

SE LO CONOSCI

LO EVITI

E' il **vino quotidiano** per una larga fascia di mercato, ma per berlo bisogna fare uno sforzo titanico. Si tratta di vini aspri, **privi di profumi** che a fatica non rovinano un pasto. Si salvano i bianchi e, in particolare, il Torre Solada di Settesoli, distribuito però solo in Sicilia. A livello nazionale, vince il Castellino

di Stefania Vinciguerra

◀ Dopo averne assaggiati quasi una ventina, il team di degustatori di *Euposia* afferma solennemente che **piuttosto che bere un vino in brik conviene bere una limonata** (o aranciata, cola, tamarindo... fate voi), con qualche eccezione a confermare la regola: se si ha la fortuna di vivere in Sicilia, il Torre Solada delle Cantine Settesoli, sia bianco che rosso, è un vino onesto, corretto e che - una volta scaraffato per non portare in tavola l'orrida confezione - si può bere tranquillamente. A livello nazionale occorre puntare sul Castellino bianco, il solo definibile gustativamente "vino" tra quanto assaggiato. Eppure il mercato dei vini in brik è un mercato fiorente, che ha un giro

il vino da tavola risale agli anni Ottanta, e lo scopo era ricercare contenitori che, non alterando la natura del vino, superassero alcuni difetti del vetro: la fragilità, il peso, la difficoltà di accatastamento data la forma "cilindrica" della bottiglia e la scomodità dello smaltimento. L'attenzione delle industrie di *packaging* si è concentrata su tre tipi di scatole: i **brik** (contenitori in poliacoppiato multistrato), i **bag in box** (scatole contenenti sacchetti in materiale plastico multistrato, dotati di un rubinetto per la fuoriuscita del vino) e i **pet** (contenitori in polietilenterefalato). Dopo anni necessari per dimostrare che si tratta di confezionamenti tecnicamente validi per la conservazione del vino, che non ne alterano la composizione, è arrivata la definitiva autorizzazione nel dicembre 1991. Il decreto prevede una scadenza dal confezionamento (cosa che non esiste per le bottiglie) che è di nove mesi - prorogabili a dodici - per il brik; sei per il bag in box (che non può essere utilizzato per quantità di vino inferiore ai 3 litri) e sei per i pet, prorogabili a nove. Inutile dire che questo tipo di confezioni, per quanto possano essere valide dal punto di vista tecnico, sono difficilissime da digerire dal punto di vista estetico e levano tutta la poesia al rito del vino. Ma essendo fortemente più economiche delle bottiglie non potevano non trovare un loro spazio, ovviamente nell'ambito del consumo quotidiano. Il "merito" della diffusione del vino in brik è tutto da imputarsi alle aziende emiliano-romagnole, che hanno fatto della facilità di reperimento e di trasporto, e ovviamente del basso prezzo, un punto di forza della loro produzione. Leader incontrastato del settore la Cooperativa agricola Caviro, che è anche il primo produttore italiano di vino e che ha come marchio principe il Tavernello, il padre dei vini in brik, presente sulle tavole di 4,5 milioni di famiglie italiane. Sono oltre 100 milioni i litri di vino da tavola venduti come Tavernello bianco, rosso e rosato (un numero che supera ampiamente la produzione di vini doc), imbottigliato - se mi si passa la parola - prevalentemente in brik da 1 litro, ma anche nelle confezioni da 250cl x 3 (tris che ricorda

