

Il festival delle bollicine invade il centro di Pescara

RISORSE

PESCARA Forte di una produzione in continua ascesa, che quasi raddoppia i volumi dei più noti cugini francesi, l'Italia degli spumanti, che nel 2019 ha introdotto sul mercato oltre 730 milioni di bottiglie, contro i quasi 400 milioni diffusi dai vignaioli d'Oltralpe, i produttori di spumanti made in Italy si sono dati appuntamento a Pescara, che ospiterà, da stasera a domenica, il Festival Nazionale Spumantitalia. Un'invasione amichevole di palazzi, vetrine, librerie del centro città che coinvolgerà 102 cantine da tutta Italia, di cui 18 abruzzesi. Capitanati dal Consorzio Vini d'Abruzzo, 8 Consorzi vitivinicoli italiani si ritroveranno per discutere del settore spumantistico e per far degustare la loro produzione enologica agli appassionati dell'effervescenza. L'evento, ideato dal giornalista Andrea Zanfi, pioniere delle bollicine tricolore, è organizzato da Bubble's Italia e Consorzio Vini d'Abruzzo. «Sarà la festa del brindisi italiano - ha afferma-

tanti i temi trattati. Si parlerà anche di "Viticoltura 4.0" e delle nuove sfide a cui è chiamata l'agricoltura in relazione al clima, ai mercati e ai consumatori, e non mancherà un dialogo tra territori di storica identità spumantistica e nuove aree di produzione. Confermato anche l'appuntamento con Bruno Vespa che parlerà di Negroamaro. E ancora concorsi e riconoscimenti per alcuni personaggi del mondo spumantistico. «Sarà un momento di confronto sulle bollicine italiane ma anche un'occasione per l'Abruzzo» ha detto il presidente del Consorzio Vini d'Abruzzo Valentino **Di Campi**.

Francesca Piccioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BRINDISI A BASE DI SPUMANTE IN VARIE LOCATION IL PUNTO SUL SETTORE



to Zanfi - un evento pensato per innalzare l'idea stessa dell'eccellenza qualitativa degli spumanti nazionali a una più alta cognizione culturale e di identità che gli stessi rappresentano». Ricco il programma della kermesse che si svolgerà all'Hotel Esplanade e in altre location del centro adriatico e che prevede banchi d'assaggio, masterclass, degustazioni e talk show. Dall'export, ai mercati cinesi, alle strategie di marketing, fino al patrimonio culturale come elemento di comunicazione aziendale, sono



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.