



VINOTÍCIAS

O MUNDO DO VINHO EM SUAS MÃOS

O CONSUMIDOR ESTÁ CADA VEZ MAIS EXIGENTE - POR MÁRCIO OLIVEIRA

NESSA EDIÇÃO



07 **O CONSUMIDOR ESTÁ CADA VEZ MAIS EXIGENTE - POR MÁRCIO OLIVEIRA**

"MAIS VINHO, SE FAZ FAVOR, QUE A FESTA NÃO PODE PARAR"- POR PEDRO GARCIAS



09



11

"VARIETAL OU CORTE?" - POR MARCELO COPELLO

03 AGENDA: EVENTOS, CURSOS E DEGUSTAÇÕES

Eventos programados para Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo.

07 VINHO DA SEMANA

08 ARTIGO

09 SELEÇÃO DE ARTIGOS

12 VIAGENS

13 VINHO E CULTURA: DICA

RIO DE JANEIRO

ABS-RIO-FLAMENGO TREINAMENTO VINHOS VERDES

10/12/2018 - 19:30

A Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes – CVRVV – patrocina um treinamento exclusivamente para os associados da ABS-Rio. CVRVV é um organismo interprofissional que tem por objetivo a representação dos interesses das profissões envolvidas na produção e comércio da Denominação de Origem (DO) «Vinho Verde» e da Indicação Geográfica (IG) «Minho». Visa também a defesa do patrimônio regional e nacional que constitui, revestindo, nesta qualidade, a forma jurídica de uma associação regional, de direito privado e utilidade pública, por tempo indeterminado. A apresentação será do nosso professor Euclides Penedo Borges.

Valor Individual: R\$50,00 (apenas para associados em dia). Para profissionais da área em dia com a ABS, a inscrição é gratuita
Inscrição: (21)2421-9640/(21)2265-2157 e abs@abs-rio.com.br

ABS-RIO-BARRA VINHOS PARA O VERÃO

13/12/2018 - 19:30

A importadora CGVidal, única representante no Rio de Janeiro da Adega Cooperativa Castelo Rodrigo, patrocina na ABS-Rio uma degustação de vinhos brancos e rosés da região portuguesa de Beira Interior. Ótimos vinhos para o verão que se aproxima. A apresentação será de Carla Godinho Vidal Fernandes, sommelière e proprietária da CGVidal, uma empresa de consultoria e representação de vinhos, destilados e cervejas.

Valor Individual: R\$50,00 (apenas para associados em dia). Para profissionais da área em dia com a ABS, a inscrição é gratuita
Inscrição: (21)2421-9640/(21)2265-2157 e abs@abs-rio.com.br

SÃO PAULO

ABS-SP

DEGUSTAÇÃO ESPECIAL ESPUMANTES CHANDON

10/12/2018 - 14:30

No próximo dia 10 de dezembro, às 14:30, teremos mais uma atividade direcionada especialmente aos alunos e ex-alunos de nossos cursos de Formação de Sommeliers Profissionais. Na ocasião, serão degustados seis espumantes da Chandon. A apresentação será conduzida pelo Gerente de Comunicação Enológica do grupo LVMH no Brasil, François Hautekeur, profissional já bastante conhecido de todos. Não perca mais essa oportunidade de provar alguns dos melhores espumantes produzidos no Brasil e inscreva-se logo, pois as vagas são limitadas.

Valor Individual: R\$20,00 (associados)
Inscrição: (11)3814-7853 | abs-sp@abs-sp.com.br

ABS-SP

CHAMPAGNE, A DEGUSTAÇÃO SEMPRE IMPERDÍVEL

12/12/2018 - 20:00

Entra ano, sai ano, com dólar (e euro) mais caro ou mais barato, com crise ou sem crise, nosso roteiro não muda. Para nós da ABS-SP não dá para terminar mais um ano de muitas atividades e grandes desafios sem realizar uma degustação de champagnes. Como sempre, ela será imperdível, não apenas pelos rótulos que serão degustados, mas pela oportunidade

de fazer mais um brinde por tudo o que conquistamos. Portanto, anote na agenda, inscreva-se logo e não perca: dia 12 de dezembro, quarta-feira, degustação de champagnes na ABS-SP, com apresentação e condução de Arthur Azevedo.

Valor Individual: R\$100,00 (associados)
Inscrição: (11)3814-7853 | abs-sp@abs-sp.com.br

SBAV-SP WORKSHOP SOBRE VINHOS/ DEGUSTAÇÃO E CONCEITOS BÁSICOS

27/11/2018 - 19:00

Curso rápido e prático para quem quer saber mais sobre vinhos. A sbav-sp tem um curso básico intensivo de introdução ao mundo do vinho, com apenas um dia de aula, o workshop sobre vinhos – degustação e conceitos básicos. Nesses encontros são abordados temas como história da bebida, os tipos de vinho e vinificação, principais países produtores e suas regiões, técnicas de degustação, compra com base nas indicações do rótulo, serviço, tipos de taça e harmonização com comida.

Valor Individual: R\$200,00
Inscrição: (11)3814-7905 | vinho@sbav-sp.com.br

BELO HORIZONTE

VINOTÍCIAS

O MUNDO DO VINHO EM SUAS MÃOS

- Save the Date -

18/12/2018 - 20:00

DEGUSTAÇÃO VINOTICIAS DE VINHOS TOP'S

Nada melhor do que uma degustação única! Pelos seus vinhos, pelas regiões degustadas e pelas comparações propostas. A degustação será desenvolvida em 4 tempos: Recepção com Grandes Espumantes e Champagnes, Comparando Grandes Tintos Velho Mundo, Comparando Grandes Tintos Novo Mundo e para não esquecer, um grande Vinho de Sobremesa!

UM EVENTO IMPERDÍVEL PARA QUEM GOSTA DE GRANDES VINHOS.

LIMITADO A 10 VAGAS

Informações: (31) 98839-3341 Márcio Oliveira

Alguns leitores do VINOTÍCIAS solicitaram que eu sugerisse um vinho por semana, anotando notas de degustação e onde comprar. Vão aí mais vinhos para encher as taças. A lista de 2015 contemplou 260 rótulos diferentes e a de 2016 alcançou 156 vinhos. **Em 2017 degustamos 786 vinhos em degustações com Confrarias, e listamos mais de 180 rótulos sugeridos como vinhos da semana!** Os vinhos geralmente são provados em degustações promovidas semanalmente, sendo a grande maioria delas realizadas às cegas.