i succhi di frutta) e poi in bag in box da 5 litri ciascuna. Sempre alla Caviro fa capo, dopo l'acquisizione del '96, anche il marchio Castellino, che in pratica occupa la fascia un po' più alta - sopra l'euro al litro - dello stesso mercato. Caviro riunisce più di 40 cantine sociali, per un totale di 39.000 ettari di vigneto distribuiti su tutto il territorio nazionale (pari ad una superficie di oltre il 6% del vigneto italiano), che conferiscono 5 milioni di quintali di uva. È chiaro che il colosso romagnolo nella comunicazione che fa ai consumatori (dai 3,5 ai 4 milioni di euro investiti in pubblicità ogni anno) punta molto sul fatto che il suo è vino prodotto con le uve dei viticoltori associati. Addirittura, su www.tavernello.it, è possibile - inserendo alcuni numeri presenti sulla confezione - rintracciare la provenienza del vino bevuto (il nostro era un blend proveniente da una cantina di Faenza e una di Rimini). Nonostante tutte queste garanzie, dobbiamo dire che all'assaggio questo leader indiscusso ci ha deluso profondamente: certo non ci aspettavamo un grande vino, ma pensavamo che potesse raggiungere i 70/100, cosa invece molto distante dalla realtà. E pensare che recentemente è nato anche il "Club del Tavernello", fondato dal giornalista del *Giornale* Paolo Granzotto, che pretende di bere il Tavernello perché è un buon vino e per non essere succube dei giudizi di pochi critici. Contento lui! Allora molto meglio il Castellino (bianco), come abbiamo detto, se proprio si vuole supportare la Caviro (che non ha certo bisogno del supporto della stampa). Per quanto riguarda gli altri produttori, che si godono le briciole di questo fiorente mercato, bisogna dire che la trasparenza non è la norma. In alcuni casi è anche difficilissimo capire chi sia veramente il produttore, nascosto dietro sigle difficili da rintracciare. Onore al merito, invece, alle cantine siciliane Settesoli, che in brik mettono un prodotto che non sfigurerebbe affatto in bottiglia. Della serie: se la forma non ha importanza (anche perché il loro brik è davvero brutto e molto *chip* nell'aspetto), che il contenuto si faccia rispettare. A quando la distribuzione su scala nazionale? ➤



ARMILAR

BIRCO

⊕ La confezione è da 1,5 litri e la quantità è stampata bene in vista, così come la gradazione alcolica (10,5% vol). Sul fianco del brik sono riportate (in quattro lingue) indicazioni per l'abbinamento e la temperatura di servizio, insieme alla scritta "contiene solfiti". Questo marchio è fatto appositamente per il discount Lidl, ma l'azienda ha anche una linea a marchio proprio.

Il **bianco** ha colore paglierino carico con riflessi verdolini. Il naso è assente. In bocca è abbastanza acidulo e sapido.

In degustazione ⊕ ⊕⊕

Il **rosso** ha colore granato spento.

All'olfatto è davvero fastidioso, con puzze di muffa e di straccio bagnato. I difetti del naso si sentono anche in bocca, dove l'unica sensazione certa è l'amarrezza.

In degustazione ⊕ Non sufficiente

Prezzo sullo scaffale 0.89 euro (=0.60 litro)

ⓘ Condizionato da:

Quargentan S.p.A.
Sede legale: Via Valle 1
37030 Terrossa di Roncà (Vr)
Tel 045.7614033
Fax 045.7460954

Stabilimenti:

San Bonifacio (Vr) e Terrossa di Roncà (Vr)

⊕ Il fronte della confezione è elegante (per quanto possa esserlo un brik) e non riporta informazioni, che sono invece riservate ai lati: da una parte la scritta *Vino da tavola* in 10 lingue (comprese due orientali) e, in italiano, i consigli per consumo e servizio (poco leggibili in verità). Dall'altro lato quantità (1 litro), gradazione alcolica (10% vol.), codice a barre ecc.

Il **bianco** si presenta paglierino chiaro con un naso tenue di leggerissima frutta (mela) e finale dolcino (miele d'acacia). Al gusto è leggero, fin troppo acidulo.

In degustazione ⊕ ⊕⊕

Il **rosso** ha colore rubino e naso vinoso, con qualche percezione di frutta rossa e accenni vegetali. In bocca non regge e punta troppo sull'acidità, che diventa l'unica sensazione gustativa.

