



IN LOMBARDIA

Wine Day dei vini lombardi

CRESCONO I BICCHIERI

Presentati al Circolo della Stampa di Milano i migliori vini secondo la Guida Vini d'Italia 2001


Monsupello®

CASA FONDATA NEL 1893

NATURE

OLTREPÒ PAVESE

Denominazione di Origine Controllata
Pinot Nero

METODO CLASSICO

Per la prima volta l'enologia lombarda piazza ben nove vini al vertice di quella italiana, avendo meritato i Tre Bicchieri della Guida Vini d'Italia 2001 edita da Slow Food e Gambero Rosso. Altri 223 vini lombardi si sono piazzati al secondo posto, con Due Bicchieri; altri 184 ancora hanno ottenuto Un Bicchiere.

La Lombardia si conferma tra le principali aree vinicole nazionali di qualità. Questi i nove grandi vini lombardi premiati con Tre Bicchieri: Franciacorta Cuvée Annamaria Clementi '93 e Terre di Franciacorta Chardonnay '98 dell'azienda Cà del Bosco di Erbusco (Bs); Franciacorta Extra Brut Comarè del Salèm '95 dell'azienda Uberti di Erbusco; Franciacorta Grand Cuvée Brut '96 dell'azienda Bellavista di Erbusco; Franciacorta Satèn dell'azienda Monte Rossa di Cazzago San Martino (Bs); Oltrepò Pavese Pinot Nero Nature dell'azienda Monsupello di Torricella Verzate (Pv); Valtellina Prestigio Millennium '97 della Casa vinicola Triacca di Villa di Tirano (So); Valtellina Sfursat 5 Stelle '98 della Nino Negri di Chiuro (So); Valtellina Sfursat Cà Rizzieri '97 dell'azienda Aldo Rinaldi di Chiuro.

Franciacorta con cinque piazzamenti e Valtellina con tre si sono collocate al vertice della scala enologica lombarda. Per la prima volta, l'Oltrepò Pavese riesce a piazzare un suo vino nell'Olimpo dell'enologia italiana.

"Sono lieta - ha detto l'assessore regionale all'Agricoltura della Lombardia, Viviana Beccalossi, intervenendo ad un "wine day" dei vini lom-

bardi svoltosi a fine novembre al Circolo della Stampa di Milano - che tutte le sette province vitivinicole lombarde (Pavia, Sondrio, Bergamo, Brescia, Mantova, Milano e Lodi) e le 14 denominazioni di origine siano rappresentate nella guida del Gambero Rosso".

Il patrimonio vinicolo lombardo è di circa 27 mila ettari, per una produzione di circa 1 milione 500 mila ettolitri di vino l'anno, dei quali 800 mila a Doc e Docg.

In alto, l'etichetta del Nature Pinot Nero Oltrepò Pavese Metodo Classico dell'azienda Monsupello di Torricella Verzate, unico vino d'Oltrepò ad avere sino ad oggi meritato i Tre Bicchieri del Gambero Rosso. Complimenti al produttore Carlo Boatti.

Progetto "Vini"



Al wine bar Bacco e Altro di Erbusco

CHAMPAGNE ET VILLAGES PRESENTATI IN FRANCIACORTA

Champagne, non solo grandi nomi. Gli intenditori sono sempre alla ricerca di piccoli produttori, con etichette e nomi che non sono famosissimi, proprio perché la produzione è limitata intorno alle 100 mila bottiglie.

Champagne et Villages è una società che fa capo all'esperto francese Paul Couvreur, con sede a Epernay, che seleziona produttori di Champagne che vinificano uve di proprietà e praticano un invecchiamento di almeno tre anni in bottiglia.

Le selezioni di monsieur Couvreur si sono fermate su 4 etichette di qualità, in rappresentanza delle quattro grandi regioni che costituiscono la Champagne: *Diogène Tissier* nella Valle della Marna, *Simon Michelot* nella Côte des Blancs, *Camille Savès* sulla Montagna di Reims e *Jacques Chaput* nella Côte des Bar.

Si tratta di quattro crus dalle caratteristiche personali, date dai vari vitigni scelti: il Pinot Nero che dà forza e struttura, il Pinot Meunier per il fruttato, lo Chardonnay per la finezza.

In Italia, gli Champagnes selezionati da Paul Couvreur sono importati da *Pantagruel srl* di Andrea Stellari, con sede a Trezzano sul Naviglio (telefono 02-48463122). I quattro Champagnes sono stati protagonisti di una serata di degustazione che si è svolta a Erbusco, in Franciacorta, nel wine bar *Bacco e Altro*, nel centro commerciale Le Porte Franche (telefono 030-7241676). Bacco e Altro fa parte di una serie di locali pubblici che fanno capo all'imprenditore Franco Metelli, titolare anche dell'azienda agricola *Boschi* di Erbusco, produttrice di vini di Franciacorta.

Nella foto, da sinistra, Franco Metelli, Paul Couvreur e Andrea Stellari durante la presentazione della Selezione Champagne et Villages.

