

ewh
EMILIA WINE HOME



**Casali in tour
negli Usa
e in Asia**

**Vendemmia 2022
Parla Frascari**

**Wine Hunter
Award premia
Casali**

Guardiamo avanti con fiducia

Il 2022 è stato per tutti un anno molto problematico, a causa della pandemia, non ancora definitivamente risolta, e la guerra in corso che ha compromesso gli scambi commerciali, aumentando a dismisura i costi delle materie prime e rendendo complicati i trasporti. Una difficoltà generale che ha penalizzato non solo noi ma tutte le aziende nazionali ed estere. Ciononostante abbiamo continuato a perseguire i nostri obiettivi e a lavorare con determinazione al nostro progetto di internazionalizzazione, partecipando a importanti fiere ed eventi di settore e riuscendo a siglare accordi con due importanti importatori Usa. Malgrado l'oggettiva complessità del momento, che ha inciso fortemente sulla marginalità dei guadagni, rimango ottimista sul futuro, pur con occhio attento e critico, perché abbiamo la conferma che i nostri prodotti piacciono e ne viene riconosciuta la qualità. Dobbiamo continuare ad "essere forti in casa per essere forti fuori" ovvero aumentare la nostra presenza nelle zone limitrofe della provincia reggiana, grazie ad agenti preparati, sapendo che il mercato internazionale è attento a come viene percepita un'azienda in casa propria: guarda tutta la filiera produttiva e chiede identità territoriale, due aspetti che Casali ha da sempre.

Vi auguro un sereno Natale e un radioso 2023!
Marco Fasoli, direttore commerciale Casali



Export

Casali in tour negli Usa e in Asia

**Un progetto ambizioso per l'internazionalizzazione
della distribuzione**

**Incontro diretto con
il mercato Usa**

Il dialogo con il mercato estero, attraverso la partecipazione ad eventi internazionali e incontri programmati con i professionisti del settore, non è solo necessario ma è anche l'unico strumento che può validare o smentire il progetto commerciale intrapreso dal marchio Casali. Per questo, a fine ottobre abbiamo partecipato agli eventi I.E.M. "Simply Italian Great Wines" di New York, Chicago e Los Angeles, incontrando diversi esperti del mondo del vino: importatori, distributori, retailer, ristoratori, sommelier, wine educator, figure dell'enoturismo e consumatori finali. Il loro feedback è stato più che positivo. Il brand Casali ha ricevuto apprezzamenti per la filiera produttiva, riconducibile a linee ben definite, ognuna a rappresentare un preciso set di valori aziendali, ognuna con la

propria identità e occasione d'uso. L'insieme di tutte le linee costituisce il miglior biglietto da visita aziendale e l'importatore, al primo confronto con il marchio Casali, ha già tutti gli strumenti necessari per selezionare il prodotto adatto al suo mercato. L'altro fattore gradito dai professionisti statunitensi è il nuovo modo di bere e comunicare il Lambrusco. Fino ad oggi, infatti, questo vino veniva proposto sul mercato internazionale come un prodotto economico, di bassa qualità e basso posizionamento. E i primi a dare maggiore importanza alla quantità rispetto alla qualità erano proprio i produttori. Il marchio Casali inverte questa tendenza e il mercato Usa ha dimostrato di essere pronto ad accogliere il cambiamento. L'alto posizionamento dei prodotti Casali non dipende solo dalla qualità dei vini, ma anche dalla chiara identità aziendale: la storicità del marchio, l'immagine e, soprattutto, le persone. Piace la

proposta commerciale diversificata su più linee, che consente agli importatori statunitensi di rappresentare il marchio Casali sullo stesso territorio, lavorando su linee differenti. Ne sono una prova gli accordi di distribuzione nazionale siglati, grazie agli incontri in presenza programmati durante il tour statunitense, con Leone Alato e August Imports, due importanti importatori Usa. Entrambe le relazioni commerciali sono nate sei mesi prima, portate avanti dal direttore Marco Fasoli e dall'ufficio commerciale estero. L'incontro di ottobre è stata l'occasione per iniziare la fase organizzativa che precede l'in-



