





i šansa su za opskoj uniji'



SLAVNI BREN
Boscaini će u Zagrebu predstaviti najbolje što vinarija Masi ima u svojoj ponudi, uključujući i Amarone, po kojem je vinarija zaslužila svjetsku slavu i koji se prodaje u više od 90 zemalja u svijetu. Boscaini ga opisuje kao 'moderno vino s korijenima u antičkim vremenima'

Predstojeći Zagreb Wine Gourmet Weekend 19. i 20. travnja ugostit će neke od vrhunskih vinara, a najzvučnije je ime svakako Talijan Sandro Boscaini, predsjednik obiteljske vinarije Masi Agricole, čije je poznato vino Amarone proizvedeno tradicionalnom venetskom tehnikom

/NAPISAO/ MARIN ROSSI

Zagreb Wine Gourmet Weekend ugostit će poznatog talijanskog vinara i vinogradara Sandra Boscainija koji dolazi iz obitelji koja se već sedmu generaciju bavi proizvodnjom vina u talijanskoj pokrajini Veneto. Već više od 30 godina predsjednik je obiteljske vinarije Masi Agricole, koju vodi zajedno s bratom i djecom. Pod njegovim upravljanjem vinarija desetljećima kontinuirano raste s naglaskom na vino Amarone proizvedeno tradicionalnom venetskom tehnikom.

"Zahvaljujući svojoj dugoj karijeri, tijekom posljednjih nekoliko desetljeća svjedočio sam nizu važnih i zanimljivih promjena. Tih je trideset godina bilo ispunjeno intenzivnim i plodonosnim aktivnostima. Tako je vino postalo istinski međunarodni proizvod, a reakcija na vino postala je istodobno i emocionalna i hedonistička. Talijansko vino postalo je, na primjer, cijenjeno kao inovativno i elegantno, dok su vina iz regija oko Venecije prepoznata kao jedinstveni i prestižni proizvodi, u rangu s vinima iz Toskane i Piemonta. Osim toga, vinarija Masi doživjela je iznimno uspješno razdoblje rasta i napretka", kaže Boscaini.

Vinariju vodi u skladu s, kako kaže, venetskim vrijednostima kako bi sačuvalao više od tisuću godina staro venetsko naslijeđe u uzgoju vinove loze, odabirući tradicionalne sorte i njegujući tehnike pravljenja vina toga kraja. Upravo je očuvanje tih



TRADICIJA JE VAŽNA
Vinariju vodi u skladu s venetskim vrijednostima kako bi sačuvalao više od tisuću godina staro venetsko naslijeđe u uzgoju vinove loze

vrijednosti potaknulo Boscainija da radi na brendiranju cijele regije, za koju kažu da ima idealne uvjete za vinogradarstvo, udružujući se pri tom s ostalim vodećim vinarima toga kraja. Kreirali su tako koncept "Plemenita vina mletačkog teritorija", prepoznatljiv u cijelom svijetu. Tijekom godina, Boscaini je kao jedan od osnivača zaslužan za pokretanje festivala Vinitaly, jedne od najznačajnijih vinskih manifestacija u svijetu. Vinarija Masi poznata je po osmišljavanju tehnike appassimento,

kojom nastaju njihova najuspješnija vina Amarone, čiji je Masi vodeći svjetski proizvođač. Na zagrebačkom kušanju, u subotu 20. travnja u 14 sati u Centru Kaptol, u sklopu Zagreb Wine Gourmet Weekenda, predstaviti će se najbolje što vinarija Masi ima u svojoj ponudi, uključujući i Amarone - vino po kojem je vinarija zaslužila svjetsku slavu, i to 'punoljetno, iz 1995. godine.

