

DiWINEtaste

Cultura e Informazione Enologica

 Edizione Italiana

www.DiWineTaste.com

Numero 72, Marzo 2009

L'Arte di Servire il Vino

La serata sembra essere quella giusta. Seduti al tavolo di un ristorante, in buona compagnia, si pregusta già l'atmosfera di una piacevole serata all'insegna del buon cibo abbinato a dell'altrettanto buon vino. Anche il ristorante si presenta bene: la sala è accogliente e rassicurante, la bella *mise en place* preannuncia lo stile del locale, il personale è gentile e tutto sembra confermare che abbiamo scelto il posto giusto. Uno sguardo alla carta delle vivande stuzzica la nostra fantasia e - da buoni appassionati di vino - già pregustiamo di accompagnare la nostra scelta con dei vini che siano *all'altezza* di quello che avremo il piacere di vedere nei nostri piatti. La cameriera ci consegna la carta dei vini, affrettandosi a dire che per la scelta del vino avremo il piacere di avere al tavolo il sommelier. «Però! In questo ristorante hanno addirittura un sommelier!», è il primo e compiaciuto commento che ci fa ben sperare sulla cura del servizio del vino e la garanzia che nel locale troveremo buone bottiglie.

La carta dei vini - a vederla - assomiglia a un volume di enciclopedia, vista la quantità di pagine. La prima riflessione, senza aprirla, è che la nostra scelta chiederà un bel po' di tempo, se non altro per il piacere di sfogliare una carta dei vini così imponente. Apriamo la carta dei vini e, a prima vista, sembra essere ben organizzata: vini divisi per tipo e per zona di origine, con presenza di vini esteri e con buone proposte, anche per quanto riguarda i prezzi. Continuiamo a sfogliare con attenzione la carta, alla ricerca di un buon vino, quando all'improvviso, appare una pagina completamente bianca, così come la pagina successiva, esattamente come tutto il resto. In altre parole, nemmeno un quinto di questo volume è utilizzato per i vini, tutto il resto è occupato da inutili e vuote pagine bianche. Con ironia, pensiamo che forse i gestori di questo ristorante stanno pensando di ampliare la cantina e, nell'attesa che questo si realizzi, hanno probabilmente pensato a prevedere un adeguato spazio nella carta dei vini! Una cosa è certa: l'entusiasmo iniziale comincia ad essere sostituito da un velato scetticismo.

Riguardiamo le poche pagine di questo volume, e alla fine facciamo la nostra scelta, convinti che proprio quello sia il vino giusto per accompagnare la nostra cena. Al nostro tavolo tor-

na nuovamente la cameriera alla quale comunichiamo la nostra scelta: dopo avere ripetuto due volte il nome del vino, e infine, dopo averglielo fatto leggere direttamente dalla carta, attendiamo fiduciosi di vedere arrivare la bottiglia, perfettamente servita nei bei calici che già si trovano al tavolo. Dopo circa dieci minuti di attesa, torna la cameriera dicendo che non sono riusciti a trovare la bottiglia che avevamo ordinato e pertanto quel vino non era probabilmente disponibile. Per rassicurarci, dice che arriverà il sommelier a consigliare un nuovo vino. Nell'attesa, e delusi dal fatto che non gusteremo il vino che avevamo scelto, torniamo a sfogliare la carta dei vini e, alla fine, scegliamo un altro vino.

Finalmente arriva il "sommelier": un signore dall'aspetto poco curato, barba non fatta da qualche giorno, abbigliamento decisamente poco professionale e dimesso, atteggiamento che mostra una leggera insofferenza e una per nulla ospitale "supponenza". Cerchiamo di andare oltre l'apparenza e ordiniamo la nostra seconda scelta. Per tutta risposta, il "sommelier" ci dice che anche questo vino è terminato. La stessa risposta ci viene data anche al nostro terzo tentativo. Seccati e delusi, chiediamo al "sommelier" di consigliare un vino. Orgoglioso di tanta "fiducia", ci propone un vino di una cantina che dice di avere *scoperto e selezionato* personalmente e che considerava ottimo. Accettiamo la sua proposta, sperando almeno di provare qualcosa di nuovo e interessante. Dopo alcuni minuti, torna al nostro tavolo con la bottiglia e - proprio adesso - da il massimo di sé: bottiglia tenuta per il collo, cavatappi conficcato nel sughero con forza, assistiamo con sconcerto, al raccapricciante rito dell'apertura. Dopo avere furiosamente combattuto con la bottiglia, ruotandola e scuotendola in continuazione, tirando con forza il cavatappi, alla fine di questa pietosa lotta, il sughero si arrende annunciando la sua disfatta con un eclatante "botto". Evitiamo di pensare cosa sarebbe potuto accadere con uno spumante. Il vino, nemmeno a dirlo, uno stupendo rappresentante della mediocrità.

Questa non è una storia, ma un fatto realmente accaduto e, con tristezza, un fatto che si ripete con inquietante frequenza. Non tanto per le improbabili "carte dei vini" che spesso si trovano nei ristoranti - e che spesso riportano vini non disponi-

Sommario

L'Arte di Servire il Vino	1
GUSTO DIVINO	
Roero Rosso a Confronto	2
I Vini del Mese	4
EVENTI	
Notiziario	8
NON SOLO VINO	
Aquavitae	11
Wine Parade	11

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

bili e che andrebbero, quanto meno, segnalati, meglio rimossi - ma soprattutto per la mancanza di professionalità che fin troppo spesso si riscontra nel servizio. Peggio ancora, quando si vantano competenze che nei fatti non trovano nessun riscontro, a discapito - inoltre - dell'intera categoria di quelli che effettivamente possiedono quelle competenze. Non crediamo di esagerare: il servizio del vino è una cosa seria, qualcosa che fa certamente la differenza in un ristorante, qualcosa che può anche rovinare il contenuto della bottiglia quando eseguito in modo scorretto. Con questo non vogliamo dire che in ogni ristorante dovrebbe essere presente un sommelier qualificato e che conosca il suo mestiere: è comprensibile che una figura di questo tipo ha un costo e che a volte è anche "fuori luogo" dal contesto di certi locali.

