

IL Live in

CONTEMPORARY ART

Lis edizioni - bimestrate - anno 7 - n° 35 - agosto 2016 - Euro 10,00 - Poste Italiane s.p.a. Spedizione in Abbonamento Postale - 70%



official magazine of NYITALIANS

Men's Code
Coco&Co
Gourmet
Cigar Room
Green

Enologia creativa



by Bruno Petronilli

Ottimo vino e brillanti idee. Si potrebbe sintetizzare così il progetto "The Wine Gurus" di Casa Rojo, che ha come principale filosofia quella di trarre il meglio da uve autoctone: ogni vino appartiene a una zona della Spagna ben precisa con un territorio e clima caratteristici che si rispecchiano poi nel vino. Un viaggio attraverso le principali uve monovarietali spagnole.

Il metodo di lavorazione delle uve è il più naturale possibile rispettando le caratteristiche del vitigno. Il team di Casa Rojo è composto da 15 professionisti come enologi, sommelier, designer che pensano e realizzano ogni vino dalla scelta della vigna fino all'immagine di ogni singola bottiglia.

Casa Rojo, ovvero enologia creativa a tutto tondo: come il Cava brut Moltó Negro, la pecora nera degli spumanti, uno dei pochi Cava che utilizza uva Trepát (per una naturale sfumatura rosata nel colore), insieme ai più classici Xarel·lo e Parellada. Nella gamma di Casa Rojo anche fanno capolino l'Invisible Man (Rioja - Tempranillo 100%), nella cui l'etichetta del 2013 c'è un elegante Lord a sottolineare la raffinata vinificazione di questo Tempranillo, con utilizzo di lieviti indigeni di uve bianche. Per l'annata 2014 l'Uomo invisibile è in equilibrio su una corda (un dolce di liquirizia): il vino, infatti, è perfettamente in equilibrio tra la tostatura del legno e i sentori di liquirizia. Cura per i dettagli: il materiale usato per l'etichetta permette alle gocce di vino di scivolarci sopra senza macchiarla.

Macho Man Monastrell (Jumilla da uve 100% Monastrell) è il vino iconico dell'azienda ed è stato selezionato come miglior vino nella sua categoria in Spagna in sette diverse competizioni internazionali: molto equilibrato, rotondo e potente, l'annata 2014 segue una linea rock e fresca. L'etichetta dell'uomo macho vuol rappresentare il tipico uomo Murciano e sembra voler essere una caricatura di uno dei fondatori ed enologo di Casa Rojo, José Luis Gomez. Ovviamente ogni anno le etichette subiscono un restyling: si era partiti con baffi e pizzetto fino ad arrivare alla folta barba hipster per l'annata 2014. Il vino è "cresciuto", anno dopo anno. Ogni altra etichetta di Casa Rojo, come il Maquinon (Garnacha Negra in purezza), l'Alexander Vs The Ham Factory (100% Tempranillo), oppure El Gordo del Circo (un Verdejo grasso con esuberanti quantità di mela, pesca, albicocca ed erba fresca) conferma questa mirabile liaison tra tradizione e modernità. L'ultima etichetta, La Marimorena, è un vino oceanico, data la provenienza delle uve Albarino dal comune galiziano di O Rosal, che si affaccia sull'Oceano Atlantico. L'effigie? Una lisca di pesce declinata in stile "sailor tatoos" per l'annata 2015. Casa Rojo, quando vale la pena essere differenti. ■

Excellent wine and brilliant ideas. One could synthesize the project "The Wine Gurus" Casa Rojo, whose main philosophy is to make the best of native grapes: each wine belongs to a very specific area of Spain with a territory and characteristic atmosphere that is then reflected in the wine. A journey through the main Spanish mono-varietal grapes.

The grape processing method is as natural as possible while respecting the characteristics of the grape. Casa Rojo team consists of 15 professionals as enologists, sommeliers, designers who think and realize each wine from the choice of the vineyard to the image of each bottle.

Casa Rojo, or creative enology in the round: as the Cava brut Moltó Negro, the black sheep of sparkling wines, one of the few that uses grape Trepát Cava (for a natural pinkish tinge in color), along with the most classic Xarel·lo and Parellada. In the range of Casa Rojo also peep the Invisible Man (Rioja - Tempranillo 100%), in which the label 2013 is an elegant Lord to underline the refined winemaking of this Tempranillo, with indigenous white grape yeast. For the year 2014, the Invisible Man is balancing on a rope (a sweet licorice): the wine, in fact, is perfectly balanced between the toasting of the wood and the liquorice. Attention to detail: the material used for the label allows drops of wine to slip down without smears. Macho Man Monastrell (from grapes 100% Monastrell Jumilla) is the iconic wine company and was selected as the best wine in its category in Spain in seven international competitions: very balanced, round and powerful, the 2014 vintage follows a line rock and fresh. The macho man label wants to represent the typical Murciano man and seems to be a caricature of a founder and winemaker of Casa Rojo, José Luis Gomez. Of course, every year the labels undergo a makeover: you started with a mustache and goatee up to the hipster bushy beard for the year 2014. The wine is "grown", year after year. Every other label Casa Rojo, as the Maquinon (Garnacha Negra in purity), the Alexander Vs The Ham Factory (100% Tempranillo), or El Gordo Circus (a Verdejo fat with exuberant amounts of apple, peach, apricot and grass fresh) confirms this wonderful liaison between tradition and modernity. The last label, The Marimorena, is an oceanic wine, given the provenance of Albarino grapes from the Galician town of O Rosal, which overlooks the Atlantic Ocean. The effigy? A declined fishbone style "sailor tatoos" for the year 2015. Casa Rojo, when it pays to be different.