BAR BUSINESS

Mensile

Data 02-2013
Pagina 76/78
Foglio 3 / 3

www.ecostampa.it

news & eventi

UNA HOTEL PRESENTA IL PROGETTO MEDITERRANEO

UN NUOVO DESIGN, COMPLETAMENTE RIVISTO, SEGUENDO STILEMI CHE RICHIAMANO L'IMMAGINE DEL MEDITERRANEO, con l'intenzione di suscitare negli ospiti emozioni e suggestivi ricordi legati al viaggio. È questa l'atmosfera che la catena Una ha voluto creare scegliendo un nuovo concept e implementandolo nell'Hotel Mediterraneo, situato nella centrale zona di Porta Romana a Milano. **Un progetto che ha coinvolto tutte le 93 camere, oltre alle altre aree dell'hotel.** Rifatta la hall, nella quale sono stati utilizzati vecchi arredi dell'architetto ungherese Marcel Breuer e lampade di Castiglioni, il tutto accostato ad altre icone più contemporanee (le sedie Rift di Patricia Urquiola). Il ristorante, dal

canto suo, è stato anch'esso riprogettato alla mediterranea, come dimostra la presenza di un banco buffet ornato con cestini in corallo rosso. **Lungo i corridoi, poi, gli ospiti possono scoprire alcune curiose immagini che richiamano la natura del Mediterraneo, per esempio le litografie di fiori colorati firmati Warhol.** Fiori protagonisti anche nelle camere: tralci di alloro si arrampicano sulle pareti, mentre rami di ciliegio stilizzati impreziosiscono la moquette. Cristalli, marmo verde Alpi e bianco di Carrara, danno una precisa identità ai bagni.

Il vino italiano? Si promuove con l'Happymovinhour

In attesa di Expo 2015, il Movimento Turismo del vino lombardo ha promosso l'iniziativa HappymovinHour allo Château Monfort di Milano: un giro d'Italia in sorsi, che da gennaio al prossimo aprile affiancherà una volta al mese degustazioni guidate e banchi d'assaggio a base di vini lombardi ma anche eccellenze di una delle regioni del Movimento Turismo del Vino, dalla Toscana fino alla Puglia. Un'occasione che, come ha sottolineato Daniela Mastroberardino, presidente del Movimento Turismo del Vino, serve a promuovere il vino italiano: **«Attività come quella di MTV Lombardia in vista dell'Expo – ha affermato –, sono strategiche per la promozione del vino made in Italy nel mondo e dimostrano la grande capacità del vino di essere protagonista quando si parla di eccellenze italiane.** Scelta vincente è anche quella di collaborare con le altre regioni italiane. Apprezzeremo sempre le iniziative che puntano a fare squadra per promuovere la cultura del vino».

MARCHESI DE' FRESCOBALDI ALLEGGERISCE LE BOTTIGLIE

Marchesi de' Frescobaldi sposa la politica della sostenibilità e utilizza bottiglie 'amiche dell'ambiente' per la sua produzione. A cominciare, infatti, dal Nipozzano, lascia il packaging usato finora per passare alle 'Lean + Green', le bottiglie appositamente studiate e prodotte dalla multinazionale O-I (Owens-Illinois) per la casa vitivinicola toscana. La loro particolarità? **Pesare il 30% in meno rispetto ai modelli tradizionali, senza compromettere le alte aspettative dei clienti in termini di design e di qualità.** «Sono tanti i motivi per scegliere una bottiglia più leggera – afferma Filippo Marini, group marketing manager di Marchesi de' Frescobaldi –: il minor uso di materie prime per produrre il vetro, il taglio ai consumi di energia in fase di produzione e il conseguente calo di emissioni di CO_2 anche per il trasporto, fino alla riduzione di rifiuti». Dopo il Nipozzano, il nuovo pack sarà via via esteso a tutta la produzione del gruppo.

Il palmares di Challenge on Ice 2013

Arrivato alla sua decima edizione, il Challenge on Ice ha nuovamente appassionato i suoi partecipanti. L'edizione 2013 della gara di cocktail riservata alle cariche istituzionali dell'Aibes è andata in scena lo scorso 14 gennaio presso l'albergo La Baitina di Asiago, luogo dove nel lontano 1964 Vittorio Salvietta ideò il Festivalbar. **Come da tradizione, tre sono state le competizioni organizzate. In quella dedicata ai Fiduciari si è imposta la barlady Anna Di Sandro** con il cocktail 'Lift to Heaven' servito in calice Pasabahce modello Martini (3,5 cl Martini & Rossi, 2,3 cl Midori, 0,5 cl di spremuta di limone, 0,5 cl Toschi, 0,2 cl Luxardo). **Nella sezione Consiglieri il vincitore è stato invece Pietro Attolico** con il drink 'Don' da sorseggiare in bicchiere Pasabahce (2 cl vodka, 2 cl Passoã, 6 purea di passion fruit, 2 cl purea d'ananas, 4 cl spuma d'ananas e panna in sifone). Infine, nel concorso d'Asti Docg il cocktail 'Amore Psiche' (sciroppo di cannella Toschi, 4 cl De Kuyper Peachtree, 4 cl fragole frullate, 6 cl Asti Docg) creato dal bartender Angelo Carpentieri da versare nel bicchiere Enoteca anche questa volta firmato Pasabahce.

060038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Movimento Turismo del Vino