Questo non esclude comunque che in ogni locale non si debbano utilizzare almeno le nozioni fondamentali del servizio del vino, in fin dei conti non sono molte le regole da seguire per offrire un servizio "essenziale". Inoltre, non si tratta unicamente di una questione professionale, si tratta anche di una questione di rispetto verso i clienti che pagano per un servizio. Nessuno si aspetta - o almeno non in tutti i locali - un servizio *accademico* e impeccabile del vino, ma è anche vero che nessuno desidera vedere bistrattata la bottiglia di vino che ha appena ordinato. Il servizio del vino è certamente un'arte, e come per qualunque tipo di arte, non è qualcosa per tutti, questo richiede anche una vocazione e una predisposizione personale. Inoltre, un cattivo servizio, e non solo del vino, squalifica e danneggia la credibilità e la piacevolezza di un locale, qualunque esso sia. Proprio perché si sceglie di andare al ristorante per soddisfare una necessità che va ben oltre il semplice "mangiare e bere": questo è qualcosa che tutti riescono a fare a casa propria e, soprattutto, a un prezzo più conveniente. Il servizio è un'arte: sarebbe bene comprenderla prima di atteggiarsi a patetici e goffi burattini vestiti da pavoni con tanto di ruota, forti della pochezza di una sconcertante mancanza di professionalità.

GUSTO DIVINO

Roero Rosso a Confronto

I vini rossi della zona del Roero sono prevalentemente prodotti con Nebbiolo, la grande uva del Piemonte e delle Langhe, madre di grandi e potenti vini

Nel panorama dei rossi del Piemonte prodotti con uva Nebbiolo e riconosciuti dal sistema di qualità italiano come vini a Denominazione d'Origine Controllata e Garantita (DOCG), il Roero Rosso è riuscito, in poco tempo, a raggiungere la fama e il prestigio degli altri grandi rossi della regione, in particolare Barolo e Barbaresco. A differenza di questi due vini - che in accordo al disciplinare di produzione sono prodotti con Nebbiolo in purezza - il Roero Rosso può essere prodotto con almeno il 95% di Nebbiolo e la restante parte con uve a bacca rossa autorizzate nella zona. Nonostante il disciplinare di produzione preveda l'uso di altre varietà, il Roero Rosso è nella maggior parte dei casi prodotto con Nebbiolo in purezza. Il Nebbiolo è fra le uve a bacca rossa più diffuse del Piemonte e molti dei vini di qualità prodotti nella regione prevedono l'impiego di quest'uva.

Oltre allo stile rosso - per il quale è prevista anche la versione *riserva* - i vini di Roero DOCG includono anche la produzione di bianchi da uve Arneis, anche nello stile spumante. I vigneti del Roero che si colorano di rosso, sono prevalentemente coltivati con Nebbiolo, una delle uve con il più alto contenuto di polifenoli d'Italia, oltre ad avere una spiccata acidità. Madre di grandi e potenti vini, il Nebbiolo è una varietà che tende a maturare in ritardo rispetto alle altre varietà della zona, generalmente nel periodo in cui la nebbia è spesso presente nei vigneti, caratteristica dalla quale l'uva prende il suo nome. Date le sue caratteristiche, in particolare l'alto contenuto in polifenoli e di acidità, alle quali si unisce la buona disponibilità di zuccheri e che producono quantità di alcol piuttosto elevate, i vini prodotti con Nebbiolo sono solitamente maturati in botte, proprio con lo scopo di raggiungere un buon equilibrio attraverso un'opportuna morbidezza.

I Vini della Degustazione

In accordo al disciplinare di produzione, il Roero Rosso - che si può anche semplicemente definire come "Roero" - è prodotto con almeno il 95-98% di Nebbiolo e per la restante parte uve a bacca rossa non aromatiche ammessi alla coltivazione in Piemonte. Il Roero Rosso deve maturare almeno 20 mesi - di cui almeno 6 in legno - prima di potere essere commercializzato, mentre sono necessari 32 mesi, di cui almeno 6 in legno, per la versione *riserva*. Come già detto, la maturazione in legno conferisce ai vini prodotti con uva Nebbiolo - Roero compreso - un carattere più morbido e meno spigoloso, arrotondando i caratteri duri dei tannini e dell'acidità. Anche l'alcol svolge un ruolo fondamentale nell'equilibrio dei vini prodotti con uva Nebbiolo - il suo effetto è utile a bilanciare sia l'astringenza sia l'acidità - e nel Roero Rosso non sono rari i casi nei quali il volume alcolico superi il 13%.

Nonostante il disciplinare di produzione del Roero Rosso preveda l'uso di varietà diverse, i vini della nostra degustazio-

DiWINEtaste

Periodico indipendente di cultura e informazione enologica

Pubblicazione a cura di
Antonello Biancalana

Redazione

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

Ha collaborato a questo numero:
Stefano Passerini

Copyright © 2009 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



I tre Roero Rosso della nostra degustazione comparativa

ne comparativa sono tutti prodotti con Nebbiolo in purezza e tutti, ovviamente, maturati in contenitori di legno. Il primo vino della degustazione è il Roero Sudisfà di Negro, maturato per 24 mesi in barrique e per almeno 5 mesi in bottiglia. Il secondo vino è il Roero Printi di Monchiero Carbone, anche in questo caso maturato per 24 mesi, ma a differenza del vino precedente, in questo caso il produttore ha scelto la botte a cui ha fatto seguire almeno un anno di affinamento in bottiglia. Il terzo vino della degustazione è il Roero Roche d'Ampsej di Correggia, maturato per 22 mesi in botte a cui seguono almeno 12 mesi di affinamento in bottiglia. I vini saranno selezionati in accordo alle ultime annate commercializzate e serviti alla temperatura di 18°C. Per la valutazione dei vini utilizzeremo, come di consueto, tre calici da degustazione ISO.

Esame Visivo

Il Nebbiolo è un'uva caratterizzata da un contenuto moderato di sostanze coloranti, pertanto i suoi vini mostrano generalmente colori non molto scuri e trasparenze moderate. A causa dei tempi di maturazione impiegati per la produzione, nei vini da uve Nebbiolo le tonalità porpora - indice di vini giovani - sono generalmente assenti durante la valutazione visiva, e già dopo alcuni anni di affinamento, la sfumatura può mostrare colori rosso granato e, in alcuni casi, colori rosso aranciato. Il colore che generalmente si osserva nel Roero Rosso "giovane" è rosso rubino intenso e brillante, con una sfumatura rosso rubino o, in alcuni casi, rosso granato. Con il tempo, seguendo l'evoluzione tipica dei vini rossi, il colore mostrerà tonalità rosso granato, mentre la sfumatura comincerà a mostrare evidenti tonalità rosso arancio. Nell'apice della sua evoluzione, il Roero Rosso mostrerà un colore rosso arancio, e una trasparenza più elevata a causa della sedimentazione delle sostanze coloranti, colore che si osserverà anche nella sfumatura.

