

3 novembre 2006 0:00

VINO NOVELLO: TANTA PUBBLICITA', TANTA MODA E....

Roma, 3 Novembre 2006. E' tempo di vino novello. In principio era il beaujolais nouveau, presentato contemporaneamente in tutto il mondo, con una accorta campagna pubblicitaria che l'ha lanciato sul mercato, ora arriva anche il nostro vino novello (dal 6 novembre). La maggioranza dei produttori e' in Toscana, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Sardegna, che riempiono 17 milioni di bottiglie, per un giro di affari di circa 80 milioni di euro; un affare per un vino che ha due mesi di vita, viene vinificato in assenza di aria, per estrarre pigmenti e aromi dalle bucce. E' piuttosto profumato, leggero, poco acido e gradito al pubblico giovanile e femminile, ma soprattutto consente incassi immediati ai viticoltori e ai commercianti, con pochi costi. Quello che ci lascia perplessi e' la qualita' delle uve, che spesso non sono le migliori perche' sono quelle che non consentono l'invecchiamento, l'affinamento e lo stoccaggio del vino. E' una bella operazione commerciale per un vino che venne definito un dopobarba, cioe' una miscela di alcol e profumi. Il costo medio della bottiglia e' di circa 5 euro ma le abbiamo viste lo scorso anno anche a 8 euro, il che ci pare eccessivo.

Noi preferiamo il vino con qualche anno di invecchiamento.

Primo Mastrantoni, segretario dell'Aduc