ORNELLAIA 2006 – BOLGHERI - ITÁLIA

Produzido pela primeira vez em 1985, o emblemático vinho da Tenuta dell'Ornellaia, é criado a partir de uma seleção extremamente cuidadosa dos vinhedos da propriedade. Produzido em quantidade limitada, é vinificado com o máximo cuidado e atenção a cada detalhe. Uma mistura harmoniosa das uvas Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc e Petit Verdot. Os cachos são colhidos à mão em caixas de 15kg e depois selecionados em uma mesa de classificação dupla, antes e depois do desengace, e finalmente esmagados suavemente. Cada variedade de uva e cada parcela do vinhedo são vinificadas separadamente. A fermentação ocorre em tanques de aço inoxidável a temperaturas entre 26-30 °C por duas semanas, seguidos por 10 a 15 dias de maceração nas cascas. A fermentação malolática acontece principalmente em barricas de carvalho, 70% novas e 30% usadas uma vez apenas. Após estas fases, o vinho permanece por 18 meses em barricas situadas em uma adega com temperatura controlada. Após os primeiros 12 meses de maturação os vinhos são agrupados e então retornam para a barrica para ficar por mais 6 meses. Após o engarrafamento o vinho envelhece por mais 12 meses antes de serem lançados no mercado.

Notas de Degustação: Um vinho exuberante, poderoso e concentrado cuja intensidade é imediata. O seu bouquet rico e complexo é complementado por taninos macios e densos e uma acidez viva, e todos os seus componentes estão em harmonia admirável, criando um vinho muito elegante. Fim de boca longo e persistente

Guarda: Já pode ser bebido, mas aguentaria até 2026 segundo Robert Parker.

Reconhecimentos Internacionais: 97RP | 95WS | 97 WE

Notas de Harmonização: Foi harmonizado com ossobuco e risoto milanês. Vai bem com Carré de cordeiro, carnes de caça, queijos duros, cogumelos recheados, risotos trufados.

Temperatura de Serviço: 16 a 18°C.

Degustado numa Confraternização entre amigos.





DUCRU BEAUCAILLOU 2009 – SAINT JULIEN – BORDEAUX – FRANÇA

Chamado por Robert Parker de “Château Lafite de St. Julien, o majestoso Château Ducru Beaucaillou é um dos mais aclamados super-segundos” - os Crus Classé que estão mais próximos em qualidade dos famosos Premier Grand Cru Classé. Uma das grandes referências em Bordeaux. As vinhas são plantadas em Cabernet Sauvignon (70%) e Merlot (30%). A idade média das videiras é de mais de 45 anos.

Este Ducru Beaucaillou foi nomeado o melhor blend de Cabernet na safra 2009 numa degustação às cegas. O evento incluiu 30 Blends de Cabernet de Bordeaux, Califórnia, Toscana, Chile, Austrália e África do Sul, enquanto os degustadores foram da imprensa britânica, e incluiu vários Masters in Wine. O Ducru 2009 venceu todos os cinco Premier Grand Crus de Bordeaux.

Notas de Degustação: Cor púrpura intensa, sem revelar os sinais da guarda. No nariz mostra frutas exuberantes (framboesa, cassis e amora), com notas de alcaçuz, flores, terra molhada e cogumelos. O paladar confirma a notas de frutas bem maduras como framboesa e morango, algo de geléia de ameixa, tâmara. Final de boca surpreendente e bem persistente. Afinal, não é todo dia que se bebe um vinho de 100 RP!

Guarda: Já pode ser bebido, a guarda pode ir fácil a mais 10 anos.

Reconhecimentos Internacionais: 100RP

Notas de Harmonização: Vai bem com Assados e Grelhados, Cordeiro, Ossobuco.

Temperatura de Serviço: 16 a 18°C.

Degustado numa Confraternização entre amigos.

O CONSUMIDOR ESTÁ CADA VEZ MAIS EXIGENTE

POR MÁRCIO OLIVEIRA

O recente artigo sobre as armadilhas do Marketing de Vinhos, acabou criando uma boa discussão com alguns leitores do Vinoticias, em especial a questão se um consumidor de vinhos mais exigente acharia bom, um vinho que custasse 5 euros na origem, por exemplo.

Distorções à parte sobre a questão da precificação dos vinhos no Brasil, seja por conta de taxas e impostos de importação, custos de estocagem, distribuição e seguros e a própria margem de lucro das importadoras e supermercados que hoje em dia operam com importação direta, a questão revelou que talvez o cliente menos exigente sinta prazer em vinhos nesta faixa de preço na origem enquanto um cliente mais exigente opte por pagar 20 a 30 euros em um Bordeaux ou Borgonha de melhor qualidade.

Já escrevi uma vez que a questão da qualidade do vinho é subjetiva. Posso gostar de um vinho que não seja a opção de vários amantes da bebida de Baco e vice-versa. E que valeria muito mais a pena que as pessoas valorizassem seu gosto, do se valer das avaliações de críticos e jornalistas, uma vez que se teria de analisar o gosto de cada um deles para saber até que ponto afinam com o do próprio consumidor.

Bons críticos avaliam os vinhos por seus defeitos, ou por outro lado; todo vinho começa a ser analisado tendo 100 pontos de crédito. Na medida em que suas qualidades e características organolépticas vão sendo avaliadas, vão sendo deduzidos os pontos por falta de intensidade e complexidade de aromas e sabores, taninos agressivos, falta ou excesso de acidez, o excesso de presença de carvalho no conjunto, persistência, corpo e afinidade com a casta vinificada. Desta forma, um vinho com 100 pontos é um vinho sem defeito, sem que isto tenha a ver se o crítico gostou ou não dele, apesar de que beber um vinho e não encontrar defeito nele, deve dar um prazer danado!

Costumo dizer que gosto não se discute, mas na medida em que vamos bebendo mais vinhos, vamos criando uma memória sensorial em que educamos nossos sentidos buscando cada vez mais beber o melhor. Assim, não é de estranhar que com maior poder de consumo, o consumidor ficará cada vez mais exigente, desejando melhores produtos, e qualidade de vida, além de estarem dispostos a pagar mais, se reconhecerem as características dos produtos, as quais procuram aproveitar ao máximo. De certo, para este consumidor, as marcas populares sairão na frente com maior potencial de venda, pois representam o passaporte para uma qualidade de vida melhor.

Assim, percebemos que há uma grande fatia do mercado preenchida por vinhos com preços entre R\$ 70 a R\$ 100. E podemos encontrar bons rótulos entre eles, que talvez não sejam o objeto de desejo de um consumidor mais exigente, mas certamente já dão muito prazer para acompanhar um prato, ou simplesmente para bebericar com os amigos, compartilhando uma boa taça de vinho, no meio de uma boa conversa.

Com acesso fácil à internet e uma relação de compartilhamento cada vez maior com os canais sociais, os consumidores de hoje interagem o tempo inteiro e esperam das marcas uma relação de respeito e transparência. Os novos consumidores se sentem empoderados e querem fazer a diferença. Eles são questionadores e gostam de pesquisar sobre tudo que irão consumir. No caso dos vinhos, querem saber sobre o produtor, sobre o enólogo, sobre as avaliações que já foram feitas, e sobretudo, onde encontrarão aquele rótulo pelo menor preço.