Iniziamo la valutazione visiva della nostra degustazione comparativa dal Roero Sudisfà di Negro. Mantenendo il calice inclinato sopra una superficie bianca - a questo scopo sarà sufficiente un foglio di carta o un tovagliolo bianco - osserveremo il colore del vino alla base del calice, dove la massa liquida assume il maggiore spessore. Il colore di questo primo vino è rosso rubino brillante con trasparenza moderata, mentre

la sfumatura - osservata all'estremità del vino, verso l'apertura del calice - presenta un colore rosso granato. Il secondo vino della degustazione - Roero Printi di Monchiero Carbone - è caratterizzato da un colore rosso rubino intenso e una trasparenza più ridotta rispetto al vino precedente, e la sfumatura mostra lo stesso colore. L'osservazione del terzo vino della nostra degustazione comparativa, il Roero Roche d'Ampsej di Correggia, mostra un colore rosso rubino intenso e una sfumatura piuttosto ridotta, inferiore rispetto ai due vini precedenti, e una sfumatura rosso rubino.

Esame Olfattivo

Il Nebbiolo, soprattutto quando è fatto fermentare o maturare in botte grande, offre al naso del degustatore un profilo sensoriale ricco di frutti a polpa rossa e nera oltre che di fiori. Questa qualità è talvolta mitigata dall'uso della barrique, un elemento che ha acceso - e continua ad accendere - più di una discussione fra i produttori del Piemonte e delle Langhe, divisi fra quelli che sostengono il tradizionale uso della botte grande per la maturazione del Nebbiolo e quelli che preferiscono l'uso della celebre botte piccola. Sarà infatti l'uso del tipo di botte a determinare lo sviluppo dei cosiddetti aromi terziari al Nebbiolo - e quindi al Roero Rosso - conferendo al vino un carattere "più complesso" a discapito degli aromi di fiori e frutta. Fra le qualità identificative del Roero Rosso ricordiamo gli aromi di ciliegia, prugna e violetta, ai quali si uniscono spesso quelli di lampone, fragola e rosa.

Si inizierà la valutazione dei profili olfattivi dei vini della nostra degustazione comparativa dal Roero Sudisfà di Negro. La prima fase di questa valutazione prevede l'esame dei cosiddetti *aromi di apertura*, cioè le sensazioni olfattive che identificano un vino e che sono composte da sostanze aromatiche "leggere", cioè le sostanze che si percepiscono al naso anche in presenza di modeste quantità di ossigeno. Mantenendo il calice in posizione verticale e senza rotarlo, procederemo con la prima olfazione che consentirà di apprezzare gli aromi di ciliegia, fragola e lampone, tre aromi di frutta piuttosto frequenti nei vini prodotti con uva Nebbiolo. Dopo avere roteato il calice - operazione che favorirà lo sviluppo degli altri aromi presenti nel vino - inclineremo il calice e procederemo alla seconda olfazione, che completerà il profilo olfattivo di questo vino con gli aromi di prugna, violetta e rosa, oltre alle sensazioni "complesse" di vaniglia, tabacco, cannella, cacao e un piacevole tocco balsamico di mentolo.

Passiamo ora alla valutazione olfattiva del secondo vino: Roero Printi di Monchiero Carbone. L'apertura regala al naso sensazioni intense e pulite di ciliegia matura, prugna e violetta, un'apertura molto tipica del Roero Rosso e dei vini prodotti con uva Nebbiolo. Dopo avere roteato il calice, eseguiremo una seconda olfazione che consentirà la percezione degli aromi di mirtillo, prugna, lampone e mora ai quali si uniscono vaniglia, cannella, liquirizia, mentolo e timo. Si noti la differenza dell'impatto del legno di questo vino con il precedente. Procediamo ora con la valutazione del terzo vino: Roero Roche d'Ampsej di Correggia. Anche l'apertura di questo vino propone al naso aromi intensi e puliti di ciliegia matura, prugna e violetta. La seconda olfazione - eseguita dopo avere roteato il calice - completerà il profilo olfattivo del vino con mirtillo, mora, tabacco, timo, liquirizia, vaniglia, pepe nero e cannella,

oltre al piacevole tocco balsamico di mentolo.

Esame Gustativo

I vini prodotti con uva Nebbiolo difficilmente passano inosservati. Le qualità gustative tipiche del vitigno rendono infatti i suoi vini piuttosto potenti e particolari, grazie anche alla notevole astringenza dei tannini e della freschezza che si percepisce in bocca. Non è un caso che i vini da Nebbiolo siano spesso definiti come *un pugno di ferro in un guanto di velluto*. Queste due caratteristiche impongono all'enologo di equilibrare queste qualità "irruenti" - che renderebbero altrimenti il vino poco piacevole - con una giusta quantità di alcol e un'altrettanto giusta morbidezza. L'alcol è semplicemente ottenuto dalla fermentazione degli zuccheri - che nel Nebbiolo sono presenti in buona quantità - mentre la morbidezza è conferita dalla maturazione in legno e dal tempo. A causa della cospicua acidità e astringenza del Roero Rosso, sono richieste quantità di alcol piuttosto elevate così da raggiungere un buon equilibrio e che in questo vino - così come per gli altri vini da uve Nebbiolo - può talvolta superare il 14%.

Iniziamo l'esame gustativo dei nostri vini dal Roero Sudisfà di Negro. Prendendo un sorso dal calice, valuteremo l'attacco - cioè le sensazioni iniziali - caratterizzato da un'evidente astringenza accompagnata da una freschezza piuttosto sostenuta, un attacco tipico del Roero Rosso. Subito dopo si potranno percepire gli effetti brucianti dell'alcol e della morbidezza conferita dalla barrique, rendendo il vino molto equilibrato. Anche l'attacco del secondo vino - Roero Printi di Monchiero Carbone - si presenta astringente e fresco, ben equilibrato sia dall'alcol sia dalla piacevole morbidezza. Il terzo vino della nostra degustazione comparativa - Roero Roche d'Ampsej di Correggia - è caratterizzato da un attacco piuttosto astringente e fresco, perfettamente bilanciato dall'alcol e dalla piacevole morbidezza. Si noti, in tutti i vini, la notevole sensazione di corpo percepita in bocca, decisamente pieno e robusto.