serimento del prodotto sul mercato. Durante questa fase si definisce l'identità del prodotto, si affianca l'importatore nella formazione della propria rete vendita, si stabiliscono le modalità di inserimento del prodotto sul mercato, con le prime azioni di lancio e i primi feedback dalla rete vendita. È stata concordata con i due importatori una collaborazione nazionale per la distribuzione della linea 1900 e Lambrusco



Unit wine for Asia

Già dal mese di giugno sono riprese in maniera massiccia e in presenza tutte le attività di promozione del brand Casali in Asia, via via che i vari mercati asiatici seguiti da Unexpected Italian riaprono i confini. I primi paesi sono stati nell'area Eurasiatica, in particolare in Kazakistan dove Casali è presente già dal 2020. In collaborazione con l'importatore - riferisce Marco Farnè, Asia & Africa Export Manager - è stata realizzata una masterclass formativa rivolta ai distributori e retailers locali su Migliolungo, che sta ottenendo un ottimo successo per le sue caratteristiche di stile, unicità di blend e immagine. Un ottimo riscontro è arrivato anche dall'Azerbaijan dove a fine 2021 è stata inserita la linea Cantastorie da parte di uno dei più importanti importatori, principalmente attivo nel canale retail. Questo mercato apprezza soprattutto l'impronta 'dolce' del vino e ha manifestato molto interesse per la linea 1900, di cui è piaciuta l'etichetta particolarmente adatta al mercato.

A luglio è stata la volta della Corea del Sud dove Unexpected Italian ha organizzato, a Seoul, una tappa dei suoi Unit Wine Tour. Casali era presente con un intero banco dedicato, che ha permesso di presentare ben otto vini della collezione. Malbo Gentile e Malvasia dolce della linea 1900 hanno ricevuto il maggior interesse, così come Lambrusco e Pra di Bosso Storico.



in capo a Leone Alato mentre Pra di Bosso e Pra di Bosso Storico in capo ad August Imports. Entrambi gli importatori si dichiarano soddisfatti del prodotto, dell'immagine e del posizionamento e noi crediamo che essi possano concorrere al raggiungimento degli obiettivi previsti nel business plan 2023-2025, sia in termini di bottiglie vendute, sia in termini di posizionamento medio del prodotto.



Visti i segnali positivi e le potenzialità anche del mercato vietnamita, si è deciso di puntare ad un rafforzamento del brand tramite l'attivazione di nuove partnership. La tappa degli Unit Wine Tour fissata a ottobre a Ho Chi Minh City (Saigon) è stata l'occasione per presentare la gamma dei prodotti Casali con ben dieci vini in degustazione. Il grande interesse mostrato per la linea Cantastorie, molto competitiva in un mercato ancora estremamente sensibile al prezzo, permette a Casali di puntare anche al canale off-trade. Rimanendo nel sud-est Asiatico, è stata poi la volta della Thailandia con una intensa settimana di affiancamento all'importatore attivato nel 2021. Oltre alla formazione dedicata alla forza vendita, fondamentale per evidenziare le modalità di proposta dei prodotti Casali,

sono state organizzate diverse serate con food-pairing in ristoranti di cucina thai e indiana, famosi per la loro speziatura e piccantezza. Si è trattato di una scommessa vinta, grazie alla scelta apparentemente azzardata di due vini secchi come Pra di Bosso e Lambrusco rispetto a tipologie con residuo zuccherino. Le bollicine fini e l'acidità di questi due vini hanno esaltato l'aromaticità dei piatti risultando un abbinamento perfetto. Degustazioni sono state fatte sia a Bangkok che a Phuket, dove il Lambrusco è stato proposto e accolto positivamente come aperitivo nei resort e come elemento caratterizzante nei cocktails.

