

DiWINEtaste

Cultura e Informazione Enologica

Edizione Italiana

www.DiWineTaste.com

Anno X - Numero 104, Febbraio 2012

Vino e Ristorante: un Rapporto Difficile

Il vino al ristorante, o per meglio dire, il modo con il quale si serve e si vende il vino al ristorante, è un argomento ricorrente e spesso scomodo. Il fatto che sia ricorrente indica, con molta probabilità, che nei ristoranti - parlando in termini generali - il servizio del vino è spesso percepito dai clienti come inadeguato o insoddisfacente. Scomodo perché quando si parla del vino al ristorante, inevitabilmente si fa riferimento al suo prezzo e, in particolare, i ricarichi applicati per portare al tavolo una bottiglia. Questo argomento è inoltre scomodo per i produttori che, interrogati sul prezzo al quale il loro vino è generalmente venduto al "dettaglio", mostrano un evidente fastidio nel rivelare questa informazione poiché, spesso, fuori dal loro controllo. E visto che devono vendere il loro vino, anche attraverso i ristoranti, con lo scopo di non fare loro un torto - non da ultimo, per non ricevere rimproveri e critiche per avere diffuso un certo prezzo - fanno di tutto per evitare di comunicare un prezzo *attendibile*.

Il mercato del vino è molto particolare. Contrariamente a quanto accade per molti altri prodotti, per i quali spesso è il produttore a stabilire il prezzo al dettaglio, per il vino vige una sorta di "anarchia di mercato" nella quale ognuno, in buona sostanza, applica il prezzo che ritiene più *opportuno* o *conveniente*. Ecco che si trovano, per esempio, ricarichi che superano a volte il 400%, anche se è prassi piuttosto comune vendere un vino con almeno il 150% di ricarico rispetto al suo costo. Si tratta, ovviamente, di una generalizzazione, poiché esistono molti casi nei quali si rileva una netta eccezione. Ma sono solamente casi, appunto. Non è mia intenzione accusare i ristoranti di applicare ricarichi eccessivamente alti, poiché questo si verifica anche in altre categorie commerciali. Però è innegabile che la lamentela più frequente da parte dei consumatori riguarda il prezzo pagato per una bottiglia di vino al ristorante. E questo lo posso anche sostenere con cognizione di causa: nelle tante mail che riceviamo dai nostri lettori, molte di queste riguardano il prezzo del vino al dettaglio, al ristorante in particolare.

Le lamentele non riguardano solamente il prezzo. Molti la-

mentano la scarsa attenzione che il vino riceve al ristorante, non solo per come è servito, ma anche per come è presentato. Calici poco adatti, temperatura approssimativa, carta dei vini poco chiara che a malapena va oltre il semplice elenco di quello che dovrebbe essere disponibile in cantina. Non solo, molti lamentano anche la scarsa preparazione "tecnica" del personale addetto al servizio del vino, spesso in netta difficoltà già nelle fasi dell'apertura della bottiglia. Per non parlare di quando la bottiglia arriva al tavolo addirittura già aperta: ogni sospetto e ogni dubbio sul contenuto e sul vino sono leciti. Molto spesso, sedendosi al tavolo di un ristorante, si ha l'impressione che il vino sia un ostacolo piuttosto che un mezzo per consentire il migliore apprezzamento di quello che viene prodotto in cucina. Per molti, inutile negarlo, il vino è semplicemente uno strumento per aumentare il profitto, insomma un prodotto esattamente uguale a qualunque altro, a patto che consenta di aumentare il prezzo richiesto al cliente al termine del pasto.

Non è mia intenzione accusare tutto il settore della ristorazione: esistono infatti molte e lodevoli eccezioni. Ci sono ristoranti che hanno compreso la funzione del vino, ma soprattutto, quello che si aspetta il cliente che non sempre si accontenta del "vino della casa" o della triste domanda "bianco o rosso?". Ma è innegabile che si tratta di eccezioni, poiché nella maggioranza dei casi il servizio e l'attenzione che si pone al vino è decisamente deprimente. E non è solamente una questione di prezzo: sono certamente disposto a pagare se ricevo in cambio un servizio adeguato, professionale e che soddisfi le mie aspettative. Ammetto di essere molto pignolo quando mi siedo al tavolo di un ristorante - del resto non è sempre facile mettere da parte una certa *deformazione professionale* - ma è anche vero che la mia pignoleria è certamente in funzione del rapporto fra quello che spendo e che quello che ricevo in cambio. Come tutti, del resto.

