

Le proposte dell'Unione italiana vini: meno rese e produzione, semplificare la promozione

3 Luglio 2025



ROMA -“In uno scenario complesso, il settore è chiamato a una presa di coscienza. Unione italiana vini chiama a raccolta il settore per riunirsi e lanciare un piano di revisione del Testo unico del vino, in coerenza con l’attuale situazione di mercato. L’obiettivo è aggiornare la legge e i suoi decreti attuativi entro il 2026, a 10 anni dalla sua entrata in vigore”.

È la proposta del presidente di Unione italiana vini, **Lamberto Frescobaldi**, fatta oggi nel corso dell’assemblea nazionale dell’associazione che conta oltre 800 soci e l’85% dell’export italiano.

Una proposta che – secondo Frescobaldi – dovrà fare sintesi delle istanze del settore, per stringere la cinghia produttiva e garantire la sostenibilità di tutta la filiera. “Visto il calo dei consumi a livello globale – ha aggiunto –, non possiamo più permetterci di inondare la

Cantina Italia con vendemmie da 50 milioni di ettolitri, che rappresentano la media produttiva degli ultimi 25 anni”.

Mercato e incognita vendemmia

Proprio il tema del potenziale, assieme a quello del mercato, è stato il focus dell'Osservatorio Uiv, presentato oggi da Carlo Flamini. Secondo l'analisi, i primi 5 mesi di quest'anno hanno accusato forti cali tendenziali dei volumi consumati in tutti e 4 i principali mercati di sbocco (Italia a -1,8%, Stati Uniti a -4,7%, Uk a -3% e Germania a -9,6%), che assieme quotano il 73% del fatturato italiano per le imprese di vino tricolori.

Il saldo delle vendite nel retail segna una contrazione del 3,4%, che sale a -5,3% per i vini fermi/frizzanti (+4,9% gli spumanti). In questo contesto, che coinvolge tutti i Paesi produttori, l'Italia è però l'unica a veder aumentare il proprio vigneto e perciò il proprio potenziale.

Secondo le stime dell'Osservatorio, una vendemmia da 50 milioni in carenza di domanda determinerebbe un quantitativo in cantina al prossimo ottobre da circa 90 milioni di ettolitri, l'equivalente di quasi 2 raccolti. Una condizione insostenibile in questo momento storico, che porterebbe a una vera e propria decurtazione dei valori del potenziale stimata attorno al 5,3%, ovvero oltre mezzo miliardo di euro di saldo negativo tra 2025 e 2024 e un prezzo medio del valore della produzione in ribasso in doppia cifra.

“I problemi c'erano anche prima – ha aggiunto Frescobaldi – ma siamo stati ‘salvati’ da 2 vendemmie eccezionalmente contenute rispetto alle medie; ora serve un bagno di umiltà, produrre 7-8 milioni di ettolitri in meno per mantenere il timone di uno degli asset italiani più remunerativi della nostra bilancia commerciale”.

Per Mediobanca settori virtuoso

Un settore storicamente virtuoso a forte dimensione familiare (il 65% del patrimonio netto è detenuto da famiglie) che negli ultimi anni ha mostrato però una diminuzione dell'Ebit margin (al 6,2% nel consolidato 2023). È quanto emerge dal Report 2025 sul Settore vinicolo in Italia pubblicato dall'Area Studi Mediobanca.

Tra le principali sfide individuate dal comparto anche attraverso interviste a un panel di imprese che quota il 94,9% del fatturato settoriale, la riduzione dei consumi (72%) precede di poco l'altra grande incognita: i dazi (66%). Non a caso la principale leva per reagire all'impasse commerciale è quella dell'apertura a nuovi mercati (77%), ma anche nuovi investimenti sul capitale umano (56%) e lo sviluppo del no-low alcohol (50%).

Un comparto, secondo Mediobanca, che anche per struttura più “capital intensive” presenta una minor redditività rispetto ai settori limitrofi, evidenziata nello scarto relativo al rendimento del capitale (Roi) che per il vino si colloca al 5,4% a fronte di un 8% del settore alimentare e di un 9,9% delle bevande. Alle imprese toscane tocca il più alto Ebit margin (16,4%), il miglior Roi alle abruzzesi (7%), con il Piemonte in seconda posizione (6,4%). Grandi esportatori i produttori piemontesi (63% del fatturato), toscani (59,5%) e abruzzesi (58,7%).

Dazi e libero scambio

Inoltre, il capitolo dazi: “Anche con tariffe al 10%, per il settore sarà un problema – ha detto il segretario generale Uiv, **Paolo Castelletti** – lo abbiamo riscontrato in un sondaggio rivolto alle imprese, che stimano – anche a causa della svalutazione del dollaro – un danno sul fatturato oltreoceano del 10-12%. Serve un’Europa più unita per essere forti e accelerare con le firme degli accordi di libero scambio. Non si può parlare di ‘diversificazione degli sbocchi’ e poi tentennare su scelte importanti come il Mercosur. Se oggi è complesso accedere a un mercato molto recettivo come quello americano con un dazio al 10%, come possiamo esportare in mercati complessi come Brasile o India, che registrano dazi rispettivamente al 27% e 150%?”.

Sul fronte della promozione, le imprese chiedono un allineamento delle modalità di attuazione della misura anche alla luce delle trasformazioni sociali. Da questo punto di vista, i fondamentali aiuti alla promozione sui mercati dei Paesi terzi dovrebbero maggiormente essere orientati verso progetti più strutturati e d’impatto. Una revisione del decreto OCM promozione dovrebbe ulteriormente semplificare le regole di accesso e finanziamento.

Le istanze di Uiv

Secondo Uiv, i correttivi da mettere in campo con urgenza afferiscono a tutta la sfera della gestione domanda offerta della filiera. A partire dall’abbassamento rese delle uve per ettaro anche con la fine delle deroghe per i vini generici, l’allineamento delle rese dei disciplinari con quelle reali sulla media degli ultimi 5 anni, con una contestuale revisione del meccanismo che consente gli esuberi per le Dop (riduzione o eliminazione del 20%), la revisione dei meccanismi di riclassificazione, l’aggiornamento delle tempistiche di adozione degli strumenti di gestione delle produzioni, lo stop alle nuove autorizzazioni all’impianto per un anno.

Per Uiv è anche necessario riorganizzare il sistema delle denominazioni: le prime 20 denominazioni rappresentano l’80% del volume del vino italiano, significa che un numero

sproporzionato di vini a Doc/Igt (sono 529 quelle riconosciute) esiste solo sulla carta.

“Occorre risolvere l’anomalia mediante un sistema di accorpamento e riorganizzazione territoriale per singola regione – ha aggiunto Castelletti -. È un processo che dovrebbe certamente essere sviluppato dai singoli territori, ma che a nostro avviso potrebbe essere incoraggiato e coordinato a livello nazionale dal Comitato nazionale vini le cui competenze, fissate per legge, andrebbero attualizzate nel Testo Unico”.

“Sparagn e Cumbarisc”, alla Grotta di Aligi dell’Aquila la formula aperitivo tutta da provare

5 Luglio 2025



L'AQUILA – *Sparagn e Cumbarisc*. In abruzzese, risparmi e fai bella figura. In altre parole,

non serve necessariamente spendere cifre spropositate per apparire. Un vecchio adagio che mai come ora sembra da monito alla ristorazione, che spesso degenera in tanti fronzoli che poi finiscono dritti-dritti nel conto finale.

La filosofia della Grotta di Aligi, storico ristorante dell'Aquila dall'aprile 2019 gestito da **Anastasia Giovani** e **Mario Caponio** – coppia nella vita e nel lavoro – è proprio quella di offrire una buona cucina, in cui si prediligono stagionalità e qualità della materia prima, ad un prezzo che faccia venire voglia di tornare.

Ed è per questo che proprio il celebre detto abruzzese è stato scelto dai due – lui cuoco autodidatta, ai fornelli da quando lo faceva per pagarsi gli studi, lei proveniente da una famiglia di ristoratori – per una nuova formula che prende il via oggi. Un'opportunità diversa dai canonici pranzo o cena, che definire aperitivo sembra però riduttivo.

Da stasera, tutti i giorni – il ristorante è sempre aperto, pranzo e cena, e questo lo premia in un momento storico in cui sembra si debba lanciare la monetina per trovare aperto un locale soprattutto il giorno – si potrà infatti scegliere la formula “Sparagn e Cumbarisc”. A soli 12,00 euro un calice di buon vino accompagnato da cinque sfiziosità che escono dalla cucina.

Dimenticate taglieri, salumi o formaggi, solo piatti preparati dal cuoco che attraversano in lungo e in largo quelli presenti nel menù di stagione, dall'insalatina di ceci alla bruschetta al tartufo, dalle pallotte cacio e ova al tortino di melanzane, ogni volta un'offerta diversa.

Così come variano i vini, scelti tra le oltre cinquanta referenze della cantina del ristorante. Tra cui molti prodotti da piccole cantine, anche emergenti, per far scoprire vini meno conosciuti provando, così, anche a fare un po' di cultura del buon bere, scoprendo quelle che per il grande pubblico sono delle novità.

Potrà essere un vino abruzzese o di fuori regione, sicuramente ci sarà sempre un Montepulciano, ma si potrà viaggiare su e giù per la Penisola tra le varie interessanti referenze del locale. E la mescita sarà a rotazione tra i vini della cantina.

Si parte dalle 18,30, tutte le sere. E l'aperitivo può restare tale, magari con un altro calice o direttamente con una bottiglia – e la Grotta può vantare un ampio assortimento di prodotti a meno di 20 euro – , può trasformarsi in cena ordinando un piatto dal menù, oppure concludersi direttamente con un dolce.

Poche regole o imposizioni, solo un inno alla convivialità attraverso prodotti di qualità a prezzi, finalmente, umani.

L'esperimento è per l'estate, ma non è escluso che venga esteso anche alla stagione invernale.