Ancora una volta il lambrusco si sta dimostrando come la nuova 'red sparkling experience' in Asia.



Vendemmia 2022

Ne parliamo con Davide Frascari, presidente di Casali Viticoltori e dell'Enoteca Regionale Emilia Romagna

Le previsioni erano brutte e ci si aspettava una produzione scarsa. Alla fine non è andata così male, nonostante i numeri inferiori rispetto alla vendemmia 2021. Merito della capacità adattogena di una pianta forte come la vite che ha saputo resistere, meglio di altri alberi da frutta, al clima torrido di quest'estate.

Presidente Frascari, come è andata la vendemmia 2022?

Le aspettative non erano buone e ci si attendeva una produzione molto scarsa ma le piogge tardive e la capacità della vite di adattarsi e resistere al caldo di quest'estate hanno evitato perdite più consistenti. A livello nazionale la vendemmia si è conclusa con un meno 3-4% rispetto al 2021; a livello locale siamo nell'ordine di meno 5%. Nel nostro territorio il calo più importante ha riguardato la denominazione Lambrusco mentre si segnala un leggero incremento per la varietà Ancellotta, da cui si ricava un mosto utilizzato come prodotto da taglio per altri importanti vini italiani ed esteri. Negli ultimi anni, questa varietà ha assicurato una rendita maggiore di altre e per questo una parte della superficie, tradizionalmente dedicata al lambrusco, è stata vocata all'Ancellotta. Quindi, l'aumento produttivo di questa cultivar o il minor rendimento del lambrusco sono dovuti anche a questa sostituzione. L'altra ragione per cui nel distretto Reggio Emilia e Modena quest'anno abbiamo pigiato complessivamente 150.000 quintali di uva Lambrusco in meno, rispetto allo scorso anno, è di tipo fitosanitario, dovuto alla flavescenza e al giallume delle virosi che hanno colpito i vigneti, soprattutto nelle zone di pianura. Nel complesso però la qualità è rimasta molto buona e caratterizzata da un leggero incremento del grado alcolico.

Il mercato è sempre più attento alla sostenibilità ambientale. Cosa fa Casali da questo punto di vista?

Nel distretto del Lambrusco, siamo stati la prima azienda a produrre uve con certificazione Sqnpi (Sistema di Qualità Nazionale di produzione integrata) che attesta l'utilizzo di pratiche agronomiche con limitazioni nella scelta dei prodotti fitosanitari e nel numero dei trattamenti.



Una certificazione di sostenibilità ambientale attesa e apprezzata dai consumatori. Presto usciremo con il Pra di Bosso certificato Sqnpi.

Obiettivi futuri?

Proseguire nel percorso della sostenibilità. Siamo partiti con quella ambientale ma da parte di certi paesi, soprattutto Nord Europa, Canada e Stati Uniti, c'è la richiesta forte anche per la sostenibilità sociale ed economica, ovvero la garanzia di un'equa ripartizione del reddito all'interno della filiera. Non ci deve essere solo una parte che guadagna e l'altra che perde ma il reddito deve essere equamente redistribuito fra produttori, trasformatori e addetti alla commercializzazione. Da questo punto di vista noi non abbiamo criticità ma sappiamo che nel mondo ci sono filiere produttive, come quella del caffè, dove c'è ancora sfruttamento e i consumatori non vogliono finanziare queste attività. Il nostro territorio è un modello per altre regioni: la cooperazione lavora più del 90% delle uve.

Da poco è stato eletto presidente dell'Enoteca Regionale Emilia-Romagna. Ci può parlare del suo nuovo ruolo?