Senza volere riconoscere alla questione prezzo il *difficile* rapporto che si crea spesso fra il vino e il ristorante, resta comunque sconcertante che il prezzo di una bottiglia superi talvolta l'intero costo del pasto. Si potrebbe dire che la colpa è dei produttori e che vendono i loro vini a prezzi troppo alti. È noto che non sempre questo corrisponde alla verità, tutta-

DiWINEtaste OnLine

- ▷ Home Page - www.DiWineTaste.com
- ▷ Guida dei Vini ▷ Aquavitae ▷ EnoForum ▷ Sondaggi
- ▷ EnoGiochi (EnoQuiz - EnoGlass - EnoTemp) ▷ Eventi
- ▷ Il Servizio del Vino ▷ Arretrati ▷ Guida ai Servizi del Vino
- ▷ La Posta dei Lettori ▷ Wine Parade ▷ Mailing List
- ▷ Segnala DiWineTaste a un amico ▷ Etilometro

Sommario

| | |
|--|---|
| Vino e Ristorante: un Rapporto Difficile | 1 |
| GUSTO DIVINO | |
| I Vini Fortificati Maturi | 2 |
| I Vini del Mese | 4 |
| EVENTI | |
| Notiziario | 7 |
| NON SOLO VINO | |
| Aquavitae | 8 |
| Wine Parade | 8 |

via la soluzione è molto semplice e fu proposta per primo da Luigi Veronelli - e successivamente sostenuta anche da altri, me compreso - quando suggerì l'indicazione del prezzo sorgente in bottiglia. Nessuno contesta a chiunque venda vino di ricavare un legittimo e comprensibile profitto per il suo lavoro, ma questo è molto diverso dalla speculazione. Sarà forse per questo motivo che gran parte dei ristoratori non consentono ai propri clienti di potere consumare una bottiglia di vino portata da casa, abitudine spesso accettata in molti paesi del mondo, poiché questo è visto come causa di mancato profitto, pur riconoscendo il giusto pagamento per il servizio dell'apertura della bottiglia, per l'uso e per il lavaggio dei bicchieri.

Non solo di prezzi e di profitti, ma anche e soprattutto di servizio. Sono certamente disposto a pagare qualcosa in più, a patto di ottenere qualcosa di adeguato in cambio. La professionalità di chi è addetto al servizio del tavolo e del vino è certamente quel *qualcosa in più*. La professionalità e il lavoro degli altri, non solo vanno rispettati, ma devono essere giustamente pagati. Assistere a operazioni maldestre nelle fasi di apertura della bottiglia e del servizio del vino, calici poco adatti o temperature non appropriate, non predispongono positivamente il cliente. E nemmeno le carte dei vini così poco chiare, con errori evidenti e imbarazzanti, mancanza di informazioni che non sono soddisfatte nemmeno dopo avere chiesto al personale addetto al servizio. Professionalità è anche questo: sapere rispondere alle domande dei clienti ed essere preparati culturalmente oltre a conoscere quello che si "vende". E questo non riguarda solamente il vino, ma qualunque cosa servita al tavolo del cliente, a partire dalla cucina. Rivolgo quindi ai ristoratori questa domanda volutamente provocatoria, confidando che possa essere motivo di riflessione. Chiedete legittimamente un profitto per il lavoro che fate e per quello che vendete, a partire dal vino: siete proprio sicuri di dare al vostro cliente qualcosa di veramente all'altezza di quello che paga?

Antonello Biancalana



DiWINEtaste

Periodico indipendente di cultura e informazione enologica

Anno X - Numero 104, Febbraio 2012

Pubblicazione a cura di
Antonello Biancalana

Redazione

WEB: www.DiWineTaste.com E-Mail: Editorial@DiWineTaste.com

Copyright © 2012 Antonello Biancalana, DiWineTaste

Tutti i diritti riservati in accordo alle convenzioni internazionali sul copyright e sul diritto d'autore. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta o utilizzata in qualsiasi forma e in nessun modo, elettronico o meccanico, senza il consenso scritto di DiWineTaste. Eventuali richieste devono essere inviate a Editorial@DiWineTaste.com

GUSTO DIVINO

I Vini Fortificati Maturi

Vini dal glorioso passato, vini che hanno sfidato i mari per allietare i palati di tutto il mondo, i vini fortificati sono una miniera di emozioni che aumentano con il tempo

I vini fortificati, conosciuti anche come vini liquorosi, hanno scritto pagine memorabili della storia, non solo di quella enologica. Questi vini hanno infatti contribuito alla storia e allo sviluppo commerciale del 1800, oltre a legare il proprio nome a successi militari, vini prediletti per la celebrazione di grandi momenti della società. Basti pensare, per esempio, alla storia del Marsala - uno dei più grandi vini d'Italia - vino per il quale nacque un florido commercio, protagonista di agguerrite competizioni commerciali. Vino di lunghissima e gloriosa storia, il Marsala era il vino prediletto dell'ammiraglio Orazio Nelson, che lo definì *victory wine* - il vino della vittoria - anche in occasione della celebre battaglia di Trafalgar del 1805, nella quale conseguì il suo ultimo successo bellico. Destino del tutto analogo fu vissuto anche dagli altri gloriosi e pregiati vini fortificati, ancora oggi rappresentanti di straordinaria espressione enologica, come Jerez - noto anche con il nome di "Sherry" - Porto, Madeira e Malaga.