"Budući da je vinarija Masi prepoznata kao vodeći proizvođač Amaronea, naš se >



Zagreb Wine Gourmet Weekend ugostit će vrhunske europske vinare

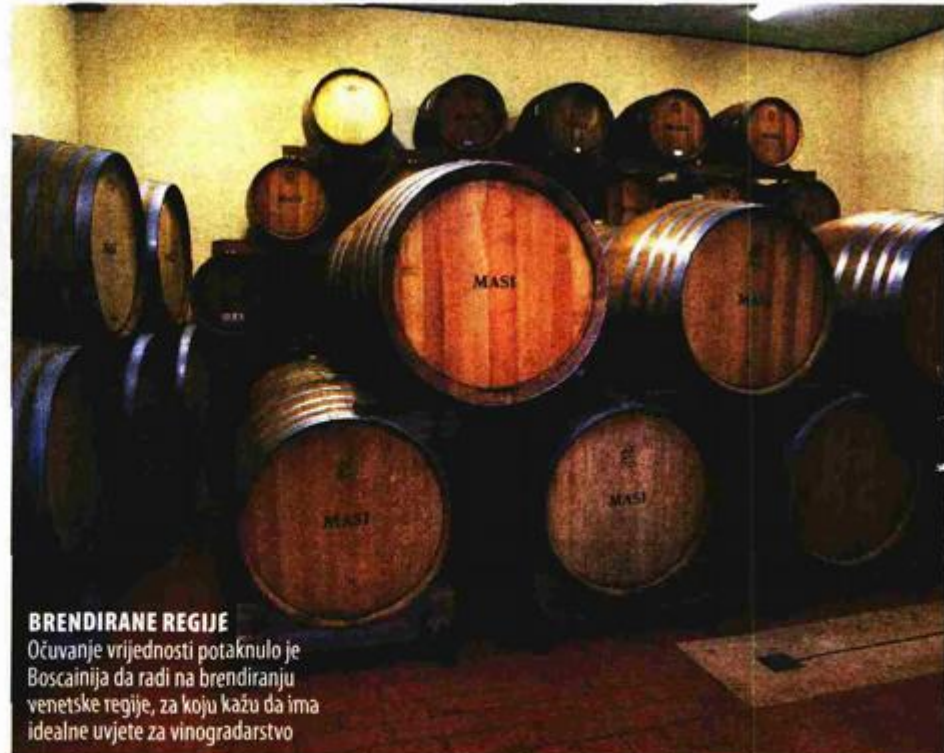
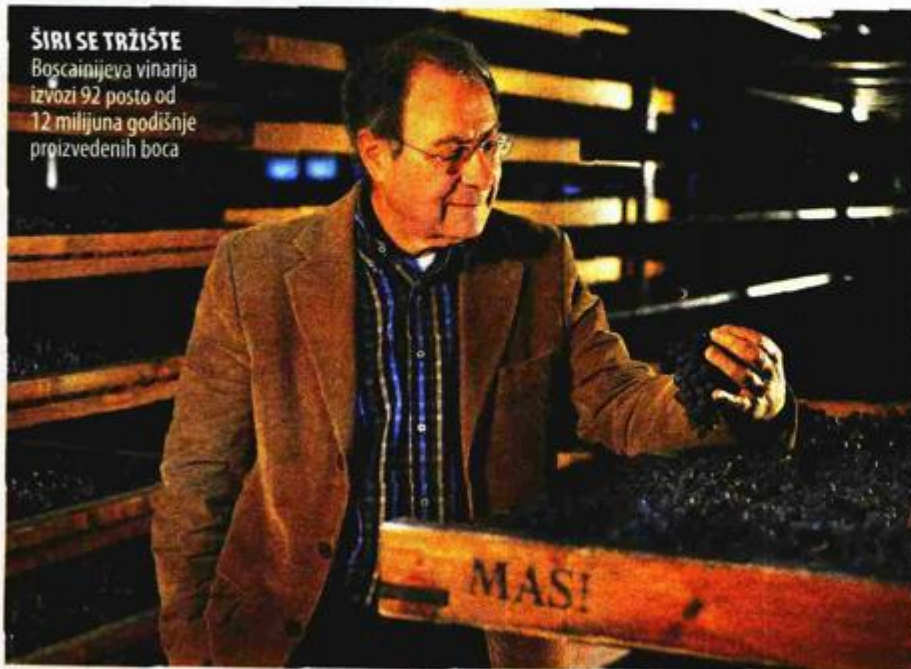
Na izlagačkom dijelu festivala moći će se kušati vina iz zemalja regije - od makedonskih, srpskih, hercegovačkih do crnogorskih i slovenskih, a predstaviti će se vinari iz Italije, Austrije, Francuske i Španjolske. Uz izlagački dio, na Zagreb Wine Gourmet Weekendu bit će organizirana brojna kušanja sa svjetskim raritetima i nekim od najznačajnijih ljudi iz svijeta vinarstva. Tako će svoja vina predstaviti Chris Blandy, danas najznačajnije ime kada je riječ o specijalnom portugalskom vinu Madeiri, s istoimenog otoka. Ovaj tridesettrogodišnjak sedma je generacija obitelji vinara koja je odigrala vodeću ulogu u razvoju Madeire te postala sinonim za kvalitetu tog zanimljivog vina, održavajući tradiciju koja seže u daleku 1811. godinu.

Utemeljitelj vinarije Madeira Wine Company, Chrisov predak John Blandy, na Madeiru je stigao prije 200 godina u želji da zaliječi slabo zdravstveno stanje. No njegova, i dalekovidnost njegova sina Charlesa Ridpatha, koji je tijekom katastrofalne epidemije pepelnice 1852. kupio veliki udio zaliha starog vina na otoku, stvorili su od Blandyjevih predvodnika tamošnjeg vinarstva tijekom sljedeća dva stoljeća, zadržavši vinariju u obiteljskim rukama. Kako je poznavateljima vina dobro znano, Madeira predstavlja jedan od najekstremnijih načina proizvodnje vina, a uz cvijeće i voće, najpoznatiji je proizvod istoimenog otoka. Zbog jedinstvenog tretmana grijanjem koji simulira tropske efekte skladišta jedrenjaka, ova su vina praktički neuništiva i spadaju u najdugovječnija svjetska vina. A to će na festivalu demonstrirati i Chris koji će posebno za ovu priliku, uz ostale, u Zagreb donijeti i Verdelho Soleru iz 1870. godine.

