

**La News**



**Insieme a Mike Bongiorno  
 "Sempre più in alto" ...**

Molti volti della pubblicità televisiva in Italia sono passati senza lasciare traccia, sono stati parentesi, il vento se li è portati via. Mike Bongiorno, invece, è rimasto, e rimarrà sempre. La sua réclame della Grappa Bocchino è diventata la voce della grappa italiana in toto, ha travalicato le frontiere del marchio. Le ha scavalcate con quella mongolfiera dalla quale gridava al mondo, dalla vetta del Cervino, che c'era un prodotto italiano di una qualità che non si poteva ignorare. "Concludendo..." grazie, Mike! (nella foto: un frame della pubblicità della Grappa Bocchino del 1976)



**SMS**

**Vino fai da te per risparmiare???**

Ma la Coldiretti i conti li fa? Sembra di no, e allora "in tasca" glieli facciamo noi. Stiamo parlando del boom del vino "fai da te", a casa, che, per la Coldiretti, in tempi di crisi, spopola perché fa risparmiare. Risparmiare? Ecco il kit del novello viticoltore: mini-pigiatrice, piccolo torchio ad hoc per la propria cantina, qualche tino, damigiane per l'invecchiamento, bottiglie e, ovvio, il mosto comprato in azienda (non tutti nell'orto "fai da te" hanno anche una vigna!). Totale, dai 500 ai 1.000 euro. Davvero conveniente. Ma la classica bottiglia da scegliere (diversi prezzi, tipologie ...) no?

Emma Lucherini

**Cronaca**

**Bentornati a scuola! Con il gelato, a Torino, c'è più gusto**

Si avvicina il ritorno fra i banchi di scuola per gli studenti italiani e a Torino c'è chi ha pensato di festeggiare con gelato e album da disegno il primo giorno di scuola dei bambini di prima elementare. L'iniziativa, abbinata ad un percorso didattico alla scoperta del gelato naturale, è promossa dagli Artisti del Gelato. Tra i gusti creati ad hoc, cioccolato Domori, nocciola Piemonte Igp, pistacchio di Bronte e mandorla della Val di Noto.

**GALILEO CANTINE**  
 SOLUZIONI GESTIONALI PER INTENDITORI

**Primo Piano**

**Le nicchie sono finite, ora bisogna aggregarsi per la sfida del mercato globale del vino. L'analisi di Adriano Tomba del Banco Popolare**

In Italia il comparto del vino è molto frammentato anche se sono in atto alcune aggregazioni. Speculare la situazione all'estero, specialmente nel Nuovo Mondo, dove le realtà produttive sono molto grandi ed in continua espansione, con quote dei profitti indirizzate sempre più verso il marketing. E' questo il gap più critico che continua a minacciare il mondo del vino, europeo e in particolare quello italiano, e su cui ha riflettuto, da Cortina, l'analisi di Adriano Tomba, responsabile del Laboratorio delle Imprese per il Banco Popolare. Preso atto che esiste una dimensione minima per competere e che al di sotto di essa si rischia di essere espulsi dal mercato, è necessario cominciare a comprendere anche il fatto che le nicchie, un tempo decisamente l'elemento salvifico della nostra vitivinicoltura, adesso non sono più sufficienti a garantire un futuro per tutti. La difficoltà principale - spiega Tomba - è appunto riuscire a sviluppare capacità che oggi le singole aziende non sono in grado di esprimere di fronte alle sfide di un mercato internazionalizzato dove tutti sono contro tutti. Resta dunque fondamentale l'accesso ad una conoscenza il più dettagliata possibile del mercato, dei punti di forza e di debolezza, dei diversi operatori, degli obiettivi da perseguire e dei partner migliori coi quali crescere, perché navigare a vista e, per giunta, da soli, non può portare risultati positivi, specialmente attraverso e dopo una crisi come quella attuale. Fra questi "compagni di viaggio" un ruolo decisivo dovrà essere svolto dalle banche di territorio che conoscono mentalità, cultura e dinamiche interne del comparto e, in questo senso, sono in grado di superare l'approccio finanziario tradizionale, costruire reti, favorire aggregazioni e individuare modelli e forme di governance adeguate ai casi specifici.

**Focus**

**Stop all'uso dei neonicotinoidi. Il Ministro Zaia in difesa della biodiversità e della vita**

Il Ministro delle Politiche Agricole Luca Zaia, ha deciso la sospensione, anche per la prossima campagna agraria, dell'uso di insetticidi neonicotinoidi, considerati responsabili della moria di api degli anni scorsi. "Quest'anno, con i neonicotinoidi sospesi, ci sono state solo due segnalazioni di moria di api, contro decine e decine degli anni precedenti": nelle parole di Francesco Panella, presidente Unaapi (Unione Apicoltori Italiani), l'entusiasmo degli apicoltori italiani per la scelta in difesa delle api, degli equilibri naturali e della vita. "Il Ministro Zaia - prosegue Panella - ha dimostrato in questa occasione grande indipendenza di giudizio, specie se si tiene conto della campagna d'interessate fandonie e distorsioni sviluppata dai venditori di agrochimica. La sopravvivenza e produttività delle api - conclude Panella - sono un eccezionale termometro di compatibilità delle pratiche agricole, impariamo a leggere con attenzione quanto ci dicono le api e ne guadagneranno l'ambiente e soprattutto le generazioni a venire".



**RCR** CRISTALLERIA ITALIANA  
 IL TUO ROSSO SI MERITA UN RCR  
 Scopri le nostre collezioni per il mondo della ristorazione

**Wine & Food**

**Nuove frontiere per il teatro: come ti porto Plauto in distilleria...**

Per gli antichi greci l'arte era sacra follia. E mai luogo fu più appropriato di una distilleria per dar vita all'arte: ad Altavilla Monferrato (Alessandria) le vinacce dei vitigni piemontesi faranno da sfondo scenografico a "Teatro in Distilleria", l'evento ideato dai distillatori Mazzetti d'Altavilla. E se nel teatro di Salemi si recita letteralmente nel vino, l'11 ed il 12 settembre Plauto passerà tra gli alambicchi e le grappe con i suoi famosi asini grazie alla commedia "Asinaria - Tutti Asini per Amore". Gli inglesi sono avvisati, si sbrighino a portare Shakespeare tra le botti di whisky...

**Winenews.TV**

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Tenimenti Angelini è un gruppo in espansione che nelle parole del suo direttore generale, Vincenzo Leombruno, punta a rafforzarsi con nuove acquisizioni e importanti

investimenti in immagine. Tra quest'ultimi la sponsorizzazione della "Cantina di Miss Italia" 2009, luogo dove il vino si intreccia con il glamour, il costume e la moda.

**LA SEGRETA**  
 SICILY STYLE CODE

**PLANETA**