

Almaviva

Valle de Maipo, Baron Philippe de Rothschild, Chile



| | |
|---------------------|---|
| Kategorie: | Rotwein |
| Rebsorten: | Cabernet Sauvignon, Carmenère, Cabernet Franc, Petit Verdot, Merlot |
| Geschmack: | trocken |
| Kurzbeschreibung: | elegant, frisch |
| Alkohol: | 15 vol. % |
| Serviertemperatur: | 16 - 18 °C |
| Servierempfehlung: | zu gegrilltem Rind- oder Lammfleisch und Wild |
| Verfügbare Formate: | 0,75 Liter |
| Artikel-Nr.: | 10 50 41 |

Charakteristika

In der Nase findet man reife, schwarze Johannisbeere mit Anklängen von Pflaumen und Brombeeren, in Kombination mit feinen mineralischen Noten. Zudem zeigen sich Tabak, Kakao, Orangenschale und etwas Vanille. Im Gaumen sind die Tannine sehr gut strukturiert mit einer schönen Säure. Der Wein wirkt kraftvoll und elegant zugleich mit einem langen Nachhall.

Klima/Terroir

Die Trauben stammen aus dem Maipo Valley, aus Puente Alto. Einer Region, die seit über 20 Jahren als Ideal für den Anbau von Cabernet Sauvignon gilt. Die charakteristischen Merkmale sind die steinigten Böden, kalte, regnerische Winter und im Sommer große Unterschiede von Tag- und Nachttemperaturen. Ein revolutionäres unterirdisches Bewässerungssystem ermöglicht zudem die exakte Bewässerung der Reben zur Erzielung der bestmöglichen Qualität.

Ausbau

Alle Trauben werden von Hand in kleine Kistchen geerntet, sofort in die Kellerei gebracht und bei kontrollierten Temperaturen vergoren. Der junge Wein ruht an die 40 Tage auf der Maische, um den Beerenhäuten ein Maximum an Aromen und Tanninen zu entziehen. Danach wird er zur Reife für 18 Monate in französische Barriques gelegt.

Das Weingut

Die Kooperation von Baron Philippe de Rothschild mit dem chilenischen Vorzeige Erzeuger Concha y Toro begann 1997 mit der Vision, die besten Terroirs Chiles und die Bordelaiser Weinkultur zu einem Wein der Spitzenklasse zu vermählen. Dafür gründete man das Weingut Viña Almaviva im Maipo Valley. Der Name spielt auf den schürzenjagenden Grafen Almaviva aus Beaumarchais' „Hochzeit des Figaro“ an, der Mozart zu seiner berühmten Oper inspirierte. Als Markensymbol wählte man den „Kultrun“, ein Kultzeichen der chilenischen Mapuche-Indianer.

