

NEWS VINOCIBO NEWS VINOCIBO NEWS VINOCIBO NEWS



ARRIVA IN ITALIA AMARULA!

Una grande novità è in arrivo dal Sud Africa sul mercato italiano: **Amarula**, una crema di liquore prodotta in Sud Africa a partire dal 1989. È oggi, nella sua categoria, il secondo prodotto più venduto al mondo, dopo il Baileys, con una distribuzione che raggiunge ormai tutti i continenti.

Amarula è ottenuta dai frutti di un albero – la marula, appunto – che cresce spontaneo in gran parte dell'Africa australe. Questi frutti, quando giungono a maturazione, hanno la forma e la dimensione delle nostre prugne, con una scorza di

colore giallo vivo e con una polpa bianca interna di grande profumo e dolcezza. Sottoposti a fermentazione e poi a distillazione, essi producono un'acquavite che viene affinata in legno e quindi addizionata di crema di latte, per dar luogo al prodotto finito a 17 gradi alcolici.

Amarula può essere consumata liscia, con ghiaccio o con l'aggiunta di soda. È anche base di svariati cocktail. Deliziosa come correzione del caffè, è inoltre ideale sui gelati e come guarnizione di molti dessert. Alcuni chef innovativi l'hanno infine sperimentata con successo come ingrediente per usi gastronomici, su insalate e su piatti riccamente conditi. Amarula è distribuita in esclusiva per l'Italia dalla **Fratelli Rinaldi Importatori** di Bologna (tel. 051 4217811, fax 051 242328, e-mail info@rinaldi.biz, www.rinaldi.biz).

NUOVO FORMATO PER ACQUA SANT'ANNA

Acqua Sant'Anna lancia sul mercato il nuovo formato da 1 litro di **Sant'Anna BioBottle**, appositamente creato per il mercato dei consumi fuoricasa. La strategia 2010 dell'azienda Fonti di Vinadio, produttrice di Acqua Sant'Anna Biobottle, la prima bottiglia di acqua minerale con un packaging 100% vegetale creata senza utilizzare neanche una goccia di petrolio, punta quindi molto sullo sviluppo del mercato della biobottiglia, da un lato raddoppiando i punti vendita a livello nazionale nella distribuzione moderna, dall'altro penetrando un nuovo mercato, quello del fuoricasa, per il quale è stato creato un formato ad hoc.



DUE SONO I NUOVI PRODOTTI LANCIATI DALLE TENUTE FOLONARI

La tenuta Campo al Mare, nel comprensorio di Bolgheri, è uno degli investimenti in cui **Ambrogio e Giovanni Folonari** credono molto, due corpi produttivi per un totale di circa 30 ettari vitati, piantati con le uve bordolesi tipiche della zona. Si tratta di una tenuta nuova, che ha dimostrato da subito di avere le carte in regola per produrre grandi vini, per questo alla produzione del Bolgheri Rosso si è pensato fin dall'inizio di affiancare anche un Superiore. Con la vendem-

mia 2007 esce il **Baia al Vento Bolgheri**

Superiore Doc, un merlot quasi in purezza, che vede la sua eleganza completata da un tocco di cabernet franc (5%) e petit verdot (5%). La maturazione in tonneau da 500 litri, metà di primo, metà di secondo passaggio, si protrae per 16-18 mesi e contribuisce a dare più spessore al vino. Il risultato è un colore rubino carico impenetrabile, dai riflessi bluastrati, profumi di frutta rossa matura e di macchia mediterranea sottolineati da un fine speziato. In bocca è potente e caldo con tannino levigato ed elegante.

Tanto è complesso e opulento il Baia al Vento 2007, quanto di pronta beva e grande godibilità il **Sangiovese Montecucco Doc 2008**, un vino per un consumo quotidiano, dal bouquet fruttato e fragrante, corpo vigoroso e di grande freschezza. È un vino che deriva dai vigneti di proprietà della tenuta di Vigne a Porrone, nel comprensorio del Montecucco. A chiudere il blend, col sangiovese ci sono petit verdot e alicante, due vitigni che dimostrano un animo tutto maremmano.



LAVAZZA ACQUISISCE ONDA COFFEE BREAK AD

Lavazza acquisisce **Onda Coffee Break AD** (www.onda.bg), la più grande catena di coffee shop della Bulgaria. Un nuovo tassello fondamentale nella strategia di

sviluppo internazionale di Lavazza che in questo modo amplia ulteriormente il proprio coffee shop business, che ha in portafoglio più di 350 punti vendita



nel mondo distribuiti tra Europa, Stati Uniti e Asia. L'operazione, rappresenta un importante investimento per il consolidamento della presenza di Lavazza nel mercato bulgaro, che negli ultimi anni è stato caratterizzato da una crescita significativa dei consumi di caffè espresso.