A Pescara tre giorni tra gusto, cultura e sostenibilità per la 39esima "Mediterranea"



PESCARA – Con il taglio del nastro di ieri sera, ha preso ufficialmente il via la 39esima edizione di Mediterranea, la storica fiera agroalimentare dell'Abruzzo, che animerà il porto turistico Marina di Pescara fino a domenica 6 luglio, ogni sera dalle 19,00 alle 00,30 (ingresso libero).

La cerimonia inaugurale, guidata dalla Camera di Commercio Chieti-Pescara, ha dato il via a una tre giorni densa di eventi dedicati alla promozione del territorio, tra eccellenze enogastronomiche, artigianato artistico e turismo esperienziale.

Momenti clou della serata, il tributo ai vincitori del premio nazionale Ercole Olivario, i

produttori di olio **Tommaso Masciantonio** e **Claudio Di Mercurio**; la consegna delle targhe a **Pasquale D'Alesio**, scomparso improvvisamente a gennaio, e alla memoria di **Tino Fortunato Di Sipio** per l'anima che hanno dato, per anni, ininterrottamente, a costruire l'identità e la forza di Mediterranea.

In programma sabato nuovi appuntamenti tra masterclass, talk e degustazioni: all'interno del Padiglione Becci, ci sarà spazio per le eccellenze vinicole con le masterclass a cura di Fisar Pescara e Slow Food Abruzzo, dedicate agli spumanti d'Abruzzo, ai top wines della guida *Slow Wine 2025* e ai vini rosati. Non mancheranno i brindisi alla tradizione, con una speciale dedica al Cerasuolo a mare, protagonista della passerella dedicata al celebre rosato abruzzese, e con Fermenti d'Abruzzo, che presenta in anteprima tre nuove etichette di birra artigianale locale.

Alle ore 21,00, atteso sul palco centrale **Paride Vitale**, imprenditore e professionista della comunicazione, con un talk dedicato alla creatività e all'identità abruzzese, tra storie, ispirazioni e visioni per il futuro.

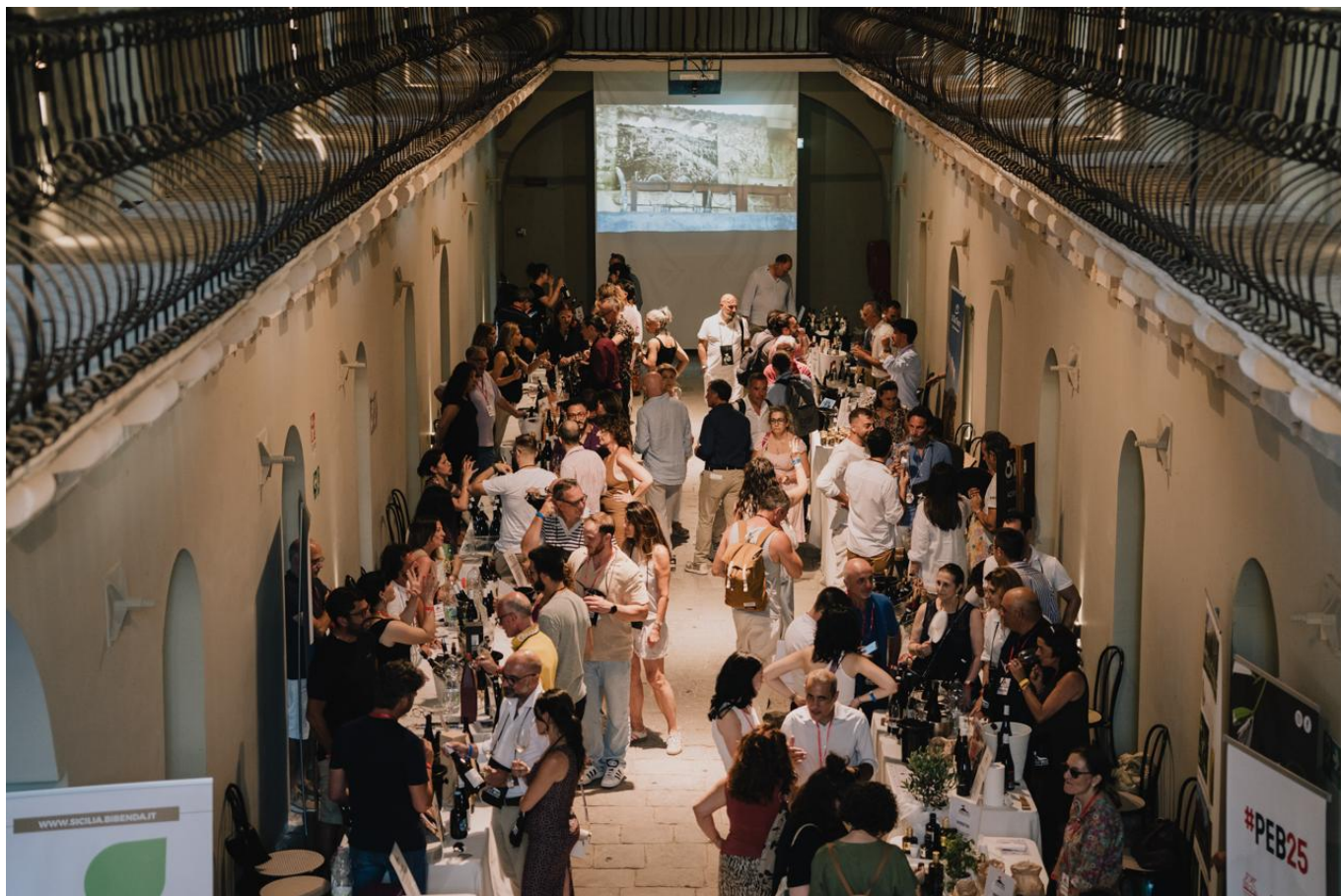
Domenica 6 luglio Mediterranea si chiuderà in bellezza con la mise en place firmata Tavola Audace (ore 19,20) e il tortello all'Abruzzese dello chef **Francesco Cinapri**, prima del gran finale con **Vincenzo Schettini**, il divulgatore noto come "La fisica che ci piace", atteso sul palco centrale alle ore 21,00.

Info e prenotazioni su www.mostramediterranea.it

pubbliredazionale

Piccoli, ribelli e autentici: l'Etna celebra i suoi vignaioli più coraggiosi

4 Luglio 2025



CATANIA – Due giorni intensi, il 28 e il 29 giugno, hanno sancito la riuscita della settima edizione di Piccolo è Bello, la manifestazione ideata dalla sommelier **Agata Arancio** e organizzata dall'Associazione Vitis Aurea, con il patrocinio del Comune di Catania e il sostegno della Regione Siciliana. Quest'anno oltre 80 cantine hanno animato gli spazi dell'Istituto incremento ippico per la Sicilia di Catania, tra degustazioni, scambi culturali e riflessioni sul futuro del vino, inclusi vini a bassa gradazione e prodotti tipici artigianali.

Virtù Quotidiane c'era per dare voce ai protagonisti di questa viticoltura eroica, fatta di persone prima che di marchi, che ogni giorno combattono contro le difficoltà del territorio per preservare biodiversità e tradizione. Essere piccoli, hanno raccontato, significa custodire la bellezza del saper fare artigianale, ma anche dover affrontare sfide enormi per emergere in un mercato globale sempre più competitivo.

Durante la manifestazione, spazio anche a momenti di approfondimento con convegni di alto livello: dalle innovazioni in vigna e cantina al tema della dealcolizzazione, passando per la sostenibilità e l'adattamento ai cambiamenti climatici. Esperti come **Daniela Fracassetti**

dell'Università di Milano, **Elisabetta Nicolosi** e **Aurora Ursino** dell'Università di Catania, insieme ad altri relatori, hanno portato contributi preziosi per il futuro della viticoltura siciliana.

E non solo vino: la manifestazione ha intrecciato cultura, fotografia, piccola editoria, e ha ospitato in anteprima il progetto Grande Madre Etna, i Belvedere dell'anima ideato dal mecenate **Antonio Presti**, pronto a "sbarcare" sull'Etna con un percorso artistico capace di riattivare un dialogo creativo e spirituale con la montagna.

Tra i piccoli produttori che hanno animato la settima edizione di Piccolo è Bello, c'è anche chi ha riscoperto varietà reliquia di straordinario valore. Come **Angelo Di Grazia**, che racconta con orgoglio il suo "Contatto Bianco", un vino che nasce da un blend di Carricante — vitigno autoctono dell'Etna — insieme a tre antiche cultivar siciliane ormai rarissime: Recuno (dall'area tra Etna e Messina), Cutrera (originario del ragusano) e Rucignola (dal messinese). Un calice che custodisce memoria e identità, riportando in vita storie di vigne quasi dimenticate.

Un evento che ha dimostrato come "piccolo" possa davvero essere "bello", se sostenuto da passione, visione e coraggio.

Nasce il Comitato promotore per l'Igp Peperone Dolce di Altino



ALTINO – Si è svolta ieri ad Altino (Chieti), la presentazione ufficiale del Comitato Promotore per il riconoscimento dell’Indicazione Geografica Protetta (Igp) “Peperone Dolce di Altino”, iniziativa che segna l’avvio formale di un percorso condiviso di tutela e valorizzazione di una delle produzioni agricole più rappresentative dell’Abruzzo interno.

All’incontro hanno preso parte, oltre al sindaco di Altino **Vincenzo Muratelli**, al presidente dell’Associazione Peperone Dolce di Altino **Mario Nicola D’Alonzo**, al direttore Cia Chieti-Pescara **Alfonso Ottaviano**, al consigliere regionale **Francesco Prospero** e al sottosegretario all’Agricoltura **Luigi D’Eramo**, anche amministratori dei comuni delle aree limitrofe, rappresentanti di enti locali, associazioni di categoria e produttori agricoli, a testimonianza del forte interesse che il progetto suscita su tutto il territorio.

