

\*\*\*\*\*  
dal 1901 N° 36

# L'ECO DELLA STAMPA®

AGENZIA DI RITAGLI E INFORMAZIONI DA GIORNALI E RIVISTE

Direttore: Ignazio Frugieuele

L'Argo della Stampa S.r.l.  
Via G. Compagnoni 28  
20129 Milano  
Tel. (02) 71.01.81 - 71.31.62  
76.110.122 - 76.110.307  
Cas. post. 12094 - 20120 Milano

C/C postale 12600201  
Telegr. Ecostampa - Milano  
Telefax 7383882 - 7611051  
76110346  
C.C.I.A.A. 967272  
Reg. Trib. Monza N. 14767

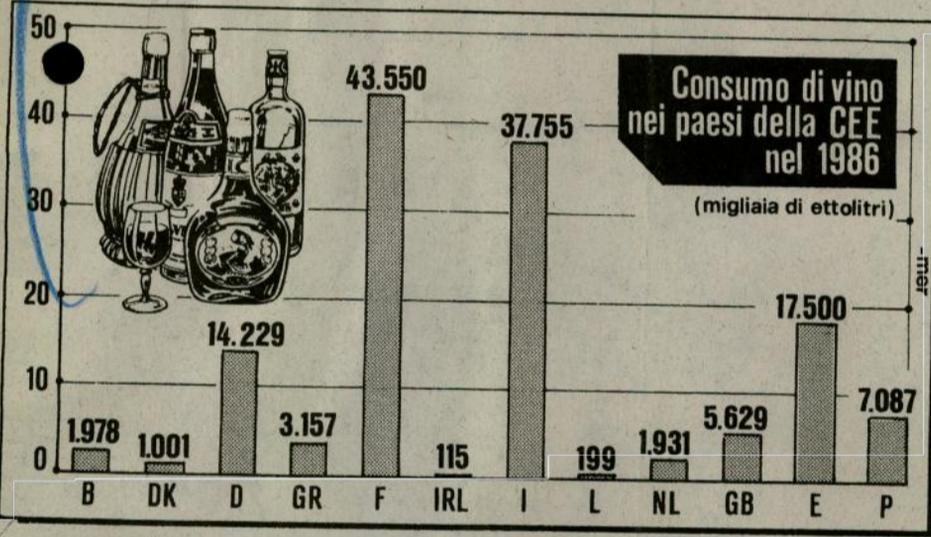
LEGGASI A TERGO

LEGGASI A TERGO

08-0293602PQ T 18F 29133L 2  
IL GIORNALE  
VIA GAETANO NEGRI 4  
20123 MILANO MI  
Dir. Resp. INDRO MONTANELLI  
Data: 2 AGOSTO 1989

IL GIORNALE NUOVO

02.08.89



Si diffonde la moda di bere vini bianchi giovani, freschi e frizzanti, ma non sempre sono i migliori. Il ritorno all'antico con l'uso della «barrique» per lo Chardonnay

# Il vino cambia età

Molti ricordano ancora il tipico vino bianco dell'inizio degli anni '60 di colore giallo molto intenso, rustico e dal sapore grossolano, un vino che qualche volta maturava in vetusti contenitori di legno e in molti casi non era esente da difetti.

Da quei tempi il vino bianco è molto migliorato grazie all'opera di competenti enotecnici e all'impiego di macchine enologiche dalla tecnologia sempre più sofisticata.

Ne hanno beneficiato tutti i settori della vitivinicoltura, dal piccolo produttore alla grande industria e le cantine cooperative.

Sull'onda di un generale miglioramento si è innescata una moda del vino giovane. Il vino, soprattutto il vino bianco, deve essere prodotto in tempi brevi e consumato altrettanto velocemente. E preferibilmente il vino bianco deve essere non solo fresco ma anche vivace, ovvero frizzante o pétillant.

Si è creato così il mito del vino dell'annata, ed il mese di novembre i consumatori tormentano i produttori con la richiesta del vino nuovo. Ben presto la moda del vino giovane si è rivelata un grosso affare commerciale che ha risvegliato alcuni settori della sopita economia vinicola. Ma d'altra parte ha evidenziato alcuni lati deboli di questo tipo di produzione.

Una vinificazione in tempi brevi porta, bene o male, ad una massificazione, costringe ad una raccolta precoce dell'uva, impedisce una scelta accurata delle materie prime e soprattutto non consente di evolvere nei tempi appropriati ogni tipologia di vino.

Infatti ogni vitigno e ogni zona di provenienza ha necessità di un certo periodo di affinamento, prima della commercializzazione, tale da poter sviluppare al massimo le caratteristiche del vino. Inoltre un uso eccessivo della tecnologia porta ai vini igienicamente per-

fetti, senza difetti, ma anche un appiattimento delle caratteristiche organolettiche.

Troppe volte si bevono vini - a temperatura troppo fredda - dal colore bianco carta di cui si avverte solo un flebile profumo ed una spiccata acidità. Tanto è vero che in alcune regioni come il Friuli è difficile distinguere tra di loro i vini di diversi vitigni realizzati dallo stesso produttore. Capita di confondere un Pinot Bianco con un Tocai: la vinificazione esasperata finisce per eliminare i caratteri distintivi dei vitigni.

Negli ultimi tempi tra gli operatori del settore comincia a farsi strada una nuova maniera di fare il vino bianco che prevede una maggiore attenzione all'uva.

E' ormai chiaro che per fare un grande vino occorre partire da un vigneto dove si produce una materia prima ineccepibile e raccolta al giusto punto di maturazione.

E' maturata una nuova

sensibilità di vinificazione dei vini bianchi che ha scoperto metodi antichissimi come la barrique - la piccola botte di rovere della capacità di 225 litri - nella quale il vino soggiorna per lunghi mesi prima di essere imbottigliato.

Ne risultano vini bianchi irripetibili, di grande struttura che sono in grado di misurarsi con i migliori bianchi di Borgogna, come lo Chardonnai di Ca' del Bosco, di Angelo Gaja, di Maculan, di Vallarom o di Jermann.

Ma lasciando a parte il Chardonnai, uno dei cosiddetti vitigni internazionali, la nuova sensibilità ha dato grandi risultati anche con i vitigni autoctoni.

In definitiva si viene a creare una forbice che da una parte vede i vini giovani e facili adatti ad un consumo corrente ed immediato, e dall'altra, i vini bianchi di un certo impegno destinati ad un consumatore più raffinato ed esigente.

Francesco Arrigoni