L'Enoteca regionale si basa su due grandi attività: la promozione del vino e la gestione dei fondi Opcm. Con la legge regionale 46 del '93, l'Enoteca è riconosciuta come ente di promozione del vino. Perciò ci occupiamo della partecipazione agli eventi fieristici nazionali e internazionali e nel 2023 saremo presenti con i nostri associati a Vinitaly, ProWein Düsseldorf e Sigapore e altri appuntamenti. L'altra attività riguarda la gestione delle risorse a fondo perduto che la Comunità europea mette a disposizione della filiera per promuovere i propri vini fuori dai confini europei. Si tratta di una somma molto importante, 13 milioni di euro all'anno che gestiamo autonomamente come Enoteca, redistribuendoli fra gli associati, in base alle dimensioni dell'azienda, al fatturato dell'anno precedente. Quest'anno, poi, la Regione ci ha concesso ulteriori 50 mila euro che abbiamo assegnato sulla base di criteri molto precisi.



Ca' Besina Rosé Brut - Metodo Classico

*prossimamente
nel 2023*

Uno spumante Metodo Classico di alta qualità, prodotto con cuvée di uve Lambrusco dell'area di Scandiano, fermentato a temperatura controllata in acciaio, prima della rifermentazione in bottiglia con successivo affinamento sui lieviti per almeno 48 mesi. Il Ca' Besina Rosé Brut è un vino che conquista: di colore rosa salmone, dai bagliori ramati con perlage fine e persistente, ha un bouquet, intenso ed elegante, caratterizzato da sentori di crosta di pane e pasticceria insieme a note di piccoli frutti maturi, come ribes, fragoline di bosco e melograno, con piacevoli fragranze di scorza di pompelmo e rosa canina. Un gusto fruttato intenso che risulta fresco sul finale e che si abbina bene ai piatti di pesce, alla tartare di salmone come all'anguilla in guazzetto.

Due prestigiosi riconoscimenti per due pregiate etichette firmate Casali Viticoltori. Al Wine Hunter Award, il premio di eccellenza del Merano Wine Festival, il 2019 Invernaia Millenovecento Edition Emilia Igt ha vinto il premio Gold nella categoria vini rossi e il 2016 Ca' Besina Brut Colli di Scandiano e di Canossa Doc ha con-

Wine Hunter Award 2022

A Casali Viticoltori i premi Gold e Rosso

quistato il premio Rosso nella categoria spumanti. Un risultato di grande soddisfazione per l'azienda di Scandiano. Il premio viene assegnato annualmente a prodotti vitivinicoli e culinari, distillati e birre, sia nazionali che internazionali, che vengono attentamente valutati da una commissione di esperti guidata da Helmut Köcher in persona, patron del Merano WineFestival.

Invernaia è la linea più recente di vini fermi di Casali Viticoltori che racchiude in sé i valori del territorio della provincia reggiana. Il nome evoca l'evoluzione e la maturazione in cantina durante l'inverno, un'attesa necessaria per ottenere vini di qualità che l'azienda produce in un numero limitato di bottiglie. L'Invernaia Millenovecento

Edition Emilia Igt, vincitore del premio Gold, è un rosso dal colore rubino intenso, composto da 50% Malbo Gentile, 30% Cabernet Sauvignon, 20% Merlot. Matura per più di un anno in barrique, con affinamento finale in bottiglia per alcuni mesi.

Il Ca' Besina Brut Millesimato, che si è aggiudicato il premio Rosso nella versione Ca' Besina Brut Colli di Scandiano e di Canossa Doc del 2016, è stato il primo metodo classico dell'Emilia-Romagna. Ottenuto dal

vitigno autoctono Spergola in purezza, viene affinato per almeno quattro anni sui lieviti prima di essere rifermentato in bottiglia. È

una delle migliori espressioni del vitigno bianco Spergola. Il nome deriva dal ritrovamento, durante gli scavi per la costruzione dell'attuale cantina, di una lastra datata tra il 50 a.C. e il 50 d.C. riportante l'incisione "Ca' Besina", nome di un'importante famiglia patrizia. La linea oggi si compone del Brut Millesimato, vincitore del Wine Hunter Award, e dai Pas Dosé e Rosé Brut, quest'ultimo ottenuto da un blend di vitigni autoctoni del territorio.