Il Peperone Dolce di Altino, noto per crescere con la testa “all’insù”, è da sempre parte integrante della tradizione agricola e gastronomica locale. Negli ultimi anni si è lavorato con costanza per tutelarne la varietà e promuoverne le qualità. A tal fine è stato avviato l’iter per l’iscrizione della varietà tipica “Cocce Capammonde” nel Registro nazionale delle varietà da

conservazione, un primo e importante riconoscimento che attesta il valore storico e territoriale del prodotto.

I lavori sono stati aperti dal sindaco Muratelli, il quale ha espresso il proprio orgoglio a nome di tutta la comunità. “Altino è da sempre legata alla coltivazione del peperone e ora abbiamo l’occasione di renderlo un vero ambasciatore del territorio. Ringrazio le istituzioni e le associazioni che hanno scelto di lavorare insieme per questo obiettivo comune”.

Con la costituzione del Comitato Promotore, si entra ora in una nuova fase operativa: la redazione del disciplinare di produzione, che definirà l’area geografica, le tecniche colturali, le caratteristiche del prodotto e i criteri qualitativi da rispettare, sarà il prossimo passo verso il riconoscimento ufficiale dell’Igp da parte dell’Unione Europea.

“Abbiamo lavorato a lungo per arrivare a questo momento. L’Igp è uno strumento importante per dare valore a una produzione che nasce dalla nostra storia e dal lavoro quotidiano degli agricoltori. Vogliamo costruire un percorso serio e inclusivo, che coinvolga tutto il territorio”, ha detto Mario Nicola D’Alonzo.

Alfonso Ottaviano, direttore della Cia Chieti-Pescara, ha aggiunto: “Il Peperone Dolce di Altino rappresenta un’eccellenza agricola e culturale. Il riconoscimento Igp potrà rafforzare l’identità del prodotto, offrire nuove opportunità di mercato e creare sviluppo locale. Cia continuerà a supportare il Comitato in tutte le fasi del processo”.

Anche la Regione Abruzzo ha espresso il proprio sostegno, come ha ricordato il consigliere Francesco Prospero: “Il riconoscimento dell’Igp significa più tutele per i produttori, più strumenti per i territori e più forza sui mercati. La Regione sarà parte attiva di questo percorso, consapevole del valore economico e culturale di questo prodotto.”

Il sottosegretario Luigi D’Eramo, portando i saluti del Masaf, ha ribadito l’impegno del Ministero nel sostenere i progetti legati alle produzioni tipiche e al rafforzamento delle filiere agroalimentari di qualità: “Le Indicazioni Geografiche Protette sono una leva strategica per il futuro dell’agroalimentare italiano. Il Ministero sostiene con convinzione progetti come questo, che valorizzano la biodiversità agricola e rafforzano la competitività dei territori. Lavoreremo affinché il Peperone Dolce di Altino possa ottenere presto il giusto riconoscimento”.

Nei prossimi mesi il Comitato sarà impegnato a coinvolgere produttori, trasformatori, enti locali, associazioni e operatori economici, al fine di costruire una filiera forte e ben

strutturata, base necessaria per il riconoscimento e il successo del marchio Igp.

Il Peperone Dolce di Altino è molto più di un prodotto agricolo: è un elemento identitario, un patrimonio del territorio che merita di essere tutelato e valorizzato. Il lavoro del Comitato Promotore sarà determinante per trasformare questo progetto in una concreta opportunità di crescita per l'intera area.

Sessant'anni di Associazione italiana sommelier, un 2025 di festeggiamenti



ROMA – Sarà un 2025 di festeggiamenti per l'Associazione italiana sommelier (Ais), il più grande e qualificato ente di formazione per sommelier in Italia e nel mondo, che il 7 luglio compie 60 anni.

Partendo simbolicamente da Milano, culla dell'associazione, le iniziative organizzate per celebrare la ricorrenza coinvolgeranno tutto il territorio nazionale lungo il corso dell'anno,

grazie all'impegno delle singole associazioni regionali, vera forza di Ais.

L'obiettivo delle celebrazioni, si legge in una nota della stessa associazione, è chiaro: mettere in luce come la crescita e il miglioramento continui abbiano consolidato Ais come un ente di primissimo piano, la cui autorevolezza si fonda sull'indipendenza e sull'impegno culturale.

“Il 7 luglio di sessant'anni fa, il nostro fondatore **Jean Valenti** ebbe una visione di libertà, creando un'associazione indipendente il cui unico scopo fosse la cultura,” dice **Sandro Camilli**, presidente nazionale Ais.

“Oggi quella visione – aggiunge – è la nostra identità, rafforzata dallo status di Ente del Terzo Settore. Celebreremo questo traguardo per un intero anno, affidando i festeggiamenti proprio alla forza delle nostre sedi regionali, che sono il cuore pulsante della nostra grande comunità”.

Dai 500 soci del 1970, l'associazione è cresciuta in modo esponenziale fino ai 45mila attuali, con una diffusione capillare che ha democratizzato la cultura del vino, costruendo la più grande community del settore in Italia.

Lo status di Ente del Terzo Settore, sottolinea ancora la nota, non è un dettaglio formale, ma un vincolo di legge che impegna Ais a operare per finalità di utilità sociale e con la massima trasparenza. Questa vocazione si concretizza in progetti come la Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio, realizzata in collaborazione con tre ministeri (Mic, Masaf e Mim), il cui cuore sono le borse di studio interamente finanziate da Ais e destinate agli studenti delle scuole superiori.

Torna il Tollo Wine Festival: tre giorni di vino, gusto e musica nel cuore dell'Abruzzo



TOLLO – Dopo il successo della prima edizione, il Tollo Wine Festival torna per la seconda volta ad animare il centro storico di Tollo (Chieti). Da venerdì 11 a domenica 13 luglio, la manifestazione organizzata dalla Pro Loco Tolle Me Aps di Tollo insieme a Cantina Tollo, al Comune e al Consorzio Tullum Docg, trasformerà Piazza Caduti di Nassiriya in un vero e proprio polo del gusto, dove protagonista assoluto sarà il vino delle aziende del territorio, insieme alle migliori specialità gastronomiche abruzzesi.

Durante i tre giorni sarà possibile degustare tutte le referenze di Cantina Tollo e Feudo Antico, oltre che di Vigneti Radica e della Cooperativa Agricola Coltivatori Diretti di Tollo. In assaggio anche le eccellenze della Tullum Docg, una delle denominazioni d'origine più piccole d'Italia, rappresentata dal relativo Consorzio di tutela.

“Il Tollo Wine Festival non è solo una festa del vino: è un’occasione per raccontare l’identità di un territorio che Cantina Tollo, attraverso il suo lavoro, promuove e tutela da più di sessant’anni. Un luogo che ha saputo fare della qualità e della tradizione la sua forza – afferma il presidente **Gianluca Orsini** -. Con questa seconda edizione vogliamo consolidare

l'iniziativa e farne un appuntamento fisso per tutti gli appassionati del mondo enoico, della cultura e della convivialità". ?

"Ottimo vino e buon cibo della tradizione sono le attrazioni principali per tutti gli enoappassionati e i turisti che verranno coinvolti in un'atmosfera di festa, tra musica e gusto - continua **Daniele Di Pillo**, presidente della Pro Loco -. Gli stand delle aziende e quelli dedicati alle specialità culinarie del luogo offriranno una ricca proposta di sapori locali curata dalla Pro Loco".

Oltre ai banchi d'assaggio e agli stand gastronomici, attivi a partire dalle ore 20,00, il programma del Tollo Wine Festival comprenderà appuntamenti con la musica dal vivo: venerdì 11 luglio il palco sarà tutto per i New Tones, trio romano rock 'n' roll ispirato ai suoni delle Doo Wop band degli anni '50 e '60, sabato sarà la volta dei Bicchierino, irriverente cover band dedicata a Rino Gaetano, mentre domenica l'evento sarà animato dalle coinvolgenti musiche di Dj Trapano. ?

Domenica 13 luglio, alle ore 19,00, si terrà anche il convegno Viaggi diVini: il futuro del turismo passa dal calice: "Sarà un momento di approfondimento e confronto incentrato sull'enoturismo come importante motore della valorizzazione territoriale e dello sviluppo locale - comunica Angelo Radica, Presidente nazionale dell'associazione Città del Vino e Sindaco di Tollo - che vedrà la partecipazione di rappresentanti istituzionali, associazioni di categoria ed esperti del settore". ?

L'ingresso alla manifestazione ha un costo di 12 euro e comprende il carnet con tre degustazioni e il kit con tasca e calice.

"Freak, pop e grandi classici", il vino d'Abruzzo si racconta in un incontro ad Avezzano

3 Luglio 2025



AVEZZANO – Il vino d'Abruzzo vive oggi una stagione di pluralità: tra l'eredità dei grandi classici, il successo di mercato di alcuni vini "pop" e l'energia creativa dei freak sperimentali. È da questa molteplicità di voci che nasce "Vini freak, vini pop e grandi classici-Il vino d'Abruzzo si racconta", un evento pensato non per dare risposte, ma per aprire una riflessione collettiva e senza pregiudizi sulla situazione produttiva attuale. Un dialogo aperto sul presente e sul possibile futuro del vino abruzzese.

L'obiettivo è ambizioso: mettere a confronto produttori, critici, comunicatori, buyer e sommelier per leggere le evoluzioni in corso nel panorama abruzzese, tra stilistica, identità e mercato.

La formula prevede una tavola rotonda interattiva con tre interventi introduttivi – uno per ciascuna "via" – e un dibattito aperto, guidato da **Franco Santini**, autore della guida *Vini d'Abruzzo per Bevitori Curiosi*. Ampio spazio sarà dedicato alle voci dei produttori (emergenti e non) e alla degustazione comparativa.

I freak, ovvero la sperimentazione libera. Vini naturali, macerati, fermentazioni spontanee, etichette fuori dagli schemi: cosa ci dicono i produttori visionari dell'Abruzzo contemporaneo?