Considerazioni Finali

Il Roero Rosso è un vino che regala grandi emozioni in tutte le fasi della degustazione, un vino complesso spesso caratterizzato da sensazioni di chiusura piuttosto lunghe e pulite. Il finale del primo vino della nostra degustazione comparativa - Roero Sudisfà di Negro - è intenso e persistente, lasciando in bocca piacevoli e puliti ricordi di ciliegia, prugna e lampone. Il finale del Roero Printi di Monchiero Carbone è molto persistente e intenso, consentendo la percezione in bocca di lunghi e puliti sapori di ciliegia matura, prugna e mora. Non da meno il finale del Roero Roche d'Ampsej di Correggia, anche in questo caso con un finale molto intenso e persistente, lasciando in bocca puliti e piacevoli ricordi di amarena, prugna e mirtillo. I vini della nostra degustazione comparativa rappresentano degnamente i grandi rossi del Roero, un grande vino che ha saputo, in pochi anni, conquistare i calici degli appassionati più esigenti, confermando - ancora una volta - la grandezza dell'uva Nebbiolo e del suo territorio.

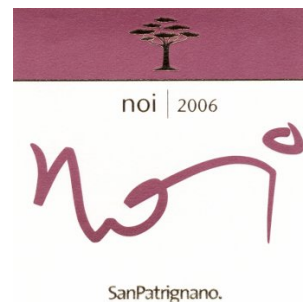


I Vini del Mese

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 Rimini Rosso Noi 2006 San Patrignano (Emilia Romagna, Italia)

Uvaggio: Sangiovese (60%), Cabernet Sauvignon (20%), Merlot (20%)

Prezzo: € 15,00

Punteggio: ◆◆◆◆

Colli di Rimini Rosso Noi si presenta con un colore rosso rubino intenso e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di amarena, prugna e vaniglia seguite da aromi di violetta, ribes, mirtillo, tabacco, cioccolato e macis. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi. Il finale è persistente con ricordi di amarena, prugna e ribes. Colli di Rimini Rosso Noi matura per 12 mesi in barrique a cui seguono 4 mesi di affinamento in bottiglia.

Abbinamento: *Carne alla griglia, Carne arrosto, Stufati e brasati di carne con funghi*



montepirolò

SanPatrignano.

Colli di Rimini Cabernet Montepirolò 2004 San Patrignano (Emilia Romagna, Italia)

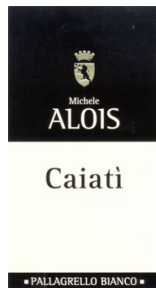
Uvaggio: Cabernet Sauvignon (85%), Merlot (10%), Cabernet Franc (5%)

Prezzo: € 21,00

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Colli di Rimini Cabernet Montepirolò si presenta con un colore rosso rubino intenso e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di ribes, amarena e prugna seguite da aromi di violetta, caffè, cacao, vaniglia, tabacco, grafite, pepe nero, liquirizia ed eucalipto. 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 molto persistente con ricordi di ribes, amarena e prugna. Un vino ben fatto. Colli di Rimini Cabernet Montepirolò matura per 12 mesi in barrique a cui seguono 18 mesi di affinamento in bottiglia.

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



Caiati 2007 Alois (Campania, Italia)

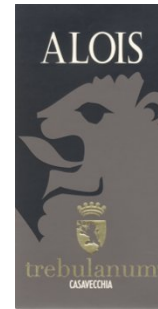
Uvaggio: Pallagrello Bianco

Prezzo: € 9,30

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Caiati si presenta con un colore giallo dorato brillante e sfumature giallo dorato, molto trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di susina, mela e pera seguite da aromi di agrumi, frutto della passione, ananas, nespola, miele e nocciola. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco fresco e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di susina, pera e mela. Caiati matura in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Zuppe di pesce, Pasta e risotto con pesce, Pesce alla griglia



Trebulanum 2005 Alois (Campania, Italia)

Uvaggio: Casavecchia

Prezzo: € 20,00

Punteggio: ◆◆◆◆★

Trebulanum si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di prugna, mora e amarena seguite da aromi di violetta, mirtillo, vaniglia, tabacco, cioccolato, caffè, chiodo di coniglio, macis ed eucalipto. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi. Il finale è persistente con ricordi di mora, prugna e amarena. Trebulanum matura per 12 mesi in barrique a cui seguono 8 mesi di affinamento in bottiglia.

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



Aleatico di Puglia Passito Liatico 2007 Feudi di San Marzano (Puglia, Italia)

Uvaggio: Aleatico

Prezzo: € 25,00

Punteggio: ◆◆◆◆◆

Aleatico di Puglia Passito Liatico si presenta con un colore rosso rubino intenso e sfumature rosso rubino, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di mora, amarena e violetta seguite da aromi di prugna, mirtillo, rosa, carruba, cannella e lavanda. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco dolce e leggermente tannico, comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di mora, amarena e mirtillo. Aleatico di Puglia Passito Liatico matura in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Crostate di confettura



Primitivo di Manduria Sessantanni 2005
Feudi di San Marzano (Puglia, Italia)

Uvaggio: Primitivo

Prezzo: € 23,00

Punteggio: ◆◆◆◆★

Primitivo di Manduria Sessantanni si presenta con un colore rosso rubino cupo e sfumature rosso porpora, impenetrabile alla luce. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di mora, amarena e anice stellato seguite da aromi di violetta, prugna, vaniglia, fragola, mirtillo, tabacco, cioccolato, cannella 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 amarena. Primitivo di Manduria Sessantanni matura per 6 mesi in barrique.

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



Brunello di Montalcino 2003
Fattori 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 prugna, amarena e viola appassita seguite da aromi di vaniglia, cacao, tabacco, cannella, liquirizia, macis e mentolo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi. Il finale è persistente con ricordi di amarena e prugna. Questo Brunello di Montalcino matura per almeno 2 anni in botte.

