

# GIRO di VITE

Dolcetto, scherzetto e zucche vuote

**Sergio Miravalle**

**America uno.** La notte delle zucche vuote di Halloween incombe su di noi. Inportata senza pagar dazio dagli Stati Uniti, rimbalsa, oltre che nelle discoteche, anche negli slogan. «Dolcetto o scherzetto?» recita la nenia dei bimbi che passano di casa in casa nella versione a stelle e strisce del nostro «canté j'euv». Quinto Chionetti da Dogliani, 78 anni portati con la grinta gentile dei migliori uomini di Langa, non ha dubbi: «Dolcetto perbacco!», ovviamente inteso come il vino che l'ha reso famoso. E Dolcetto chiedono a gran fax anche gli importatori che assecondano i gusti nuovi degli americani. Stanchi dei super colaudati cabernet-merlot-syrah-chardonnay e via globalizzando, i consumatori più attenti sembrano orientarsi verso vini più «etnici». E per Paesi con la varietà di vitigni dell'Italia è un bel segnale. Scesi dalle barricate molti percorrono vie nuove (o più antiche?) con più rispetto di tradizioni e portafogli. Era ora.

**America due.** Negli States amano comunque fare le cose in grande e la serata del 17 novembre al Marriot di New York si annuncia sberlucciante. Ci saranno 800 commensali (con ciascuno 12 grandi bicchieri di fronte, in tutto 9600 balon di cristallo) con 40 sommelier italiani che serviranno una selezione di sei grandi vini rossi «made in Italy», in purezza o in assemblaggio.

Ice e Vinitaly, con l'ambasciata

d'Italia a Washington, hanno scelto per rappresentare il Nebbiolo le aziende Pio Cesare e Aldo Conterno. Per la Barbera tocca a Michele Chiarlo e al Castello del Poggio (Zonin); il toscano Sangiovese avrà Biondi Santi e Banfi, il siciliano Nero D'Avola Donnafugata e Duca di Salaparuta; per il Merlot tocca a Frescobaldi e Castello di Fonterutoli e per il Cabernet dei «supetuscans» i classici Sassicaia di Incisa della Rocchetta (reduce dal premio Masi) e il Solaja di Antinori. Una «Nazionale del vino italiano», con qualche esclusione illustre (come il miglior Trapattoni), ma desiderosa di giocare bene la sua partita sul mercato e nei media. E nello stesso tour a Chicago e San Francisco ci sarà un incontro tra produttori di «Asti» e Brachetto d'Acqui e 400 ristoratori

**America 3.** Sta spopolando nelle librerie d'Oltreoceano il libro «Wine for Women», una guida all'acquisto ragionato dedicata al vino e all'universo femminile. Una donna manager in tailleur d'ordinanza spunta dalla copertina. Il risvolto spiega che, mentre gli uomini entrano nelle enoteche con idee più chiare e precise, le donne sono più curiose, non hanno paura di esplorare. Gli uomini fanno intendere di sapere già tutto, le donne invece non lesinano le domande, provano, sperimentano, si preoccupano del prezzo, a volte s'innamorano (del produttore o dell'enotecario?). L'autrice è di origine italiana: Leslie Sbrocco. Da conoscere.

Spunti e notizie dal mercato Usa con la «Nazionale del vino italiano» schierata di fronte a 9600 bicchieri