Vini pop, cioè il vino come cultura accessibile. Vini quotidiani, leggeri, ben fatti e comunicati con intelligenza. Una via possibile per rendere l'Abruzzo attrattivo e comprensibile alle nuove generazioni?

Infine i grandi classici, ovvero l'identità profonda. Montepulciano, Trebbiano, Cerasuolo, Pecorino. Le Doc e i cru storici: restare fedeli alla tradizione o evolvere?

L'appuntamento è per venerdì 18 luglio al MeFuGo (Mercato Futuristico del Gusto) di Avezzano (L'Aquila), presso gli spazi dell'ex palaghiaccio, dalle 16,00 alle 19,30.

Per i cinquant'anni della Doc Falerio da Vallorani un viaggio nei grandi blend del mondo con Pietro Russo



ASCOLI PICENO – In occasione del 50esimo anniversario della denominazione Falerio Doc, che si festeggia quest'anno, tra le più storiche delle Marche, Vigneti Vallorani ha organizzato una giornata dedicata all'arte del blend come linguaggio universale del vino. Ospite d'eccezione **Pietro Russo**, master of wine, che ha guidato una degustazione esclusiva tra grandi blend francesi, italiani e spagnoli.

La Doc Falerio, istituita nel 1975, è la terza denominazione più antica della regione e per oltre trent'anni ha rappresentato l'identità vinicola del Piceno e del Fermano. Il disciplinare prevede almeno l'80% di uve autoctone – Trebbiano, Passerina e Pecorino – e riflette una tradizione di "mescolanza" che oggi si rinnova con maggiore consapevolezza tecnica ed enologica.

Se in passato il blend nasceva spontaneamente nei vigneti promiscui, oggi è frutto di un preciso lavoro in cantina, capace di restituire la complessità e la ricchezza di un territorio vocato all'incontro.

"Chi ci conosce sa quanto crediamo nel blend – dicono i promotori dell'evento – non solo perché appartiene alla nostra storia, ma perché riflette l'anima del Piceno: una terra di passaggi, di intrecci, di diversità. L'arte dell'assemblaggio è per noi una scelta identitaria, culturale ed ecologica".

"L'arte dell'assemblaggio rappresenta una delle pratiche più raffinate dell'enologia, in grado di valorizzare le caratteristiche complementari dei diversi vitigni per costruire equilibrio, profondità e longevità – afferma Pietro Russo –. Il blend non è un compromesso, ma una scelta tecnica e identitaria che riflette il territorio nella sua interezza. Il Falerio, con la sua matrice autoctona e il legame profondo con l'area picena, è un caso emblematico di come la coesistenza varietale possa generare un'espressione autentica, coerente e duratura nel tempo".

La masterclass con Pietro Russo ha proposto cinque grandi blend da Spagna, Italia e Francia, selezionati per raccontare il valore e l'evoluzione di questa pratica. A seguire, per sfatare i pregiudizi che ancora accompagnano il Falerio – spesso relegato a vino semplice e di pronta beva – è stata proposta una verticale storica di "Avara", che ne ha mostrato l'evoluzione nel tempo.



Blue tongue, in Abruzzo gli allevatori chiedono indennizzi e ci sarà un commissario



L'AQUILA – È scoppiata un'emergenza sanitaria, da molti addetti ai lavori definita fuori controllo, tra gli ovini in Abruzzo contagiati dalla cosiddetta Blue tongue, trasmessa agli animali da un piccolo moscerino. Si tratta di una malattia che non solo non è contagiosa tra animali, ma non colpisce l'uomo e non infetta la carne o il latte, ma porta alla morte le pecore che, infatti, stanno subendo una rapida decimazione in vaste aree della regione.

Dal primo focolaio rilevato un paio di settimane fa nel Carseolano, la "lingua blu" si è diffusa rapidamente sull'intero territorio regionale e il grande caldo sta rappresentando un letale amplificatore. Segnalati casi a Frattura di Scanno, nella Marsica e sui due versanti, aquilano e teramano, del Gran Sasso.

Uno degli ultimi casi segnalati è tra Rocca di Botte e Cappadocia, dove un allevatore con circa cinquecento capi ha visto morire già 20. A farne le spese un settore già martoriato, se si prendono per buoni i dati forniti da **Nunzio Marcelli**, imprenditore agricolo tra i fautori del riconoscimento dell'Igp Agnello del Centro Italia e della creazione della rete Appia che unisce i pastori di tutta Italia, secondo il quale il numero di capi in costante e inesorabile calo ha

raggiunto 80mila ovini nel 2024 dai 150mila del 2023.

Nel mirino degli allevatori e delle associazioni di categoria c'è la mancata prevenzione: già a settembre scorso ci sono state le prime avvisaglie con focolai nel nord-est italiano, e si sarebbero dovute attivare le vaccinazioni ma purtroppo le Asl non si sono mosse.

E probabilmente neppure le singole aziende considerando che quelle che in primavera – pur se non obbligate – hanno vaccinato i propri animali stanno registrando tassi di mortalità molto ma molto inferiori alla media. In ogni caso, la Asl dell'Aquila afferma che su 59 situazioni in cui c'erano animali coi sintomi, solo in sei è stato riscontrato il virus.

“L'azione di verifica e contenimento”, spiega **Massimo Ciuffetelli**, direttore del dipartimento di prevenzione, “consiste nell'isolamento degli allevamenti attaccati dalla malattia e nel continuo monitoraggio dei diversi territori. Gli allevamenti infetti vengono bloccati, vale a dire che nessun capo può uscire o entrare, e i controlli vengono estesi fino a un raggio di 4 km dal luogo in cui è stato trovato il virus per verificarne l'eventuale diffusione”.

Protocolli che secondo Marcelli “appaiono superati rispetto alla realtà epidemiologica e climatica. Le misure di contenimento e prevenzione si sono rivelate insufficienti o, in diversi casi, non applicate in modo concreto”.

Dunque per l'allevatore “ancora una volta il sistema pubblico preposto alla sanità veterinaria sembra non aver risposto con la tempestività e l'efficacia richieste da una situazione così critica”.

La Regione ha intanto attivato un piano di contenimento con zone di restrizione per il movimento di bestiame, sorveglianza attiva sui capi e alcuni interventi di profilassi, d'intesa con l'Istituto zooprofilattico di Teramo.

“Un piano vaccinale immediato e uno specifico indennizzo per l'acquisto di tutte le dosi di vaccino” è stato chiesto dalla Coldiretti, mentre la Cia chiede “alla Regione un intervento urgente per garantire il sostegno economico agli allevatori colpiti”. Per presidente di Coldiretti Abruzzo **Pietropaolo Martinelli**, “il rischio è la più grave crisi del settore ovino e la perdita di un sistema economico legato a due dei più importanti prodotti della tradizione: l'arrosticino abruzzese e il formaggio di pecora”. Il presidente regionale della Cia **Nicola Sichetti** ha paventato “il rischio di una crisi irreversibile per centinaia di aziende zootecniche” e ha chiesto alla Regione l'attivazione urgente di indennizzi per le aziende colpite.

Oggi, intanto, l'assessore regionale all'Agricoltura **Emanuele Imprudente** ha convocato il neo istituito tavolo tecnico sulla zootecnia. Alla Regione, molti operatori chiedono anche che intervenga presso Agea – l'agenzia dello Stato che eroga i contributi europei all'agricoltura – affinché non vengano previsti tagli alle risorse della Pac, considerando che queste vengono assegnate in base al numero di capi di bestiame e se un'azienda ne perde un gran numero mentre sono al pascolo, rischia di vedersi fortemente ridimensionati anche i contributi.

Nel corso della riunione – sono stati diffusi anche alcuni dati che, forniti dall'Istituto zooprofilattico e dalla Asl, indicano una crescita lenta ma concreta dell'emergenza. In totale i focolai registrati finora in Abruzzo sono 75 (dato Izs) di cui 24 in provincia dell'Aquila, 8 in provincia di Pescara, 3 in provincia di Chieti, 40 a Teramo.

Leggermente più seria la situazione registrata dalla Asl: 45 focolai sulla provincia dell'Aquila, 11 su Pescara, 49 su Teramo, indenne la provincia di Chieti.

Nel corso dell'incontro, Imprudente ha ribadito che “ci sarà la massima attenzione per la possibilità dello smaltimento delle carcasse anche tramite interrimento, sia per le misure preventive, che devono essere incentivate, sia per la fase dei controlli e c'è disponibilità totale da parte della Regione a trovare le risorse per un sostegno economico adeguato a favore degli allevatori nel momento in cui si avrà un quadro chiaro della situazione. Nel frattempo, – ha aggiunto – gli uffici del Dipartimento Sanità e l'Istituto zooprofilattico stanno effettuando tutte le verifiche ed i controlli necessari, così come sono impegnati sul campo i veterinari delle quattro Asl”.

“Occorre, perciò – ha ribadito Imprudente – un coordinamento di tutte le azioni che sarà agevolato dalla presenza di un commissario, che si è concordato di affidare al dott. **Nicola D'Alterio**, direttore dell'Istituto zooprofilattico Abruzzo e Molise. Intanto abbiamo già avviato interlocuzioni con il Ministero dell'Agricoltura e col Governo nazionale, per dare corpo ad azioni ulteriori a sostegno dei nostri allevatori”.

Ottant'anni di Molinari, serate celebrative in cocktail bar di tutto il mondo



MILANO – Un’iniziativa di respiro internazionale, che unisce persone, culture e tradizioni attorno a un prodotto che da ottant’anni è sinonimo di italianità. Così Molinari celebra i suoi ottant’anni.

Fondata nel 1945 da **Angelo Molinari**, l’azienda familiare si è sempre distinta per l’eccellenza del suo prodotto, divenuto nel tempo emblema del lifestyle italiano. Con una ricetta segreta tramandata di generazione in generazione, Molinari Extra rappresenta oggi un simbolo di autenticità, qualità e convivialità.