Vrlo interesantno kušanje održat će i Taner Ogutoglu, direktor Wines of Turkey, pod nazivom "Susret novog i starog svijeta", na kojem će predstaviti vina iz središta Grand Terroira, odakle se smatra da vinova loza potječe. O značajnosti položaja svjedoči i činjenica kako se na tom području nalazi čak 800 autohtonih sorti loze.

Kušanje će pripremiti i čovjek koji je vjerojatno najzaslužniji za svjetski uspjeh austrijskog vina, direktor Austrian Wine Marketinga Willy Klinger, koji će prezentirati vina kojima austrijski vinari osvajaju nepca vinskih zaljubljenika.

ŠIRI SE TRŽIŠTE
 Boscainijeva vinarija izvozi 92 posto od 12 milijuna godišnje proizvedenih boca

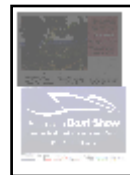


BRENDIRANE REGIJE
 Očuvanje vrijednosti potaknulo je Boscainija da radi na brendiranju venetske regije, za koju kažu da ima idealne uvjete za vinogradarstvo

najbolji proizvod prodaje u više od 90 zemalja širom svijeta. Švicarska i Njemačka su, primjerice, naša tradicionalna tržišta za Amarone. U posljednja dva desetljeća nešto bolje rezultate ostvarujemo na tržištima Kanade i SAD-a. U posljednje vrijeme sve smo prepoznatljiviji i na skandinavskim tržištima, posebice u Švedskoj. Japan predvodi tržišta na Dalekom istoku budući da već dulje vrijeme pokazuje zanimanje za naše proizvode", kaže Boscaini o svojoj vinariji koja izvozi 92 posto od 12 milijuna godišnje proizvedenih boca.

VINO S 'ILUZIJOM SLATKOĆE'

Sandro Boscaini poznat je i pod nadimkom Mister Amarone, jer je iz zaborava otrgnuo tradicionalnu venetsku tehniku nazvanu appassimento. Nakon branja, grožđe se položi u kašete od bambusa gdje se u strogo kontroliranim uvjetima, određene temperature i vlažnosti zraka, suši i do 120 dana prije tiješnjenja kako bi sačuvalo i koncentriralo okus i aromu u vinu. Rezultat je nešto povećan udio alkohola s "iluzijom slatkoće", kako mu okus opisuje Sandro Boscaini. U venetskoj regiji ta je tehnika poznata već stoljećima, prenoseći se s koljena na koljeno, a vinarija Masi pod Boscainijevim vodstvom koristi je kako bi napravila moderna vina od djelomično sušenoga grožđa, a prije svega Amarone kao najpoznatije vino nastalo tehnikom appassimento koje Boscaini opisuje kao "moderno vino s korijenima u antičkim vremenima". Lik Sandra Boscainija tako je usko povezan s ovim jedinstvenim vinom da im je slavna Kate Singleton posvetila cijelu knjigu pod nazivom "Amarone. Stvaranje talijanskog vinskog fenomena".



Hrvatskim vinarima na pragu ulaska u Europsku uniju Boscaini poručuje: "Pogledaju li se različita područja u svijetu, trenutačno je najteža situacija upravo u Europskoj uniji. Gospodarska kriza utjecala je na smanjenje potrošnje, iako u

brojnim zemljama situacija ipak nije dramatična. Zemlje koje su tradicionalni proizvođači vina, poput Italije i Španjolske, najviše su pogodene krizom i natječu se da bi zadržale udjele ne samo na domaćim nego i na tržištima zemalja na sjeveru

'Sve je više obrazovanih potrošača u potrazi za novim izrazima nekonvencionalnih zemalja kao što je Hrvatska. Stoga vjerujem kako bi se **HRVATSKA VINA** međunarodnim potrošačima morala komunicirati na razumljiv način, kako s etiketom tako i s komunikacijskom podrškom koja otvara prostor u adekvatnim tržišnim nišama', kaže Boscaini

koje ne proizvode vino. Zanimljivo je i da je sve više obrazovanih potrošača u potrazi za novim izrazima nekonvencionalnih zemalja kao što je Hrvatska. Stoga vjerujem kako bi Hrvatska trebala predstavljati vina s identitetom i snažnom osobnošću, visoke kvalitete i po povoljnim cijenama. Vina bi se međunarodnim potrošačima morala komunicirati na razumljiv način, kako s etiketom tako i s komunikacijskom podrškom koja otvara prostor u adekvatnim tržišnim nišama." ■