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



Morellino di Scansano 2006
Fattori dei Barbi (Toscana, Italia)

Uvaggio: Sangiovese, Cilieggiolo, Merlot

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, gradevoli e raffinati che si aprono con note di ciliegia, prugna e mora seguite da aromi di violetta, mirtillo, vaniglia, cannella e mentolo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole freschezza. Il finale è persistente con ricordi di ciliegia, prugna e mora. Questo Morellino di Scansano matura per 8 mesi in parte in botte e in parte in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Carne arrosto, Carne alla Griglia, Stufati di carne, Formaggi stagionati



Evien Oro 2007
Ressia (Piemonte, Italia)

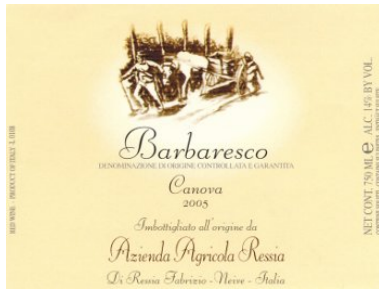
Uvaggio: Moscato Bianco

Prezzo: € 14,00

Punteggio: ◆◆◆◆

Evien Oro si presenta con un colore giallo paglierino brillante e sfumature giallo paglierino, molto trasparente. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di uva, pesca e banana seguite da aromi di albicocca, canditi, agrumi, litchi, mela, pera e salvia. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco fresco e comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di uva, pesca e pera. Evien Oro matura per 12 mesi in barrique a cui seguono 2 mesi di maturazione in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Pasta con crostacei, Crostacei alla griglia



Barbaresco Canova 2005
Ressia (Piemonte, Italia)

Uvaggio: Nebbiolo

Prezzo: € 27,00

Punteggio: ◆◆◆◆

Barbaresco Canova 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 ciliegia, prugna e rosa seguite da aromi di lampone, violetta, vaniglia, tabacco, cacao, macis e mentolo. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco tannico e piacevole freschezza, comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi. Il finale è persistente con ricordi di ciliegia, lampone e prugna. Barbaresco Canova matura in botte.

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



Dolcetto di Diano d'Alba Costa Fiore 2007
Alario (Piemonte, Italia)

Uvaggio: Dolcetto

Prezzo: € 8,00

Punteggio: ◆◆◆◆

Dolcetto di Diano d'Alba Costa Fiore si presenta con un colore rosso rubino intenso e sfumature rosso porpora, poco trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli e raffinati che si aprono con note di prugna, ciliegia e violetta seguite da aromi di lampone, mirtillo, ciclamino, mora e mandorla. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco leggermente tannico e piacevole freschezza, comunque equilibrato dall'alcol, buon corpo, sapori intensi. Il finale è persistente con ricordi di prugna, ciliegia e mirtillo. Dolcetto di Diano d'Alba Costa Fiore matura in vasche d'acciaio.

Abbinamento: Carne saltata con funghi, Affettati, Paste ripiene



Barolo Sorano 2004
Alario (Piemonte, Italia)

Uvaggio: Nebbiolo

Prezzo: € 40,00

Punteggio: ◆◆◆◆★

Barolo Sorano si presenta con un colore rosso rubino brillante e sfumature rosso granato, abbastanza trasparente. Al naso esprime aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di ciliegia, prugna e violetta seguite da aromi di rosa, lampone, fragola, vaniglia, tabacco, cannella, cacao, macis 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 ciliegia, prugna e lampone. Un vino ben fatto. Barolo Sorano matura per 24 mesi in barrique, 12 mesi in botte e 12 mesi in bottiglia.

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



Vernaccia di San Gimignano Evoè 2006
Panizzi (Toscana, Italia)

Uvaggio: Vernaccia di San Gimignano

Prezzo: € 15,50

Punteggio: ◆◆◆◆★

Vernaccia di San Gimignano Evoè si presenta con un colore giallo dorato scuro e sfumature giallo dorato, trasparente. Al naso rivela aromi intensi, puliti, gradevoli, raffinati ed eleganti che si aprono con note di susina, mela e miele seguite da aromi di canditi, vaniglia, confettura di mele cotogne, ananas, albicocca secca, mango, mandorla e rosmarino. In bocca ha buona corrispondenza con il naso, un attacco fresco e piacevole morbidezza, comunque equilibrato dall'alcol, corpo pieno, sapori intensi, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di susina, mela, miele e mandorla. Vernaccia di San Gimignano Evoè fermenta e matura sulle proprie bucce per 10 mesi in botte.

Abbinamento: Carne bianca arrosto, Pesce arrosto, Paste ripiene



San Gimignano Rosso Folgòre 2002 Panizzi (Toscana, Italia)

Uvaggio: Sangiovese (80%), Merlot (10%), Cabernet Sauvignon (10%)

Prezzo: € 23,50

Punteggio: ☆☆☆☆ ☆

San Gimignano Rosso Folgòre 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 prugna, amarena e ribes seguite da aromi di violetta, vaniglia, tamarindo, tabacco, mirtillo, cioccolato, chiodo di garofano, cannella ed eucalipto. 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 ribes. San Gimignano Rosso Folgòre matura in botte per 14 mesi.

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.

Conclusa la Prima Edizione della Settimana del Vino Italiano negli USA

In un clima di grande soddisfazione si è conclusa a Miami VINO 2009, la Settimana del Vino Italiano negli Usa, inaugurata lo scorso 24 gennaio a Boston e che ha visto la sua tappa principale a New York. «Sicuramente VINO 2009 è l'evento che mancava negli Stati Uniti, in particolare a Manhattan - ha detto Aniello Musella, Direttore Esecutivo dell'ICE di New York in occasione dell'inaugurazione dell'evento - È la principale operazione di promozione dei vini italiani dell'ultimo decennio. È stato un grosso intervento fatto nei confronti della distribuzione americana, quindi di importatori, distributori, dettaglianti, ristorazione e anche della stampa specializzata».

Complimenti ai promotori dell'evento, ICE, Ministero dello

Sviluppo Economico e le regioni Abruzzo, Calabria, Lombardia, Toscana e Veneto, da parte del produttore vinicolo Giovanni Bonmartini-Fini: «Sono cinque anni che noi vendiamo il vino in America e devo dire che sono molto ben impressionato da questa iniziativa. Se questo è il primo evento organizzato dall'ICE in un momento di recessione come l'attuale, devo dire che ho delle aspettative molto buone per l'anno prossimo e gli anni che seguiranno».

Pensiero condiviso anche da altri partecipanti. «Per quella che è la mia esperienza, è stata una manifestazione di una portata grandissima, uno spiegamento di forze al quale sinceramente non ero abituato. Non avevo mai assistito a niente del genere», ha commentato Fausto Emilio Albanesi, proprietario dell'Azienda Agricola Torre dei Beati, Loreto Arputino, Pescara. L'evento ha riscosso il successo delle aziende vitivinicole italiane e degli importatori/distributori americani non solo per l'ottima organizzazione, ma soprattutto per la formazione offerta agli addetti ai lavori. Seminari di approfondimento e incontri di degustazioni a tema hanno caratterizzato le tre tappe statunitensi. «Questo è un mercato che risponde molto bene all'educazione e all'approfondimento sul vino - ha spiegato Leonardo Locascio, Presidente dell'azienda di importazione-distribuzione Winebow - Secondo me questa è una delle cose vincenti del tour, non è la solita degustazione. La gente vuole capire, vuole approfondire, vuole parlare con gli esperti del settore, vuole sentire più campane. Direi che questa dei seminari è sicuramente una strada molto indovinata».

