sono state adattate per rispondere a questa crescente domanda di turismo esperienziale, con un occhio alla sostenibilità ambientale."

È inevitabile quindi che le attività delle due realtà intersechino il settore del turismo e della promozione del territorio. Conferma Alberto Marchisio:

"La nostra attività è strettamente interconnessa con la promozione del territorio. Il nostro impegno nell'enoturismo ci permette di offrire esperienze uniche ai visitatori, che possono immergersi nella tradizione vitivinicola veneta attraverso visite guidate ai vigneti e alla cantina Rocca Sveva, il nostro centro d'eccellenza, seguite da degustazioni di vini.

Collaboriamo con varie realtà locali per inserire i nostri percorsi enogastronomici nei loro itinerari, rendendo la visita alle nostre strutture una tappa imperdibile per i turisti. Naturalmente partecipiamo regolarmente a fiere internazionali del vino e a eventi enogastronomici, promuovendo non solo i nostri prodotti, ma anche le bellezze naturali e culturali veronesi. Sentiamo la responsabilità di essere ambasciatori del Veneto, sia in Italia che all'estero. Interpretare questa responsabilità significa per noi garantire che ogni bottiglia di vino che esce dalla nostra cantina sia un esempio di qualità ed eccellenza della viticoltura veneta.

Siamo consapevoli che ogni nostra azione riflette non solo sulla nostra azienda, ma anche sull'immagine del territorio che rappresentiamo. Manteniamo un equilibrio tra innovazione e rispetto delle tradizioni, cercando sempre di rappresentare al meglio l'identità del nostro territorio. La nostra missione è quella di portare un pezzo di Verona e del Veneto nel mondo, attraverso vini che raccontano la storia e la passione della nostra terra."

er dimostrare amore verso il territorio, oggi più che mai, l'impegno per la sostenibilità è diventato imprescindibile. Il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG ha varato nel 2024 la prima edizione del Rapporto di sostenibilità della Denominazione, che documenta le performance rispetto ai tre pilastri della sostenibilità: economico, ambientale e sociale.

"Dal punto di vista ambientale, abbiamo implementato varie pratiche ecologiche per gestire efficacemente i vigneti, come l'uso controllato dei prodotti fitosanitari, monitorati con strumenti avanzati come le capannine meteorologiche, utilizzate dal 31,4% delle case spumantistiche. I Bollettini di difesa del Consorzio sono consultati dal 70,3% degli imbottigliatori e dal 76,7% delle aziende viticole. Inoltre, l'uso di biostimolanti e corroboranti, che migliorano la resistenza delle piante agli stress ambientali, è in aumento, con il 31,4% delle case spumantistiche e il 21% delle aziende viticole che ne fanno uso.

Le pratiche ambientali influenzano positivamente anche la sostenibilità economica: riducendo l'uso di fitosanitari e migliorando la qualità del prodotto, il Consorzio ha rafforzato il posizionamento del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG nel mercato globale, garantendo una remunerazione soddisfacente alle aziende produttrici. L'attenzione alla qualità ha consolidato la reputazione del prodotto, mantenendo alta la domanda. Sul fronte sociale, il Consorzio promuove l'inclusione dei giovani nel settore, con un aumento del 44,5% del loro ingresso in ruoli operativi, di coordinamento e dirigenziali negli ultimi cinque anni. Attualmente, il 37,3% dei lavoratori nelle aziende della Denominazione ha meno di 40 anni. Il Consorzio investe anche in manifestazioni culturali e locali, destinando circa 100.000 euro per sponsorizzare eventi e premi culturali, come il Premio Campiello Giovani."

Un impegno che caratterizza anche Cadis 1898, come racconta Alberto Marchisio:

"Il nostro amore per il territorio si manifesta attraverso un impegno concreto per la sostenibilità, che consideriamo un pilastro fondamentale della nostra attività. Adottiamo pratiche agricole il più possibile sostenibili per ridurre l'impatto ambientale e preservare la biodiversità nei nostri vigneti. Abbiamo investito in impianti di energia rinnovabile, come pannelli solari. Infine, da molti anni oramai abbiamo aderito al programma "RaCycle", un'iniziativa di riciclo degli scarti delle etichette. In questo modo, cerchiamo di garantire che la nostra attività sia in armonia con l'ambiente, contribuendo alla preservazione del nostro territorio per le future generazioni."