Embasados em fontes infinitas de informação, o consumidor quer se conectar com os lojistas, a qualquer hora, pelo canal de sua preferência. Não é mais a empresa que define se quer falar com ele por telefone ou chat. É o consumidor que escolhe se hoje ele quer interagir por um canal e, amanhã, por redes sociais ou por um e-mail. É por estas razões que marketing do vinho assume no mundo de hoje um caráter fundamental como diferencial para se tornar objeto de desejo do consumidor. Primeiro deve chamar a atenção dele, e por isso o design do rótulo passou a ser tão importante.

Com a crise que assola o Brasil nos últimos anos, a conscientização do consumo saudável e valores éticos sendo debatidos na mídia e nas redes sociais, as marcas iniciaram uma corrida para acompanhar toda essa transformação e ampliar a comunicação com o seu consumidor. Está cada vez mais distante aquela imagem do consumidor pegando o vinho de sua preferência na prateleira ou simplesmente clicando no carrinho de compras do e-commerce freneticamente.

Não só as promoções ganharam prioridade, mas também as informações dos rótulos e as mensagens da marca em produtos, todos analisados com a precisão de quem os olha com uma lupa. As embalagens, rótulos e informações ao consumidor devem refletir esta mudança.

Um bom exemplo são as campanhas de bebidas alcoólicas, antes protagonizadas por lindas mulheres e agora realçadas por valores sociais, familiares, e de qualidade de vida. Todos querem ampliar a expectativa de vida e chegar na terceira idade com muita autonomia e disposição. Têm como prioridade a consciência sobre a importância do cuidado com o próprio corpo: fazem mais exercícios, praticam a cultura da alimentação consciente e alguns adotam dietas vegetarianas e veganas. Este movimento abriu uma oportunidade enorme para a indústria de alimentos e bebidas consideradas saudáveis, resultando no aparecimento e consumo de vinhos naturais e biodinâmicos.

De acordo com um estudo da Universidade de Illinois, cardápios com descrição romaneada dos pratos, com palavras como "textura", "suave" e "delicado", vendem 27% mais do que menus comuns. "Nomes que remetam à família, como "picadinho da vovó", também têm apelo emocional, mesmo que o cliente saiba que não será igual ao sabor de sua infância". Parte destas atitudes são usadas no marketing do vinho, e muitas vezes as empresas usam os rótulos mais caros para direcionar o cliente para os

mais baratos, com a ideia que estão comprando o segundo ou o terceiro rótulo do vinícola, mas guardando as mesmas características de qualidade do melhor vinho da casa. A ideia não é fazer o consumidor comprar o mais caro, mas induzi-lo a pensar que encontrou uma grande barganha ao levar o mais barato.

Em artigo de Mauro Marcelo Alves – “O preço do vinho e o efeito placebo do marketing no nosso cérebro” (de 22/08/2017) há uma pergunta interessante - Se o vinho é caro, ele parece melhor do que um similar mais barato? Sim, de acordo com um novo estudo da Universidade de Bonn publicado na revista Scientific Reports, indicando que o preço altera a percepção do gosto e o próprio comportamento do consumidor. Como novidade, a pesquisa monitorou as reações dos participantes com imagens de ressonância magnética funcional. Já são várias as pesquisas a respeito, não só em relação ao vinho, e parece que cada vez mais somos enganados sistematicamente pelo cérebro.

No recente estudo desenvolvido na universidade alemã, o professor Bernd Weber, diretor do Centro de Economia e Neurociência, e seus pesquisadores reuniram um grupo de 30 voluntários, 15 mulheres e 15 homens, com idades próximas aos 30 anos, monitorando suas atividades cerebrais com as imagens de ressonância magnética.

Os participantes receberam amostras de um vinho através de um tubo e entre um gole e outro bebiam um líquido neutro para diminuir a contaminação olfativa e gustativa. Antes de cada gole (do mesmo vinho!) diferentes preços eram informados e os participantes davam a ele uma nota de 1 a 9. E aí... a boa reação aos goles indicados como sendo de preço alto ativavam mais o córtex pré-frontal medial e o corpo estriado ventral. O primeiro compara preço e avaliação (do vinho, no caso), enquanto o segundo faz parte do sistema de recompensa e motivação no cérebro.

Diante do resultado, como escapar da armadilha do marketing e seu efeito placebo ao tentar nos impor goela abaixo vinhos de preço abusivo como se fossem melhores que seus similares? Segundo o prof. Weber, é confiando no próprio bom senso, através da experiência e independência de atitude, que iremos conseguir recusar o que o mercado tenta impor. Para finalizar, lembro uma frase do amigo e superior sommelier Manoel Beato: “Um vinho de mil reais é melhor do que um de cem reais, mas jamais é 10 vezes melhor”. Saúde !!!

(Este artigo foi escrito baseado em pesquisas de livros, internet, o artigo de Mauro Marcelo Alves e a citação de Manoel Beato).

OS ARTIGOS A SEGUIR SÃO REPRODUÇÕES DAS MATÉRIAS E ARQUIVOS VEICULADOS NOS PRINCIPAIS JORNAIS BRASILEIROS, QUE TRATAM DO TEMA, SENDO CITADOS SEM NENHUM VALOR DE JUÍZO, CORREÇÕES, INSERÇÕES OU CENSURA, PROCURANDO DIVULGAR A CULTURA DO VINHO ENTRE AS PESSOAS QUE RECEBEM O VINOTÍCIAS

“MAIS VINHO, SE FAZ FAVOR, QUE A FESTA NÃO PODE PARAR” - POR PEDRO GARCIAS

FUGAS - 16/11/2018

Quem gosta de vinho, percebe esta ânsia de provar tudo, de beber o mundo num só dia, se for preciso. É uma bebida fascinante e, à medida que vamos sabendo um pouco mais sobre os seus mistérios, mais vontade temos de provar coisas novas e diferentes.

Feiras, mercados, apresentações, experiências temáticas, encontros, provas cegas, jantares vínicos... Ufa! Até cansa só de lembrar o frenesim que se vive por esta altura no mundo do vinho português (parecido, só mesmo a euforia patriótica em torno dos chefs e dos restaurantes com estrela Michelin). O frio e a proximidade do Natal ajudam, mas este fenómeno é a prova de que o vinho e toda a cultura que o rodeia estão mesmo na moda em Portugal.

O tempo em que havia só uma ou outra feira no país e os apreciadores de vinho eram atraídos sobretudo por meia dúzia de marcas conhecidas parece já demasiado distante. Agora, é preciso ter uma agenda para poder ir acompanhando a temporada de provas; e cada evento é um desafio, um exercício de descoberta que obriga a longas horas de degustação, tantos são os produtores e os vinhos novos que vão emergindo um pouco por todo o país.