È stata un'opportunità unica nel suo genere sia per le cantine già famose sia per i produttori che per la prima volta si sono affacciati sul mercato americano. «Noi siamo un'azienda medio piccola - ha precisato Roberta Bricolo dell'azienda agricola veronese Gorgo di Custoza - Questo tipo di organizzazione è veramente molto importante per noi, ci ha offerto l'occasione d'incontrare e confrontarci con i professionisti del settore. Abbiamo presentato il nostro nuovo DOCG, un Bardolino. Questa iniziativa ci è servita molto per farci conoscere».

Dello stesso parere anche altri espositori. «Perché a noi produttori - ha spiegato Nicodemo Librandi della cantina calabrese Librandi - piace moltissimo lavorare con il consumatore finale, però quando c'è da introdurre i vini sui mercati è molto importante anche lavorare con gente del trade, con chi ha negozi, ristoranti, con chi lo fa a livello professionale. E devo dire che la concentrazione di operatori del trade in questo evento è stata incredibile. Io penso che non ci siano stati più di due o tre i consumatori finali, il resto erano tutti professionisti del settore, molto interessati, che facevano le domande giuste, che erano alla ricerca di quelle tipicità che sono presenti in una manifestazione come questa».

Alla Settimana del Vino Italiano hanno potuto aderire anche singole aziende non appartenenti alle regioni promotrici. Come nel caso di alcuni produttori: «Abbiamo riproposto il Lambrusco. Un prodotto fatto come una volta, in un modo tradizionale. Siamo riusciti a imporlo bene nei ristoranti alla moda di New York, come vino al bicchiere, come vino gioioso, come vino che, con le sue bollicine rosse, porta un po' di allegria e felicità», ha commentato Alberto Medici, responsabile dell'omonima azienda emiliana, a margine di uno dei seminari tenuti a New York. Note positive e previsioni ottimistiche per i produttori del "bianco con le bollicine". Infatti, lo "sparkling" italiano sta guadagnando quote di mercato a discapito del più

nobile e costoso cugino francese, lo champagne. «Stiamo assistendo a una crescita nella domanda di spumanti italiani da parte degli Stati Uniti - ha sottolineato Francesco Marone Cinzano, presidente della società agricola Col D'Orcia Montalcino - Siamo sempre più credibili, sempre più apprezzati dal palato internazionale».

La crisi economica che ha investito gli Usa e l'Europa sembra spaventare meno alla luce dei positivi riscontri avuti durante la settimana di promozione dei vini italiani. «Diciamo che è molto importante, forse ancora più di prima, unirsi, fare gruppo - ha sottolineato Patrizio Cencioni, Presidente del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino - Bisogna sia consolidare i mercati tradizionali, sia cercare degli sbocchi nuovi in altri mercati. Chiaramente la situazione economica internazionale non è delle migliori, però abbiamo dalla nostra il fatto di uscire in commercio proprio adesso con l'ottima annata del 2004. La nostra forza appunto è proprio l'incredibile qualità del vino». Segnali positivi anche dal mondo della ristorazione. «Lo sforzo fatto dalle regioni e dall'ICE e un po' da tutti quelli che credono tantissimo che il commercio deve continuare è stato enorme», ha commentato Piero Selvaggio proprietario del ristorante Valentino a Santa Monica, California. E da ultimo, innovazione, come chiave del successo italiano nelle parole di alcuni esperti. «L'innovazione di una certa perfezione nel sapore e nei gusti - ha precisato Giuseppe Martelli, Direttore Generale dell'Associazione Enologi Enotecnici Italiani - sono sempre esistite però mancava una tecnologia adatta per poterle far esplodere, per poterle far lievitare. Credo che l'Italia vitivinicola questo risultato se lo merita perché l'ha conquistato in anni d'intenso lavoro, cercando prima di tutto di migliorare proprio le performance in cantina seguendo una tradizione fondamentale, ma sempre guardando all'innovazione. Perché come enologi noi pensiamo che, in fondo, che cos'è la tradizione se non un'innovazione ben riuscita, gradita da quello che noi chiamiamo sua maestà il consumatore?».

Dello stesso parere il marchese Lamberto Frescobaldi, portavoce dell'omonima azienda fiorentina. «In Toscana più che in altre regioni, abbiamo cercato di essere innovativi. Nel rispetto di una nostra tradizione, però con un grande spirito innovativo. E questo, specialmente i mercati anglosassoni, ce l'hanno riconosciuto, ci hanno premiato.» Il tour statunitense si è concluso a Miami dopo un seminario di degustazione che ha visto la partecipazione di oltre 92 produttori italiani e un Grand Tasting tenutosi presso l'Intercontinental Hotel di Miami. Sono intervenuti oltre 600 tra importatori, dettaglianti specializzati e ristoratori, oltre alla stampa americana di settore. La settimana del Vino Italiano negli Usa era iniziata sotto i migliori auspici in concomitanza con il Wine Expo di Boston. Nella capitale del Massachusetts, lo scorso 24 gennaio sono intervenute 85 aziende italiane, la maggiore tra le partecipazioni collettive nazionali presenti fra cui Spagna, Francia e Australia.

La tappa clue di VINO2009 è stata a New York dove sono state promosse, di fronte a circa 150 aziende americane di importazione-distribuzione venute da tutte le parti del Paese, oltre 1.300 etichette prodotte da 270 aziende italiane. Il 27 gennaio, dopo una fitta serie di seminari tecnici e degustazioni tematiche, c'è stata la premiazione di otto fra operatori del settore e giornalisti che si sono distinti nella promozione dei vini italiani negli Usa. La tre giorni newyorchese si è conclusa il 28 gennaio con il Grand Tasting.

Insieme per Educare al Consumo Consapevole

Alla fondazione, nel 1989, l'impegno era migliorare la preparazione delle aziende per renderle più competitive sul mercato globale, oggi è trasmettere ai consumatori, soprattutto ai giovani, la cultura del bere consapevole. È questa la *mission* Agivi, Associazione Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani, che riunisce produttori di vino tra i 18 e i 40 anni di ogni regione d'Italia.