Se l'approccio verso la sostenibilità riguarda profondamente il futuro del pianeta, per concludere abbiamo chiesto a Diego Tomasi come immagina il territorio del Prosecco nei prossimi 15 anni:

"In questo momento siamo in una fase di restauro del paesaggio, dopo le difficoltà con la Flavescenza dorata e altri eventi meteorologici avversi. Se ci proiettiamo da qui a 10 o 15 anni, vedo un territorio sempre più ordinato, sempre più specializzato, sempre più portato verso un'accoglienza di alto livello. E quindi, sicuramente un territorio che si specializzerà verso due prodotti: il vino e il turismo.

Occorrerà sviluppare progetti sulla mobilità più sostenibile, sulla miglior percorribilità delle nostre strade, sulle nuove opportunità turistiche. Tuttavia, ci sono sfide significative legate alla gestione dei vigneti, specialmente quelli più difficili da coltivare e mantenere, come le viticole eroiche. Le nostre Rive. L'alto costo della manutenzione, aggravato dai cambiamenti climatici e dalla mancanza di manodopera, mette a rischio queste aree. Il futuro dipenderà dalla capacità di trovare soluzioni a queste sfide o rischieremo di perdere parti cruciali del territorio."

Un importante Consorzio di tutela e una grande azienda di produzione cooperativa. Due attori economici fondamentali, due attività differenti, ma alcuni obiettivi comuni, come quello di promuovere, tutelare e valorizzare il prodotto vitivinicolo come esempio unico e irripetibile della specificità identitaria di un luogo e di un territorio. Una distintività che diventa riconoscibilità e motivo di attrazione turistica.

Tutelare la qualità e la sostenibilità, in tutte e tre le sue accezioni fondamentali, ovvero ambientale, sociale ed economica, significa preservare e promuovere l'identità culturale e la bellezza. Come diceva Carlin Pettrini: "i turisti verranno di conseguenza". Un approccio che contribuisce a rendere il Veneto una meta sempre più ambita per i turisti di tutto il mondo.



Velocità e comprensione dei consumatori: la visione di Alberto Marchisio, neo direttore generale di Cadis 1898

Uno dei migliori manager della cooperazione vitivinicola italiana, oggi a capo della nota cooperativa veronese, ci fornisce una visione a tutto tondo delle problematiche e delle tante opportunità per il settore vitivinicolo del nostro Paese.

Di Fabio Piccoli

Nei giorni scorsi ho avuto il piacere di intervistare **Alberto Marchisio** nel suo nuovo ufficio di direttore generale presso **Cadis 1898**. Con oltre 2.000 soci viticoltori e 6.500 ettari coltivati, Cadis 1898 ha registrato un fatturato complessivo di oltre 141 milioni di euro nel 2023, confermandosi come una delle realtà cooperative più importanti del nostro Paese. Conosco Marchisio da molti anni e lo considero uno dei migliori manager della cooperazione in Italia, una stima supportata dai risultati straordinari che ha ottenuto negli ultimi dieci anni.

Percorso professionale

Marchisio è stato direttore generale di Cantina Colli Vicentini, oggi **Cantine Vitevis**, una realtà giuridica nata nel 2015 dalla fusione di tre cooperative vicentine: Colli Vicentini di Montecchio Maggiore, Cantina di Gambellara e Cantina di Malo. Nel 2019, Vitevis ha acquisito anche la Cantina di Castelnuovo del Garda in provincia di Verona, consolidando ulteriormente la sua posizione. Grazie alla guida di Marchisio, Vitevis è diventata una delle **realtà cooperative più dinamiche del Paese**, con oltre 1.000 soci viticoltori, 2.700 ettari coltivati e un fatturato di 70 milioni di euro nel 2023.

Marchisio, nato ad Alba, ha un'esperienza ventennale nel settore vinicolo e cooperativo, ricoprendo ruoli di rilievo in **Terre del Barolo, Montesor e Colli Vicentini**. Attualmente, è anche presidente di Assoenologi sezione Veneto Occidentale e consigliere nazionale.

