

Hilton di New York. Brindisi all'italiana

Daniele Ministeri (February 03, 2009)

Per la "Settimana del vino italiano negli USA" le migliori cantine del bel paese si sono aperte per offrire una serata di degustazione ai newyorchesi. Non sono mancate le curiosità

Che ci fa una sputacchiera d'argento sul tavolo di uno dei più prestigiosi alberghi di New York?

A questa domanda possono rispondere le centinaia di persone che, il 28 gennaio, si sono radunate presso l'Hilton di New York per partecipare alla giornata di degustazione dei vini italiani organizzata dall'[Italian Trade Commission](#) [1]. La manifestazione, che ha occupato due piani dell'Hotel, ha dato agli avventori l'opportunità di degustare le più prestigiose etichette da Lombardia, Veneto, Abruzzo, Calabria e Toscana. I vini, disposti sulle lunghe tavolate preparate per l'occasione, sono stati offerti direttamente dai rappresentanti delle aziende. Ciò ha dato agli intenditori l'opportunità di assaggiare i migliori prodotti per poi, dopo averli riversati nelle eleganti sputacchiere d'argento, commentarne le raffinatezze e i pregi direttamente con gli artefici.

La sala più affollata era quella dedicata al "[Brunello di Montalcino](#) [2]", tra i vini più conosciuti al mondo, nonché primo vino italiano a ricevere la prestigiosa etichetta DOCG, un omaggio alla qualità e alla cura con cui viene prodotto. A promuoverne la presenza all'evento il "[Consorzio del vino Brunello di Montalcino](#) [3]" un'associazione sotto cui si sono radunate le aziende dell'area di Montalcino con lo scopo di promuoverlo a livello internazionale.

Oltre al gusto anche l'occhio ha avuto la sua parte. Passando tra i vari tavoli è stato infatti possibile ammirare le più svariate e stravaganti idee messe in pratica dai produttori per contraddistinguere le proprie bottiglie. Dall'etichetta del "Fabrizio Dionisio" caratterizzata da un sole che risplende su un cuore che spunta dalla terra, forse simbolo della passione messa nella produzione del vino dalla giovane coppia presente, all'elegante "[Diadema](#) [4]", in cui l'etichetta è sostituita dal nome del vino

critto con strass direttamente sulla bottiglia: un lusso quasi dovuto a quello che da sempre è il connubio vincente tra vino ed eleganza.

S

La trovata più originale è però orientata al grande pubblico e può ovviamente addirittura suscitare polemiche. Si tratta del "[Sopranos](#) [5]", un vino che ha ottenuto direttamente dalla popolare, ma anche tanto discussa, serie sulla mafia italo-americana i diritti per la concessione del nome.

Ma lì dove l'occhio può ingannare solo i palati più esperti sono in grado di riconoscere l'origine di molti dei vini proposti. Buona parte delle etichette presenti alla manifestazione infatti non esistono in Italia e sono prodotte ad hoc per il mercato statunitense. Solo gli intenditori sono in grado di stabilire le cantine di provenienza di queste qualità attentamente selezionate per il gusto americano.

La giornata di degustazione in realtà non è che uno dei tanti eventi organizzati dall'Italian Trade Commission (ICE) per promuovere il vino italiano negli USA. La manifestazione "Settimana del vino italiano negli USA", nella sua prima edizione, prevede infatti una lunga serie di incontri promossi dal 24 al 30 gennaio nelle città di Boston, New York e Miami.

"Vino 2009 è stata pensata per rafforzare i rapporti tra i produttori vinicoli italiani e gli acquirenti sul mercato statunitense", ci ha detto Aniello Musella, direttore dell'ICE e responsabile per gli Stati Uniti. L'organizzazione di questi eventi ha ricevuto quest'anno una particolare attenzione, dovuta alla necessità di contrastare gli effetti della crisi che sta coinvolgendo anche questo mercato. Nonostante il vino italiano sia sempre al vertice delle classifiche per quantità importata, oltre 200 milioni di litri annui, nel 2008 si è infatti registrato un calo del 6,5%.

"Nonostante la debolezza dell'economia" ha detto Lars Leicht, vice-presidente dell'azienda vinicola [Castello Banfi](#) [6] "La gente continua a gustare il suo vino, magari non la bottiglia da 100 dollari, ma qualcosa di meno costoso, perché ormai il vino è diventato parte integrante della dieta americana".

"Comprano molte più bottiglie di vino che in passato" sostiene Michael Cappadonna, vice direttore del negozio Total Wine in New Jersey, parlando dei suoi clienti "ma ora cercano vini più a buon mercato".

Da prodotto di lusso il vino sta quindi iniziando a coprire anche altri strati della società americana. Per tutti noi, intenditori e non, non rimane che comprare una bottiglia di buon vino italiano e gustarla



con calma a casa, lontano dalle sputacchiere dei grandi alberghi!

Source URL: <http://www.iitaly.org/magazine/article/hilton-di-new-york-brindisi-allitaliana>

Links

- [1] <http://www.ice.gov.it/estero2/usa/default5.htm>
- [2] http://en.wikipedia.org/wiki/Brunello_di_Montalcino
- [3] <http://www.consorziobrunellodimontalcino.it/>
- [4] <http://www.diadema-wine.com/dblog/storico.asp?m=20070901>
- [5] <http://www.bevig.com/>
- [6] <http://www.castellobanfi.com/>