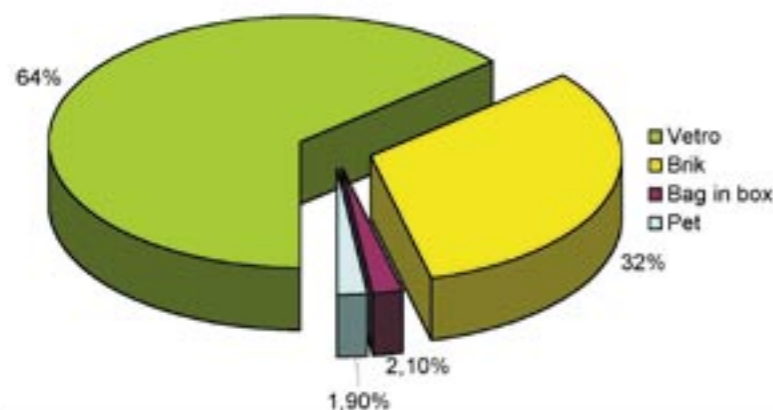
In degustazione ⊕ ⊕⊕

Prezzo sullo scaffale 1.44 euro

ⓘ Condizionato per conto di:

C.V.C. - Gruppo Cevico s.c. a r.l.
Via Fiumazzo 72
48022 Lugo (Ra)
Tel 0545.284711
Fax 0545.284931
cevico@cevico.com
www.cevico.com

Vendita di vino della Gdo suddivisa per tipologia di contenitore (anno 2004)



ampiamente superiore ai 100 milioni di litri annui venduti (e milioni di euro fatturati): secondo i dati dell'Iri *Information Resources Inc.*, il vino venduto in Italia nel 2004 attraverso il canale della Gdo (che vende il 57% del vino acquistato in Italia) era per il 32% confezionato in brik. Ed il settore è in forte crescita: prova ne sia il fatto che lo spazio riservato al vino in brik sugli scaffali della Gdo è aumentato del 50% in tre anni. Ma facciamo un salto indietro e vediamo un po' come è nato il confezionamento alternativo al vetro che spadroneggia nella Gdo nell'ampio segmento del *daily wine*. Il primo decreto che ha autorizzato, in via sperimentale, l'uso di contenitori nuovi per



CASTELLINO

☉ La confezione, di design "spaziale", riporta sul fronte la scritta *Elegante come i profumi di primavera* per il bianco e *Morbido come il profumo del rovere* per il rosso (con l'aggettivo più in grande, a caratterizzare il prodotto). Un lato del Tetra Prisma® ricorda nello stile la controetichetta di un vino in bottiglia, con richiami alle uve, agli enologi, al confezionamento per finire con suggerimenti di servizio. Gradazione alcolica 10% vol. il bianco, 11% vol. il rosso.

Il **bianco** è il più completo dei vini degustati, distribuiti su scala nazionale: il colore è paglierino pieno e brillante, il naso c'è, con leggeri sentori fruttati (mela, pesca) e floreali. La bocca è fresca, scorrevole, di media morbidezza.

In degustazione ☉ 7③

Il **rosso** è inferiore, ma comunque il miglior "nazionale" della sua categoria. Si presenta rubino, con un naso dolce anche se abbastanza piatto. In bocca è meno acido della media e rimane morbido nella chiusura.

In degustazione ☉ 6③
Prezzo sullo scaffale 1.14 euro

☉ **Condizionato da:**
C.R.V. - CAVIRO Soc. Coop a r.l.
Via Convertite 12 - 48018 Faenza (Ra)
Tel 0546.629111 - Fax 0546.629321
info@vinocastellino.it
www.vinocastellino.it
www.caviro.it



GAIOSELLO

☉ Semplicissima la confezione, senza neanche il tappo di plastica a vite (si apre tagliando l'angolo). Da un lato della scatola i soliti consigli per l'abbinamento, dove si parla anche di "spuntino occasionale" e non soltanto dei pasti. Dall'altro i vantaggi della confezione in brik. La solita scritta "Contiene solfiti" rimane sotto il codice a barre. Gradazione alcolica 10% vol.

Il colore del **bianco** è un bel paglierino brillante, ma al naso ha odori abbastanza sgradevoli e in bocca il vino rimane scomposto e molto acido, al punto da ricordare una spremuta di limone (alcolica).

