

EVENTI FIERE E MANIFESTAZIONI

Home » Donnafugata Music & Wine: un successo arrivato anche...



Donnafugata Music & Wine: un successo arrivato anche in Canada

PUBBLICITÀ



Scopri le nostre soluzioni

POWER Repower - Sponsorizzato

[Scopri di Più](#)

A ogni etichetta una canzone, il cui andamento ritmico accompagna le sensazioni della degustazione: a dare il via ai racconti in musica lo **spumante** di Donnafugata. In un crescendo di profumi nella storica University Avenue, il metodo classico ha ceduto il passo alle etichette dell'**Etna**, espressione di una viticoltura di vulcano e di montagna; mineralità ed eleganza hanno riempito i calici dei commensali sulle note dell'ipnotica *Pelas Tabelas* e poi di *Sicily*, un brano di Chick Corea che Pino Daniele dedicò amorevolmente alla Sicilia.

La ballad *An older man is like an elegant wine* è stata invece la cornice della degustazione del **Mille e una Notte**, il rosso icona di Donnafugata. Direttamente dalle colline di Contessa Entellina, sono state proposte alcune delle migliori annate della riserva storica di un vino che si distingue per la straordinaria longevità. L'evento si è chiuso in dolcezza con il passito **Ben Ryè**, simbolo di viticoltura eroica di Pantelleria, abbinato a *Branquinha*, di Caetano Veloso.

“È stata una serata magica. – ha dichiarato l'imprenditrice vitivinicola **Josè Rallo** – Per le emozioni non servono traduzioni e musica e vino hanno la straordinaria capacità di abbattere ogni barriera culturale. Tutto diventa universale e insieme abbiamo condiviso note e ricordi. Siamo in un paese che ha sempre amato il nostro vino, abbracciato il nostro fare sartoriale; essere qui in Canada è stata per me una rinnovata opportunità di incontro e di arricchimento personale.”

La formula si è riconfermata vincente, nell'ambito di un progetto che nasce nel 2002 e che ad oggi vanta la produzione di **tre album disponibili su Spotify** e sulle principali piattaforme streaming. Ogni arte ha un linguaggio con cui si esprime e Music&Wine resta un dialogo visionario che promuove vini fortemente identitari, alla ricerca di suggestioni evocative; una ricerca della quale l'azienda si è sempre fatta portavoce, a partire dalla scelta del nome, del logo, per poi consolidarsi con le etichette d'autore, omaggi alla letteratura, e altre espressioni di amore incondizionato per la Sicilia.

Donnafugata: a feast for the senses è stata una serata speciale voluta dal monopolio canadese LCBO che ha visto in Donnafugata Music&Wine uno straordinario modello di comunicazione dell'eccellenza enologica *Made In Italy*. Negli anni Josè Rallo è stata di fatti la voce portante di altri **concerti-evento in giro per il mondo**, e sull'onda di questo successo ha cantato anche a Pechino, Shanghai, al Blue Note di New York e al Museo dell'Acropoli di Atene.