Risultati e Innovazioni

Sotto la direzione di Marchisio, il fatturato di Vitevis è raddoppiato in poco meno di otto anni, passando da 35 milioni di euro nel 2016 a 70 milioni di euro nel 2023. Anche il numero di bottiglie imbottigliate è cresciuto significativamente, da 6 milioni nel 2015 a 15 milioni, con esportazioni in 50 paesi. Dal 2017, la cantina ha intrapreso un percorso di sostenibilità che culminerà nel 2024 con la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità.

Marchisio alla guida di Cadis 1898

I risultati ottenuti in Vitevis hanno convinto il CDA di Cadis 1898 a scegliere Marchisio per **dirigere** una cooperativa così importante e determinante nell'economia vitivinicola di due importanti denominazioni veronesi come il **Soave** e la **Valpolicella**. Una responsabilità che Marchisio sente appieno: "Mi rendo perfettamente conto di dover gestire una realtà di grande importanza e rilevanza economica in quello che possiamo considerare il maggiore distretto vitivinicolo del nostro Paese. Sono però altresì rasserenato dai valori attuali di questa cooperativa costruiti in tanti anni di lavoro e impegno e al tempo stesso convinto delle ancora tante straordinarie potenzialità da sviluppare".

La complessità del mercato attuale

Marchisio è convinto che la sua nuova direzione coincida oggi con una fase di mercato **molto complessa**: "Non ho paura, ma ritengo che le imprese che riusciranno a dare risposte adeguate in una fase così rivoluzionaria saranno quelle capaci di adattarsi più velocemente ai cambiamenti. Le opportunità sono molte, ma si manifestano in tempi molto più stretti e veloci e pretendono quindi risposte immediate e coerenti ai reali fabbisogni attuali senza avere uno sguardo rivolto continuamente al passato".

Adattamento e innovazione

"Nel mercato del vino i fattori psicologici sono importantissimi, quindi bisogna stare molto attenti a non divulgare un'**atmosfera di depressione e paura** che rischiano di rallentare ulteriormente i necessari processi di cambiamento e di adattamento alle attuali e future dinamiche dei mercati", afferma Marchisio.

Un altro aspetto cruciale per Marchisio è il **focus sul target di consumatori**: "Non dobbiamo essere più focalizzati esclusivamente sul prodotto, dobbiamo sforzarci di avere una visione molto più chiara del **target** a cui vogliamo rivolgerci. Dobbiamo avere finalmente una **relazione**, un rapporto molto più diretto con il mondo dei consumatori, comprendere le loro aspettative, i loro nuovi stili di vita, le loro aspettative anche in termini di linguaggio di comunicazione, a partire ovviamente dalla generazione più giovane".

Stimolare i consumi di vino

"Fino ad oggi non abbiamo mai attivato una leva fondamentale come quella dello stimolare i consumi di vino, legandoli soprattutto alla **piacevolezza** non tanto del solo prodotto ma dell'esperienza che il vino ti regala a tavola, nelle relazioni, nei viaggi. In quest'ultima direzione basta guardare lo sviluppo dell'enoturismo e le tante potenzialità ancora inesprese nel nostro paese", spiega Marchisio.

"Dobbiamo accettare la sfida dell'innovazione, basti guardare il successo attuale della mixology frutto anche di una comunicazione più spigliata, immediata, inclusiva."

Fare branding nel mondo del vino

"In questa direzione, le nostre imprese hanno oggi una **sforza** per la quale non sono mai state molto abituate: fare branding, costruire brand forti, autorevoli e riconoscibili. Più che i soldi, servono le giuste competenze e le adeguate relazioni".

Il rilancio del Soave

Riguardo alla complessa sfida di rilanciare un vino bianco storico come il **Soave**, Marchisio ha le idee chiare: "Prima di tutto la consapevolezza che il Soave è un grande vino bianco che non è assolutamente passato di moda. Anzi, mai come oggi lo possiamo considerare un vino di **straordinaria contemporaneità**, con caratteristiche qualitative che corrispondono esattamente alle attuali aspettative dei consumatori grazie alla sua media alcolicità, grande sapidità, bassa acidità, aromaticità media, ottima potenzialità anche in termini di longevità e in estrema sintesi eccezionale bevibilità e abbinabilità a tavola." Ma se queste sono le caratteristiche del prodotto, gli altri ingredienti sono secondo Marchisio dentro Cadis 1898, che vuole tornare ad avere completamente l'immagine che merita e il ruolo che le compete, tornando ad essere presente in tutti i tavoli che contano e sono rilevanti nello **sviluppo** delle denominazioni in cui siamo presenti.