Não é fácil, mesmo para quem está no vinho de forma profissional, seja como jornalista, seja como produtor, acompanhar as novidades. Há sempre um novo vinho fora do baralho, uma experiência “nunca antes feita”, um devaneio, um qualquer novo truque de marketing a desafiar a nossa curiosidade. É incrível o dinamismo e a criatividade que se vivem no sector. Parece que estamos no meio de uma grande festa a beber de um tonel sem fim.

Corre vinho a rodos por todo o lado. Nunca consumimos tanto como hoje. Andamos inebriados com os aromas a flores, frutas e especiarias e intrigados com a salinidade e a mineralidade dos vinhos. Já não compramos guias, porque temos aplicações nos telemóveis e tudo o que acontece passa no Facebook. Quase em tempo real.

O Facebook é, na verdade, a maior garrafeira do país. Está lá tudo. Impressiona o número de garrafas e de grandes vinhos que se bebem todos os dias em Portugal, com base nos registos que vão surgindo naquela rede social. A mim, impressiona-me também a resistência de alguns enófilos e bloggers, a avaliar pelos vinhos que publicam. Ainda terão figado?

Quem gosta de vinho, percebe esta ânsia de provar tudo, de beber o mundo num só dia, se for preciso. É uma bebida fascinante e, à medida que vamos sabendo um pouco mais sobre os seus mistérios, mais vontade temos de provar coisas novas e diferentes.

O nosso percurso no vinho é mais ou menos este: começamos por gostar apenas de tintos e depois vamos descobrindo que há mais vida para além dos tintos e que o prazer pode estar num copo de um branco; começamos pelos novos, mas a seguir descobrimos que a felicidade está afinal num branco com alguma idade; no início, fazemos cara feia à acidez, depois convertamo-la numa espécie de mantra, até que um dia percebemos que a acidez não é tudo e que o mais importante num vinho é o equilíbrio; começamos a desdenhar dos fortificados e acabamos devotos; partimos de uma região favorita, normalmente aquela onde vivemos, e vamos estendendo os nossos horizontes de prova mar e terra adentro; ao fim de algum tempo, já estamos a beber de tudo, sem freio, e já somos especialistas. É então que nos tornamos verdadeiros enochatos. Quando finalmente nos cansamos de fazer figurinhas tristes e já provámos o suficiente, tornamo-nos de novo civilizados e passamos a beber menos e melhor (talvez porque nessa altura já começamos a estar velhos).

O enófilo sábio é aquele que não espera pela velhice para beber com critério. Não é fácil, porque os encantos do vinho são poderosos e demoníacos. Mas é bom ter presente que, por mais dinheiro e capacidade de “destilação” que se tenha, uma vida não chega para provar todo o vinho bom que há no mundo.

Uma simples garrafa de um bom vinho pode fazer mais pela nossa felicidade do que cinquenta grandes vinhos provados a correr, que é muitas vezes o que fazemos nas feiras (não há boca, nem memória, que aguente tanto vinho) ou em almoços e jantares com amigos do meio. É como provar vinte pratos de um menu de degustação num restaurante Michelin. Ao fim de meia dúzia, já não nos lembramos do que comemos antes.

Com os vinhos, chega a ser pior. A dada altura empolgamo-nos e queremos colocar a garrafeira toda na mesa, como se não houvesse amanhã. Fazemos a mesma figura de um viciado em tabaco que acende um cigarro com outro. Ainda estamos a estruturar a memória de um vinho e já temos outro no copo.

Há umas semanas, o meu amigo Marcos Lagoa voltou a fazer um dos seus jantares épicos no restaurante Panorâmico, de Marlene Vieira, no Tagus Park, em Oeiras. Éramos 18 à mesa e, desta vez, abriu mais de 40 garrafas. Só brancos e todos de 2008. Como sempre, a França domina nestes jantares. Não há volta a dar: nenhum outro país faz brancos tão bons.

Não se beberam os vinhos mais caros do mundo, mas beberam-se alguns dos grandes brancos do mundo. Vinhos de produtores reputados como Dauvissat, Raveneau (Chablis), Dagueneau (Pouilly Fume), Granevat, Domaine Macle (Jura), Alphonse Mellot (Sancerre), Coche-Dury (Mersault), Ramonet, Pillot (Chassagne-Montrachet), entre outros... Leia mais em: <https://www.publico.pt/2018/12/08/fugas/opiniao/vinho-faz-favor-festa-nao-parar-1853500>

Pedro Garcias é jornalista com pós-graduação em Cultura Portuguesa, escreve semanalmente sobre vinhos no suplemento Fugas Público, jornal a que está ligado desde a sua fundação, em 1990. É também produtor de vinho e azeite no concelho de Vila Nova de Foz Côa, na sub-região do Douro Superior. (Fonte: <http://fugas.publico.pt>).

“PAUL HOBBS E SEU CABERNET SAUVIGNON DE 100 PONTOS DO PARKER” - POR BETO GEROSA

BLOG DO VINHO - 06/08/2018

Muita gente pergunta. Como é um vinho de 100 pontos de Robert Parker? Não sei quanto aos demais, mas o vinho do enólogo e consultor Paul Hobbs é parecido com seu autor. Elegante, clássico e discreto. Criador e criatura. O vinho não grita, argumenta; não se exhibe, se apresenta. O Cabernet Sauvignon Beckstoffer Dr Crane Vineyard 2014 é um vinho que proporciona enorme prazer em beber.

Os 100 pontos do Parker são uma discussão à parte, assim como o papel que exerceu no passado e qual o peso atual de sua influência. Na verdade a publicação que fundou, e vendeu, a Wine Advocate é quem pontua atualmente, com vários degustadores espalhados pelo mundo, os rótulos de cada região. Mas pergunta para qualquer vendedor ou importador o peso que o selinho de 100 pontos RP impresso no rótulo tem nas vendas... É um 100 pontos, afinal.

Os vinhos de Paul Hobbs são resultado da experiência de mais de 40 anos cuidando e selecionando vinhedos (próprios e de clientes), tratando as uvas com cuidado e vinificando com talento. O americano que começou a trabalhar nos vinhedos Mondavi e participou do primeiro time de enólogos do Opus One, virou uma referência em vinhos de qualidade e se tornou consultor internacional. Ele chegou a prestar serviços de consultoria a 35 clientes ao redor do mundo. “É uma ótima experiência para conhecer as regras de negócio de cada lugar, os diferentes climas e vinhedos”, contemporiza. Mas o enólogo de 65 anos que descobriu o potencial da malbec na Argentina, que maneja a cabernet sauvignon com maestria e foi um dos pioneiros da vinificação com uvas de vinhedo único, resolveu dar um tempo. “Não aceito novos contratos de consultoria”, anunciou. Hobbs, no entanto, presta serviços ainda para 15 clientes, como Viu Manent, Altair (Chile), Família Deicas (Uruguai) e Pulenta (Argentina). “Você faz o que gosta, aprende e até ganha um dinheiro”. O que pode ser melhor do que isso? Ele mesmo provoca e responde: “Ser o proprietário”.