Per rendere omaggio all’importante ricorrenza, Molinari lancia un evento internazionale che coinvolgerà cocktail bar selezionati in tutto il mondo. Il progetto prevede una serie di serate celebrative pensate per valorizzare l’heritage del brand. I locali partecipanti, scelti per la loro affinità con i valori Molinari, saranno protagonisti di eventi unici, capaci di esaltare l’identità del marchio attraverso cocktail, musica e momenti di condivisione.

In Italia, l’iniziativa prenderà il via a luglio 2025 e si svilupperà fino a settembre 2025, coinvolgendo cocktail bar selezionati nelle città di Milano, Bologna, Roma e Napoli.

I locali presenteranno cocktail originali con Molinari, in una drink list dedicata; serate memorabili, attraverso format creativi, musica e atmosfere in linea con i valori del brand; celebrazioni coinvolgenti per il pubblico e che trasmettono lo spirito Molinari.

Brindisi, scatti celebrativi e momenti di convivialità caratterizzeranno le serate dedicate all'80° anniversario.

I bartender dei locali che hanno realizzato le migliori celebrazioni italiane accederanno alla fase finale, insieme ai finalisti internazionali, e avranno l'opportunità di soggiornare e partecipare a una visita esclusiva alla scoperta di Roma. L'evento conclusivo si terrà a ottobre 2025 presso la suggestiva AcquaRoof Terrazza Molinari di Roma. Qui, i bartender selezionati presenteranno, davanti a esperti di fama internazionale, il proprio cocktail signature Molinari.

Al termine della serata, chi avrà saputo interpretare al meglio, in un solo drink, la storia, lo stile e il gusto inconfondibile del brand, si aggiudicherà un'esperienza pensata ad hoc per celebrare la sua creazione.



Cantine Paololeo rileva la storica azienda vitivinicola Candido



SAN DONACI – Da una famiglia di San Donaci a un'altra famiglia di San Donaci (Brindisi): continuità è la parola chiave che identifica l'acquisizione dell'azienda vinicola Candido da parte della famiglia Leo. Si tratta di un passo importante per la storia della cantina e del territorio, perché il nome dell'azienda resterà fortemente legato alla sua comunità.

Con questo nuovo acquisto si arricchisce il progetto di Paolo Leo, fondatore di Cantine Paololeo, di investire nel territorio pugliese, preservando eredità importanti anziché fondare nuove aziende. Dopo Altire, progetto in Valle d'Itria che ha permesso ad un piccolo gruppo di viticoltori di mantenere la propria attività garantendo loro la continuità nell'acquisto delle uve per la produzione dei vini simbolo del territorio, e il recupero dell'antica cantina sociale di Monteparano, che dà lavoro a circa 150 viticoltori di piccole dimensioni, l'acquisto di Candido preserva una splendida cantina del Salento fondata nel 1929 e legata al lavoro di quattro generazioni.

“Siamo di San Donaci e il nostro cuore è qui – afferma **Paolo Leo** – . Poter acquisire una cantina che fa parte della storia del nostro paese e che ho sempre ammirato è per me un

orgoglio e un onore. Custodiremo questo patrimonio in modo rispettoso e attento. Manterremo e potenzieremo la produzione vinicola, ma ne faremo anche un luogo dedicato all'enoturismo. La splendida sede, infatti, diverrà un luogo di conoscenza del vino e di promozione di San Donaci e del Salento più in generale”.

Il turismo del vino è infatti un comparto in costante crescita per il territorio salentino. Con oltre 4 milioni di presenze annuali, rappresenta un volano straordinario per fare conoscere nel mondo un angolo d'Italia meraviglioso. Una crescita che caratterizza anche la domanda di vino del Salento, oggi una delle aree vitivinicole più importanti d'Italia.

L'impegno della Paololeo sarà quello di rinnovare l'identità della cantina Candido mantenendo però i vini simbolo.

“Cappello di Prete, Duca D'Aragona e Immensum continueranno a essere i vini bandiera – afferma **Nicola Leo**, enologo della Paololeo – . Sono vini che hanno contribuito a scrivere la storia dell'enologia pugliese e vogliamo continuare a valorizzarli, unendo la forza della tradizione a una visione innovativa e consapevole del presente”.

L'acquisizione sarà inoltre un acceleratore alla già ottima crescita registrata da Cantine Paololeo negli ultimi anni: nel 2023, infatti, l'azienda aveva registrato un fatturato pari a 22 milioni di Euro con 4 milioni di bottiglie prodotte, nel 2024 lo stesso indice incrementava a 23 milioni di Euro con 5 milioni di bottiglie e nel 2025 la previsione, anche grazie al contributo di Candido, è di raggiungere quota 25 milioni di Euro (oltre +8,5% sul fatturato dell'anno precedente) con 5,5 milioni di bottiglie prodotte.

In sintesi

Cantine Paololeo acquisisce Cantina Candido, un investimento dal Salento nel Salento

Produzione complessiva post-acquisizione: 5,5 milioni di bottiglie (prevista)

Mantenimento del nome Candido per il valore e la riconoscibilità che ha nel territorio

Fatturato di Cantine Paololeo previsto in crescita per il 2025 di oltre l'8,5%, anche grazie all'operazione di M&A.



Francesco, Stefano, Paolo, Nicola e Alessandro Leo

Dal campo alla trafila, in Abruzzo l'Antico pastificio rosetano Verrigni e il privilegio di coltivare e trasformare il proprio grano



ROSETO – Grano italiano: quanti pastifici davvero lo utilizzano e quanti possono vantare una filiera corta con pochi passaggi controllati e un rapporto diretto tra produttore e consumatore? In Abruzzo il processo produttivo parte dai campi di grano dell'azienda Solagnone e si conclude nell'Antico pastificio rosetano Verrigni.

“Siamo nel luogo dove tutto ha origine, dove coltiviamo il grano duro San Carlo, molito a Foggia e pastificato nel pastificio Verrigni”, racconta **Francesca Petrei Castelli** iniziando il cammino con *Virtù Quotidiane* proprio dai campi sulle colline di Atri (Teramo), “è fonte di orgoglio poiché porto avanti l'azienda agricola della mia famiglia da diverse generazioni e sono felice di aver contribuito alla valorizzazione del grano italiano, che fino a qualche anno fa era considerato inadeguato per ottenere una buona pasta”.

La natura insieme agli ingredienti di qualità e alla sapiente mano dell'uomo sono un connubio ideale per donare alla pasta firmata Verrigni una personalità riconoscibile.

“La pasta”, dice, “è allo stesso tempo qualità e semplicità, data dall'unione di semola e acqua, facendo attenzione ad usare una semola eccellente, un'acqua pura come quella del Gran Sasso, e una lenta lavorazione con grande competenza. La semola, infatti, arriva in pastificio e viene stoccata nelle camere di stoccaggio; viene poi unita all'acqua nella pressa e impastata ad arte, prendendo forma nelle trafile e, nel nostro caso, anche in quelle in oro per

assumere la forma più varia e originale. Inoltre, attraverso le camere di essiccazione, dopo un opportuno pre incarto, la pasta viene essiccata lentamente a 45-50 gradi per 24, 48, o 72 ore in base alla dimensione del formato e, infine, viene preparata per il confezionamento che può essere automatico o manuale”.

Tra l’altro, si pensi che l’essiccazione in movimento comincia direttamente dal forno creando un prodotto più dolce, mancando quella micro fermentazione tipica, al contrario, dell’essiccazione statica.

L’artigianalità e la visione imprenditoriale riescono per sopravvivere combattono l’aumento dei costi e il rischio continuo di oscillazione dei dazi americani sull’esportazione delle farine, riflettendo il momento critico e complicato a livello mondiale “considerando i rischi che stiamo correndo, l’aspetto commerciale è probabilmente l’ultimo a doverci preoccupare; per il momento viviamo alla giornata fin quando non si stabilizzerà l’idea di ciò che dovrà accadere per quanto riguarda l’applicazione dei dazi e nel frattempo ci adeguiamo a quello che sarà – aggiunge -noi all’estero vendiamo con la modalità di consegna franco fabbrica e ovviamente se il prezzo dovesse crescere in maniera esponenziale, il volume d’affari andrà a diminuire”.

Verrigni si contraddistingue per la lavorazione accurata delle materie prime di qualità, come per qualsiasi altro prodotto di alto livello: “L’importante però è sempre comunicarlo poiché limitarlo alla conoscenza degli addetti ai lavori avrebbe poco valore commerciale, ecco perché abbiamo trovato negli chef grandi partner, che hanno saputo diffondere nel tempo la qualità dei nostri prodotti e ci hanno aiutato ad essere considerati un marchio di eccellenza e chi assaggia la nostra pasta torna ad acquistarla”.

La pasta utilizzata per le riprese video non è destinata alla vendita.

pubbliredazionale

Cerasuolo a Mare, parte l’edizione 2025. Nel fine settimana a Pescara degustazioni di 40 cantine



PESCARA – Il suo colore non ha eguali nel panorama vinicolo italiano e non solo. La sua versatilità è indiscussa, perfetto per cene più strutturate o per aperitivi “spizzicati”, per carne o per pesce, ma ideale anche per la pizza.

Il Cerasuolo d’Abruzzo è un vino senza limiti gastronomici, ma non ha nemmeno stagioni, adatto a qualunque tipo di temperatura. Tutto questo lo rende il vino principe della regione Abruzzo e quello su cui sempre di più si stanno concentrando i riflettori anche fuori confine.

Lo ha intuito bene Confesercenti Pescara, che dodici anni fa, ha pensato ad una manifestazione dedicata a questo vino.

“Cerasuolo a mare” è ormai un punto di riferimento nell’estate abruzzese, con le sue tappe diffuse in tutta la stagione. Partita da Montesilvano, da anni l’evento tocca praticamente tutto il litorale abruzzese.

L'edizione 2025 inizia da Pescara, inserita come lo scorso anno nel contenitore di Mediterranea, la fiera dell'agroalimentare più longeva d'Abruzzo.