"Siamo molto orgogliosi dei riconoscimenti ricevuti da Casali Viticoltori al Wine Hunter Award - ha detto il direttore commerciale Marco Fasoli - Le etichette premiate rappresentano la tradizione e l'innovazione nella produzione dei vini del nostro territorio".



Collaboratori

Sherpa Wine, sulle vette del gusto



Paolo Faccini è titolare dell'agenzia di rappresentanza Sherpa con sede a Verona. Un nome non scelto a caso ma ispirato al gruppo etnico delle montagne del Nepal, tradizionalmente ingaggiato per le spedizioni himalayane. "Come le guide dell'Himalaya accompagnano sulle più alte cime del mondo, così noi abbiamo l'ambizione di accompagnare i nostri clienti sulle più alte vette del gusto". Da circa un anno Faccini collabora con Casali nell'area della provincia di Verona e di Vicenza, una zona dove il consumo dei prodotti emiliani deve trovarsi spazio, non senza una certa difficoltà,

fra rossi come Ripasso e Valpolicella, bianchi come Custoza, Lugana e Soave, e i grandi vini trentini e altoatesini. "Il Lambrusco, almeno fino a qualche tempo fa, veniva percepito come un prodotto leggero, di buon prezzo, da bere fresco, ma qualitativamente senza pretese. Fortunatamente, grazie al grande lavoro di ricerca e di qualità intrapreso da Casali, anche i vini emiliani cominciano ad essere scoperti e apprezzati, soprattutto per il loro forte legame con il territorio". Anche per questo l'agenzia Sherpa ha scelto il Lambrusco come testimonial. "Un prodotto trascinatore, che

emoziona e fa da apripista per gli altri prodotti del gruppo. Dopo le prime vendite di Lambrusco, infatti, i nostri clienti ordinano sempre altre etichette, per il rapporto di fiducia e la credibilità che si è guadagnata Casali e per la versatilità dei suoi vini". Così a poco a poco stanno entrando tutte le linee Casali anche in Veneto, dal Pra di Bosso al Lambrusco amabile, fino alle bollicine. "Si identificano come prodotti artigianali che esprimono il rapporto fra il lavoro della terra e quello del banco di assaggio di un ristorante, di un bistrot o di un'enoteca. Un rapporto che si percepisce già alla prima



degustazione". I vini Casali si sposano molto bene con le nuove tendenze del gusto che segnano un ritorno alla cucina tradizionale leggermente rivisitata e non snaturata. "Un cacio e pepe, così come un grande culatello, una mortadella o un gorgonzola di alta qualità si abbinano benissimo con il Lambrusco, che riscopre profumi e sapori che avevamo perso".



Collaboratori

Paolo Varesi rappresentanze nelle terre verdiane

Anche per Paolo Varesi, agente di commercio di Parma e collaboratore di Casali dal 2016, non è stato facile penetrare con i vini reggiani nelle terre verdiane. "Abbiamo dovuto affrontare lo zoccolo duro dei vini che vanno per la maggiore in questa zona, come la Malvasia e il Lambrusco di Parma, prodotti di qualità non eccelsa ma che hanno condizionato il gusto". Paolo Varesi Rappresentanze segue i clienti Horeca in tutta la provincia e la città, dal ristorante stellato alle pasticcerie,

enoteche, wine bar, trattando il lambrusco e gli altri vini di Casali e delle cantine del gruppo, in particolare Pra di Bosso, Migliolungo e le ultime linee di Invernaia. "Quest'anno il mercato, per certi aspetti, è più complesso degli anni precedenti e, pur avendo fatturato molto nell'ultimo trimestre, tutto è andato a rilento, registrando un vero e proprio crollo per i piccoli imprenditori. Tuttavia i vini piacciono e cresce l'interesse per quelli più particolari, insoliti e identitari, come il Pra di Bosso o

