

News & Wine



Tassinari a Saiagricola

Rumors intercettati da WineNews vorrebbero Vincenzo Tassinari, da 25 anni a Coop Italia, come nuovo volto alla guida delle tenute del gruppo UnipolSai, una delle realtà vitivinicole più influenti d'Italia. Un nuovo importante incarico per Tassinari, visto che la società continua ad investire nei territori dell'eccellenza come testimonia il recente acquisto di 12 ettari di vigneto a Montalcino, che vanno ad aggiungersi ai 26 de "La Poderina", la tenuta Saiagricola di una delle denominazioni più importanti d'Italia e del mondo. Un vero e proprio "impero" da gestire per Tassinari, fatto da 5.000 ettari, di cui 300 vitati nelle zone di eccellenza del Belpaese.

PROFUMERIA ITALIANA SALVIONI - MONTALCINO

Agenda

Pianello in festa

Come ogni anno, a fine giugno, in Castelvechio, ricorre il Patrono del Quartiere e, per il Pianello, è tempo di festeggiamenti. Si parte venerdì 28 giugno 2013 (ore 19.30) con la "Festa della Birra": una serata, aperta a tutti, a ritmo di musica con "I Falsi d'Autore". Si prosegue sabato 29 con la gara interna di tiro con l'arco (ore 17) seguita da una cena (ore 21.15) in Piazzetta San Pietro. I festeggiamenti si chiudono, poi, domenica 30 con la Santa Messa in San Pietro e nel pomeriggio, a partire dalle ore 16.30, tanti giochi per adulti e bambini seguiti da un aperitivo con lotteria.

Soci@l

La selvaggina rende?

E se cinghiali e caprioli, e tutti gli animali selvatici che, con la continua proliferazione, danneggiano le coltivazioni agricole diventassero una fonte di reddito e creassero occupazione? Ecco l'idea di Andrea Giacetti che sta lavorando a un piano finanziario (previsti 1,7 milioni di euro) per creare un laboratorio di lavorazione della selvaggina abbattuta dai cacciatori. Scrivete a info@montalcinonews.com

FABIO PAPINI
IMPRESA DI PULIZIE
Piazza Matteotti, 4 - Roncomanente - Siena - Tel. e Fax 0577 807185
E-mail: info@papiinfabio.it

Cultura & Paesaggi

Api in "tilt" la produzione di miele crolla del -40%

Le api "stressate", le fioriture scarse, il maltempo con piogge che hanno superato, del 20%, le medie stagionali e il freddo, hanno seriamente compromesso il raccolto di miele italiano della primavera. "Per il secondo anno consecutivo - per ragioni differenti, perché il 2012 era stato segnato da siccità, mentre quest'anno l'andamento climatico è stato anomalo per il motivo opposto, troppo freddo e troppa pioggia - il miele italiano sconta una drastica riduzione della produzione con decrementi che oscillano tra il -40 e il -50%", spiega Hubert Ciacci, presidente Asga, Associazione Apicoltori Siena Arezzo e Grosseto. La crisi produttiva degli allevamenti apistici rischia di comportare conseguenze negative per l'ambiente nel suo complesso, vista l'importanza dell'azione d'impollinazione svolta dalle api per l'agricoltura e non solo. Sperando che l'estate porti dei miglioramenti, si attende il bilancio definitivo del raccolto 2013 che si saprà per la "Settimana del Miele" (Montalcino, 6-8 settembre 2013), gli "Stati Generali" dell'apicoltura italiana. Una grande degustazione di miele open air, nel suggestivo scenario della Fortezza medioevale, per fare il punto sull'apicoltura italiana, il Paese che vanta il maggior numero di mieli uniflorali al mondo, grazie ad un ricco patrimonio di biodiversità. E, proprio a Montalcino, in occasione della "Settimana del Miele", uno degli appuntamenti di riferimento del settore a livello nazionale, sarà possibile trovare un vastissimo assortimento di tipologie provenienti da tutte le regioni, dai mieli di montagna della Val d'Aosta al raro miele di nespolo del Giappone, tipico della Sicilia. Un settore, l'apicoltura, che è fra i pochi distretti che uniscono la tutela del patrimonio ambientale alla creazione di prodotti alimentari di eccellenza e può contare sulla forza di 50.000 apicoltori, 1,1 milioni di alveari ed un giro d'affari stimato di 60 milioni di euro, e il cui valore reale supera i 2,5 miliardi di euro se si considera il servizio di impollinazione fornito dalle api all'agricoltura.

Uomini & Terra

Sarah Jane: "Montalcino mi coinvolge"

Un grappolo d'uva tatuato sulla pelle, una passione smodata per il vino e la voglia di invecchiare a Montalcino. È il ritratto di una delle voci più seguite di Radio Dee Jay, Gruppo Editoriale L'Espresso, quella di Sarah Jane Ranieri che, con Francesco Frank Lotta, conduce il programma "Weejay" che raccoglie gli interventi, via sms e telefono, degli ascoltatori su eventi, degustazioni e appuntamenti enogastronomici. "Amore per un posto così bello, ricco di verde, per la città e per un paesaggio che non può non rimanerti nel cuore", così Sarah Jane racconta le impressioni che gli ascoltatori di Radio Dee Jay descrivono nei loro interventi. E il vino? "Il Rosso, il Brunello e i vini di Montalcino che più li rappresentano - continua Sarah Jane - ci descrivono i luoghi attraverso l'amore per il vino e le degustazioni in cantina".



ALLE LOGGE DI PIAZZA
WINE BAR - CAFFETERIA
DEGUSTAZIONE VINI DI MONTALCINO E PRODOTTI TIPICI
MONTALCINO - Piazza del Popolo - Tel. 0577. 84 61 86

Storia & Attualità

La storia di Montalcino aiuta a vendere Brunello

Il Brunello rappresenta per Montalcino l'eccellenza su cui poggiano imprese, centinaia di occupati e miliardi di euro di fatturato all'anno, il prodotto principe del territorio che porta il nome della città nel mondo. Ma per "vendere", oltre alla indiscussa qualità del prodotto, il Brunello non può prescindere dalla storia e dalla cultura del territorio da cui nasce. Nell'immaginario collettivo di stranieri e non, infatti, lo stile inconfondibile del Brunello, come di qualsiasi altro prodotto di eccellenza, è associato all'eleganza, qualità, creatività, arte, storia e cultura che caratterizzano il territorio di provenienza. Un background che affonda le sue radici nella cultura materiale dei territori, nelle tradizioni, nei saperi tramandati tra le generazioni, e il rapporto con il passato, la storia e la tradizione del territorio risulta imprescindibile per un prodotto che vuole e deve, per la sua importanza, essere apprezzato per tutte le sue componenti. È il profondo legame con il suo territorio di origine che rende il brand unico e irripetibile. Potrebbe quindi essere importante, per il Brunello, per riuscire ad essere più appetibile sul mercato, una promozione che lo leghi indissolubilmente a Montalcino e alla sua storia.