La predilezione dell'ammiraglio Nelson per il Marsala fu tale che, dopo avere assaggiato questo vino per la prima volta, ne ordinò ben 500 barili da portare a bordo. Il successo del Marsala - e degli altri vini fortificati di Spagna e Portogallo - fu tale che dai porti delle rispettive città di produzione salpavano continuamente navi cariche di preziosi barili, delle quali la maggioranza destinate in Inghilterra. Non solo, alcune celebri famiglie di mercanti inglesi si trasferirono addirittura nei luoghi di produzione avviando loro stessi cantine per la produzione, come nel caso dei Woodhouse e Ingham a Marsala, oppure i Dow, Graham e Taylor a Porto. Stessa sorte per il celebre vino fortificato spagnolo - il Jerez - poiché molte delle cantine dedite alla produzione di questo vino furono fondate da famiglie di mercanti inglesi. Jerez è il nome con il quale la famosa città Andalusia e il suo vino sono oggi conosciuti nel mondo, tuttavia nei paesi di lingua inglese, il vino è ancora noto con lo storico nome "Sherry", termine che deriva da "*Sherish*", nome con il quale la città si chiamava ai tempi del dominio dei Mori.

I vini fortificati sono caratterizzati da un particolare elemento produttivo, comune a tutti i vini appartenenti a questa categoria. Si dice *fortificato* un vino al quale si aggiunge, in un particolare momento della produzione, una certa quantità di acquavite di vino con lo scopo di aumentare la gradazione alcolica. In Italia, questo stile è definito anche con il termine *liquoroso*, categoria che non va assolutamente confusa con la definizione *liqueur* dei francesi, termine con il quale in Francia si identificano i vini dolci e da dessert, come per esempio il Sauternes. In Francia, i vini fortificati prendono il nome di *Vin de Liqueur*. L'aggiunta di alcol, in verità, produce anche altri effetti in accordo alla tradizione produttiva di ogni singolo vino, non da ultimo, contribuisce efficacemente alla sua conservazione. Il volume alcolico di questi vini può arrivare al 20%, in alcuni casi raggiungere perfino il 22%, e, in accordo alle leggi comunitarie, non può avere un titolo alcolico inferiore al 12%.

Dal punto di vista storico, l'alcol si aggiungeva ai vini per consentire loro di "sopravvivere" alle fatiche del viaggio in mare, collocati in barili sulle stive delle navi, così da farli arrivare al porto di destinazione ancora bevibili e sani. La stiva dei velieri di duecento anni fa non era certamente l'ambiente più asettico e accogliente che il vino potesse avere, ragione per la quale - complici anche le condizioni meteorologiche e, in estate, l'alta temperatura - il vino subiva delle notevoli trasformazioni, tanto da renderlo non proprio *piacevole*. La destinazione più frequente del commercio marittimo dei vini era l'Inghilterra - una consuetudine che già la storia registra sin dai tempi degli antichi romani - mentre le stive delle navi venivano caricate a migliaia di chilometri di distanza, prevalentemente nei paesi del bacino del Mediterraneo. Viaggi dalla durata di settimane, tempo durante il quale il vino subiva delle sostanziali alterazioni.

I mercanti pensarono quindi di aggiungere ai barili acquavite di vino e, grazie alle capacità antisettiche dell'alcol, riuscivano in questo modo a limitare fortemente i danni che inevitabilmente erano procurati dal viaggio. Questa pratica modificava inevitabilmente le qualità organolettiche del vino, aggiungendo una nuova dimensione che incontrò da subito il favore delle classi abbienti inglesi. Ma anche il favore di ammiragli e marinai, poiché ci si poteva concedere una bevanda "corroborante" e inebriante, senza ricorrere all'uso dei ben più alcolici distillati. L'abitudine di aggiungere l'acquavite a questi vini divenne così fortemente legata alle loro qualità organolettiche e alla loro produzione, tanto che ancora oggi sono difficilmente immaginabili senza la tipica fortificazione. Come nel caso del Marsala, vino dal carattere ossidato e complesso e che prima della sua scoperta "commerciale" da parte di John Woodhouse, si produceva con il metodo del *perpetuo* e non era prevista nessuna fortificazione.

Pare che per la produzione del vino Porto, nello stile che lo conosciamo oggi, si sia sempre utilizzata l'acquavite, tecnica probabilmente utilizzata all'interno di alcuni monasteri. La leggenda narra infatti che due mercanti inglesi, alla ricerca di nuovi vini portoghesi da spedire nel loro paese, giunsero in un monastero nei pressi di Lamego, e qui un monaco offrì loro un vino dolce e fortemente alcolico. Allo stupore dei due commercianti, il monaco disse loro che quel vino era stato prodotto aggiungendo acquavite al mosto in fermentazione così da conservare la naturale dolcezza. Era la fine degli anni 1670 e il mondo e l'Inghilterra scoprirono quindi il glorioso vino Porto: non proprio un vino; piuttosto un mosto fortificato al quale la

magia del tempo conferisce eleganza e qualità assolutamente uniche. Alla produzione dell'altro grande vino fortificato - il Jerez, o Sherry - si deve l'intuizione del metodo della *Solera y Criaderas*, metodo oggi impiegato anche nella produzione di altri vini e, non da ultimo, di distillati, come lo straordinario brandy di Jerez.