Da domani a domenica, per tre giorni, nel porto turistico Marina di Pescara, tra gli stand della fiera, si svilupperanno i punti degustazione dei vini rosa d'Abruzzo. Una quarantina le cantine aderenti abruzzesi che proporranno la loro versione del Cerasuolo, mostrando le tante sfaccettature che questo vino ha a seconda dei territori e delle filosofie produttive.

I vini rosa d'Abruzzo saranno poi affiancati da proposte gastronomiche di mare e di terra, tipiche della regione, per un racconto del gusto a tutto tondo.



Il meccanismo è sempre lo stesso: acquistando un kit a 10 euro, si avrà diritto a 3 degustazioni, scegliendo tra i vini proposti dalle cantine aderenti.

“Cerasuolo a mare è ormai un appuntamento fisso sia per gli addetti ai lavori che per il pubblico”, commenta **Gianni Tauci**, direttore di Confesercenti Pescara e presidente del porto turistico Marina di Pescara. “Durante tutto l’anno in tanti ci chiedono notizie sul ritorno dell’evento, e quindi ci aspettiamo anche in questa stagione la riconferma se non l’aumento del pubblico presente. La manifestazione è un’occasione per conoscere questo vino che sta diventando sempre di più un simbolo per l’enologia regionale, godendo dei calici nelle bellezze marine del nostro Abruzzo”.

Tutte le cantine presenti

Agriverde, Azienda vinicola Guido Strappelli, Biagi, Bio Cantina sociale Orsogna, Bosco Nestore, Cantina Di Biase, Cantina Frentana, Cantina Tollo, Cascina del Colle, Centorame, Chiarieri, Chiusa Grande, Cingilia, Collefrisio, Costantini, Di Camillo Vini, Duchi di Castelluccio, Ilda Vini, Il Feuduccio, Marramiero, Monteselva, Mucci, Pasetti, Ruggieri, San Lorenzo, Società Agricola Gennaro Pigliacampo, Spinelli, Talamonti, Tenuta De Melis, Tenuta del Priore, Tenuta Pescarina, Torre Zambra, Tenuta Tre Gemme, Tenuta Ulisse, Terre di Masciulli, Terzini, Vignavolando, Villa Vestea, Vini Casalbordino, Vini Fantini.



Nel weekend a Pescara “Mediterranea”, tre giorni tra eccellenze enogastronomiche, artigianato e promozione del territorio



PESCARA – Domani, venerdì 4 luglio, alle ore 19,00 prenderà ufficialmente il via la XXXIX edizione di Mediterranea, la storica fiera agroalimentare dell’Abruzzo, in programma fino a domenica 6 luglio al Porto Turistico Marina di Pescara, con apertura al pubblico, ogni giorno, dalle ore 19,00 alle 00,30 (ingresso libero).

Organizzata con la regia della Camera di Commercio Chieti Pescara, Mediterranea si conferma un appuntamento di riferimento per la valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze, grazie a un programma articolato che intreccia promozione agroalimentare, artigianato artistico e turismo esperienziale.

La serata inaugurale si apre alle 19,00 con i saluti istituzionali sul palco centrale in cui ci sarà spazio per uno dei momenti più celebrativi della manifestazione: il tributo ai vincitori del Premio Ercole Olivario, il prestigioso riconoscimento nazionale per la qualità dell’olio italiano che, quest’anno, per la prima volta, è andato a due etichette abruzzesi capitanate da **Tommaso Masciantonio e Claudio Di Mercurio**.

A seguire, alle 20,00, il primo grande evento live: lo show cooking firmato Red Academy con lo chef stellato **Nicola Fossaceca** (ristorante Al Metrò, San Salvo Marina), che realizzerà un menu ispirato al tema Il pesce povero dell'Adriatico, in un percorso tra raffinatezza, stagionalità e valorizzazione delle risorse locali.

Alle 21,45, spazio alla cultura e all'identità con la presentazione del libro "Sapore d'Abruzzo" di **Antonio Di Loreto**, un dialogo tra parole, tradizioni e memoria gastronomica. Gran finale, alle 22,35, con il workshop "Il potere del visual nel food" a cura della visual designer **Lorena Marinucci**, dedicato all'importanza delle immagini nella comunicazione del cibo, in un'epoca in cui il racconto visivo è diventato centrale per la promozione dell'identità gastronomica.

Mediterranea 2025 si presenta con un programma denso e multidisciplinare, che alterna laboratori, talk, degustazioni, momenti di formazione e intrattenimento. Tra le collaborazioni speciali, quelle con Fisar Pescara e Slow Food Abruzzo, promotori di tre masterclass d'eccellenza, all'interno del padiglione Becci, sugli spumanti d'Abruzzo, la top wines della Guida slow wine 2025 ed i vini rosati.

Sarà data grande attenzione anche al tema della sostenibilità alimentare con workshop dedicati ed alla mise en place, presentata in una veste "Mediterranea" da Tavola Audace (domenica 6 luglio, alle 19,20), a cui seguirà il tortello all'Abruzzese firmato dallo chef **Francesco Cinapri**.

Non mancheranno i brindisi con Cerasuolo a mare, la passerella dedicata all'iconico rosato abruzzese, e con Fermenti d'Abruzzo che debutta in anteprima con tre etichette di birre artigianali abruzzesi.

Tra i protagonisti più attesi dell'edizione 2025, Paride Vitale, imprenditore e professionista della comunicazione, sabato 5 luglio alle ore 21,00 sul palco centrale, con un talk sulla creatività e l'identità abruzzese E Vincenzo Schettini, conosciuto come "La fisica che ci piace", domenica 6 luglio alle ore 21,00.

Per info, aggiornamenti e prenotazioni: www.mostramediterranea.it.

Lamberto Frescobaldi confermato all'unanimità presidente di Unione italiana vini



ROMA – **Lamberto Frescobaldi** è stato confermato all'unanimità presidente di Unione italiana vini (Uiv) per il prossimo triennio.

La nomina è stata ratificata dal Consiglio elettivo oggi a margine dell'Assemblea nazionale della principale organizzazione del settore, che conta oltre 800 soci per un fatturato complessivo di 10,6 miliardi di euro e l'85% dell'export nazionale.

“Ringrazio la famiglia di Unione italiana vini per la fiducia e per quanto fatto insieme sino a ora – ha detto il presidente Frescobaldi –, nella consapevolezza che il prossimo mandato sarà ancor più impegnativo in termini di sfide da affrontare. L'obiettivo prioritario è senz'altro quello di innovare in chiave competitiva l'ecosistema vino: un gigante dalle spalle larghe chiamato oggi a modificare il proprio assetto per continuare a essere leader”.

“Sono convinto – ha concluso il presidente Uiv – che con una presa di coscienza da parte di tutto il settore si possa raggiungere l'obiettivo”.

Casa Grazia apre le porte all'inclusione: nasce il progetto "Sinestesie"



GELA - La famiglia Brunetti, titolare della storica azienda bio vinicola e olivicola Casa Grazia, immersa nello splendido scenario naturalistico del Lago Biviere di Gela — il più grande lago salato costiero della Sicilia — darà vita a un'esperienza speciale nel segno dell'inclusione sociale.

Con il progetto Sinestesie: Coltiviamo l'inclusione lavorativa, sociale, Casa Grazia ospiterà una giornata interamente dedicata a persone con diverse tipologie di disabilità e ai loro familiari, offrendo un viaggio multisensoriale tra vino, cibo, arte e design.

La sinestesia, spiegano gli organizzatori, nasce dall'unione dei termini greci syn (insieme) e aisthesis (percezione), e rappresenta la capacità di percepire stimoli sensoriali in modo incrociato: vedere un suono, sentire un colore. Ed è proprio su questo affascinante concetto che si basa l'iniziativa, promossa in collaborazione con il Distretto sanitario di Gela Asp 2 di Caltanissetta, il Gruppo archeologico Geloi, la Cooperativa Carpe Diem, gli studenti degli istituti Majorana e Sturzo e la pizzeria Oreste "A pizz è femmina".

L'esperienza, frutto della progettazione di **Katia Maniscalco** — psicologa clinica in formazione e docente di psicologia applicata — vuole coinvolgere i partecipanti in laboratori esperienziali che stimolino la percezione, la memoria olfattiva ed emozionale attraverso i profumi del vino, dell'olio e del cibo.

“Sarà un momento in cui i ragazzi potranno mettersi in gioco attingendo al proprio bagaglio di ricordi ed emozioni” spiega la Maniscalco, promotrice dell'iniziativa.

Casa Grazia, oggi alla terza generazione con **Emilio, Miryam e Martina**, ha fatto della formazione e dell'ospitalità un punto di forza, riprendendo l'eredità educativa dei padri Salesiani che un tempo abitavano la tenuta.

“La degustazione del vino — racconta Martina Casciana Brunetti, sommelier e hospitality manager — è un atto sinestetico che coinvolge tutti i sensi, anche l'udito: il suono del vino nel calice cambia con il tempo, e nel nostro linguaggio parliamo infatti di vini setosi o di bouquet verde, figure retoriche che raccontano come il vino sia natura viva che dialoga con le nostre emozioni”.

La giornata sarà moderata da Katia Maniscalco e si aprirà con i saluti istituzionali di **Ketty Damante**, senatrice della Repubblica, del sindaco di Gela **Terenziano Di Stefano** e di **Francesco Gurzeni**, presidente del Gruppo archeologico Geloi. A seguire, gli interventi di **Giuseppe Arancio**, medico e dirigente del Centro di Salute Mentale di Gela, su “Valutazione e comprensione della sinestesia”, di Martina Casciana Brunetti su “Vino-olio e cibo sinestetico” e di **Vincenzo Castellana**, architetto e direttore creativo di Casa Grazia, con “Design creativo”.

Il laboratorio, destinato ai ragazzi della Cooperativa Carpe Diem e agli studenti degli istituti Majorana e Sturzo, si concluderà con un momento di convivialità insieme al pizzaiolo napoletano Oreste Bonaiuto, che realizzerà una pizza come simbolo di inclusione, perché — come ricordano gli organizzatori — la pizza è un piatto democratico, senza barriere.