Durante l'evento organizzato al Lotvs di Milano per festeggiare i 20 anni, il Presidente Enrico Drei Donà ha lanciato questo appello «Siamo favorevoli all'estensione ed all'ampliamento di tutti i controlli su strada, portandoli a livello di altri paesi europei, come la Francia, dove si effettuano 10 volte più controlli che in Italia. Queste sono azioni concrete che limiterebbero le problematiche, abbassare il limite alcolemico consentirebbe a poco, poiché chi eccede sente che essere controllati è una casualità e non una costante. Il consumo eccessivo di alcol è inoltre sintomo di un disagio che parte da cause ben più profonde. L'educazione al bere responsabile è, a nostro avviso, l'unica via e vogliamo essere i primi a combattere l'abuso, perché il nostro cliente non è chi esce ubriaco dalle discoteche alle 3 di mattina. Noi ci rivolgiamo ai giovani che considerano il vino parte della propria socialità, un valore positivo e un elemento della identità del nostro Paese. Per bere vino ci vuole cultura. Abbiamo quindi ideato, ancora sei anni fa, il Wine Bar del Bere Giovane, degustazione dei giovani produttori rivolta ai giovani consumatori e, soprattutto, da un anno a questa parte, abbiamo introdotto nel nostro protocollo di degustazione, che in ogni evento avvenga la consegna di un etilometro tascabile a ogni visitatore. Un piccolo gesto, certo, ma un gesto veramente concreto per promuovere l'autocontrollo. In questa azione ci stiamo muovendo con le nostre forze, perché non veniamo ancora ascoltati come vorremmo dal mondo istituzionale, ma ci auguriamo che questo avvenga presto.»

È quindi proprio la diffusione della cultura del bere bene e moderato la priorità di Agivi oggi. Accanto a questo, Agivi continua ad investire anche nella formazione dei manager. L'associazione, sin dagli esordi, è stata infatti una palestra per gli imprenditori del vino e la formazione di figure importanti per il settore, come ricordato da Andrea Sartori, Presidente di UIV. In questi anni Agivi ha saputo anche introdurre una nuova mentalità, dove le aziende vitivinicole di tutta Italia si vedono come colleghe e non come avversarie, dove lavorare insieme è meglio che da soli. È proprio l'associazionismo uno dei valori che Agivi ha saputo insegnare, ha evidenziato Lamberto Vallarino Gancia, eletto primo presidente Agivi quando, il 18 luglio 1989, un gruppo di 9 giovani imprenditori soci di UIV si riunirono a Milano per fondare Agivi, il primo e ancora unico movimento giovanile del vino. I soci erano allora Lamberto Vallarino Gancia, Max Vallarino Gancia, Luigi Folonari, Cesare Cecchi, Andrea Cecchi, Andrea Sartori, Pier Nicola De Castris, Pier Francesco Bolla, Alberto Medici. Questo gruppo di giovani imprenditori ha saputo instaurare subito un rapporto di amicizia e stima.

Un momento importante nella storia di Agivi è segnato dall'introduzione del Wine Bar del Bere Giovane e dei Forum, avvenuta sotto la Presidenza di Alessandro Fabiano. Il primo, iniziativa rivolta all'esterno, il secondo studiato per affrontare di volta in volta tematiche strategiche per i soci. «Agivi è il piacere di stare assieme ma anche la possibilità di crescere e

imparare, perché nessuno dei soci vuole vivere all'ombra dei propri padri, spesso uomini che hanno fatto la storia del vino, ma vuole essere artefice del futuro dell'azienda. Agivi ha dato un ruolo ai giovani ed è stato fatto quando i giovani si sono riavvicinati al vino, per questo l'associazione sente il dovere di dialogare con loro per diffondere la cultura del bere moderato.» Per fare questo, Agivi organizzerà nel mese di marzo una serie di serate dedicate al Bere Responsabile presso il Lotvs di Milano. Ogni partecipante potrà degustare un calice di vino di qualità, dire la propria opinione sul vino compilando un questionario anonimo e riceverà in omaggio un etilometro tascabile.

Anteprima Taurasi Annata 2005

Sabato 7 e domenica 8 marzo 2009 ritorna Anteprima Taurasi, evento di presentazione agli operatori specializzati della nuova annata del più importante dei vini rossi irpini, il Taurasi Docg. Giunta alla sua settima edizione, la manifestazione è organizzata dal Consorzio di tutela Vini d'Irpinia e Comune di Taurasi ed è promossa da Regione Campania - Assessorato all'Agricoltura e Attività Produttive, Terre Antiche del Nocciolo, AIS Campania, AIS Delegazione di Avellino.

Tradizionalmente organizzata nel mese di dicembre, l'Anteprima Taurasi si svolge quest'anno nel mese di marzo a chiusura di una tre giorni interamente dedicata al vino campano e alla sue eccellenze, inaugurata con gli Stati Generali del Vino Campano, che si terranno ad Avellino i giorni 6 e 7 marzo. Cambia la collocazione nel calendario ma non muta la formula di un evento cresciuto progressivamente edizione dopo edizione fino a diventare un appuntamento fondamentale non soltanto per giornalisti ed appassionati, ma anche e soprattutto per l'intera filiera enogastronomica irpina, che nei giorni dell'Anteprima trova occasione per riflettere sul suo stato di salute e sul suo ruolo all'interno di un comparto agguerrito e compatto come quello italiano. Se da un lato ci si accorge di quanta strada ci sia ancora da percorrere per un territorio storicamente ai margini delle principali rotte di comunicazione e di promozione, dall'altro si registra un interesse sempre più forte verso un distretto vitivinicolo dal profilo decisamente originale, una terra di vino del sud i cui caratteri hanno ben poco a che fare con gli stereotipi della viticoltura meridionale. Una storia che viene da lontano ma che solo negli ultimi 15 anni ha dato il via ad una lenta ma progressiva strutturazione territoriale, arricchita dalla comparsa sulla scena di protagonisti sempre nuovi. Un percorso che vede nell'Aglianico, e nella sua espressione più prestigiosa che è il Taurasi, uno dei fattori maggiormente in grado di suscitare la curiosità degli addetti ai lavori, specialmente a livello internazionale, e di far intuire le enormi potenzialità connesse al vitigno e all'intera area irpina.