il Migliolungo, dove asperità e rusticità danno il meglio di sé in prodotti dalla forte personalità". Parma è la capitale italiana di consumo pro capite delle bollicine metodo Charmant, dalla spumantizzazione in autoclave di acciaio al metodo classico della rifermentazione dei lieviti in bottiglia. "In questo mercato cerchiamo di entrare con il Ca' Besina e la Spergola metodo classico, attraverso un intermediario come l'oste che dobbiamo preparare perché possa presentare al meglio le caratteristiche di questi

vini di altissima ricerca". Per Varesi, il lavoro di restyling che il direttore di Casali, Marco Fasoli, ha voluto sulle grafiche delle etichette è molto importante "perché una fetta di consumatori sceglie anche in base all'estetica della bottiglia. Fasoli è sempre molto propositivo, coerente e lungimirante e lavorare con Casali è garanzia di una costante crescita professionale. Un gruppo affiatato, sempre presente alle nostre problematiche. Per me è come una grande famiglia".

Due ricette per il Ca' Besina Pas Dosè

Panettone gastronomico

Bello, fantasioso, conviviale e giocoso. Soprattutto, goloso. È il "panettone gastronomico", versione salata del tradizionale dolce di Natale e, come questo, immancabile protagonista delle tavole di fine anno bandite a festa. Uno scenografico cilindro di pan canasta (specie di pan brioche), cotto nei tipici stampi del panettone classico, tagliato a fette orizzontali e farcito a piacere a strati alternati e poi di nuovo diviso in spicchi. Ideale come appetizer di benvenuto o come antipasto fra i piatti di portata, il panettone gastronomico incontra tutti i gusti, grazie alle mille possibilità di farciture. Con salumi, formaggi, salse, mousse, pesce e verdure.

Qualche idea? Con prosciutto crudo, scaglie di Parmigiano Reggiano e rucola è un classico, con maionese, arrosto di tacchino, insalata mista e pomodoro è appetitoso, con salsa rosa, uova e gamberetti è stuzzicante. Per chi ama il pesce: salmone affumicato e panna acida profumata con scorza di lime grattugiata e pepe rosa e guarnita con erba cipollina sminuzzata.



Ingredienti

500 gr farina Manitoba	20 gr lievito di birra
120 gr latte	2 tuorli d'uovo
100 gr acqua	10 gr sale
70 gr burro	1 o 2 cucchiaini di zucchero

Preparazione

Mettete in un recipiente 200 gr di farina e il lievito precedentemente sciolto nel latte.

Lavorare gli ingredienti fino a ottenere un impasto omogeneo, quindi coprire con uno strofinaccio umido e lasciare lievitare per un paio d'ore.

Unire all'impasto la farina rimasta, il burro, i tuorli, lo zucchero, l'acqua e il sale.

Impastare bene per almeno 10 minuti fino a quando il composto non risulterà morbido e denso.

Coprire nuovamente con uno strofinaccio umido e lasciare lievitare per circa un'ora.

In seguito, con le mani unte di olio o di burro, riprendere l'impasto e metterlo in uno stampo di circa 20 centimetri di diametro e 30 centimetri di altezza.

Preriscaldare il forno a 180° e infornare per 40 minuti circa, controllando che non si bruci. Lasciare intiepidire e sfornare su un piatto.

Fare riposare per un giorno e poi tagliarlo orizzontalmente a fette sottili (da un panettone alto 30 cm si dovrebbero ricavare circa 10-12 fette).

Farcire a piacere e mettere in frigo. Mezz'ora prima di servire, tagliare verticalmente a spicchi.