Anche il vino Madeira, prodotto nelle omonime isole portoghesi dell'oceano Atlantico, ha una storia particolare da raccontare, una caratteristica che lo rende assolutamente unico rispetto a tutti gli altri vini fortificati. Ciò che caratterizza il Madeira è infatti il particolare processo di produzione, o - per meglio dire - una particolare fase del processo di produzione. Il Madeira è infatti sottoposto a un processo di "cottura" detto *estufagem* e che consiste nel mantenere le botti dove matura il vino a una temperatura che talvolta raggiunge anche i 55°C. Questo processo cerca di "imitare" quello che accadeva nelle stive delle navi nei secoli passati, durante il suo trasporto, quando le botti erano sottoposte al caldo clima tropicale. Si comprese infatti che la "tortura" tropicale alla quale il Madeira era sottoposto fosse il principale responsabile della particolare personalità del vino. Poiché il Madeira non viaggia più nelle stive delle navi - ma ben consapevoli di quanto quel viaggio fosse utile alle qualità del vino - oggi si cerca di "simulare" il clima tropicale direttamente in cantina, sottoponendo il vino a una temperatura e un'umidità quanto più simile a quelle delle stive dei velieri che lo trasportavano nei porti del mondo.

Una caratteristica comune a molti vini fortificati è l'evidente aroma prodotto dalla notevole ossidazione subita durante la maturazione. Questa caratteristica è sempre considerata un difetto grave nella totalità dei vini; per i vini fortificati diviene invece un pregio. Non è un caso che nei vini da tavola, quando si percepisce un'evidente ossidazione, si dice che il vino è *maderizzato*, proprio perché ricorda il profumo del vino Madeira. Questo "difetto" è anche definito in Italia come *marsalato*, proprio perché ricorda, appunto, il vino Marsala. Questo particolare aroma, che ricorda in parte quello della nocciola tostata, sia al naso sia in bocca, è definito dai produttori e dagli estimatori del Jerez con il termine spagnolo *rancho*. Va detto che il termine *rancho* non si riferisce unicamente all'effetto dell'ossidazione, ma anche - e soprattutto - all'effetto della particolare tecnica di produzione del Jerez.

Le botti nelle quali questo vino matura sono volutamente lasciate scolme, procedura che favorisce non solo l'ossidazione ma anche lo sviluppo sulla superficie del vino di una particolarissima coltura di lieviti che prende il nome di *flor*. Lo sviluppo del *flor* non è comunque caratteristica esclusiva del vino di Jerez. Questa particolare coltura di lieviti è infatti fondamentale per la produzione di uno dei grandi vini di Sardegna, la Vernaccia di Oristano, che - va detto - è un vino bianco che non subisce nessun processo di fortificazione. Il contenitore usato per la maturazione dei vini fortificati è, nella totalità dei casi, la botte. I vini fortificati sono lasciati maturare in legno, non tanto per conferire loro le tipiche qualità organolettiche associabili a questi contenitori, piuttosto per favorire l'ossidazione, più o meno forte, qualità assolutamente tipica di questi vini. Va inoltre detto che, a differenza di quanto accade nella produzione di vini da tavola, per i quali le botti sono generalmente sostituite ogni tre o quattro anni così da ripristinare l'influsso organolettico del legno, nei vini fortificati le botti sono raramente sostituite.



Il colore dei vini fortificati maturi: a sinistra, il Marsala Vergine, a destra, il Porto

La botte usata rappresenta infatti un alto patrimonio per i vini fortificati, non solo per il fatto che i pori del legno sono più "aperti" - favorendo quindi l'ossidazione - ma anche per il fatto che è fortemente impregnata del vino prodotto in annate precedenti e delle sue qualità organolettiche. Il tipico carattere conferito dal legno sarà comunque presente anche nei vini fortificati, tuttavia, a differenza di altri vini, in questo caso all'impatto terziario costruito dal legno, si unisce l'enorme complessità regalata dal tempo e dall'ossidazione. Va comunque detto che, proprio per mantenere la loro tipica personalità, nei vini fortificati il carattere del legno difficilmente svolge la parte del protagonista. Definire infatti il profilo aromatico dei vini fortificati è un esercizio estremamente complesso, probabilmente fra i più impegnativi per i sensi del degustatore. Le loro qualità aromatiche sono infatti molto distanti da quello che si trova solitamente nei vini da tavola, talvolta esprimibili con descrittori che, all'apparenza, non hanno nulla in comune con il vino.