Valorizzazione, inclusività e appartenenza

Un altro aspetto determinante per Marchisio è il senso di **appartenenza**, che sarà ulteriormente incentivato grazie a un confronto molto più costante con tutti i soci della cooperativa. Senza dimenticare la sempre maggiore apertura verso il **consumatore finale**, sfruttando sempre meglio Rocca Sveva, lo straordinario borgo che rappresenta oggi uno dei luoghi enoturistici più rilevanti del nostro Paese, capace di poter rappresentare al meglio non solo la cantina ma tutto il territorio del Soave. "Ritengo inoltre che Rocca Sveva debba anche rappresentare un luogo di comunicazione sempre più **inclusiva** e **democratica** dove è possibile far percepire in maniera chiara che il vino di qualità non è un'esclusività per pochi. Se vogliamo infatti abbracciare nuovi e giovani consumatori è fondamentale che passi un messaggio più semplice e diretto che non significa più **banale**, tutt'altro, ma capace di **andare all'essenza** dei valori del vino che sono e devono essere alla portata di tutti, eliminando pericolose tendenze snobistiche che purtroppo hanno contraddistinto molta della comunicazione e degli eventi del vino di questi ultimi trent'anni", conclude Marchisio.

Civiltà del bere

Cambi di poltrona

Avvicinamenti e conferme nel panorama vitivinicolo nazionale. Per quanto riguarda i consorzi, **Sergio Germano** è il nuovo presidente di Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe e Dogliani, **Stefano Ricagno** dell'Asti, **Christian Ridolfi** dei Vini Soave, **Paolo Bartoloni** di Montefalco, **Francesca Seralvo** dell'Oltrepò Pavese, **Albino Zenatti** del Trentino e **Stefano Fambri** dell'Istituto Trentodoc. Rinnovo del mandato per **Claudio Biondi** al Consorzio Tutela Lambrusco, **Maurizio Montobbio** al Consorzio Gavi, **Giovan Battista Basile** ai Vini Montecucco, **Silvio Dani** ai Colli Berici, **Roberta Corrà** a Italia del Vino, **Piero Mastroberardino** all'Istituto Grandi Marchi. Quanto alle cariche aziendali, **Donatella Manetti** è la nuova presidente di Terre Cortesi Moncaro, **Aberto Lusini** amministratore delegato di Angelini Wines & Estates, **Fabrizio Dosi** ceo di Marchesi Frescobaldi, **Alberto Marchisio** direttore generale di Cadis 1898. Ancora, l'enologa **Graziana Grassini** ha avviato una collaborazione con Baglio di Pianetto, **Lino Scarvonati** è il nuovo direttore tecnico di Conte Vistarino, **Francesco Montalbano** di Castello di Meleto, mentre **Gianluca Orsini** è il nuovo presidente di Cantina Tollo e **Massimiliano Farci** executive commercial manager di Siddùra.



100% bollicine dorate: prova l'eccellenza del Moscato Maximilian I di CADIS 1898



Maximilian I di CADIS 1898 consiglia il vino dolce per eccellenza, il Moscato. Un Moscato in purezza dal caratteristico color giallo paglierino con riflessi brillanti, elegante con le sue bollicine dorate, ideale da abbinare al proprio dolce preferito per solleticare piacevolmente il palato. Il Moscato Maximilian I è unico per il suo profumo fine e delicato, e per il sapore di frutta candita e vaniglia, risultando così dolce al palato e leggero nell'alcool.



NOTIZIE DALLE AZIENDE
a cura di CAROCCIS MEDIA

La gustosa alternativa vegetale al formaggio greco è Chiccozero, da Verys
Chiccozero è un'alternativa vegetale al formaggio greco realizzata con ingredienti di alta qualità e un processo produttivo innovativo, lanciata da Verys, azienda leader nel settore dei prodotti vegetali. Con un gusto autentico e una consistenza cremosa, Chiccozero è perfetto per arricchire svariate ricette, dall'insalata al panino. Realizzato con Bio-Sulpho, ottenuto dalla germinazione del fuso integrale, rappresenta una scelta sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

La pinta di Casa Azzurri Di Marco è stata a fianco della Nazionale nell'avventura europea
Una pinta di Pils (la pinta Casa Azzurri Germania) a Berlino, in occasione del Campionato Europeo di Calcio 2024. È stata inaugurata da Di Marco, che così ha voluto celebrare non solo la nuova avventura della Nazionale italiana di Calcio, ma anche la prestigiosa partnership triennale del brand con Casa Azzurri Di Marco S.p.A. il leader nella produzione dell'Originale Pinta Romana, con un impegno costante nella qualità e nell'innovazione.