Danubio salato di Natale

È uno dei rustici tradizionali della cucina partenopea. Ha la forma di un albero di Natale, è soffice, morbido e profumato ed è formato da piccoli panini di pan brioche ripieni di prosciutto cotto e formaggio filante o altri ingredienti a piacimento, come noci e gorgonzola oppure salmone affumicato e zucchine. Ma si può giocare con la fantasia e il gusto personali per creare altri accattivanti abbinamenti. L'origine di questa ricetta è legata a due leggende: la prima attribuisce la nascita del Danubio salato alla zia austriaca del celebre pasticcere napoletano Scaturchio, l'altra rimanda all'epoca dei Borbone e al matrimonio tra Ferdinando I e Maria Carolina d'Asburgo Lorena e alle influenze culinarie dei cuochi viennesi. Se le origini di questo appetitoso piatto sono dubbie, la sua bontà è, al contrario, una certezza. Una volta servito al centro della tavola, ogni pallina si deve staccare rigorosamente con le mani!

Ingredienti

600 gr farina Manitoba o zero	1 cucchiaino zucchero
2 uova	10 gr sale
60 gr burro ammorbidito	q.b. prosciutto cotto
280 ml latte	1 tuorlo (per spennellare)
4 gr lievito di birra secco (o 8 gr fresco)	q.b. granella di pistacchi (o mandorle)

Preparazione

Per prima cosa, dedicarsi al pan brioche salato: in una ciotola versare il latte tiepido insieme allo zucchero e al lievito di birra, lasciarlo sciogliere per qualche minuto e mescolare. In un altro recipiente sbattere leggermente le uova e incorporarle al latte e lievito. Mescolare, unire la farina Manitoba e impastare con la punta delle dita.

Quando gli ingredienti sono ben amalgamati, aggiungere il burro e il sale.

Impastare energicamente per almeno 10-15 minuti per ottenere un impasto elastico, poi coprire la ciotola con la pellicola alimentare e farlo lievitare fino al raddoppio di volume.

Poi rovesciarlo su un piano da lavoro ben infarinato e sgonfiarlo delicatamente.

Staccare 16 piccole porzioni di impasto da 60-70 grammi l'uno, farcire e richiuderli con le mani per formare un panino rotondo. Foderare una teglia con la carta da forno e formare l'albero di Natale mettendo il primo panino

in alto per fare la punta, più sotto posizionare due panini, poi altri tre più in basso, quindi quattro, cinque panini e l'ultimo utilizzarlo per fare il tronco.

Coprire il Danubio salato con un canovaccio e lasciarlo lievitare ancora per circa un'ora. Poi spennellarlo con il tuorlo e cospargerlo con la granella di pistacchi o di mandorle.

Cuoce in forno già caldo, in modalità statica a 180° per circa 25 minuti o fino a raggiungere una bella doratura.

Il Danubio di Natale si conserva morbido per 2-3 giorni coperto da una campana di vetro o dalla pellicola trasparente ma si può anche congelare dopo la cottura.



Panettone e Pandoro Scarpato

Il sapore unico dell'artigianalità

Quattro impasti, 72 ore di lievitazione, materie prime di altissima qualità, una morbidezza e un sapore inimitabili. Dalla tradizione dell'alta pasticceria veronese nascono lievitati d'eccellenza caratterizzati da una morbidezza e una fragranza che non hanno uguali. Sono i panettoni, i pandori e le altre dolcerie di Scarpato, storica azienda artigianale con sede a Villa Bartolomea (Vr). Il segreto di tanta bontà? Da oltre 100 anni il loro lievito madre viene custodito e rinfrescato tre volte al giorno, consentendo ai lievitati di sprigionare gusti e profumi distintivi. E poi, gli ingredienti sono di primissima scelta: le farine sono ad alto contenuto proteico, adatte alle lunghe lievitazioni; il burro di pasticceria, dal gusto dolce, è ottenuto dalle migliori panne fresche per impasti più soffici; lo zucchero è 100% italiano e da agricoltura sostenibile; le



creme sono fatte a mano e si fondono con l'impasto rendendolo unico e irresistibile. In più, le eleganti confezioni realizzate artigianalmente trasformano queste delizie in meravigliosi doni da regalare a Natale.

