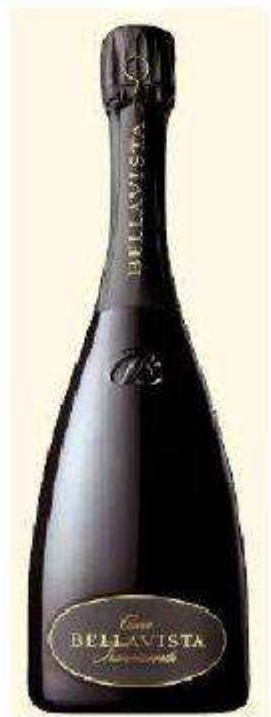


San Valentino fa scoprire il Franciacorta ai californiani

scritto da Fabio Piccoli | 3 Marzo 2014



Spesso noi italiani scopriamo che allestero ci considerano meglio rispetto a quanto noi facciamo nel nostro Paese. Non un caso, infatti, che talvolta abbiamo bisogno di andare allestero proprio per aumentare la nostra autostima.

Un recente esempio in questa direzione ci arriva dalla California. In un articolo scritto da Laurie Daniel (ladaniel@earthlink.net) e pubblicato dalla edizione online del San Jose Mercury News (www.mercurynews.com) si promuove il Franciacorta come vino ideale per festeggiare il San Valentinos Day. In realt, come leggerete di seguito, San Valentino solo un pretesto del giornalista per parlare del famoso (pi in Italia che allestero purtroppo) metodo classico italiano.

E tutto il tono dell'articolo, infatti, che deve far riflettere.

Linizio, infatti, alquanto indicativo: la citt italiana di Milano ha una sexy ed elegante immagine . E' un centro della

moda e del design, della cultura con uno dei maggiori teatri d'Opera al mondo (il famoso Teatro alla Scala) e le auto veloci (l'annuale Gran Premio italiano di Monza) – e lo spumante denominato Franciacorta celebra tutto questo.

Potremmo anche fermarci qui per evidenziare, come spesso facciamo sul nostro magazine, che il legame che c'è tra le nostre grandi produzioni enologiche e l'immagine, lo stile, l'eleganza del nostro Paese, percepito in maniera fortissima nel mondo. Spesso, purtroppo, siamo noi a dimenticarlo, con promozioni che si ostinano a parlare solo di vino, di caratteristiche organolettiche dimenticando la forza straordinaria della fascinazione proveniente dall'essere made in Italy.

L'articolo evidenzia, inoltre, che Franciacorta lo spumante ufficiale della Settimana della Moda di Milano..e al suo meglio in grado di rivaleggiare con i pi famosi vini della Champagne, ed generalmente un po meno costoso.

Molti indicativa anche l'affermazione: Se non avete sentito parlare di Franciacorta non certo sorprendente in quanto il 90% o pi di Franciacorta non lascia l'Italia. Ma i produttori pi lungimiranti capiscono che se un vino vuole avere una classe mondiale, ha bisogno di avere una forte presenza all'estero. Per questa ragione alcuni brand importanti hanno iniziato recentemente una forte spinta nel mercato Usa, come Ca'del Bosco, Bellavista e Berlucchi, che sono tutti eccellenti; Contadi Castaldi, che sotto la stessa propriet di Bellavista, produce di ottimo livello, a partire da meno di 25 dollari.

La pi grande differenza tra Franciacorta e Champagne prosegue l'articolo – che il primo ha un clima pi caldo, con la conseguenza di vini un po pi maturi e un livello di acidit apparentemente inferiore.

Nonostante l'identit italiana Franciacorta, le etichette di questa denominazione portano un sacco di termini francesi, come brut, ros, Pas Dos. Ma c' un tipo di Franciacorta con un nome univoco: Saten, che rappresenta circa il 12% della produzione di Franciacorta. Saten fatto da tutte le uve

bianche , di solito chardonnay. Il vino ha anche abbassare la pressione in bottiglia , quindi meno frizzante , dandogli una struttura pi regolare .

L'articolo si chiude con alcune valutazioni di Maurizio Zanella che riconosce che la Franciacorta ancora un work in progress. In futuro, gli piacerebbe vedere una classificazione in grado di delineare meglio le aree produttive del territorio: per esempio , colline vs siti bassa quota