100% bollicine dorate: prova l'eccellenza del Moscato Maximilian I di CADIS 1898
Maximilian I di CADIS 1898 consiglia il vino dolce per eccellenza, il Moscato. Un Moscato in purezza dal caratteristico color giallo paglierino con riflessi brillanti, elegante con le sue bollicine dorate, ideale da abbinare al proprio dolce preferito per solleticare piacevolmente il palato. Il Moscato Maximilian I è unico per il suo profumo fine e delicato, e per il sapore di frutta candita e vaniglia, risultando così dolce al palato e leggero nell'alcool.

Per il tuo benessere quotidiano Spuma di Sciampagna propone le note del Cetriolo e dei Bambini
Spuma di Sciampagna rende protagonista le note del Cetriolo e dei Bambini, che si uniscono a quelle del Gelacino e del Mischio. Una performance frenetico, ideale per regalare scorie nelle calde giornate estive. Tre sono i prodotti per l'igiene personale, indoliscibili e da utilizzare ogni giorno, caratterizzati da queste fragranze: Ragdoll (Crea Rinfrescante), Sapone in Crema Rinfrescante, Saponi e Bagnoschiuma Naturali e dermatologicamente testati.

Contro la stanchezza da stress, la soluzione efficace di Supradyn Ricarica No Stress di Bayer
Supradyn Ricarica No Stress di Bayer è l'integratore alimentare in grado di combattere in modo specifico la stanchezza da stress con una duplice azione: da un lato aiuta a gestire lo stress grazie alla Rhodiola Rosea e alla Melissa. Dall'altro, ricarica l'organismo con energia grazie al Magnesio, Vitamine B1, B6 e B12, e al Co. Polico. L'affaticamento fisico e mentale legato allo stress viene ridotto e il corpo risponde in modo più vivace.

Principium Magnesio Completo di Bios Line: per combattere lo stress fisico e mentale
Consigliato per combattere gli effetti dello stress fisico e mentale, per alleviare il nervosismo, per combattere i fastidi muscolari, Principium Magnesio Completo di Bios Line è un integratore di Magnesio proveniente da quattro fonti diverse: idrossido, citrato, citrato e malato - ognuna delle quali ha una specifica area di specializzazione, per assicurare un'azione completa su tutto l'organismo. È disponibile in compresse e in polvere solubile, del gradevole gusto agrumi.

120 anni di Neutro Roberts celebrati ripercorrendo la storia del fondatore Henry Roberts
Nel 1864 il chimico inglese Henry Roberts lanciò sul mercato la sua prima invenzione: un detersivo, avvalorato con una lunga storia fatta di prodotti per la cura e l'igiene personale, quella di Neutro Roberts. In occasione del 120° anniversario del marchio, viene rievocata la storia di colui che molto più di quanto oggi si pensi sia stato il contemperaggio "la storia di Henry Roberts" racconta l'ultima e identitaria storia di questo pioniere.

Herballife è Sport Nutrition Supplements Sponsor dell'Italia Team alle Olimpiadi di Parigi
Con la sua linea di integratori per lo sport Herballife sarà, alle Olimpiadi di Parigi, ancora una volta in prima linea al fianco di tutti gli Italiani in gara. Grazie al plurimennale accordo con la CONI, che ha preso il via nel 2016 con la Olimpiadi di Rio, Herballife sarà anche in questa occasione insieme ai campioni dell'Italia Team - tra cui Andrea Cingolli, la campionessa di scherma portanuolese dell'Italia - come Sport Nutrition Supplements Sponsor.

un mese in **cucina** **Luglio** SOLO 2,00€

100 Piatti per tutti i giorni

50 CONSIGLI PER ingolosire i bambini conservare e riciclare il cibo trarre bellezza dagli alimenti

SPUNTINI FRAGRANTI 7 idee per bruschetta e crestoni

L'orto in teglia 6 portate di verdure

INSERTO PESCE AZZURRO 22 RICETTE CON ALICI, SARDE, SGOMBRI & CO

6 LUGLIO **il menù del giorno**

Avocado toast con pomodorini

PRANZO
 • Avocado toast con pomodorini (6 kg.)
 • Frittata con peperoni e olive (22 kg.)
 • Frittata di buccia di patate (20 kg.)