Questa complessità aumenta notevolmente con il tempo, poiché - è bene ricordarlo - i vini fortificati possono maturare in bottiglia per decine di anni grazie all'alto volume alcolico, elemento che preserva questi vini dal decadimento e dalla contaminazione batterica. Parlare di vini fortificati maturi pone di fronte a un totale cambiamento dei termini di confronto rispetto agli altri vini. In molti casi, sono i produttori stessi a immettere sul mercato vini fortificati già maturati in cantina per molti anni, anche oltre 10 anni, un tempo che spesso rende decrepiti molti vini da tavola. In alcuni casi, il tempo di maturazione è impossibile da determinare a causa del metodo di produzione, che può prevedere l'aggiunta di annate molto vecchie, come nel caso del Jerez - prodotto con il sistema del *Solera y Criaderas* - e che per questa ragione non si indica mai il millesimo. Grazie a queste lunghe maturazioni, i vini fortificati offrono un'estrema complessità già al momento della loro commercializzazione. Note di frutta tostata e secca, fiori secchi e frutta candita, sono solamente alcuni degli aromi che troviamo nei vini fortificati. A questi si uniscono aromi di notevole complessità, dei quali i principali responsabili sono l'ossigeno e l'ossidazione.

Un vino lungamente maturato, non solo, ma anche ossidato, potrebbe fare pensare a un profilo gustativo del tutto squilibrato, perfino piatto. In realtà i vini fortificati, soprattutto quelli secchi, offrono al palato un equilibrio impeccabile, nel quale la morbidezza e l'alto volume alcolico trovano un perfetto equilibrio con l'acidità, nel caso dei vini bianchi, e una levigata astringenza, nel caso dei vini rossi. Il mondo dei vini fortificati è estremamente vasto, offrendo al degustatore un'ampia varietà di stili: dall'estremamente secco, come il Jerez Fino o il Marsala Vergine, fino a stili estremamente dolci, come il Jerez Pedro Ximénez e alcuni stili di Porto. Altra caratteristica dei vini fortificati è l'apprezzabile persistenza gusto-olfattiva, generalmente molto buona e lunga, così come l'esplosione di sapori, sempre di notevole intensità. Con il tempo, e questo significa decine di anni, i vini fortificati assumono un carattere più "pacato" e "austero", lasciando spazio a una maggiore morbidezza, spesso vellutata, senza mai perdere la loro impeccabile eleganza ed equilibrio.



I Vini del Mese

Legenda dei punteggi

- ◆ Sufficiente - ◆◆ Abbastanza Buono - ◆◆◆ Buono
- ◆◆◆◆ Ottimo - ◆◆◆◆◆ Eccellente
- ★ Vino eccellente nella sua categoria
- 🌟 Vino con ottimo rapporto qualità/prezzo

I prezzi sono da considerarsi indicativi in quanto possono subire variazioni a seconda del paese e del luogo in cui i vini vengono acquistati



Colli di Scandiano e Canossa Malbo Gentile Campo delle More 2010 Casali Viticoltori (Emilia Romagna, Italia)

Uvaggio: Malbo Gentile

Prezzo: € 5,81

Punteggio: ◆◆◆

Colli di Scandiano e Canossa Malbo Gentile Campo delle More si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso porpora, poco trasparente, perlage fine e persistente. Al naso denota aromi intensi, puliti e gradevoli che si aprono con note di mora, amarena e prugna seguite da aromi di mirtillo, violetta e lampone. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco di piacevole dolcezza e poco tannico, comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di mora, amarena e mirtillo.

Abbinamento: Crostate con frutti di bosco



Reggiano Lambrusco Secco Pra di Bosso 2010 Casali Viticoltori (Emilia Romagna, Italia)

Uvaggio: Lambrusco Montericcio, Lambrusco Marani, Lambrusco Salamino

Prezzo: € 4,62

Punteggio: ◆◆◆ 🌟

Reggiano Lambrusco Secco Pra di Bosso si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso porpora, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti e gradevoli che si aprono con note di mora, ciliegie e prugna seguite da aromi

di violetta, lampone e mirtillo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco leggermente tannico ed effervescente, comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole freschezza. Il finale è persistente con ricordi di mora, ciliegia e lampone.

Abbinamento: Affettati, Pasta con carne, Carne saltata



**Sagrantino di Montefalco Collepiano 2007
Arnaldo Caprai (Umbria, Italia)**

Uvaggio: Sagrantino

Prezzo: € 27,50

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Sagrantino di Montefalco Collepiano si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso granato, poco trasparente. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di mora, prugna e violetta seguite da aromi di amarena, mirtillo, vaniglia, cioccolato, tabacco, pepe rosa, macis, cannella e mentolo. In bocca ha ottima corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi, piacevole. Il finale è molto persistente con lunghi ricordi di mora, prugna e amarena. Sagrantino di Montefalco Collepiano matura per 22 mesi in barrique a cui seguono almeno 6 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Selvaggina, Carne arrosto, Stufati e brasati di carne, Formaggi stagionati



**Sagrantino di Montefalco 25 Anni 2007
Arnaldo Caprai (Umbria, Italia)**

Uvaggio: Sagrantino

Prezzo: € 55,00

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Sagrantino di Montefalco 25 Anni si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di mora, amarena e prugna seguite da aromi di violetta, mirtillo, vaniglia, pepe rosa, tabacco, cacao, macis, cuoio e mentolo. In bocca ha ottima corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi, piacevole. Il finale è molto

persistente con lunghi ricordi di mora, amarena e prugna. Sagrantino di Montefalco 25 Anni matura per 24 anni in barrique a cui seguono almeno 6 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Selvaggina, Carne arrosto, Stufati e brasati di carne, Formaggi stagionati