O enólogo americano tem vinhedos próprios nos Estados Unidos (CrossBarn, Paul Hobbs Winery), na Argentina (Viña Cobos), na França (Crocus, em Cahors), na Armênia (Yacoubian-Hobbs,) e está iniciando dois novos projetos: um na Espanha, na região da Galicia, em Ribera Sacra, onde pretende explorar o potencial de uvas nativas como godello (branca) e mencía (tinta), e outro na região de Finger Lakes, no estado de Nova York (Hillick & Hobbs). No geral Hobbs adota como modelo de negócio parcerias com produtores/investidores locais em propriedades fora dos EUA.

A ARMÊNIA PRODUZIA VINHO HÁ 6.000 ANOS - Entre os países que atua como proprietário a Armênia chama a atenção pelo inusitado. A gente nem sabe onde fica no mapa e o sujeito está ali investindo e produzindo vinhos de qualidade. Hobbs conta que o que motivou a trabalhar nesta região remota foi a história do país, da qual sempre foi apaixonado. Em 2007 escavações arqueológicas encontraram o que seria a mais antiga vinícola conhecida, o que comprova a presença do vinho nesta região desde o ano 4.100 aC. Para elaborar seus vinhos, pesquisou terrenos de altitude, uvas nativas de nomes impronunciáveis como areni, voskehat, qrdi e encontrou um parceiro, a família Yacoubain. Em 2008 iniciou a produção de seus rótulos na Armênia. A propósito a Armênia fica na Eurásia, e faz fronteira com o Azerbaijão, a Turquia, a Georgia e fica muito próxima do Irã.

Outra novidade que Hobbs relata é a experiência em um vinhedo na região de Nova York onde está trabalhando com a variedade branca riesling, em parceria com um sócio alemão. “O solo é pura rocha, dá para ver camadas quando se trabalha o terreno”, explica. “Meu sócio não acreditou muito no potencial daquele solo, que julgava muito difícil”, mas após a segunda vinificação, ainda pequena, Hobbs crê que está convencendo que sua aposta é válida e o vinhedo ideal para desenvolver um riesling seco, muito mineral e de ótima qualidade.

“Os argentinos iriam querer vinificar neste ovo”, brinca Hobbs, ao ser servido com uma iguaria numa casca de ovo durante um almoço em São Paulo (a vinificação em ovo de concreto é a nova mania dos enólogos modernos argentinos)

ARGENTINA, MALBEC E CATENA - Paul Hobs é um ícone na Argentina. Ali tem um de seus empreendimentos mais conhecidos no Brasil: a Viña Cobos, importado pela Grand Cru. Sua influência no entanto foi decisiva para colocar a malbec no mapa do vinho. Hobbs conta que Nicolas Catena apostava na cabernet sauvignon e na branca chardonnay para conquistar o mercado americano no início dos anos 1990. Mas Hobbs enxergou em um vinhedo de 100 anos da propriedade, em Lulunta, o potencial para desenvolver a variedade malbec. Pediu então permissão para Nicolás Catena para arrumar financiamento para cultivar a uva. Catena receava o problema de filoxera que afetara a malbec na França e negou, mas Hobbs teve o apoio do chefe de viticultura e o resultado foram 10 barricas de malbec de vinhedos antigos. O vinho foi levado para uma apresentação à imprensa nos Estados Unidos. Um jornalista do Seattle Times se encantou com a bebida e escreveu um artigo com o título “Don’t Cry For Me Argentina” que deu a publicidade necessária para Hobbs receber o sinal verde de Nicolas para prosseguir com a variedade que fez a fama de Catena e depois da Argentina. “Mas não podia usar o nome Catena no rótulo”, conta ele, com um sorriso encapsulado. “Daí nasceu o rótulo Alamos, que no início chamava Alamos Ridge”, finaliza. (Confesso que desconhecia esta história, foi contada por Paul Hobbs neste encontro).

CHARDONNAY, PINOT NOIR E CABERNET SAUVIGNON DA CALIFÓRNIA - Não é muito comum a oferta de vinhos americanos no Brasil. Por diversas razões: há um forte mercado consumidor interno que dispensa a exportação, os preços são difíceis de competir e, apesar de caldos de alta qualidade e boa diversidade, são menos conhecidos do público consumidor brasileiro. A Califórnia é responsável por 90% do vinho dos Estados Unidos. Ali estão localizados os vinhedos de CrossBarn e Paul Hobbs Winery (Sonoma e Napa Valley). Os rótulos de Paul Hobbs não são baratos, mas negar-se a comentar um vinho caro é o avesso do preconceito que desdenha o potencial de um vinho mais barato...

Leia mais em: <http://vinho.ig.com.br/2018/08/06/paul-hobbs-e-seu-cabernet-sauvignon-de-100-pontos-do-parker.html>

Beto Gerosa - escreve sobre vinhos e o prazer de bebê-los. Opinião independente e bem humorada. Dicas de vinhos nacionais e de todo o mundo. As histórias dos vinhos e de seus criadores. Degustações, harmonizações e serviços. betogerosa63@gmail.com.

“VARIETAL OU CORTE?” - POR MARCELO COPELLO

VINOTECA - BACO MULTIMÍDIA - 02/12/2018

Qual a diferença entre vinhos varietais ou vinhos de corte?

Vinhos varietais são vinhos feitos com um único tipo de uva, ou com predominância de um tipo de uva. Enquanto vinhos de corte são vinhos de misturas de tipos de uvas.

Pela lei brasileira um vinho para ser um varietal, ou seja, para trazer um único nome de uva no rótulo, precisa ter ao menos 75% desta uva. Quando você lê no rótulo de um vinho, por exemplo, Chardonnay, significa que a maioria das uvas neste vinho é Chardonnay, podendo ser 100%. O melhor exemplo de grandes varietais são os vinhos da Borgonha, em em sua maioria são 100% Pinot Noir (nos tintos) e 100% Chardonnay (nos brancos).

Os vinhos de corte, ou assemblage, como falam os franceses, misturam diferentes tipos de uvas para tirar o melhor de cada uva, buscando assim um vinho, mais equilibrado, mais complexo e mais completo. Um bom exemplo de vinhos de corte são os vinhos de Bordeaux na França, que normalmente nos tintos são uma mistura três uvas, Cabernet Sauvignon, Merlot e Cabernet Franc (há ainda outras possíveis, como Petit Verdot, Malbec e Carménère).

Mas qual o melhor, varietal ou corte? Este não é um fator de qualidade em um vinhos. Este é um tema bastante discutível, mas em uma lista dos maiores vinhos do mundo, possivelmente o que predomina são os cortes...