CENA
 • Crema di melanzane al vapore (20 kg.)
 • Salsiccia di maiale alla spiedo (18 kg.)
 • Togli di aringola forno (18 kg.)

PREPARAZIONE
 1. **Dividete gli avocado a metà** nel senso di **lunghezza** e poi, **afferrando con le mani separate**, **eliminate il nocciolo**, sbucciatele **mezzine con acqua del frigo**.
 2. **Tagliate** mezzo avocado a metà, nel senso della lunghezza, a ricavarne delle fette sottili. Tagliate il furbetto di avocado in cubetti e irrorate con un altro poco di succo di limone.
 3. **Trasferite** con una presa di sale e qualche goccia di tabacchi a piacere, poi schiacciate bene con una forchetta fino a ottenere una sorta di crema liscia.
 4. **Coprite** il recipiente con la pellicola da cucina e tenetelo da parte fresco.
 5. **Spennellate** di olio le fette di pane e, **copritele** per pochi minuti in forno caldo a 200°. **Frittate** i pomodorini in un tegame con tegame con la fiamma alta, per un tempo di 10 minuti. **Completate** con la fetta di avocado e con i pomodorini. A piacere, potete spolverizzare con semi di sesamo tostati ed erba cipollina tagliuzzata, condendole con una riduzione di aceto balsamico.

INGREDIENTI PER 4
 • mezzo spicchio d'aglio
 • 2 avocado piccoli maturi ma non molto soffici
 • 100 g di pomodorini d'aglio
 • un lime ed aceto
 • Difficoltà: facile Preparazione: 20 minuti
 Cotture: 5 minuti Costo: economico

PER LA BELLEZZA
Frutti freschi fanno ballare
 Frutti freschi dalla **chimica più verde** che non date dall'alto, **risorse di grassi contenuti**. L'avocado si presta per questo a realizzare **condimenti di bellezza nutrizioni per la pelle e i capelli**. **Sale e limone inavvicinato**, in particolare, **non potete applicare la panna ben schiacciata**, **facendola agire per un'ora** sotto una cuffietta prima di procedere con lo shampoo.

L'UMIDO PICCOLO TUTTOFARE
 Per tagliare, denocciolare, affettare ed estrarre la polpa dell'avocado in modo sicuro ed efficace, **Microspigone** propone **Avocado Tool**, strumento 3 in 1 dalla forma di acciaio inox con **cucchietto integrato** e **lato per il nocciolo**.

01/07/2024

GOD SAVE KATE
 LA PRINCIPESSA TORNA IN PUBBLICO CON UN SORRISO CHE DA SPERANZA A TANTI, NON SOLO AGLI INGLESI
 di Deborah Ameri con un contributo di Ferruccio de Bortoli

IL SETTIMANALE DEGLI ITALIANI

SCRIVONO PER VOI
 Libano Segre
 Pierluigi
 Paolo Fazio
 Massimo Bocchi

NAOMI CAMPBELL
 «FELICITÀ E SMETTERE DI BERE, AVERE CURA DEI MIEI DUE FIGLI È UNA MOSTRA DEDICATA A ME AL VICTORIA & ALBERT MUSEUM»
 di Dylan Jones

ELON MUSK
 COME HA STRAVOLTO LE GIORNATE DI UNA TRIBU SPERDUTA DELLA FORESTA AMAZZONICA
 di Cristina Bianchi

LE SOAP TURCHE
 PERCHÉ HANNO COSÌ FORTE E CHI SONO DIVI E DIVE SULLA ORGIA DI CAN YAMAN
 di Maria Giuseppina Bubbano

CRISTINA SEYMANDI
 «LA SERA CHE MASSIMO SEGRE MI SVERGOGNÒ IN PUBBLICO DICENDO CHE AVEVO LAMANTATO MI HA TRAVOLTO, MA OGGI SONO DIVENTATA PIÙ FORTE»
 di Emanuela Minucci