**Morellino di Scansano 2009
Fattoria dei Barbi (Toscana, Italia)**

Uvaggio: Sangiovese (85%), Merlot (15%)

Prezzo: € 9,00

Punteggio: ◆◆◆

Questo Morellino di Scansano si presenta con un colore rosso rubino brillante e sfumature rosso rubino, abbastanza trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti e gradevoli che si aprono con note di ciliegia, prugna e violetta seguite da aromi di lampone, mirtillo e geranio. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco leggermente tannico e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di ciliegia, prugna e lampone. Questo Morellino di Scansano matura in botte per 6 mesi.

Abbinamento: Affettati, Paste ripiene, Stufati di carne con funghi



**Brunello di Montalcino 2006
Fattoria dei Barbi (Toscana, Italia)**

Uvaggio: Sangiovese

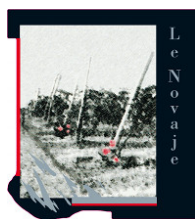
Prezzo: € 23,00

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Questo Brunello di Montalcino si presenta con un colore rosso rubino brillante e sfumature rosso granato, abbastanza trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di amarena, prugna e violetta seguite da aromi di mirtillo, lampone, cacao, vaniglia, cannella, tabacco e mentolo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di prugna, amarena e mirtillo. Questo Brunello di

Montalcino matura per almeno 2 anni in botte a cui seguono almeno 4 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Selvaggina, Carne arrosto, Stufati e brasati di carne, Formaggi stagionati



**Recioto della Valpolicella Classico Le Novaje 2006
Novaia (Veneto, Italia)**

Uvaggio: Corvina, Corvinone, Rondinella

Prezzo: € 12,30 - 375ml

Punteggio: ◆◆◆◆

Recioto della Valpolicella Classico Le Novaje si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di mora, prugna e viola appassita seguite da aromi di amarena, mirtillo, vaniglia, cioccolato, macis e smalto. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco dolce e leggermente tannico, comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole morbidezza. Il finale è persistente con ricordi di mora, prugna e amarena. Recioto della Valpolicella Classico Le Novaje matura per 12 mesi in barrique a cui seguono 6 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Torte di cioccolato, Crostate di confettura di frutti di bosco



**Amarone della Valpolicella Classico Riserva Le
Balze 2005**

Novaia (Veneto, Italia)

Uvaggio: Corvina, Corvinone, Rondinella, Oseleta

Prezzo: € 31,90

Punteggio: ◆◆◆◆★

Amarone della Valpolicella Classico Riserva Le Balze si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso granato, poco trasparente. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di mora, prugna e viola appassita seguite da aromi di confettura di amarena, mirtillo, vaniglia, tabacco, cioccolato, cannella, macis, anice e

mentolo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi, piacevole morbidezza. Il finale è persistente con ricordi di mora, prugna e confettura di amarena. Amarone della Valpolicella Classico Riserva Le Balze matura per 36 mesi in barrique a cui seguono 12 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Selvaggina, Carne arrosto, Brasati e stufati di carne, Formaggi stagionati



**Offida Pecorino Colle Vecchio 2008
Tenuta Cocci Grifoni (Marche, Italia)**

Uvaggio: Pecorino

Prezzo: € 15,00

Punteggio: ◆◆◆◆★

Offida Pecorino Colle Vecchio si presenta con un colore giallo paglierino chiaro e sfumature giallo verdolino, molto trasparente. Al naso denota aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di mela, susina e nespola seguite da aromi di pera, biancospino, gelsomino, pesca, nocciola, ginestra, camomilla e minerale. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco fresco e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole morbidezza. Il finale è persistente con ricordi di mela, susina e nocciola. Offida Pecorino Colle Vecchio matura per 5 mesi in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Carne bianca arrosto, Pesce arrosto, Paste ripiene con pesce



**Offida Rosso Il Grifone 2004
Tenuta Cocci Grifoni (Marche, Italia)**

Uvaggio: Montepulciano (80%), Cabernet Sauvignon (20%)

Prezzo: € 30,00

Punteggio: ◆◆◆◆★

Offida Rosso Il Grifone si presenta con un colore rosso rubino intenso e sfumature rosso granato, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti

che si aprono con note di amarena, prugna e ribes seguite da aromi di mirtillo, viola appassita, vaniglia, cioccolato, tabacco, macis, cuoio ed eucalipto. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco leggermente tannico e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole morbidezza. Il finale è persistente con ricordi di amarena, prugna e ribes. Offida Rosso Il Grifone matura per 22 mesi in botte a cui seguono 6 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: Carne arrosto, Stufati e brasati di carne, Formaggi stagionati

EVENTI

Notiziario

In questa rubrica sono pubblicate notizie e informazioni relativamente a eventi e manifestazioni riguardanti il mondo del vino e dell'enogastronomia. Chiunque sia interessato a rendere noti avvenimenti e manifestazioni può comunicarlo alla nostra redazione all'indirizzo e-mail Events@DiWineTaste.com.

