



News & Wine



2013, l'anno dell'export

L'export fa crescere le vendite e passa nel 2013, dal 65% del 2012, al 67%. Ecco come si è chiuso l'anno per i vini di Montalcino, un fatturato da 165 milioni di euro, un punto percentuale in meno sul 2012 (167 milioni), dovuto al calo della produzione, che si è attestata su 12.730.000 bottiglie. Diminuite del 12% le bottiglie di Brunello (8.100.000), -4% per il Rosso (4.300.000), stabile il Moscadello (40.000) e -19% per il Sant'Antimo (290.000). E se la produzione cala, crescono le esportazioni, soprattutto in Usa, salite dal 25% al 28%, nei mercati asiatici (15%) e in centro America (Brasile, Messico, Panama, Venezuela), che rappresenta il 10% del totale esportato.



Agenda

Vota la mattonella 2015

Work in progress per la "mattonella" 2015. È stato lanciato oggi, primo giorno di "Benvenuto Brunello", il concorso che vede "gareggiare" le idee, i disegni e le interpretazioni degli alunni della Scuola primaria di secondo grado di Montalcino della celebre mattonella che, nella città del Brunello, a partire dal 1992, ha creato una singolare galleria d'arte a cielo aperto, fuori dal Palazzo Pubblico. "Un'idea che promuove e unisce Montalcino, un territorio - spiega Giampiero Pazzaglia, direttore del Consorzio del Brunello - che non è solo vino".



Cultura & Paesaggi

Internazionale e coraggioso, il Brunello che piace

Poliglotta, dell'elevatissimo standard qualitativo, fatto di equilibrio e rispetto per il territorio, capace di fare scelte coraggiose, come ad esempio quella della riduzione delle rese a beneficio della qualità e interessato a investire sul territorio. Ecco il Brunello di Montalcino che piace sui mercati mondiali e italiani e che traina anche la crescita del giro d'affari del settore enoturistico a Montalcino (ristoranti, alberghi, enoteche). Un terziario che ha chiuso il 2013 registrando il +5%, passando dai 29 milioni di euro del 2012 agli oltre 30 milioni nel 2013. Una performance positiva che si lega all'importanza, per il territorio, della quota di vino acquistata direttamente in cantina, consumato nei locali di Montalcino e comprato nelle enoteche, che, nel complesso, anche quest'anno registra il 18% del totale. Se aumentano le presenze di turisti a Montalcino, sia italiani sia stranieri, i periodi più "gettonati" si confermano essere i mesi tra gennaio e agosto. A incidere maggiormente sulla crescita sono stati soprattutto gli arrivi stranieri (in particolare da Usa, Uk, Germania, Brasile, Belgio, Francia, Canada), circa 3.000 in più sul 2012. "A Montalcino agricoltori e produttori sono divenuti col tempo imprenditori con una forte vocazione internazionale - spiega Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio del Brunello - capaci di reinvestire sul territorio le risorse realizzate in anni di lavoro. Ciò ha fatto sì che le aziende, molte guidate da giovani imprenditori, abbiano investito nelle strutture produttive, si siano dotate di strutture per l'accoglienza dei turisti, e quindi nei servizi. Questo processo ha creato un circolo virtuoso che si sta trasformando in un'industria turistica di alto livello". Mentre sulle caratteristiche del Brunello 2009, Bindocci spiega: "è elegante, piacevole e con tannini morbidi, adatto a rispondere alle richieste di un mercato che si rivolge sempre più alla qualità. I produttori sono stati abili nel garantire all'annata le caratteristiche che rendono il Brunello unico".

Uomini & Terra

Montalcino: un brand da 700 milioni

I simboli del made in Italy nel mondo vincono anche grazie all'immagine e c'è un territorio, Montalcino, che, proprio all'immagine e alla visibilità del brand Brunello, deve 700 milioni di euro. A dirlo, su richiesta della Montalcinonews, una stima dell'Ufficio Studi della Camera di Commercio di Monza e Brianza. Solo 16 anni l'Università Bocconi di Milano valutava il "marchio" 500 miliardi di lire. Dalla tutela delle tradizioni ai capitali stranieri approdati a Montalcino, dalla conservazione del paesaggio agli investimenti tecnologici, gli ultimi 30 anni sono stati un'opportunità di sviluppo per tutto il territorio e il presupposto per la creazione di meccanismi virtuosi che affrontano competitivamente il mercato grazie anche al legame indissolubile che c'è tra Brunello e territorio fatto di storia, cultura, paesaggio, innovazione e rispetto delle proprie origini.



Degustazioni in anteprima
Brunello di Montalcino annata 2009 ★★★★★
Brunello di Montalcino Riserva 2008 ★★★★★
Rosso di Montalcino annata 2012 ★★★★★

Soci@l

Bb 2014: la cena di gala

Una scenografia, quella del Chiostro del Museo di Montalcino, sublime, affascinante e seducente, degna di un banchetto principesco. Proprio qui, questa sera, tra statue lignee, affreschi e dipinti di scuola senese, andrà in scena la ormai tradizionale cena di gala. Il protagonista è senza dubbio il nuovo nato di Montalcino, il Brunello 2009, che giornalisti e produttori festeggeranno.

Storia & Attualità

Vino & Arte. Montalcino è i suoi vini in ogni sfumatura

E se il mondo dell'arte e del vino si unissero per raccontare il contemporaneo, l'arte e la storia? Forse ne nascerebbe una sfida, tra eccellenze, capace, magari, anche di contaminare più settori. A Montalcino i linguaggi del vino, intesi come performance del territorio, si fondono con architettura, storia, tradizione e innovazione e si "abbinano" ai tesori dell'arte. E' in quest'ottica che la Fortezza di Montalcino, il simbolo della città, si abbina con il Brunello: un vino per certi aspetti "roccioso", austero e destinato al lungo invecchiamento. E se la Fortezza è il Brunello, l'Antico Palazzo Comunale non può che essere il Rosso di Montalcino, un vino che rispecchia pienamente il carattere cittadino con la sua verve acida, come la sagacia degli abitanti di questo colle che domina la Val d'Orcia. Poco oltre si erge la Madonna del Soccorso, il simbolo del culto Mariano, che ritrova la sua sacralità nell'abbinamento con il Moscadello, un vino dolce che qui sostituisce il Vin Santo nelle funzioni religiose. Misticismo e fede, che si fondono nell'Abbazia di Sant'Antimo, in uno dei luoghi più suggestivi della Toscana sposano il Sant'Antimo Doc, un vino dagli "influssi" francesi che rimanda alla leggenda di Carlo Magno.



iBrunello.