In degustazione ☉ Non sufficiente
Anche il **rosso** è deludente, fin dal colore spento. Il naso è persino fastidioso e in bocca rimane amaro, con il gusto legnoso del raspo come caratteristica distintiva.

In degustazione ☉ Non sufficiente
Prezzo sullo scaffale 0.75 euro

☉ **Condizionato da:**
CON.VI.MA. s.c.a.r.l.
Località Madonnino
58035 Braccagni (Gr)
Tel 0564.329239 - 329425
Fax 0564.329539
convima.cremonini@dada.it



POGGESE

☉ Il disegno che caratterizza la scatola è piuttosto brutto ma chiarissimo, in basso c'è l'indicazione della gradazione alcolica (10,5% vol. il bianco e 11% vol. il rosso) e la quantità. I suggerimenti di consumo sottolineano che "è ideale per l'uso quotidiano in famiglia". Sull'altro lato è riportata in tre lingue (italiano, francese e inglese) la dicitura che si tratta di vino da tavola.

Il **bianco** ha colore talmente chiaro da sembrare quasi acqua (diciamo bianco carta) e il naso è piatto. Al gusto è squilibrato per acidità e sapidità, in pratica è salato.

In degustazione ☉ 6②

Il **rosso** rubino prelude ad un naso dove possiamo individuare una leggera frutta surmatura e qualcosina di vegetale. In bocca è mosso, abbastanza amaro e leva quel po' che dà all'olfatto.

In degustazione ☉ 6④
Prezzo sullo scaffale 0.79 euro

☉ **Condizionato da:**
COR.VIT - Forlì (Fc)
CAVIRO Soc. Coop a r.l.
Via Convertite 12
48018 Faenza (Ra)
Tel 0546.629111
Fax 0546.629321
www.caviro.it



RONCO

☉ Tra i vini assaggiati, è l'unico che non sia confezionato in brik ma in bag in box da 3 litri. Sul fondo della scatola, chiare spiegazioni - anche illustrate - mostrano come tirar fuori il rubinetto per il servizio (ci vuole un po' di fortuna per trovarle). Ha anche un nome proprio, "Beccaccia", sottolineato dal disegno sulla confezione, che si ripete uguale sulle quattro facce. Le poche informazioni date sul vino sono riportate sotto il nome.

Il **bianco** offre un colore paglierino molto brillante e un naso minerale e fumé. In bocca c'è un calo, per il gusto acerbo, acidulo e in fondo un po' amaro. (11,5% vol)

In degustazione ☉ 6⑥

Rubino pieno per il **rosso**, che già al naso si offre scostante, per l'odore sgradevole che fa pensare ai diluenti per vernici. All'assaggio è acidissimo e davvero inaccettabile. (11,5% vol)

In degustazione ☉ Non sufficiente
Prezzo sullo scaffale 4.89 euro (=1.63 litro)

☉ **Condizionato da:**
G.C. S.c.a.
Cantine Ronco
Via Vassura, 19
47100 Ronco (Fc)
Tel 0543.780053
Fax 0543.781581



TAVERNELLO

☉ È in assoluto il leader di mercato, su piazza da oltre vent'anni. A differenza degli altri, porta ben chiaro il nome del produttore (Caviro) e il bollo Viticoltori Tavernello, a garanzia del fatto che le uve provengono dalle vigne dei 33.000 viticoltori soci. Un lato della confezione riporta la storia di questo vino con toni atti a rassicurare il consumatore sulla genuinità del prodotto.

Solito colore paglierino brillante per il **bianco**, che presenta un naso leggerino ma corretto. In bocca non trova la sua strada, evidenziando acidità e sapidità eccessive.

In degustazione ☉ 6③

Colore rubino per il **rosso**, che offre un naso tendenzialmente pulito sebbene un po' chiuso, con minimi ricordi di frutta. Il gusto è abbastanza pungente, ma riporta la bocca allo stato neutro. (11% vol.).

