

TerredelVino

VIAGGIARE ▶ BERE ▶ MANGIARE ▶ VIVERE MEGLIO

L'Amarone ha superato il Brunello e il Barolo per quantità e valore

I dati per all'Anteprima Amarone che si terrà a Vewrona il 28 e 29 gennaio



L'**Amarone**, la più giovane delle grandi Docg italiane (andrà in commercio col millesimo 2010), "ha battuto da quest'anno Brunello di Montalcino e Barolo, per quantità e valore". A dirlo, a Roma, in occasione della presentazione dell'**Anteprima Amarone** che si terrà a Verona alla Gran Guardia il 28-29 gennaio, è **Emilio Pedron**, volto storico del vigneto Italia, tornato presidente del **Consorzio tutela vini Valpolicella** a marzo scorso. L'Amarone, ha sottolineato con orgoglio Pedron, "è nato dopo il Brunello, e sta dimostrando di superare con successo la prova del tempo, e la crisi economica. Si tratta di un successo diffuso. Le aziende, a conferma di un buon ricambio generazionale, sono raddoppiate e il benessere è ripartito lungo tutta la filiera". Le aziende trasformatrici, precisa uno studio di Eugenio Pomarici dell'Università di Napoli, sono passate da 118 del 2004 a circa 213 del 2010. E nella campagna 2010/2011 l'uva per Amarone è stata scambiata mediamente a 2 Euro/Kg, mentre quella per gli altri vini della Valpolicella vale 1 Euro/kg. La produzione complessiva dei vini della Valpolicella è passata, dai 380 mila ettolitri del 2004 ai 420 mila del 2011 e soprattutto è cambiata la composizione dell'offerta, crescendo il peso dei vini di maggiore pregio. Nello stesso arco di tempo, infatti, la produzione di Amarone e Recioto è cresciuta dai 60 mila a quasi 100 mila ettolitri, arrivando a rappresentare quasi un quarto della produzione complessiva dei vini della Valpolicella; sono circa 12 milioni le bottiglie di Amarone. "Ora - con il blocco degli impianti, l'abbassamento delle rese da 60 a 50,

l'avvio di uno studio sulla sostenibilità, e la promozione in Nord Europa e a Mosca - vogliamo far mettere radici - ha detto Pedron - a questo successo dell'Amarone, uno dei pochi prodotti che sta continuando a crescere. Con un successo senza presunzioni e con tanta fatica - ha osservato infine il presidente del Consorzio - che rispecchia il carattere dei veneti: nessun volo sui prezzi, grande legame territoriale, e caratteristiche di dolcezza per l'appassimento che rendono piacevole, oltre che una grande esperienza, bere un amarone".

Fonte: ANSA