Per le Famiglie dell'Amarone, l'Annata 2011 è nella Top Ten

La vendemmia 2011 entra nella top ten delle annate migliori per l'Amarone, paragonabile, per tipologia qualitativa e robustezza, a quelle del 1988 e 1997. Lo dicono le Famiglie dell'Amarone, l'associazione che riunisce dodici famiglie storiche della Valpolicella (Allegrini, Begali, Brigaldara, Masi Agricola, Musella, Nicolis, Speri, Tedeschi, Tenuta Sant'Antonio, Tommasi, Venturini, Zenato), al termine della pigiatura delle uve. Eventi fenologici e climatici ottimali, sia durante la fase di maturazione che di appassimento delle uve, (inverno piovoso, estate calda con escursione termica giorno notte, autunno caldo e secco), si sono tradotti per il vino in contenuti zuccherini importanti e in un buon apporto di acidità. La conferma che il 2011 sarà ricordato come una delle annate migliori arriva al termine della pigiatura ultimata dai produttori in questi giorni: il vino, come confermano le Famiglie dell'Amarone, si presenta ricco di profumi molto fruttati, con un giusto equilibrio tra acidità e struttura. «L'annata 2011 si preannuncia interessante - dice Lorenzo Begali - visto l'andamento meteorologico molto favorevole che ha permesso la giusta quantità di produzione di uva in vigna con grappoli per lo più di medie dimensioni e con buccia molto spessa, adatta al successivo periodo di appassimento». «Ci aspettiamo dunque un grande Amarone - dice Carlo Speri - dotato di buona espressione aromatica e alcolica molto equilibrato per corpo e acidità che ne garantirà una notevole longevità». Per Riccardo Tedeschi «il 2011 è sicuramente una grande annata che ha prodotto vini molto complessi in fatto di struttura, mineralità e aromi».

Sempre più Appassionati alla Prima del Torcolato

In alto i calici, è la Prima del Torcolato 2012. Il rito della pigiatura dei grappoli passiti dell'uva Vespaiola, vanto della

Pedemontana Vicentina e in particolare della zona DOC Breganze, che si ripete di anno in anno a Breganze, ha attirato migliaia di appassionati del Torcolato che hanno voluto assistere e "gustare" la tradizionale spremitura in piazza.

Premiata da una bella giornata di sole, in piazza Mazzini a Breganze la festa della prima spremitura ha riscosso anche più apprezzamenti del solito: sia gli esperti degustatori sia i semplici appassionati hanno apprezzato molto la possibilità di fare un "tour" per le cantine dell'area a Denominazione d'origine controllata, aperte anche al mattino per il primo anno. La festa del grande passito della Pedemontana Breganzese, tanto famoso per quel suo gusto "dolce non dolce" e dai caratteristici aromi e riflessi dorati, è stata organizzata dalla Strada del Torcolato, dal Consorzio di Tutela Vini DOC Breganze e dalla Magnifica Fraglia del Torcolato. La manifestazione con il trascorrere delle ore è andata in crescendo, raggiungendo il momento più intenso al pomeriggio con la cerimonia della spremitura quando tutti si sono stretti sotto il palco, pronti con il bicchiere in mano per assaggiare il primo mosto di Torcolato. Per pigiare le uve è stato utilizzato un antico torchio contadino, collocato al centro della piazza e circondato, oltre che dalla folla ansiosa di degustare il Torcolato 2012, dalla confraternita della Magnifica Fraglia del Torcolato con i costumi tipici che la contraddistinguono. A fare gli onori di casa hanno pensato il sindaco di Breganze, Silvia Covolo, e il presidente dell'associazione Pedemontana.Vi Nazzareno Leonardi. Soddisfatto anche Fausto Maculan, presidente della Strada del Torcolato: «Durante la Prima del Torcolato, nelle cantine, in piazza, negli stand gastronomici, nei bar e nei ristoranti è stata consumata una quantità di Torcolato pari a circa 20.000 bicchieri. Il diciassettesimo compleanno del nostro vino dolce DOC non poteva avere un brindisi più grande. A nome di tutti i produttori ho il piacere dare già appuntamento a tutti alla festa per i 18 anni di questa nostra DOC, la terza domenica di gennaio del 2013».

Durante la manifestazione si è svolta la premiazione del concorso "Realizza l'etichetta della Prima del Torcolato", che quest'anno ha premiato Mara Capitanio di Sarcedo con l'etichetta "InTorcolato". Sono state inoltre battute all'asta le bottiglie del Torcolato di due anni fa: un'iniziativa a fini benefici, il cui incasso verrà destinato all'associazione Sankalpa Onlus di Padre Ireneo Foscarini, che li impiegherà per acquistare un nuovo veicolo.