ACQUE PERICOLOSE
 DOPO IL GRANIGNO BLU, NUOVE SPECIE PROLIFERANO, ATTENTI AL VERMOCANE E NON SOLO A QUELLO
 di Sandro Orlando

Da top model e adesso? le ballate e che cosa...
 di Fulmineo

Novità dalle Aziende
 a cura di CAROLINE MORINI

Per labbra protette, morbide e vellutate Lip Infusions Nourish della linea Blistex Lip Infusions

Dal borgo medievale di Soave nasce il prestigioso San Lorenzo Soave Classico di Cantina di Soave

Spuma di Sciampagna per il benessere quotidiano, con le nuove note del Cretico e del Bambù

Il gelato Paveseini e a seguire le vaschette Cioccolè e Ringo le novità estive di Algida e Barilla

120 anni di Neutro Roberts celebrati con un viaggio nel tempo e un ritorno alle origini

Al via Spesa CRATTIS, il nuovo ricco concorso a premi di Carrefour Italia

LA STORIA DI HENRY ROBERTS

01/07/2024



SHOPPING

GUSTO E SALUTE
Bontà e leggerezza nelle nuove gallette al farro, con pochi grassi e tante benefiche fibre.
➔ Gallette al farro, Biscopan, € 2,50 (200 g).



PASSIONE BOLLICINE
Perlage fine e persistenti, complesso al palato e con profumi fruttati, celebra le sessanta vendemmie dell'azienda veronese.
➔ Equipe di Gavi, Caddis, € 18,90 (0,75 l).



SAPORE DI GRANO
La linea premium del pastificio Zara, prodotta solo con semola di grano duro italiano con assenza di glifosato, per primi piatti di alta gamma.
➔ 1. Mezzi rigatoni, Bragagnolo, € 1,29 (500 g).
➔ 2. Mezze penne rigate, Bragagnolo, € 1,29 (500 g).



ESTATE IN VETRINA

Lasciati ispirare dalla nostra selezione di prodotti imperdibili per vivere al meglio ogni momento della giornata

AMERICAN STYLE
Salsico di salma, salsolato e cotta a lungo soffritto, per una morbidezza assoluta. Da cuocere in pentola, sul barbecue o al forno, è senza glutine e senza lattosio.
➔ Salsico BBQ, Reda, € 6,99 (750 g).



PAUSA O SPUNTINO?
Prodotto con puro latte di montagna, in pratiche bottigliette richiudibili.
➔ Yogurt Drink al cocco, Milla, € 0,89 (200 g).



COCOLE A COLAZIONE
Dal freezer alla tavola, soffici pancake per iniziare la giornata con energia, da cuocere in smaner, microonde o al forno.
➔ Pancakes, Koch, € 3,29 (8 pezzi).



LATTE PURO
Morbida e succosa, prodotta con il latte senza OGM proveniente dai piccoli masi dell'Alto Adige.
➔ Mozzarella Fior di latte slutto, Birni, € 1,90 (200 g).



01/07/2024

VINI BIANCHI PER L'ESTATE

Per accompagnare pranzi, aperitivi o cene sotto le stelle, ecco 5 vini bianchi da gustare durante i mesi estivi

Biologico ed eco-friendly

Colore giallo paglierino, brillante e aroma di fiori bianchi e agrumi: il Pinot Bianco Piacentino Habitat, prodotto dalla Cantina Piacentina, è un vino biologico che si distingue non solo anche per il suo impegno rispetto all'ambiente. Pinot, varietà resistente alle malattie fungine, che richiedono meno trattamenti chimici e interventi di irrigazione. Questo vino si abbina alla perfezione con piatti leggeri e freschi, come risotto di verdure, pesce a base di verdure. La bottiglia da 750 ml ha un prezzo di circa 10 euro.

Sud della Francia

Proveniente dalla acclatata tenuta del Langoude, l'Espérance, in Chablis, l'Espérance Blanc 2020 è un vino fermentato da Grollet Blanc. Aromatizzato e ben equilibrato, con una freschezza che esalta la sua struttura. Tre sapori con delicate note di mela e vaniglia, che lasciano in bocca una persistente lingua e piacevole. Ideale abbinato a piatti di crostacei, carne e secondi di pesce. Il prezzo della bottiglia da 750 ml è di circa 10 euro.