Pizza garganica, a Lesina l'anima della laguna fonde sapori salmastri e sentimento

2 Luglio 2025



LESINA – Natura, cuore, forno, piatto. Quattro parti distinte, una stessa ispirazione, quella di **Vincenzo D'Apote**, maestro impastatore e patron de La Cruna del Lago a Lesina (Foggia). Dal dialogo sommerso con il territorio d'origine, l'ecclettico artigiano, classe 1979, ha formulato un'identità di pizza garganica. Innovativa nei sapori e nei profumi, instagrammabile alla pari del contesto naturale che racconta.

Sapori e profumi di cui è intimamente intrisa l'anima del luogo, uno dei 2 laghi costieri che si allungano sul versante nord del Gargano.

Sull'impasto tagliato con grano arso di Cerignola (Foggia), le eccellenze lagunari trovano nuove armonie di gusto. La pregiata anguilla, il cefalo di laguna con la sua bottarga, la selvatica salicornia, persino l'invasivo granchio blu arrivato a insediarsi nel delicato habitat lagunare (è D'Apote il primo a sperimentarlo nel 2019, con buona pace di **Gino Sorbillo**, nella pizza "L'Alieno" tutt'ora in carta). E la mucisca, la carne secca dei pastori transumanti,

riesumata nelle Prepotenti.

Che nel lessico della Cruna sta a indicare quella tipologia di pizza per la quale l'approvazione finale spetta Sara Calà, moglie di Vincenzo e componente della Cruna Family, il simbiotico equipaggio che affianca il capitano di vascello (e di cucina) fin dalla prima ora. Di base, il papà **Giovanni D'Apote**, la madre **Antonia Dentale**, il sodale responsabile di sala **Leonardo Maurizio** e i ragazzi che aiutano.



Maurizio e Vincenzo D'Apote

“Guardandomi attorno nella mia lunga gavetta, ho maturato l’idea che la pizza potesse essere un piatto di cucina inconfondibile, un modo per far scoprire il nostro territorio lontano dalle rotte più battute ma non meno sorprendente. Un ambiente unico grazie al particolare microclima di cui gode, non un posto qualunque” dice il pizzaiolo lesinese doc a *Virtù Quotidiane*.

Da qui l’idea di riportare a galla quel giacimento (sommerso) di sapori, storie e tradizioni del luogo. La volontà di offrire un’esperienza di gusto “fuori dalle mode ma con identità propria”. Con visione grandangolare.

Vincenzo è partito dalla base, l'impasto, dandogli carattere proprio con una parte del grano simbolo della tradizione contadina del foggiano, il grano arso, la granaglia tostata e macinata recuperata dopo la bruciatura delle stoppie. Con i pomodorini locali e il pelato nostrano "rotto a mano per non perdere i semini interni che danno la giusta acidità alla salsa", l'olio del pregiato Triangolo del confine nord pugliese, la mozzarella di bufala allevata in prossimità della marina e il caciocavallo di podolica, la ricotta, il miele e il mosto cotto d'uva, il mirto e il ginepro odorosi di quel lembo di macchia mediterranea che prospera sul tombolo dunoso tra mare e lago.

Salsedine e genius loci accostati con genio. E con gratitudine.

"Proponiamo quello che c'è finché disponibile, interpretiamo e anticipiamo" dice a sua volta il delicato Leonardo, classe 1980, diploma al Nautico di Termoli ("mi è tornato tornato utile, mi ha insegnato a lavorare in equipe senza poter scendere a terra") reinventatosi in sala dall'amico Vincenzo dopo la profonda crisi edilizia che negli anni scorsi ha messo in ginocchio imprese come quella di suo papà insieme al quale si guadagnava da vivere.

Da 11 anni a questa parte Leonardo ha cambiato prospettiva. "All'insaputa e nell'incoscienza", gli piace dire, seleziona vini e birre (su ricette personalizzate per La Cruna) da accostare alla pizze della casa. E congeda i clienti con cicchetti odorosi di mirto ginepro e alloro raccolti in laguna, processati quanto basta dal papà di Vincenzo.

"È che non se ne parla mai" si sfoga Leonardo dopo aver portato a tavola come in trionfo l'entrée di benvenuto in laguna, la focaccia condita di sapida salicornia e un giro di peranzana a crudo. "La semplicità vince sempre" sentenza con un sorriso. "Ma in quanti sanno" dice poi sconsolato "che qui di fronte (indica la linea costiera che separa il lago dall'Adriatico che dal terrazzo in cima alla casa-torre della Cruna si scorge nelle giornate limpide, *ndr*) c'è Punta Pietre Nere, un residuo di costa rocciosa in prossimità del Canale Acquarotta. Non se ne parla, in realtà è un atollo sommerso di roccia lavica. È lì che andiamo ad accaparrarci i pochi molluschi rimasti, polpi e seppie che cuciniamo sulla pizza, finché ce ne saranno".

"Inizio anni duemila c'era da decidere se restare o andare via" riprende D'Apote, che prima di "catapultarsi" nella ristorazione ha studiato economia del turismo e dato qualche esame a Filosofia. Poi, racconta, ha rifiutato il posto sicuro, alle Poste e anche nella Marina militare, per proseguire il suo viaggio illuminato da maestri della panificazione come **Piergiorgio Giorilli**.

"Lesina era in un momento di fioritura, nei ristoranti si iniziava a parlare dei prodotti tipici

lagunari che fino ad allora erano appannaggio delle massaie del posto. Ho innalzato la bandiera su Lesina con l'idea di rilanciare quei prodotti sulla pizza cotta nel forno a legna. Mi si è aperto un mondo, ci ho messo del mio, ho cercato di non seguire le mode e darmi un'identità. Una proposta che fosse unica, nostra, di laguna, che fosse riconoscibile e potesse creare posti di lavoro”.



Focaccia

con la salicornia

L'exploit nel 2018 alla fiera del Made in Italy a Tokyo. "Portammo una Margherita con la nostra salicornia ("la raccogliamo in stagione lungolago, non è quella coltivata in serra per fare business, da noi quando finisce, finisce!") accostata a salmone affumicato e cipolla caramellata, un mix di sapori ben gradito agli asiatici amanti dell'agrodolce. La chiamammo La Laureata dal momento che aveva vinto la Coppa Europa come pizza innovativa, tutt'ora è nel menu e ci rappresenta nelle trasferte".

"Fino ad allora la pizza era stata una proposta indefinita dei ristoranti nella zona" continua D'Apote oggi a capo dell'associazione Pizzaioli garganici e maestro paposciaro. "Abbiamo una tradizione di pane in zona ma non avevamo una tradizione di pizza se non la paposcia di Vico del Gargano. Ho inventato la paposcia aperta, per metà pizza e metà panino. Anche lì ho messo un po' di mio ed è il prodotto che va di più rispetto alla classica vichese".

Nel maggio scorso D'Apote è entrato a far parte dell'associazione Ambasciatori del gusto italiano, per l'impegno nella promozione del territorio e la sostenibilità.

La sua Cruna, che il prossimo novembre festeggia 15 anni di attività, è tra le rivelazioni della guida alle pizzerie 2025 del Gambero Rosso con 2 Spicchi di eccellenza e il premio speciale Pizza e Territorio; premio Biodiversità d'Italia per la guida di Identità Golose.

"Tutto quello che arriva è ottenuto col duro lavoro" conclude il maestro pizzaiolo, "è difficile che ti vengano a scoprire in questa zona, Lesina è un paesello. Ma a distanza di qualche anno siamo in 5-6 pizzaioli garganici, alcuni miei allievi e segnalati dalle guide".



**A Carmagnola la Fiera Nazionale del Peperone celebra il “re dell’orto”
tra degustazioni, produttori, eventi e musica**



CARMAGNOLA – È stata presentata oggi, presso la Sala Trasparenza del Grattacielo della Regione Piemonte a Torino, la 76esima edizione della Fiera Nazionale del Peperone di Carmagnola.

L'evento imperdibile si prepara ad animare la città di Carmagnola (Torino) dal 29 agosto al 7 settembre 2025. L'appuntamento, promosso dal Comune di Carmagnola e organizzato da Sgp Grandi Eventi, ha acceso i riflettori su una delle manifestazioni più attese del Piemonte, confermando l'entusiasmo per dieci giorni all'insegna del gusto, della cultura e del divertimento.

Durante l'incontro con la stampa, è stato delineato il ricco programma che farà di Carmagnola un vero paradiso per il palato e non solo. Dalla Via del Peperone, dove i produttori locali presenteranno le diverse e preziose varietà dell'ortaggio – dal Quadrato al Corno di Bue, dal Trottola al Tomaticot – alle vivaci Piazze del Gusto, la Fiera sarà un viaggio sensoriale tra le eccellenze del territorio.

Grande attenzione è stata dedicata anche al calendario degli eventi speciali, a partire dal nuovissimo PalaPeperone in Piazza Sant'Agostino. Questa tensostruttura sarà il cuore di

showcooking, degustazioni guidate, presentazioni letterarie e incontri di alto livello. La Fiera si animerà anche con coinvolgenti spettacoli itineranti e concerti. Un appuntamento storico dal 1949, riconosciuto tra i più importanti eventi enogastronomici d'Italia, la Fiera del Peperone di Carmagnola è pronta ad accogliere migliaia di visitatori per celebrare una delle sue più grandi ricchezze.

Una Fiera Nazionale che “diventa sempre più importante ma senza perdere la qualità – commenta in un videomessaggio il presidente della Regione Piemonte **Alberto Cirio** – e che rappresenta sempre di più uno dei momenti più importanti di promozione della nostra agricoltura, dei nostri prodotti di eccellenza non solo in Piemonte ma anche a livello nazionale”.