Aibes
GRUSA E GORETTI



to Siragusa, di origini siciliane,
... nel noto ristorante...



A Villa Conti Cipolla di Monzambano EXPLOIT DI BOLLICINE ITALIANE



Nella cornice del Ristorante Villa Conti Cipolla di Monzambano (suggestiva Villa Liberty dell'Ottocento, a 5 Km dal Lago di Garda), si è svolta una sontuosa degustazione dei migliori Franciacorta e Spumanti italiani organizzata dalle delegazioni Ais di Brescia, Mantova e Verona.

E' stata presentata ai produttori ed ai sommeliers anche la guida Duemila Vini edizione 2001, dove gli spumanti di degustazione sono stati premiati con i cinque grappoli (massimo punteggio che esprime la Guida dei sommeliers). La degustazione è stata introdotta da Mattia Vezzola (Cantina Bellavista). Luigi Bortolotti (Delegato Ais di Mantova) e Roberto Negri (enotecnico) hanno invece curato la degustazione. Presente anche Giovanna Ricci Curbastro, deliziosa ospite del tavolo presidenziale.

Si è realizzata una serata di altissimo spessore, sicura produttrice di reale cultura enologica, sia per la conduzione tecnica che per la qualità veramente eccezionale dei vini degustati che, in successione, sono stati: O.P. Spumante brut Classese dell'Azienda Travaglino di Calvignano; Franciacorta Satèn brut dell'Azienda Ricci Curbastro di Capriolo; Franciacorta Gran Cuvée Brut 1996 dell'Azienda Bellavista di Erbusco; Franciacorta Comari del Salem 1995 dell'Az. Uberti di Erbusco; Franciacorta Cuvée Annamaria Clementi 1994 Azienda Ca'del Bosco di Erbusco; Giulio Ferrari Riserva del Fondatore 1992 della Cantina Ferrari di Trento; Franciacorta Brut Selezione 2000 (1990) Az. Agr. Il Mosnel di Passirano; Spumante Rosé Cuvée Contessa Barbara - Az. Villa Mazzucchelli di Ciliverghe (Bs).

Insieme agli apprezzamenti per la "setosità", le finezze olfattive, le delicate ed intriganti persistenze aromatiche, molti presenti hanno dimostrato anche notevole inte-

resse per il corpo e la struttura generale degli Spumanti presentati, che li rendono sostanzialmente adatti anche per un consumo a tutto pasto (ovviamente delicato e costruito in modo adeguato per l'abbinamento). E' seguito un piacevole e generoso buffet caldo accompagnato da altri Franciacorta e Spumanti delle stesse aziende agricole.

Nella foto, alcuni dei relatori.



BIANCO E ROSSO A VAPRIO UN SALONE IN CRESCITA

Giunta alla 3.a edizione, la rassegna enogastronomica *Bianco&Rosso*, svoltasi a Villa Castelbarco di Vaprio d'Adda (Mi) all'inizio di novembre, è già diventata adulta e si propone come uno degli appuntamenti più importanti del settore. Qualcuno ha scritto, addirittura, che l'evento rappresenta il corrispondente lombardo al Salone del Gusto di Torino.

Certo è che, vuoi per la sede prestigiosa, vuoi per la centralità del luogo in Lombardia e la vicinanza con Milano, *Bianco&Rosso* ha attirato migliaia di visitatori, nonostante il costo d'ingresso di 15 mila lire e la presenza di molti stands.

Non solo che alla manifestazione sono presenti anche i settori dell'Agricoltura e al Turismo e al Turismo.

Bianco&Rosso, la quarta, è prevista per il mese di settembre 2001.

Alcune immagini della visita dell'assessore Viviana Beccalossi. Da sinistra: Giovanni Pedrocchi presidente del Consorzio, vicepresidente della Provincia, il direttore di Lombardia a Tavola, Viviana Beccalossi e Francesca Scattolonio, ufficio Promozione dell'Ersal, Regione Lombardia.

ese della Riviera

ARE UN VINO?

Il settore produttivo italiano ha accolto e sostenuto il progetto "Vino & Futuro", che ha ottenuto il proprio assenso con un'adesione significativa. Il piano di ricerca, nel corso del suo sviluppo, fornirà dati che consentiranno di effettuare in azienda.

Il Centro di Cultura del Vino offre ai produttori un servizio di ricerca e di studio associato: i risultati che il progetto consentirà di ottenere saranno un elemento importante, da utilizzare per ottimizzare i processi e nei suoi aspetti qualitativi e quantitativi. La promozione della comunicazione di marketing è facile intuire che il consumatore, nell'acquisto del vino, saprà che il vino non è solo essere conservato in cantina ma è un bene più lungo rispetto al consumo e, quindi, sarà anche in grado di cogliere l'opportunità di fare un vero e proprio investimento sul vino che può, nel tempo, offrire gradite sorprese in termini di qualità, piacevolezza al gusto e di rapporto prezzo.