Dalle Dolomiti

La purezza e la bellezza del Trentino in una bottiglia di vino rosato di alta qualità nel vigna di Montebelluna, Zimbrà Trentino. Prodotto a base di vitigni di Montebelluna, questo blend di uve bianche, merlot e pinot grigio, fornisce un colore giallo sbalzato brillante, aroma di frutta matura e frutta bianca matura. Perfetto per l'aperitivo, si abbina splendidamente anche con antipasti leggeri, piatti di pesce, piatti di mare, verdure grigliate e risotti alla verde. La bottiglia da 750 ml ha un prezzo di circa 30 euro.

Fruttate e vegane

Fresco ed elegante, sotto il segno di un'azienda biologica, il Prosecco Spumante Brut rosato tra le bottiglie di La Cantina di vino spumante di uve verde, agrumi e fiori bianchi di campo. Il suo sapore armonico e sapido, una profumata profumata per l'aperitivo o per antipasti e complementi. La bottiglia da 750 ml ha un prezzo di circa 10 euro.

Bellissime del Garda

Compagno perfetto per i mesi estivi, il Maximilian I Garda DOC, con il suo caratteristico profumo floreale di biancospino, è una spumante brut che racchiude tutte le caratteristiche organolettiche dell'azienda agricola di origine: il Lago di Garda. Armonica, fresca ed equilibrata il prodotto con un'accurata selezione della uva e il processo di vinificazione che garantisce un'accurata selezione delle bottiglie. La bottiglia da 750 ml ha un prezzo di circa 10 euro.

01/07/2024

RASSEGNA STAMPA / PRESS

9

01/07/2024



RASSEGNA STAMPA / PRESS

10



Bereilvino

Il portale delle cantine e del vino italiano

Cantina di Soave propone il suo vino bianco più nobile: il Soave doc

Nel borgo di Soave la storia della rocca medievale si intreccia con la storia dei vigneti e dell'uva Garganega, da cui nasce il **Soave**. La Garganega è di antichissima coltivazione e raggiunge l'apice della sua finezza nel **Soave**, lasciando un finale leggermente ammandorlato.

"**Soave**" un'unica parola che rappresenta il nome della suggestiva cittadina medievale in cui è nata la cantina, il nome di un vino e l'aggettivo che meglio lo descrive. Mai come in questo caso, il nome di un vino ha espresso così bene la sua essenza, le sue caratteristiche di piacevolezza, armonia ed estrema eleganza. Il **Soave doc** è un **vino bianco secco dal sapore piacevole e nobile**, ideale da accostare ad antipasti, pasta, pesce e carni bianche.

Cantina di Soave attualmente gestisce il 48% dei vigneti dell'area di produzione del Soave D.O.C. e il 43% dei vigneti dell'area di produzione del Soave Classico. L'area del Soave rappresenta una delle realtà vitivinicole più importanti a livello nazionale. L'identità enologica di questo comprensorio prende forma tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento, anche grazie alla nascita di **Cantina di Soave** nel 1898, la prima cantina sociale cooperativa di tutto il Veneto.



Cantina di Soave propone il suo vino bianco più nobile: il Soave doc

Nel borgo di Soave la storia della rocca medievale si intreccia con la storia dei vigneti e dell'uva Garganega, da cui nasce il **Soave**. La Garganega è di antichissima coltivazione e raggiunge l'apice della sua finezza nel **Soave**, lasciando un finale leggermente ammandorlato.

"**Soave**" un'unica parola che rappresenta il nome della suggestiva cittadina medievale in cui è nata la cantina, il nome di un vino e l'aggettivo che meglio lo descrive. Mai come in questo caso, il nome di un vino ha espresso così bene la sua essenza, le sue caratteristiche di piacevolezza, armonia ed estrema eleganza.

Il **Soave doc** è un **vino bianco secco dal sapore piacevole e nobile**, ideale da accostare ad antipasti, pasta, pesce e carni bianche.

Cantina di Soave attualmente gestisce il 48% dei vigneti dell'area di produzione del Soave D.O.C. e il 43% dei vigneti dell'area di produzione del Soave Classico.