Leia mais em: <http://www.marcelocopello.com/post/varietal-ou-corte>

A TAÇA PRETA DA HUMILDADE – 04/12/2018 - “Um especialista em vinhos, ao ser atropelado por um trem, teve seus lábios umedecidos com vinho para que recobrasse os sentidos. ‘Pauillac, 1873’, murmurou ele antes de morrer.” Abrose Bierce

São muitos os símbolos da humildade na iconografia das civilizações. Das sandálias vermelhas do pescador (os sapatos do papa) às vestes marrons (cor da terra nua) dos franciscanos e ao burrico (no qual Cristo entrou em Jerusalém). Para os discípulos de Baco, sem dúvida o símbolo desta virtude seria a taça preta. De boca mais fechada e cor impenetrável, ela nos mostra que, como diria o romano Plínio in vino veritas, a verdade está no vinho – no líquido e não no rótulo.

Em uma degustação entre amigos, servido como desafio e competição um vinho em uma taça preta e nos foi dada uma lista de perguntas sobre o mesmo. O vinho é branco, rosé, tinto, fortificado ou espumante? Seco, adomado ou doce? E safrado ou não? É blend ou varietal? Qual sua idade: jovem com até 20 anos; adulto, entre 20 e 30 anos; maduro, entre 30 e 40 anos; antigo, mais de 40 anos? Qual sua origem (país)? A lista de perguntas era longa e todas valiam pontos.

O vinho da taça preta era, antes de tudo, delicioso. Os aromas eram complexos, evoluídos, com forte acento mineral salgado, notas de mel, cera, madeiras, carvalho, cedro, geléia de limão siciliano, maçãs maduras, especiarias, avelãs, jasmim. O poderoso paladar superou o olfato, mostrando um vinho com idade, mas sem sinais de oxidação ou cansaço, com uma acidez aguda, muito viva e textura cremosa, com muitas camadas de sabor, certamente um vinho de alta gama.

Não foi surpresa constatar que foram cometidos mais erros que acertos pelo convivas. Alguns nem chegaram a acertar que se tratava de um vinho branco e quase todos erraram sua idade. Afinal quem poderia ousar dizer que a taça preta guardava um vinho tão antigo, uma jóia da Borgonha, um Montrachet 1947, do produtor Roland Thévenin...

Leia mais em: <http://www.marcelocopello.com/post/a-tac-a-preta-da-humildade>

Mais em www.marcelocopello.com / contato@marcelocopello.com

Facebook – vinhocommarcelocopello

Instagram – marcelocopello

<http://www.marcelocopello.com/blog>

26.ABR A 10.MAI.2019. ENOGASTRO GRÉCIA & TURQUIA - VIAGEM E EXPERIÊNCIA CULTURAL E ENOGASTRONÔMICA.

2019 vem com muitas surpresas!!! Vinhos e Gastronomia da Grécia e Turquia. Segundo a História, as vinhas e o vinho apareceram pela primeira vez na Grécia, por volta de 4000 A.C., quando Dionísio, filho de Zeus, era o deus da vegetação e do vinho e era adorado com festas e eventos em várias ocasiões. Existem descrições detalhadas dos processos de produção de vinho em inscrições que datam de 2500 a.C.. A mais antiga prensa de vinho do mundo foi conservada na ilha de Creta onde foram encontradas gravetos de parreira em túmulos muito antigos. Na Ilíada, Homero também descreve muitas cidades e regiões da Grécia como produtoras de vinho e elogia as suas tradições na produção desta bebida.

Cultivado ao longo da costa do Mediterrâneo, o vinho seria cultural e economicamente vital para o desenvolvimento grego. A partir de 1000 a.C., os gregos começam a plantar videiras em outras regiões européias. O vinho surgiu então na Itália, seguindo à península ibérica. Os gregos fundaram Marsella e comercializaram o vinho com os nativos, sendo este o primeiro contato entre a bebida e a futura França. Segundo historiadores, o vinho da antiguidade era ingerido com água do mar e reduzido a um xarope tão espesso e turvo que tinha que ser coado num pano e dissolvido em água quente.

No país são cultivadas cerca de 250 variedades de uvas, sendo para vinhos e frutas secas. O vinho grego é de boa qualidade, sendo uma bebida refrescante. Venha conhecer em detalhe esta história e degustar vinhos que retratam os aromas e sabores da Grécia e depois os da Turquia.

INFOS & RESERVAS: Na **ZENITHE TRAVELCLUB** Consultoria e Operadora de Experiências Enogastronômicas | Belo Horizonte | Tel: (31) 3225-7773 | Contato: fit1@zenithe.tur.br | <http://zenithetravelclub.blogspot.com.br>



NOTÍCIAS ENOGASTRONOMICAS E DICAS

ESTÁ CHEGANDO A HORA DE BEBER CHAMPAGNE

Tomar Champagne é como comemorar um gol numa final, viver um grande amor, curtir uma paixão ou ouvir estrelas. O encanto mágico das sofisticadas bolhas é uma sensação inesquecível, sensual e prazerosa. É entrar em estado de graça. É andar nas nuvens. Se as vendas no Brasil caíram este ano é culpa da economia local que muito sofreu. No resto do mundo não foi assim. Alguns importadores brasileiros e produtores de Champagne seguem acreditando e investem no Brasil. A queda nas vendas das principais marcas do grupo LVMH, leia-se Moët Chandon e Veuve Clicquot, abriu um vácuo que já é ocupado, parcialmente, por diversas outras marcas. Essa mudança não é ainda capaz de repor a perda da líder histórica, mas o mercado está se democratizando.

Nossa seleção de Champagnes para o júri busca refletir essa nova paisagem. Acreditamos e desejamos um Brasil economicamente melhor em 2019 e optamos por degustar dois tipos de Champagne que fogem do habitual. Blancs de Noirs, Champagne que é elaborado somente com Pinots, Noir ou Meunier, uvas escuras, e os safrados que estão no alto da pirâmide. Estes são elaborados somente nos grandes anos. Chega de pessimismo vamos fazer nossa parte e acreditar que o Brasil vai melhorar. Os Champagnes degustados foram: Drappier, Joseph Perrier, Montaudon, Ellner, Delamotte, Nicolas Feuillatte, Lallier, Castelnau e Philipponnat. Um nível altíssimo de qualidade que encantou os jurados. Nos próximos posts vamos publicar os resultados da degustação e apresentar cada produtor. (Fonte – CONEXÃO FRANCESA por Rogério Rebouças – 08/12/2018).

