

ITALIA TV. Amarone 2010, un'ottima annata. Da domani a Verona la presentazione al pubblico

24 gennaio 2014 alle 10:44 AM · Filed under [news](#) and tagged: [Amarone](#), [dario pettinelli](#), [italia tv](#), [made in italy](#), [Recioto](#), [Valpolicella](#), [Veneto Promozione](#), [Verona](#), [Vino](#)



italiatv.it – Un'annata che fin d'ora si può definire ottima, consci che sarà il tempo a completare l'opera. È questo il giudizio sull'annata 2010 dell'Amarone della Valpolicella Docg, che esordirà ufficialmente domani, sabato 25 e dopodomani domenica 26 in Gran Guardia, in occasione di Anteprima Amarone. A farne la sintesi, illustrando i risultati della degustazione esplorativa condotta preliminarmente da un gruppo di enologi ed esperti del settore è, come da costume, il vicepresidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella Daniele Accordini. «Prima di tutto – spiega – va sottolineato che l'andamento climatico del 2010 non è stato tra i più facili, se rapportato alle ultime vendemmie. L'annata è stata piuttosto fredda e si è tradotta in una notevole variabilità. Uniforme è stato invece l'impegno dei produttori per raggiungere un livello qualitativo complessivamente elevato, che mantiene fede al nome e alla fama dell'Amarone. Entrando nel dettaglio – prosegue – abbiamo visto che le vallate della parte più pianeggiante hanno sofferto di più mentre le vallate dove le altitudini sono un po' più elevate hanno dato risultati migliori, Marano su tutte. In sintesi estrema, dalla degustazione del panel sono stati rilevati per i vini delle diverse vallate i seguenti caratteri: naturalezza d'espressione per San Pietro in Cariano e Sant'Ambrogio, consistenza estrattiva per Negrar, complessa armonia per Fumane, profondità fruttata per Marano, finezza vibrante per la Valpantena e potenza dinamica di Illasi, Cazzano e Mezzane. Definizioni in ogni caso semplicistiche per descrivere un vino dalle molteplici sfumature e articolazioni, ancor più evidenti in una annata particolare come questa. Dal punto di vista organolettico – aggiunge il vicepresidente – ci siamo trovati di fronte ad Amaroni di grande longevità, con un'acidità più sostenuta della media, gradazioni alcoliche leggermente più basse e, aspetto molto positivo, una riduzione del grado zuccherino che ha conferito a questi vini una maggior gradevolezza, in controtendenza rispetto agli ultimi anni, dove l'innalzamento degli zuccheri aveva come esito vini più semplici e omogenei, vicini al consumatore ma dalla personalità meno spiccata. Per quel che concerne il quadro sensoriale l'aspetto più interessante risiede nel comune denominatore dell'eleganza rispetto alla potenza, pur considerando l'evidente variabilità fra i vini per collocazione geografica, per stile produttivo, per durata di appassimento e per proporzione fra le varietà impiegate».

Gli fa eco l'esperto sensoriale Alberto Ugolini: «Un'annata che nonostante le difficoltà della vendemmia si presenta caratterizzata da freschezza, fragranza, maturità del frutto e una particolare piacevolezza, che dell'Amarone è il tratto distintivo. Probabilmente meno opulento rispetto ad annate precedenti, come il 2009 o il 2007, ma in linea con i gusti del mercato internazionale, che gradisce particolarmente questo vino indubbiamente diverso da tutti gli altri proprio per la grassezza abbinata alla bevibilità». Sulla percezione che dell'Amarone hanno i consumatori, è interessante il risultato del questionario redatto da Vinarius – Associazione degli Enotecari Italiani, che affronta il tema dell'appeal del vino e del suo territorio attraverso domande ai clienti delle enoteche sulla conoscenza e la consapevolezza del prodotto e della denominazione.

Innanzitutto, a livello di quadro generale, emerge che per l'80% degli intervistati l'importanza che i consumatori di oggi attribuiscono al vino è "buona" e per un altro 10% "rilevante". Alla domanda "Quando e come lo consumano?" il 54% ha risposto "a casa", il 23% "al ristorante" e un altro 23% "al wine bar". Inoltre la bottiglia di vino si acquista prevalentemente per il consumo personale (35%), per cene o feste (35%) o come regalo (30%).

Entrando nello specifico dell'Amarone, gli elementi distintivi vengono indicati nel territorio (40%) e nell'armonia del vino (30%). Alla domanda sulla conoscenza o meno del territorio di produzione il 100% ha risposto affermativamente e l'80% ha dichiarato di aver visitato la Valpolicella. Inoltre tutti coloro che non ci sono stati vi si recherebbero volentieri. Alla richiesta di esprimere un commento sull'Amarone, le parole chiave sono risultate "tradizione" e "ricercato dal consumatore all'interno della sua fascia di prodotti", forse anche in virtù del rapporto qualità-prezzo, ritenuto corretto dal 90% degli interpellati. <http://italiatv.wordpress.com/>