

## News & Wine



### Gambelli loves Brunello

Nel 2015 a "Benvenuto Brunello" l'assegnazione della targa commemorativa e dell'assegno da 1.500 euro al vincitore del Premio "Giulio Gambelli". La presentazione del premio, nato nel 2012, che va all'enologo e non al vino, o ai vini, proposti, si è tenuta oggi a Vinitaly nello spazio del Consorzio del Brunello di Montalcino. Al via anche la caccia al miglior enologo under 35 che deve rispondere a un solo requisito: essere il più "gambelliano" di tutti. "Giulio Gambelli conosceva - ha commentato Patrizio Cencioni, vicepresidente del Consorzio - ogni cantina di Montalcino e ricordava caratteristiche di tutti i vini, fino alle più impercettibili sfumature".



## Agenda

### Montalcino e il dolce nettare

La coltivazione della vite e la produzione di vino sono una questione che riguarda di Montalcino da sempre. Ma la storia della vite, qui, non è sempre stata legata al Brunello. Fino alla fine dell'Ottocento Montalcino era conosciuta per il Moscadello di cui notizie arrivano dal Seicento. Oggi, a portare avanti la tradizione restano solo 13 cantine (Banfi, Camigliano, Capanna, Caparzo, Caprili, Col d'Orcia, Il Poggione, La Poderina, Mastrojanni, Mocali, Sasseti Livio-Pertimali, Tenute Silvio Nardi e Villa Poggio Salvi) a produrre ancora il dolce nettare cantato dal Redi.

## Cultura & Paesaggi

### Lavoro, stranieri e melting pot: così Bonomi

È Aldo Bonomi, uno dei più importanti sociologi italiani, che si occupa delle dinamiche sociali, antropologiche ed economiche dello sviluppo territoriale, ad intervenire su uno dei temi caldi che riguardano il mondo del vino e i territori come Montalcino: gli immigrati e il loro lavoro tra i filari. "Straniero è una "parola magica", importante, una parola che produce a volte anche paura - dice Bonomi. Che usiamo in termini positivi, come quando parliamo della conquista dei mercati stranieri, quando siamo capaci di fare globalizzazione, e ne siamo entusiasti. A volte, invece, questa parola evoca un senso di "invasione", come nel dibattito sempre aspro attorno all'immigrazione. Dal mio punto di vista, questa parola rappresenta una sola cosa: opportunità. È un'opportunità quando si presenta come "braccia", che, non dimentichiamo, sono uomini e quindi dobbiamo stare molto attenti a ragionare su chi lavora nella nostra agricoltura e nei nostri territori. E poi ci sono - spiega il sociologo - i nuovi residenti, stranieri che, stanziandosi in quei luoghi, seguono il percorso del vino, perché il vino, lo sappiamo, ha la capacità di ridisegnare un territorio e la sua immagine, in distretti come Montalcino o come quello del Prosecco, dove anche i meccanismi produttivi rendono bello il paesaggio. A conferma di come il vino non sia solo un progetto commerciale, ma anche una forma per stabilire nuove reti di convivenza, nei lavori e nel mercato. Oltre che - conclude - un potente veicolo di immagine e turismo per i territori". Ed è proprio quest'ultimo concetto che Montalcino ha fatto suo, da sempre. Un territorio, quello del Brunello, che, oltre ad essere uno dei simboli dell'enologia italiana nel mondo, è esempio di accoglienza e integrazione razziale, a tutti i livelli: dagli stranieri che arrivano per cercare lavoro nelle cantine di Brunello a chi, quelle cantine le compra. Un piccolo melting pot che in questa comunità di poco più di 5.000 abitanti sembra funzionare perfettamente.

## Uomini & Terra

### La storia vista attraverso una bottiglia

Se sono i libri, quelle affascinanti fonti di sapere e conoscenza, a raccontare la storia, le tradizioni e l'evoluzione dell'uomo nei secoli, cos'è capace di raccontare la vita di un vino come il Brunello che fa, della sua longevità, il tratto stilistico fondamentale, se non proprio le vecchie annate e le bottiglie che ne conservano la memoria? Entrare in una cantina di Brunello, a volte dei veri e propri caveau blindati, dove i produttori conservano le bottiglie storiche dell'azienda è un'esperienza davvero suggestiva e affascinante. E quando, poi, si ha il privilegio di stappare alcune di quelle bottiglie polverose e gustare quei vini che parlano di tempi passati, del lavoro della natura e dell'uomo e dell'evoluzione del vino e di chi lo ha prodotto, sembrerà come di trovarsi in una antica biblioteca a sfogliare antichi volumi che raccontano la storia del mondo.



CONSORZIO DEL VINO  
BRUNELLO DI MONTALCINO  
**Vinitaly** Pad 9 - Stand B6

### Vini in degustazione

Brunello di Montalcino annata 2009 ★★★★★  
Brunello di Montalcino Riserva 2008 ★★★★★  
Rosso di Montalcino annata 2012 ★★★★★

## Soci@l

### Consuntivo 2013

Il Brunello tiene e, in alcuni casi, accelera in volumi sull'export (70% nel 2013) e in valore (in media -1% sul 2012, ma ci sono realtà che hanno registrato il +5%) toccando un fatturato complessivo di 165 milioni di euro. "Un volano per il territorio grazie - spiega Ripaccioli, vicepresidente del Consorzio del Brunello - alla riconoscibilità del brand in cui la flessione di bottiglie (-3%) dimostra le scelte di qualità di Montalcino".



CONSORZIO DEL VINO  
BRUNELLO DI MONTALCINO  
**Vinitaly** Pad 9 - Stand B6

## Storia & Attualità

### Trimestrale di cassa: parlano i produttori di Brunello

Un'annata non semplice ma con un sentimento positivo e un obiettivo chiaro: arrivare alla quota del 70% di export. Ecco il "primo trimestre" per le etichette di Brunello di Montalcino che continuano a credere, e a investire, sull'esportazione anche in questo primo scorcio di 2014. "Un anno che è iniziato - spiega Enrico Viglierchio, Banfi - seguendo il filone del 2013: c'è un consolidamento e si vedono delle buone performance soprattutto sulla fascia medio alta dei nostri prodotti, sia in Italia che all'estero". L'annata in commercio, il 2009, "abbastanza apprezzata dalla critica" come sottolinea Patrizio Cencioni, Capanna, per alcune cantine registra una partenza delle vendite "stabile", nel primo trimestre, mentre per altre è "a rilento" come spiegano Caprili, La Mannella e Ciacci Piccolomini che sottolinea "l'importanza dei tour promozionali all'estero per far conoscere la nuova annata". Se l'esportazione continua "a tirare" le vendite, anche le caratteristiche del Brunello 2009, "più pronto da bere, rispetto ad altre annate", come sottolinea Francesco Ripaccioli, Canalicchio di Sopra, si pongono sul mercato con una valenza commerciale, soprattutto nella ristorazione, molto interessante.