“Con i suoi 90 prodotti a denominazione d’origine e i 600 prodotti di montagna, l’agroalimentare piemontese esprime la filiera più pregiata d’Italia, e quindi del mondo – ha detto **Paolo Bongioanni**, assessore al commercio ed agricoltura di Regione Piemonte – eppure finora il Piemonte del cibo non è stato conosciuto come merita: la sfida era un cambio di paradigma. Per la prima volta nella storia della Regione, ha aggiunto, Commercio e Agricoltura sono riuniti in un unico assessorato, Distretti del Cibo e del Commercio, fiere che valorizzano i prodotti tipici, mercati di tradizione, la creazione di una filiera corta che riconosca più valore ai produttori sono ora parte di un disegno organico che stiamo sviluppando anche grazie a una profonda riorganizzazione strutturale”.

“La Fiera Nazionale del Peperone di Carmagnola, giunta alla sua 76ª edizione, rappresenta una straordinaria vetrina per una delle eccellenze orticole del Piemonte e un modello vincente di integrazione tra agricoltura, industria agroalimentare, turismo e promozione del territorio – ha detto **Andrea Tronzano**, assessore regionale a Finanze e Sviluppo delle attività produttive – Carmagnola è, da decenni, sinonimo di qualità e tradizione – la filiera carmagnolese rappresenta un punto di riferimento nel panorama agricolo regionale e nazionale. Negli ultimi anni la Regione ha investito risorse significative per sostenere l’innovazione, la qualità e la competitività delle imprese agricole. Con i fondi del Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale 2023-2027 la Regione contribuisce al rafforzamento delle filiere, alla sostenibilità ambientale e alla valorizzazione dei prodotti Dop, Igp e tipici”.

“La Fiera, da sempre simbolo di tradizione, passione agricola e spirito di comunità – ha detto il sindaco di Carmagnola, **Ivana Gaveglia** – questa manifestazione è il frutto di un lungo lavoro di squadra, portato avanti con impegno dal Comune, dagli uffici comunali, dalle associazioni, dai produttori, dagli sponsor, dalle attività economiche e culturali che animano il nostro tessuto sociale ed economico. In particolare, ringrazio Sgp Grandi Eventi per la

direzione artistica e organizzativa, che anche quest'anno contribuisce a rinnovare e valorizzare il format della Fiera con idee, professionalità ed entusiasmo”.

“Un aspetto particolarmente importante dell'edizione 2025 è il crescente coinvolgimento delle realtà del territorio – ha spiegato **Domenico La Mura**, assessore al Commercio e alle Manifestazioni di Carmagnola – quest'anno ancora più iniziative vengono organizzate insieme ai Carmagnolesi, con associazioni, attività, gruppi e cittadini che partecipano attivamente alla costruzione del programma. La Fiera non è solo cultura e commercio ‘sulla carta’, ma un vero motore che li mette in dialogo e li fa vivere nel cuore della città”.

Il “volano”, ha spiegato **Roberto Gerbino**, assessore all'Agricoltura di Carmagnola, “è costituito da un marketing territoriale che coinvolge diversi settori: attività produttive, ambiente, zootecnia, agricoltura e altro ancora. Il tutto si sviluppa all'interno di una città situata nel cuore del Piemonte, attualmente interessata da un importante processo di rigenerazione urbana, che trasmette energie positive sia ai suoi abitanti che a chi vuole fare impresa”. Inoltre, ha proseguito, “il Consorzio del Peperone, con i suoi 40 soci, garantisce la qualità del prodotto attraverso un disciplinare che fornisce indicazioni sulla produzione e sulla vendita. Non da meno sono i produttori che, pur non aderendo al Consorzio, coltivano comunque peperoni di alta qualità”.

Nuove proposte capaci di intercettare un pubblico differente, da famiglie a giovani, dagli appassionati di enogastronomia ai turisti curiosi di scoprire le eccellenze piemontesi, è stato il cuore del lavoro di SGP Grandi Eventi, come ha spiegato **Stefano Pellicciardi**, responsabile organizzativo della Fiera Nazionale del Peperone di Carmagnola: “È un evento che sentiamo profondamente nostro, non solo per il ruolo organizzativo che ci viene affidato, ma perché rappresenta un progetto che parla di identità, territorio e passione condivisa – ha dichiarato – il peperone di Carmagnola è il cuore pulsante della manifestazione, ma attorno a questo simbolo si sviluppa un ecosistema ricchissimo fatto di eventi culturali, showcooking, incontri, musica e attività diffuse. Per noi di Sgp Grandi Eventi, Carmagnola è diventata casa, un luogo dove la professionalità incontra l'autenticità, dove l'organizzazione di eventi è strumento di valorizzazione sociale ed economica. Con orgoglio e responsabilità, continuiamo a contribuire al successo di una Fiera che è, prima di tutto, patrimonio collettivo”.

Non solo degustazioni, premi e primizie, ma anche musica e spettacolo con Il Foro Festival che accenderà la città di Carmagnola in occasione della Fiera Internazionale del Peperone. Il Foro Festival, fiore all'occhiello degli eventi serali, sarà ancora una volta ospitato nel Foro Boario di Piazza Italia, area fieristica storica e punto di riferimento per la comunità fin dagli anni settanta. Per l'edizione 2025 il Foro Festival promette anche un cartellone ricco di appuntamenti imperdibili. Tra gli highlight già confermati, il pubblico potrà assistere a serate

che spaziano dalla musica alla riflessione culturale, offrendo intrattenimento per ogni gusto.

“Il Foro Festival 2025 rappresenta per noi un progetto che non vuole limitarsi ad un programma che coinvolga la singola azione, ma è l’espressione concreta di una visione culturale che guarda al futuro, con un progetto strutturato su base pluriennale – spiega **Paolo Di Nita**, direttore artistico de Il Foro Festival – abbiamo ideato un programma trasversale, pensato per coinvolgere tutte le generazioni, con grandi nomi della scena musicale e format innovativi capaci di coniugare intrattenimento e cultura in un’unica esperienza. Carmagnola merita un festival che sia riferimento non solo musicale, ma anche culturale. Il nostro obiettivo non è semplicemente offrire concerti, ma creare un’esperienza capace di lasciare un segno, costruire memoria e generare valore per la comunità”.

“Siamo orgogliosi di rinnovare, anche quest’anno, il nostro sostegno alla Fiera del Peperone di Carmagnola, un evento che rappresenta un’eccellenza del territorio non solo sotto il profilo culturale e agricolo, ma anche per la sua capacità di generare valore economico e sociale per tutta la comunità – spiega **Alberto Rinaldi**, vice presidente della Banca Territori del Monviso – come Banca di Credito Cooperativo, siamo profondamente legati al territorio e alle sue persone: sostenere manifestazioni come questa significa investire nel futuro delle nostre comunità, promuovendo lo sviluppo locale e rafforzando il senso di appartenenza”.

Donburi House annuncia l’apertura di 90 ristoranti giapponesi in Italia



TORINO – Donburi House annuncia un piano di sviluppo nazionale tra i più ambiziosi del settore della ristorazione tematica, che prevede l’apertura di 90 ristoranti giapponesi in Italia. L’espansione, resa possibile dagli investimenti delle famiglie torinesi Boffa e Chiesa, parte dal successo del format in città come Torino, Milano e Aosta.

L’obiettivo è superare il modello ‘fusion’ e portare in tutto il Paese la cucina giapponese nella sua forma più genuina.

Il cuore del progetto è l’izakaya: un’istituzione sociale e gastronomica in Giappone, un luogo di ritrovo dopo il lavoro dove la bevanda accompagna il cibo in un rito di convivialità. Donburi House traduce questa filosofia in un’esperienza immersiva, offrendo un menù che rispetta rigorosamente le ricette della tradizione – dal donburi al ramen, passando per gyoza e onigiri – in un ambiente che invita alla condivisione.

L’architettura gioca un ruolo fondamentale nel definire l’identità del format. Il progetto, firmato dallo studio Boffa Petrone & Partners, crea un dialogo tra estetica e funzione. Ogni

locale è uno spazio accogliente, dominato da materiali caldi come il legno e dalle luci soffuse delle lanterne, studiato per trasportare l'ospite lontano dal caos urbano e immergerlo in un'atmosfera tipicamente giapponese.

Il progetto poggia anche sulla grande conoscenza gastronomica maturata nella cucina di Kensho, ristorante di Torino, considerato un'eccellenza dell'alta cucina nipponica in Italia. Questa competenza garantisce a Donburi House una cura meticolosa nella scelta delle materie prime e un approccio che, pur restando accessibile, punta sulla qualità. E proprio in questi giorni, Donburi è partner ufficiale del Kappa FuturFestival a Torino, sempre in ottica di supporto ai grandi festival e agli eventi del territorio.

A guidare la proposta gastronomica per tutti i ristoranti, sarà l'executive chef **Kido Takashi**, icona della cucina tradizionale del Sol Levante, che sarà responsabile della concezione dei menu, lo sviluppo dei piatti e la supervisione di ogni brigata.

Luca Boffa, proprietario di Donburi House, spiega la visione strategica: "Abbiamo visto nel Paese un grande desiderio di esperienze autentiche e la nostra strategia è rispondere a questa domanda con un format di qualità, ma accessibile e replicabile su larga scala, non solo in Italia. È un progetto imprenditoriale che può avere ambizioni internazionali, e infatti stiamo già preparando la nostra prima apertura in Svizzera. La vera sfida è garantire che ogni nuovo ristorante abbia la stessa anima. Per farlo, abbiamo puntato sull'identità di Donburi House: abbiamo inteso l'architettura non come un contorno, ma come parte integrante dell'esperienza. Vogliamo creare luoghi che abbiano una storia da raccontare".

Max Chiesa, proprietario di Donburi House, aggiunge la filosofia gastronomica: "Con Kensho abbiamo esplorato le vette della cucina giapponese. Con Donburi House vogliamo rendere più accessibile quella fedeltà alla tradizione. La nostra missione è offrire un'esperienza vera, fedele alla cultura nipponica. Ogni piatto che serviamo è un gesto di rispetto verso quella tradizione e un invito a scoprirla senza filtri".