DEGUSTAMOS 13 BAITAS CHAMPAGNES PARA VOCÊ

O Grande Júri Conexão Francesa se reuniu na última quinta-feira e degustou 6 Champagnes Blanc des Noirs e 7 safrados de grandes “maisons”, de cooperativas e de vinhateiros independentes. Temos certeza que com Champagnes deste nível suas festas vão brilhar. A degustação se deu às cegas e teve como membros do júri: Louis Fabre agrônomo e proprietário do Vignobles Famille Fabre, no Languedoc, onde produz grandes vinhos na denominação Corbières-Boutenac, Corbières e Minervois, e mesmo um espumante. Claire Fabre, esposa e também produtora; Laure d’Andoque técnica em vitivinicultura e proprietária da Abadia de Fontfroide, no Corbières, onde produz vinhos IGP d’Oc, Corbières e um espumante método tradicional. Este jornalista técnico em vitivinicultura e consultor. Estrearam no Grande Júri dois enófilos apaixonados por Champagne Dennis Keller e sua esposa Christine que é champanhesa.

Os Champagnes participantes por ordem de degustação foram Drappier Blanc de Noirs Zero Dosage, Montaudon Blanc des Noirs, Lallier Sélection Parcelle Grand Cru Les Sous Blanc des Noirs, Joseph Perrier Brut Nature La Côte à Bras Cumières Blancs des Noirs 2010, Philipponnat Extra Brut Blancs de Noirs 2012, Nicolas Feuillatte Grand Cru Blancs des Noirs Brut Millésimé 2008. Veja que apesar de serem todos feitos com uvas pretas alguns são safrados, pois o produtor o faz somente neste estilo. Na sequência foram degustados Joseph Perrier Cuvée Royale Brut Vintage 2008, Charles Ellner 2006, Castelnau Millésimé 2006 Brut, Delamotte Blanc des Blancs 2008, Nicolas Feuillatte Collection 2008, Drappier Millésime Exception 2013, Lallier Millésime Grand Cru 2010.

Os três tipos de produtores franceses da Champagne estavam presentes na degustação. No bloco das cooperativas tivemos os três pesos pesados: Nicolas Feuillatte, o mais vendido da França, Montaudon, marca da Jacquart e Castelnau grupo que reúne 22 cooperativas. As independentes de vinhateiros Drappier, onde as pinots sempre dominam, Lallier, a estrela em ascensão, e Charles Ellner, sempre surpreendendo. Representando as famosas “maisons” de Champagne Joseph Perrier que é dirigida por Jean Claude e seu filho Benjamin, herdeiros do fundador, Philipponnat que é dirigida por Charles Philipponnat e Delamotte, do grupo Laurent-Perrier, que também produz a icônica Salon. Santé. (Fonte – CONEXÃO FRANCESA por Rogério Rebouças – 09/12/2018).

COM A MUDANÇA CLIMÁTICA, OS PRODUTORES INGLESES ESTÃO ESFREGANDO AS MÃOS

Os produtores de vinho da Inglaterra estão indo bem graças ao aquecimento global. Seus espumantes estão ganhando qualidade e agora estão competindo com champanhes. Andando pelas vinhas de Pinglestone, no sul da Inglaterra, sob um pálido sol outonal, James Bowerman, gerente de vinhedos de Vranken-Pommery, sorriu. “O pinot meunier realmente floresceu este ano”, diz ele. As temperaturas surpreenderam a famosa Maison de Champagne, que recentemente investiu neste canto do sul da Inglaterra para desenvolver vinhos espumantes.

Intrigado com o rápido desenvolvimento da viticultura na Inglaterra, a Maison Vranken-Pommery tentou a aventura inglesa por este morro de Hampshire com um

porão calcário. Quinze hectares de Chardonnay, Pinot Noir e Pinot Meunier, as três típicas videiras de Champagne, foram plantadas no ano passado. Mais vinte e cinco hectares serão adicionados em breve. “Tivemos que regar as plantas em junho, o que é bastante incrível, dada a reputação do clima inglês, que não esperávamos”, diz Clément Pierlot, diretor de vinhedos e gerente da adega da Pommery e Greno.

A Grã-Bretanha registrou temperaturas bem acima das médias sazonais em grande parte do verão e um déficit de chuvas, disse o Serviço Meteorológico Britânico, que espera que o termômetro suba ainda mais durante o verão das próximas décadas. “Quanto mais teremos anos como este e mais estilo teremos” em termos de vinhos, alega James Bowerman. Enquanto esperava pela primeira colheita, a Vranken-Pommery produziu um vinho espumante com uvas compradas, chamado Louis Pommery England, um teste considerado bem-sucedido.

VINHO ESPUMANTE BRITÂNICO DO ARTESANATO À INDÚSTRIA - “Podemos ter vinhos que sejam bons, expressivos, mas com uma boa textura e bom frescor”, descreve Clément Pierlot. Para o ministro do Meio Ambiente do Reino Unido, Michael Gove, a mudança climática é “uma oportunidade”. O vinho espumante inglês oferecerá aos fãs britânicos “ainda mais prazer do que os champanhes franceses”, prevê. Enquanto a produção de espumantes não é nova na Inglaterra, o número de hectares plantados aumentou 150% nos últimos dez anos.

Com quatro milhões de garrafas, elas representam 68% dos vinhos produzidos em solo britânico em 2017. Uma parcela que deve subir porque o pinot noir, o pinot meunier e o chardonnay constituem 71,2% das videiras plantadas. “Saímos de uma indústria caseira para uma indústria florescente”, diz Cherie Spriggs, vinicultora-chefe da Nyetimber, uma propriedade cujas primeiras videiras foram plantadas há trinta anos. Este ano, ela ganhou o prêmio de vinho espumante do ano no International Wine Challenge.

“Temos quase o mesmo clima que a região de Champagne há cem anos”, exclama Chris Foss, professor de ciências da uva e diretor do departamento de vinhos do Plumpton College. “30 anos atrás, era impossível amadurecer o Chardonnay, os vinhos eram verdes, duros, muito ácidos, não funcionavam, mas agora, não há problema”. Com o espumante, a Inglaterra realmente encontrou seu “nicho”, ele julga.

Além da Maison Vranken-Pommery, outra casa de champanhe, a Taittinger ganhou uma posição no outro lado do Canal, em Kent, para produzir um vinho espumante cujas primeiras garrafas são esperadas para 2023. Os britânicos não estão em repouso. Ao lado de pioneiros como Ridgeview ou Chapel Down, fornecedores oficiais da Downing Street, apareceram novos atores como Rathfinny ou Gusbourne.

34.000 HECTARES DE TERRAS BRITÂNICAS SERIAM BOAS PARA A CULTURA DA VIDEIRA - A maioria dos vinhedos fica no sudeste da Inglaterra (Surrey, Sussex e Kent) e Hampshire (sul), mas o aquecimento global abriu novas oportunidades. Um estudo científico identificou recentemente 34.800 hectares de terras na Inglaterra e no País de Gales (oeste) considerados adequados para o cultivo de uvas por causa de “estações mais quentes”, como em Essex (nordeste de Londres) ou em Suffolk (leste da Inglaterra).