La rassegna di quest'anno si focalizza in modo specifico sulla vendemmia 2005, annata controversa ed eterogenea per la quale sarà importante più che mai la prova del bicchiere. Le aziende partecipanti potranno proporre in degustazione anche i loro Taurasi Riserva e i Taurasi di altre annate che non siano stati presentati in occasione di precedenti edizioni dell'Anteprima, senza trascurare la possibilità di assaggiare i primi campioni di Irpinia Campi Taurasini Doc, Irpinia Aglianico Doc e Campania Aglianico Igt della promettente vendemmia 2007. Teatro di questa settima edizione sarà per l'intera manifestazione il

Castello Marchionale di Taurasi, sede dell'enoteca regionale dei Vini di Irpinia e da un paio d'anni location prestigiosa della rassegna dedicata al principe dei rossi del sud.

Prologo della manifestazione sarà la degustazione tecnica di sabato 28 febbraio, sessione che servirà ad assegnare la valutazione da una a cinque stelle per l'annata 2005 e che verrà affidata ad una commissione formata dai migliori enologi ed enotecnici operanti sul territorio e presieduta da un importante esponente del mondo accademico. Gli esiti della sessione, correlati dall'analisi dei dati climatici e produttivi, verranno discussi all'interno dell'Incontro-Convegno curato dal Consorzio di Tutela in sinergia con lo Stapa-Cepica di Avellino, che inaugurerà ufficialmente l'Anteprima Taurasi, e che si svolgerà sabato 7 marzo presso il Castello Marchionale, con inizio alle ore 17:30. Sarà un'occasione di approfondimento e confronto molto importante sia per le aziende che per gli operatori che interverranno: si analizzeranno i dati legati alla produzione ma si parlerà anche di ricerca, mercato, marketing territoriale.

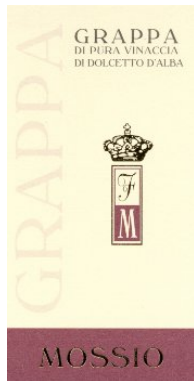
Al termine del convegno si terrà la grande cena di benvenuto, interessante momento di conoscenza e condivisione territoriale, alla quale parteciperanno giornalisti, aziende ed autorità. La rassegna vera e propria è invece tutta concentrata nella giornata di domenica 8 marzo. Si inizia alle 10:00 con la sessione di degustazione riservata alla stampa specializzata, che si terrà presso la sala convegni del Castello Marchionale di Taurasi. La sessione di assaggio vedrà la partecipazione di circa 50 giornalisti ed esperti del mondo vino italiani e stranieri, la maggior parte dei quali arriverà in Irpinia già nella giornata di sabato 7 marzo. In contemporanea, presso la sala consiliare del Comune di Taurasi, verrà inaugurata la prima edizione del Master Aglianico, iniziativa promossa e organizzata dall'Associazione Italiana Sommeliers e riservata ai soci professionisti e degustatori che interverranno per l'occasione da tutta Italia. Nel pomeriggio, invece, è il momento dell'incontro con i tanti operatori e appassionati che giungeranno nella piccola cittadina della Valle del Calore per i primi assaggi della controversa vendemmia protagonista dell'edizione di quest'anno. Il Consorzio di Tutela inviterà circa 1.500 professionisti tra ristoratori, enotecari, rappresentanti, distributori, membri delle principali associazioni e testate attive sul territorio regionale e nazionale. Ai banchi d'assaggio ci saranno rappresentanti delle aziende partecipanti che saranno a disposizione per tutte le informazioni a proposito dei Taurasi e degli altri rossi a base Aglianico che proporranno in degustazione. Dalle 17,30 alle 19,30 l'ingresso sarà consentito esclusivamente agli operatori invitati, dalle 19,30 alle 22,00 la manifestazione sarà aperta anche al pubblico, previa registrazione, che sarà chiamato ad eleggere il proprio Taurasi 2005 preferito.

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 di Dolcetto d'Alba
Mossio (Piemonte, Italia)
 (Distillatore: Distilleria Montanaro)

Materia prima: Vinaccia di Dolcetto

Prezzo: € 18,50 - 70cl

Punteggio: ◆◆◆◆

Questa grappa si presenta incolore, limpida e cristallina. Al naso rivela aromi intensi, puliti e gradevoli di ciliegia, prugna, violetta, lampone, nocciola e miele, con pungenza dell'alcol quasi impercettibile. In bocca è intensa con pungenza dell'alcol percettibile e che tende a dissolversi rapidamente, buona corrispondenza con il naso, bilanciata dolcezza, piacevole. Il finale è persistente con ricordi di ciliegia, prugna e lampone. Questa grappa è prodotta con distillatore discontinuo a caldaiette a vapore. Alcol 43°.



Grappa di Nebbiolo da Barolo
Casa Luparia (Piemonte, Italia)

Materia prima: Vinaccia di Nebbiolo

Prezzo: € 11,50 - 50cl

Punteggio: ◆◆◆◆

Questa grappa si presenta incolore, limpida e cristallina. Al naso esprime aromi intensi, puliti e gradevoli di ciliegia, prugna, lampone, fragola, violetta, rosa e nocciola, con pungenza

dell'alcol quasi impercettibile. In bocca è intensa con pungenza dell'alcol percettibile e che tende a dissolversi rapidamente, buona corrispondenza con il naso, dolcezza bilanciata, piacevole morbidezza. Il finale è molto persistente con ricordi di ciliegia, lampone, prugna e fragola. Una grappa ben fatta prodotta con alambicco discontinuo a bassa pressione. 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	↗	Aglianico del Vulture La Firma 2004, Cantine del Notaio (Italia)
2	↘	Sforzato di Valtellina San Domenico 2002, Triacca (Italia)
3	↗	Sangiovese di Romagna Superiore Riserva Thea 2005, Tre Monti (Italia)
4	↘	Blanc des Rosis 2006, Schiopetto (Italia)
5	↗	Sagrantino di Montefalco Collepiano 2003, Arnaldo Caprai (Italia)
6	↘	Chianti Classico Riserva Novecento 2000, Dievole (Italia)
7	↘	San Leonardo 2001, Tenuta San Leonardo (Italia)
8	↗	Moscato d'Asti 2007, Vignaioli di S. Stefano (Italia)
9	↗	Villa Gresti 2004, Tenuta San Leonardo (Italia)
10	↗	Arkezia Muffo di San Sisto 2004, Fazi Battaglia (Italia)
11	↘	Bradisismo 2003, Inama (Italia)
12	↗	Merlot 2004, Castello delle Regine (Italia)
13	↘	Wine Obsession 2001, Vignamaggio (Italia)
14	↘	Barolo Bussia 2001, Prunotto (Italia)
15	↔	Collio Bianco Col Disore 2004, Russiz Superiore (Italia)

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