Panettoni e pandori sono declinati in tanti gusti diversi. Dai classici lievitati ai golosi farciti, dalle varianti vegane ai gusti più elaborati e insoliti, frutto dell'incontro fra tradizione e

creatività. Nella collezione dei Classici, eccellenza selezionata per Emilia Wine Home le ricette tramandano da generazioni il sapore autentico dei tradizionali pandori e panettoni, morbidi, soffici, con o senza uvetta e canditi, con o senza glassatura. Il panettone *Classico Gourmet* sprigiona l'aroma dolce dei canditi d'arancia ed è ricoperto con una croccante glassa di amaretto, granello di zucchero e mandorle italiane. La collezione *Spirits* celebra l'incontro fra soffici impasti e pregiati alcolici, come la *Vodka* nel panettone *Cosmopolitan*, arricchito da mirtilli rossi e ispirato ad uno dei cocktail più raffinati al mondo. Nel panettone *Grappa Amarone barrique* la crema a base di grappa sprigiona le sue note fruttate esaltate dall'uva sultanina che guarnisce l'impasto. Ma ci sono anche i panettoni *Rum & Cioccolato* con scaglie di fondente, e *Gin Lemon*, con limone di Sicilia candito. La linea *Excellence* porta in tavola il gusto avvolgente delle creme home made. Lo si sperimenta nel panettone alla *Gianduia*, alla *Crema Pasticcera*, al *Pistacchio verde di Bronte Dop*. Nella collezione *DolceSale* la dolcezza dell'impasto si unisce agli accenti salati che risvegliano il palato nella versione con pistacchio di Bronte e in quella con caramello, entrambi arricchiti con gocce di cioccolato fondente. I capolavori della collezione *Pasticceria* sono per i palati più golosi: panettone *Strudel*, con piccoli pezzi di mela, uvetta sultanina e cannella; *Cheesecake* con una leggera crema al formag-

gio nel cuore dell'impasto più i cranberries; *Tiramisù* farcito con crema al mascarpone e profumato al caffè. La linea *Chocofruit* unisce frutta e cioccolato, la *Gold* è caratterizzata da sapori raffinati: panettone *Marron Glacé*, anche in formato mini, monorigine *São Tomé* con fave di cacao, con amarene Toschi e crema pasticceria, al limone di Sicilia, al caffè 100% arabica di Colombia. La golosità delle creme artigianali caratterizza anche la linea *Pandori & Sapor* nelle varianti al pistacchio verde di Bronte Dop o al cioccolato monorigine *São Tomé*. *Specialità* aggiunge ai grandi lievitati della tradizione il fondente extra, sia nel pandoro, sia nel panettone, anche nella variante con canditi di arancia di Sicilia e cedro Diamante. Infine, la collezione *Gustoso & Leggero* comprende *Dolce Natale Vegan*, con zucchero di canna, fibre di avena, proteine di soia e uvetta, *Dolce all'olio extravergine d'oliva*, ricco di gusto e privo di lattosio, il nuovo *Panettone Integrale* e *Gocce* con farina integrale e gocce di cioccolato fondente, e *Panleggero* senza zuccheri aggiunti, con uvetta sultanina nel morbido impasto.



ewh
EMILIA WINE HOME

n. 8 – dicembre 2022

Proprietà
Emilia Wine S.c.a.
Via 11 Settembre 2001, 3
Arceto di Scandiano (Re)

Progetto e coordinamento editoriale
Fruitecom - Stefano Malagoli,
Giulia Michelini, Luca Speroni

Testi
Rita Bertazzoni

Foto
Marco Parisi

Progetto Grafico
RED Creative Company -
Claudio Piccinini

Stampa
Grafical

Con il contributo di:



Le cantine di Emilia Wine