As propriedades inglesas, no entanto, ainda parecem pouco otimistas contra os gigantes de Champagne. E se o amor britânico borbulha, o espumante inglês é caro, comparado ao italiano Prosecco que é um sucesso na ilha. Estão envolvidos nesta equação, o preço da terra e o alto custo do trabalho. O Brexit também está preocupado com os produtores de vinho, que empregam funcionários da UE como em Pinglestone, onde os romenos trabalham. “Se eles não puderem vir (após a saída do Reino Unido da UE, prevista para 29 de março de 2019), será difícil encontrar pessoas qualificadas suficientes”, adverte James Bowerman. Leia mais em: <https://www.larvf.com/avec-le-changement-climatique-les-viticulteurs-anglais-se-frottent-les-mains,4605182.asp> (Fonte – REVUE DU VIN DE FRANCE – REDAÇÃO – com AFP – 07/12/2018).

NOVO SISTEMA NA CLASSIFICAÇÃO DE CRU BOURGEOIS

A associação dos Cru Bourgeois du Médoc confirmou que haverá três níveis de qualidade em 2020. Tão logo anunciou seus selecionados da safra 2016, a associação dos Crus Bourgeois du Médoc apresentou seus procedimentos para o novo sistema de classificação Crus Bourgeois que entrará em vigor a partir de 2020.

A nova classificação representará um retorno ao sistema hierárquico original, compreendendo três níveis de qualidade: Cru Bourgeois, Cru Bourgeois Supérieur e Cru Bourgeois Exceptionnel. Ele será revisado a cada cinco anos, o que significa que as propriedades podem subir e descer na classificação.

“Estamos muito felizes com o novo processo. Aprendemos muito com o passado e confiamos que isso beneficiará os châteaux, o comércio e os consumidores. Mais importante ainda, a nova classificação mantém a qualidade e a origem do Crus Bourgeois du Médoc. É o resultado de cinco anos de trabalho de consulta com todos os membros do Crus Bourgeois e do governo”, afirmou Frédérique de Lamothe, diretor da associação.

Em 2003, o sistema foi remodelado para abarcar 247 châteaux compostos por nove Crus Bourgeois Exceptionnels, 87 Crus Bourgeois Supérieurs e 151 Crus Bourgeois. No entanto, a classificação foi posta em xeque em 2007, após uma série de liminares de propriedades que não haviam sido incluídas. Três anos depois, em 2010, a associação criou novo procedimento de garantia de qualidade, em que todos os vinhos Cru Bourgeois aprovados eram selecionados em degustações às cegas por um painel de especialistas. Foi publicada uma primeira seleção oficial com base na safra de 2008, e isso tem sido feito todos os anos desde então.

A nova classificação será baseada em um processo de verificação de qualidade realizado por um corpo independente de especialistas. Este organismo avaliará às cegas os vinhos em degustação de várias safras de cada chateau. Também levará em consideração outros fatores (agrícolas, ambientais e técnicos) e visitas ao local.

Para a classificação de 2020, os candidatos podem apresentar uma seleção de cinco safras de 2008 a 2016. A classificação de 2025 incluirá safras de 2017 a 2021.

Para os níveis mais altos, os avaliadores buscarão qualidade, consistência e capacidade de envelhecimento...

Leia mais em: https://revistaadega.uol.com.br/artigo/classificacao-de-cru-bourgeois_11461.html (Fonte – Revista ADEGA - Redação – 07/12/2018)

PESQUISA CHILENA ENCONTRA 26 NOVAS VARIEDADES DE UVAS NO SUL DO CHILE

Enólogo responsável é Juan José Ledesma, de Viñas Inéditas-Terroir Sonoro. Um projeto de pesquisa sobre vinhas antigas no sul do Chile identificou 26 novas variedades, até então desconhecidas no mundo, e mais de 60 variedades “incomuns” que crescem em Bío Bío. O projeto foi encabeçado pelo enólogo Juan José Ledesma, de Viñas Inéditas-Terroir Sonoro, que vem pesquisando centenas de videiras não identificadas em Bío Bío desde 2011.

No ano passado, em colaboração com a FIA e a análise de DNA do INEA, mais de 120 variedades foram identificadas em Bío Bío, 26 das quais nunca foram registradas em qualquer parte do mundo. “A maioria das variedades foi plantada em pelo menos três vinhedos diferentes, o que significa que foram intencionalmente escolhidas como variedades de uva de vinho e não uma mutação local”, explica Ledesma, que planeja produzir vinhos a partir desses pequenos vinhedos de variedades desconhecidas no próximo ano.

Viñas Inéditas já vinificou várias das variedades “incomuns”, incluindo a Moscatel Negra, Isabella e San Francisco, que serão lançadas no próximo ano. Outras uvas descobertas incluem Palomino Fino, Hondarrabi Beltza, Mollar e Iona. A produção de vinhos a partir dessas variedades exóticas faz parte da atual fase da pesquisa.

“Encontramos variedades que são naturalmente bem adaptadas às mudanças climáticas e diferentes salinidades do solo, e provavelmente sobreviveram mais de 300 anos como variedades de cultivo não irrigado em Bío Bío. Acreditamos que a diversidade genética encontrada aqui é uma base para a viticultura sustentável do futuro”, afirma Ledesma... Leia mais em: https://revistaadega.uol.com.br/artigo/pesquisa-chilena-26-encontra-novas-variedades-de-uvras-em-bio-bio_11462.html (Fonte – Revista ADEGA - Redação - 08/12/2018).

FERRARI LANÇA GARRAFA EM PARCERIA COM O ESTILISTA ERMENEGILDO ZEGNA

SA marca de espumantes e a de roupas se uniram para anunciar vinhos com edição limitada. Um dos mais renomados produtores de espumante da Itália, a Ferrari, juntou-se ao célebre estilista Ermenegildo Zegna para criar uma garrafa de edição limitada. A “Made to Measure” é, como a tradução indica, feita sob medida para a Ferrari.

A série inclui dois vinhos: Ferrari Riserva 2009, feito a partir de 100% Chardonnay das encostas do Trento, e um Blanc de blancs não safrado. A garrafa em si ostenta um padrão em relevo inspirado no tecido “pelle tessuta” (trama de couro nappa) da Zegna, conhecido por ser leve e tátil.

“A iniciativa reforça um vínculo que tem raízes profundas e valores comuns. A Zegna e a Ferrari são duas empresas familiares que combinaram a tradição com a busca pela excelência por mais de 100 anos para trazer ao mundo um autêntico estilo italiano, sinônimo de elegância e qualidade”, disse um porta-voz da Ferrari...

Leia mais em: https://revistaadega.uol.com.br/artigo/espumantes-ferrari-lanca-garrafa-parceria-estilista-ermenegildo-zegna_11467.html (Fonte – Revista ADEGA - Redação - 09/12/2018).