In degustazione ☉ 6④
Prezzo sullo scaffale 0.84 euro

☉ **Condizionato da:**
CAVIRO Soc. Coop a r.l.
Via Convertite 12 - 48018 Faenza (Ra)
www.caviro.it
Tavernello Servizio Consumatori
Via Zampeschi 117 - 47100 Forlì (Fc)
Numero Verde 800 803315
info@tavernello.it
www.tavernello.it

LEGENDA

☉ Il Punteggio indicato sulla bottiglia è dato dalla somma del voto di Degustazione, più il voto del rapporto Qualità/prezzo e quello della Reperibilità
☉ : analisi organolettica
☉☉ : voto di degustazione in centesimi
☉☉☉☉☉ : rapporto qualità/prezzo, da sfavorevole (1) a ottimo (5)
☉☉☉☉☉ : reperibilità, da difficile (1) a ottima (5)
Il prezzo è indicativo in enoteca



TORRE SOLADA

☉ Ha una distribuzione solo regionale, nella Gdo siciliana, ed è un peccato perché sono i vini migliori. Il brik è del tipo senza tappo e porta bene in chiaro il nome delle Cantine Settesole come produttore e condizionatore. Cercando sul sito internet si scopre che il bianco è prodotto da uve trebbiano (80%) e catarratto, mentre il rosso è 100% nerello mascalese, ma queste informazioni non sono date nella confezione, dove invece si parte da Omero per arrivare alle caratteristiche dei vini.

Il **bianco** ha il colore più carico della media, giallo dorato. Al naso è quasi balsamico (menta) e mielato, con un tocco di frutta gialla. Abbastanza morbido al gusto, ha una chiusura amarognola.

In degustazione ☉ 74

Colore **rosso** rubino scarico, quasi violaceo. Naso dolce, di frutta rossa e vaniglia, di media intensità. In bocca è abbastanza vivo, con una media struttura tannica.

In degustazione ☉ 75

Prezzo sullo scaffale 1.30 euro

📌 *Prodotto e condizionato da:*
Cantine Settesoli s.c.a.r.l.
SS 115
92015 Menfi (Ag)
Tel 095.77111
pubblicherelazioni@cantinesettesoli.it
www.cantinesettesoli.it



VITINO

☉ È il più a buon mercato dei vini assaggiati, cosa evidente anche nella scatola, priva di tappo. Il disegno mostra un bicchiere di vino con dei crostacei di sfondo nel bianco e affettati nel rosso, unico "consiglio" di consumo. Di lato nessuna specifica, semplicemente la scritta Vino da tavola - Contiene solfiti - Prodotto in Italia in ben 11 lingue (tutte europee). La gradazione alcolica è per entrambe le tipologie del 10% vol.

Paglierino molto chiaro limpido e brillante questo **bianco**, con un naso fumé e fruttato, di mela acerba. In bocca è fresco, leggero, scorrevole, appena un po' scisso.

In degustazione ☉ 70

Altra storia per il **rosso**, di colore rubino scarico mattonato e dal naso putrido, con una vasta gamma di puzze. Anche in bocca è scandaloso, per il gusto acido e muffo.

In degustazione ☉ Non sufficiente

Prezzo sullo scaffale 0.49 euro

📌 *Condizionato da:*
Quargentan S.p.A.
Sede legale: Via Valle 1
37030 Terrossa di Roncà (Vr)
Tel 045.7614033
Fax 045.7460954
Stabilimenti: San Bonifacio (Vr) e Terrossa di Roncà (Vr)

LEGENDA

- 📌 Il Punteggio indicato sulla bottiglia è dato dalla somma del voto di Degustazione, più il voto del rapporto Qualità/prezzo e quello della Reperibilità
- ☉ : analisi organolettica
- ☉☉: voto di degustazione in centesimi
- ☉☉☉☉☉: rapporto qualità/prezzo, da sfavorevole (1) a ottimo (5)
- 📌☉☉☉☉☉: reperibilità, da difficile (1) a ottima (5)
- Il prezzo è indicativo in enoteca