Due sono inoltre i nuovi Fragliati: Anna Maria Fiengo ed Emanuele Cattelan, notaio ed imprenditore entrambi di Thiene. Infine, un nuovo nome è andato ad arricchire il parterre de rois degli "Ambasciatori del Torcolato" nel mondo: a personalità dello spicco di Paolo Scaroni, Gian Antonio Stella e Filippo Pozzato, solo per citarne alcuni, si è aggiunto Luca Rigoni, direttore di TgCom24. Il giornalista, originario dell'area di Asiago, ha anche ricevuto il premio che correda ogni nomina: una cassetta di bottiglie di Torcolato della DOC di Breganze.

Le Langhe Approdano a Cremona

Dai dolci pendii di uno dei territori più suggestivi del Piemonte fino al cuore della Pianura Padana. Sarà questo il percorso che i vini dei soci Albeisa faranno per presentare il meglio dell'enologia piemontese alla Lombardia, in occasione dell'evento "Langa a Cremona". L'appuntamento, che si terrà domenica

26 febbraio dalle 12.00 alle 19.00 nel Palazzo della Camera di Commercio di Cremona, offrirà agli amanti del vino e agli operatori del settore un ricco banco d'assaggio che, grazie al sostegno di Slow Food, sarà accompagnato da alcune eccellenze gastronomiche cremonesi e piemontesi.

Oltre alle degustazioni, "Langa a Cremona" proporrà alcune iniziative speciali riservate agli appassionati gourmet: sempre nella giornata del 26 febbraio, in alcuni ristoranti di Cremona e provincia, si svolgeranno infatti le Cene a menù lombardo-piemontese. In ogni locale i piatti saranno accompagnati da almeno 4 vini di 4 produttori diversi, che interverranno alla serata per raccontare in prima persona ai commensali i propri vini, le proprie tradizioni, il proprio territorio. "Langa a Cremona" permetterà dunque ad Albeisa, da sempre attenta alla valorizzazione dell'identità territoriale, di far conoscere in modo originale un vero e proprio scrigno di qualità: quello dei produttori albesi.



NON SOLO VINO

Aquavitae

Rassegna di Grappe, Distillati e Acqueviti

I punteggi delle acqueviti sono espressi secondo il metodo di valutazione di DiWineTaste. Fare riferimento alla legenda dei punteggi nella rubrica "I Vini del Mese".



Grappa Cuore di Brunello Nannoni (Toscana, Italia)

Materia prima: Vinaccia di Sangiovese

Prezzo: € 35,00 - 500ml

Punteggio: ❖❖❖❖ ☆

Questa grappa si presenta limpida, incolore e cristallina. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevole e raffinati di ciliegia, prugna, violetta, lampone, nocciola e cera d'api, con pungenza dell'alcol poco percettibile. In bocca è intensa con pungenza dell'alcol percettibile e che tende a dissolversi rapidamente, buona corrispondenza con il naso, piacevole morbidezza ed equilibrata. Il finale è persistente con ricordi di ciliegia, lampone e nocciola. Questa grappa è distillata in alambicco discontinuo a caldaiette di vapore. Alcol 42°.



Wine Parade

I 15 migliori vini secondo i lettori di DiWineTaste. Per esprimere le vostre preferenze comunicate i vostri tre migliori vini al nostro indirizzo di posta elettronica WineParade@DiWineTaste.com oppure compilare il modulo disponibile nel nostro sito.

| Posiz. | | Vino, Produttore |
|--------|---|--|
| 1 | ↗ | Barolo Cannubi Boschis 2005, Sandrone (Italia) |
| 2 | ↘ | Brunello di Montalcino Vigneto Manachiara 2005, Tenute Silvio Nardi (Italia) |
| 3 | ↔ | Rosso Conero Riserva Grosso Agontano 2007, Garofoli (Italia) |
| 4 | ↗ | Brunello di Montalcino 2006, Siro Pacenti (Italia) |
| 5 | ↘ | Arkezia Muffo di San Sisto 2004, Fazi Battaglia (Italia) |
| 6 | ↗ | Batàr 2008, Querciabella (Italia) |
| 7 | ↘ | Confini 2007, Lis Neris (Italia) |
| 8 | ↗ | Collio Sauvignon Ronco delle Mele 2010, Venica (Italia) |
| 9 | ↗ | Gran Masetto 2007, Endrizzi (Italia) |
| 10 | ↘ | Trento Brut Riserva Methius 2004, Dorigati (Italia) |
| 11 | ↗ | Franciacorta Pas Dosé Récentment Dégorgé 2006, Cavalleri (Italia) |
| 12 | ↘ | Aglianico del Vulture Il Repertorio 2006, Cantine del Notaio (Italia) |
| 13 | ↗ | Adarmando 2009, Tabarrini (Italia) |
| 14 | ↘ | Soave Motto Piane 2008, Fattori (Italia) |
| 15 | ↘ | Brunello di Montalcino Progetto Prime Donne 2004, Donatella Cinelli Colombini (Italia) |

Legenda: ↗ in salita ↘ in discesa ↔ stabile ☆ nuova entrata