

News & Wine



Renzi saluta il Brunello

“Il vino è l’unico punto di contatto tra senesi e fiorentini che può funzionare”. Così il premier Matteo Renzi, oggi a Vinitaly in tour tra le cantine della Toscana, ha ironizzato sull’antica rivalità delle due città passando di fronte agli stand di una delle griffe leader dell’Italia del vino e di Montalcino, la Castello Banfi, e quella della Vernaccia di San Gimignano delle principesse Guicciardini Strozzi, come si può vedere anche dal video della Montalcinonews. In uno scambio di battute con il management della Castello Banfi, che gli offriva un bicchiere di Brunello di Montalcino, Renzi, mentre gustava pane e prosciutto, ha esclamato: “il problema non gli è i bere, gli è i ribere”.



Agenda

Appuntamenti di Brunello

Archiviato “Vinitaly”, il Consorzio guarda oltre: a maggio volerà in Brasile per portare il “re del Sangiovese” al Wine Tasting (che si sposta, poi, in Russia in giugno, in Italia a giugno e ottobre, in Giappone a novembre e in Cina a dicembre) e al Simposio Master of Wine di Firenze. Sempre a maggio è prevista la presenza di Montalcino e del suo nettare a Hong Kong per Vinexpo. Per giugno è in programma “Presentazioni” e, per l’occasione, il Consorzio volerà a Londra. A settembre, invece, è la volta di “Incoming Enotech Vinarius” Italia e Inghilterra, questa volta a Montalcino.



Soci@l

Brunello soci@l, i numeri

Vinitaly 2014 chiude i battenti e il Consorzio del Brunello di Montalcino tira le “somme” attraverso i suoi profili sui social network che hanno fatto vivere, in diretta, anche a chi non era presente, i momenti più interessanti del Vinitaly secondo i Brunello lovers. La pagina Facebook ha coinvolto 26.383 fan, Twitter 2.582 follower, Brunello Blog oltre mille internauti e il canale YouTube ha raggiunto quota 39.109 visualizzazioni.

Cultura & Paesaggi

Vinitaly: il Brunello è sempre più “in”

Contatti buoni, molto estero, Asia e tante pubbliche relazioni. Ecco la fotografia di Vinitaly 2014 scattata dai produttori del Consorzio del Brunello di Montalcino che, nella quattro giorni, hanno incontrato tanti clienti, anche nuovi, di mercati consolidati come Usa e Germania ma anche di Paesi dell’Est Europa e, appunto, gli asiatici. Una dimostrazione che l’attenzione dei mercati esteri verso la denominazione crea contatti e contratti importanti che poi si riflettono positivamente anche in molti altri parametri: dai flussi del turismo enogastronomico, al valore dell’export del prodotto, passando per la conoscenza del territorio fino ad arrivare al valore economico della zona di produzione che, come riporta oggi l’Ansa, riprendendo uno studio commissionato dalla Montalcinonews all’Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, vale 700 milioni di euro. Il Brunello è una “fetta” importante del brand legato all’immagine e alla visibilità di alcuni dei principali prodotti vinicoli tipici italiani, che, nel complesso, come stima, in occasione di Vinitaly, l’Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, vale oltre 11,5 miliardi di euro. E, il Brunello, a Vinitaly, “è tornato a fare business - spiega Luca Belingardi (Villa Poggio Salvi) - con piccoli segnali positivi che arrivano anche dal mercato Italia, mentre l’estero si conferma un polmone molto importante per tutta la denominazione”. Un “buon pubblico e conferme dagli importatori” per Elia Loia (Palazzo) e per Maria Laura Brunelli (Gianni Brunelli). Mentre un altro aspetto importante, oltre ai contratti, che in alcuni casi sono stati firmati in fiera, è il rinnovato interesse per i vini di Montalcino, che non diminuiscono la propria attrattiva ma, anzi, come sottolinea Violante Gardini (Donatella Cinelli Colombini) “coinvolgono sempre più persone e addetti ai lavori che hanno confermato ogni appuntamento e arrivando con la voglia di conoscere tutte le nuove sfumature della Toscana enoica”.

Uomini & Terra

“The duel of wine”: Brunello c’è

C’è anche Montalcino nel “road movie” che corre sulle strade dei più prestigiosi territori del vino del mondo dal titolo “The duel of wine”. A rappresentare Montalcino, nel film Charlie Arturaola, sommelier uruguayano con l’Italia nel cuore, poliglotta e “attore del vino”, già protagonista, tra gli altri, del film “El Camino do Vino” incoronato, nel 2012, “comunicatore dell’anno” da VeronaFiere, è l’etichetta di Brunello Mastrojanni. La cantina di Riccardo Illy entrerà nella trama “noir” tra enogastronomia e paesaggi mozzafiato che, oltre che in Toscana, sarà girato anche a Montefalco, nella terra del Sagrantino, e in Piemonte, a Barolo. Per gli Usa protagonista la Napa Valley, per la Francia Bordeaux e per il Sud America l’Uruguay. La trama? La storia del sommelier che perse il palato, per poi ritrovare i suoi sensi più forti e sviluppati che mai ...



Vini in degustazione

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

Storia & Attualità

Vino, Resort e turismo: Massimo Ferragamo racconta

“Non c’è altro posto in Toscana, la mia terra del cuore, che abbia una denominazione importante come il Brunello e di fronte all’unione di questo vino con un paesaggio unico e irripetibile non puoi non appassionarti e ... decidi di investire”. Così Massimo Ferragamo - presidente della Ferragamo Usa, la società che dagli anni Cinquanta si occupa di distribuire i prodotti del marchio nel Nord America - racconta alla Montalcinonews l’acquisizione in terra di Brunello. “Una realtà in crescita anche nel 2013, è quella del Resort di Castiglion del Bosco - prosegue - dove arrivano dai 12 ai 15.000 ospiti all’anno e che, durante la stagione, offre un impiego a 170-200 persone: qui siamo abituati ad una clientela straniera che vuol essere coccolata, per questo abbiamo creato una struttura in grado di esaudire ogni desiderio o esigenza”. Ma da Massimo Ferragamo arriva anche un consiglio per Montalcino e la sua comunità: prendere esempio da realtà meno fortunate per incrementare il turismo: “la scommessa - dice - è quella di trovare attrattive che, insieme al Brunello, riescano ad invogliare non solo gli enoappassionati ma un turismo più ampio e differenziato”.

