



La News



Un pezzo di storia in cantina

I collezionisti asiatici hanno dimostrato che non basta l'etichetta a fare di un lotto un "top lot", serve una storia. Come quelle che sono riuscite a raccontare le piccole collezioni, annate diverse delle aziende più amate all'asta di Hong Kong by Vinality International & Zachys: da Castello Banfi (Brunello di Montalcino Riserva Poggio all'Oro Banfi, 1995, 1997, 1999, 2004 e 2006) a Biondi Santi (Brunello di Montalcino Riserva 1985, 1988, 1990, 1995, 1997, 1998), dalla collezione di Sagrantino di Montefalco 25 Anni di Caprai (dal 2003 al 2008) ai Montepulciano d'Abruzzo Villa Gemma di Masciarelli (dal 1992 al 2006), fino agli Amarone Riserva di Zenato (1980, 1985 e 1990).

FRIULI VENEZIA GIULIA,
TERRA DI GRANDI VINI BIANCHI

www.friulano.fvg.it

SMS

Metti un Cabernet nel Mac

Cabernet? Al bicchiere o in bottiglia? No grazie nel computer. Il nuovo sistema operativo Apple (10.9) sarà tutto da bere: nome in codice "Cabernet". Per Jony Ive, il progettista dei sistemi Mac, il vino ha ispirato il nome per il nuovo Mac Os X, il cui rilascio, stando ai rumors, potrebbe arrivare a breve. Il nome in codice "Cabernet" che lascia il tradizionale richiamo ai felini (come i precedenti sistemi "Snow Leopard", "Lion", "Mountain Lion"), non va preso forzatamente come un abbandono della linea sinora seguita: trattasi con buone probabilità di un nome con cui viene identificata internamente la nuova versione, diverso, probabilmente, da quello che verrà dato per la fase pubblica.

Primo Piano

Biondi Santi, Masseto e Conterno re delle aste

Le performance delle etichette italiane nelle aste enoiche che animano le più grandi città del mondo mietono un successo dopo l'altro, ma quali sono le bottiglie più ricercate, ed apprezzate da collezionisti ed investitori, in base ai maggiori livelli di prezzo ed alla minore percentuale di lotti invenduti? Ce lo racconta la "Top 10" della classificazione dei "Grand Cru d'Italia 2013" dei re delle aste enoiche italiane, Gelardini & Romani, presentata a Roma, con il miglior sommelier del mondo, Luca Martini: restano immutate le tre posizioni di vertice, con il Brunello di Montalcino Riserva Biondi Santi, il Masseto ed il Barolo Riserva Monfortino Giacomo Conterno, a comporre lo stesso podio della classificazione del 2009. Fuori dalla top 3, confermando i risultati del 2009, l'Amarone Romano dal Forno, alla posizione n. 4, ed il Barolo Riserva Le Rocche del Falletto Bruno Giacosa al n. 5, mentre conquista la sesta piazza l'Amarone di Giuseppe Quintarelli, a scapito del Redigaffi di Tua Rita, fuori dalla "Top 10". Alla posizione n. 7 il Sassicaia di Tenuta San Guido, seguito dalla vera sorpresa della top ten, il Montepulciano d'Abruzzo Valentini, fuori persino dalle 30 etichette più richieste nel 2009. Al n. 9 il Barbaresco Riserva di Bruno Giacosa, che guadagna due posizioni, mentre fa ancora meglio il Brunello di Montalcino Riserva Soldera, che chiude la "Top 10", mentre nel 2009 era "solo" alla posizione n. 13. Tra conferme e novità, fa rumore l'assenza dalla "Top 10" del Barolo Spers di Gaja, mentre non ci sono sconvolgimenti per i terroir più rappresentativi del Belpaese, con le Langhe, Montalcino e il territorio dell'Amarone, che la fanno ancora da padrone. "Sull'ultima classificazione, che risale al 2009, abbiamo elaborato - spiega Raimondo Romani - una lista di 30 etichette, contro le 27 della passata edizione: in particolare un'etichetta è uscita dalla classificazione per mancanza di record d'asta (il Barolo Arborina di Elio Altare) e quattro etichette hanno, invece, raggiunto i requisiti per esservi comprese (Montepulciano d'Abruzzo Valentini, Brunello Riserva Castelgiocondo Frescobaldi, Paleo Le Macchiole e Barbaresco Riserva Produttori del Barbaresco)".

Focus

La Cina riconosce lo Champagne, gli Usa no

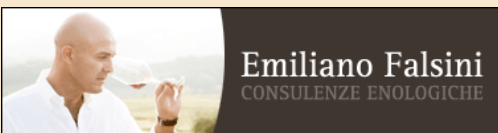
La Cina ha ufficialmente riconosciuto lo Champagne come prodotto di indicazione geografica protetta, così che l'appellativo sarà usato solo per descrivere gli spumanti della regione francese. Una vittoria per le più celebri bollicine del mondo. Fino ad oggi, infatti, il termine Champagne nel Paese del Dragone veniva usato praticamente su tutto, non solo per le bollicine cinesi, ma anche per i prodotti più disparati, dalle candele ai giocattoli. Il lieto annuncio, per la Francia, è arrivato dall'Amministrazione generale per la supervisione della qualità, ispezione e la quarantena, e si tratta solo del quarto riconoscimento ufficiale della Cina nel settore degli spirits e del vino, dopo il Cognac, lo Scotch whisky e i vini della Napa Valley. Il Comité interprofessionnel du Vin de Champagne (Civc) ha accolto con favore la decisione cinese, che consentirà al comitato di ampliare e rafforzare il lavoro per far cessare l'uso improprio del nome Champagne. Al traguardo tagliato in Cina, però, fanno da contraltare le situazioni di Stati Uniti e Russia, dove la battaglia per il riconoscimento ufficiale dello Champagne, e il divieto dell'utilizzo del termine sui vini dei produttori locali, è ancora tutta da giocare.



Cronaca

Il vino riparte dalla cultura

Se in Italia la crisi dei consumi enoici non sembra conoscere fine, la "colpa" è anche di un arretramento culturale su quella che è una pietra miliare della nostra storia, il vino, capace di legare insieme, arte, tradizione e turismo. Ma cosa possono fare le istituzioni, i produttori, la stampa, i sommelier per invertire la rotta? La risposta dalla tavola rotonda organizzata da Bibenda "Il Vino, Arte e Cultura made in Italy", il 3 maggio a Roma, intorno alla quale siederà il gotha della comunicazione e della filiera del vino.



Wine & Food

Nel mondo senza frontiere, il caviale lombardo conquista la Russia

Nella patria del caviale arrivano le "perle nere" made in Italy. Proprio così, il cibo di lusso per eccellenza, la pietanza dello zar, ma prodotto nel Belpaese, va alla conquista della Russia. È "Calvisius", dell'Agroittica Lombarda, numero uno al mondo per il caviale tutto italiano, che entrerà nel mercato russo. L'obiettivo è esportare entro il 2015 ben 5 tonnellate all'anno. E il console generale della Federazione Russa a Milano, Alexey Paramonov, commenta: "è come se un'azienda di Mosca arrivasse improvvisamente in Italia a vendere mozzarella di bufala, non vi sembrerebbe un po' strano?".

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Bisogna dare il giusto significato alle parole che vengono utilizzate per comunicare il vino. Tipicità, origine, naturalità, che dovrebbero essere legate ad un vino di qualità, ormai si

sono svuotate di significato. Bisogna tornare a preoccuparsi che il messaggio "arrivi" al destinatario". Parola, dal territorio del Soave, del professor Attilio Scienza.

