

## News & Wine



### Il fascino di un rito

È una vecchia foto che evoca un viaggio a ritroso nel tempo (1970) in cui al "Greppo" lo scrittore Mario Soldati, grande narratore della cultura eno-gastronomica italiana, si affascina al magico rito della ricolmatura delle "Riserve". Con lui Tancredi Biondi Santi e un giovane Veronelli, che di Soldati raccolse il testimone, e che, forse ispirato dall'evento, trovò la formula della "degustazione perfetta", che vale la pena cercare per una vita: "ogni assaggio di Brunello - qualsiasi cru - mi ricorda Mahler", confessando che era "millanta volte meglio suggerire al lettore musica, canto, poesia" di un vino e non puntigliose espressioni enoiche.

**Piombaia**  
Montalcino  
Rossi - Cantini  
Azienda Vitivinicola - Agriturismo www.piombaia.com

## Agenda

### Brunello al top per WS

C'è Montalcino sul podio dei migliori produttori del Belpaese di "OperaWine: Finest Italian Wines, 100 Great Producers", lista stilata da Wine Spectator, unico responsabile alla scelta dei "Top 100" d'Italia, per "Anteprima Vinitaly" 2012 (Verona, 24 marzo: operawine.com). Tra i magnifici 100 produttori d'Italia, ci sono 9 aziende di Brunello - Altesino, Casanova di Neri, Castello Banfi, Tenuta Col d'Orcia, Nardi, Siro Pacenti, Tenuta Greppo (Biondi Santi), Mastrojanni, Valdicava - e altre 5 con cantine a Montalcino (Allegriani, Antinori, Gaja, Frescobaldi, San Felice).

## Soci@l

### Come è andata?

Cala il sipario oggi su "Benvenuto Brunello": quattro giorni in cui il territorio di Montalcino, con 141 cantine, ha presentato, in anteprima, a giornalisti, operatori, enotecari, ristoratori e buyers italiani e stranieri, la vendemmia 2007 (oltre alla Riserva 2006 e al Rosso 2010), nella raffinata Sant'Agostino e nel cinquecentesco Palazzo Pieri. Come è andata? Scrivete commenti e impressioni su [info@montalcinonews.com](mailto:info@montalcinonews.com)

**FABIO PAPINI**  
IMPRESA DI PULIZIE  
Via Matteotti, 4 - Bronconverto - Siena - Tel. e Fax 0577 807188  
E-mail: [info@pupapfabio.it](mailto:info@pupapfabio.it)

## Cultura & Paesaggi

### Local e global: Brunello nel territorio e nel mondo

Brunello, le due facce di un vino-icona: local, perché simbolo del sogno toscano e di un territorio tra i più desiderati dai wine lovers italiani e stranieri - che qui vengono per l'arte, la storia, la cultura ed i paesaggi, ma anche per fare scorta di bottiglie; global, perché marchio famoso nel mondo, capace di esportare ben il 65% della produzione e tra i più venduti sul web, come documentato da eBay. Montalcino è un territorio che tutti vorrebbero venire a visitare, per vedere da vicino dove nasce quel vino che delle proprie origini lascia traccia in ogni bicchiere: un richiamo talmente potente che in molti hanno addirittura deciso di trasferire qui le proprie vite, i propri affetti e le proprie abitudini, per lavorare in una delle tante professioni legate alla produzione del Brunello. E proprio il territorio è uno dei canali più importanti per la vendita del Brunello: tra enoteche e ristoranti a Montalcino viene venduto e consumato sul posto il 16% della produzione totale. Ma il Brunello è anche un importante alfiere dell'enoologia made in Italy nel mondo, corteggiato da tanti vip che si dichiarano suoi ammiratori (tanto da arrivare spesso a decidere di produrne uno proprio), da sempre presente sulle tavole dei Capi di Stato. Il 65% della produzione del Brunello si vende all'estero: sono gli Stati Uniti, da sempre, il primo mercato di riferimento (il 25% è destinato al mercato "a stelle e strisce"), seguiti da Germania, Svizzera, Canada, Inghilterra e Giappone. Ma accanto ai "big spender" si fanno strada nuovi mercati emergenti, come India e Cina. Il Brunello è anche cliccatissimo sulla rete, ormai luogo d'elezione per condividere le proprie passioni, specialmente sui social network. Ma è anche il vino italiano più acquistato, accanto ai Supertuscan, nel più grande bazar on line del mondo, eBay (stando ad una recentissima indagine), da appassionati e collezionisti a caccia di annate e griffe particolari.

## Uomini & Terra

### Giudizi/2: i critici stranieri

Othmar Kiem, firma di "Falstaff", racconta che il Brunello 2007 avrà successo sul mercato: "un vino - spiega - forse senza la longevità del 2006, ma non tutti i vini devono essere per forza longevi, perché vanno anche bevuti...". Per il Master of Wine inglese Tim Atkin il 2007 è senz'altro "un'annata buona, caratterizzata da grande espressività e alcol ben bilanciato". Steven Spurrier (Decanter) afferma: "ho assaggiato il Rosso 2010 e mi è piaciuto, molto buono e fresco. Ma la mia preferenza va alla Riserva 2006: grande profondità e ricchezza, è meravigliosa!". Per Mayumi Nakagawara, che scrive per la rivista giapponese "Winart", il Brunello 2007 non è un'annata da invecchiamento, ma è molto piacevole. La 2006, invece, è molto interessante e variegata, con picchi di eccellenza. Così alcune delle firme straniere, ieri e oggi, a Montalcino.



**Massimiliano Cappelli**  
Montepulciano - Siena Catering

**Podere Brizio**  
Produzione Brunello di Montalcino  
DI ROBERTO BELLINI E PATRIZIA MAZZI

## Storia & Attualità

### Giudizi/1: i critici italiani

E i giudizi dei più importanti critici italiani venuti a Montalcino? Enzo Vizzari (L'Espresso): "mi sembra ci sia un'identità del Brunello che vada salvaguardata, pur essendo legittime le diverse interpretazioni: c'è chi preferisce un'impostazione tradizionale, chi preferisce renderlo più bevibile e accessibile subito". Secondo Ernesto Gentili (L'Espresso): "se c'è un'annata che meritava la Riserva è proprio il 2006: grande profondità e longevità, caratteristiche che non sempre riscontro. Con questa Riserva e con il 2007, Montalcino ha davvero molte carte da giocare". Per Gianni Fabrizio (Gambero Rosso): "credo fermamente che il Brunello sia la Docg più omogenea, in termini di qualità, della Toscana. Ci sono 20, 30 aziende, forse anche di più, che sfornano tutti gli anni vini fantastici". Gigi Brozzoni (Veronelli): "la denominazione risente, purtroppo, un po' del dibattito di questi anni. Tutti i produttori sembrano intimoriti dal prendere iniziative, dal mostrare una personalità distinta". Giancarlo Gariglio (Slow Food): "il 2006 era atteso, e le impressioni sono state molto positive".

