



News & Wine



Destinazione mondo

Il Brunello si conferma grande viaggiatore: nel 2011, nonostante la difficile situazione economica internazionale, il vino di Montalcino ha tenuto nei mercati di tutto il mondo, con un incremento del fatturato del 10% sul 2010, attestando così il giro d'affari del distretto su 155 milioni di euro. Confermate le posizioni sui principali Paesi di riferimento: in testa svettano gli Usa, seguiti da Germania, Svizzera, Canada, Inghilterra e Giappone. Da segnalare la performance del Rosso (con 4,5 milioni di bottiglie vendute, contro i 3,2 del 2010). Cresce intanto l'interesse di altri mercati - Nord Europa e Asia - che però registrano numeri ancora relativamente bassi.



Agenda

Montalcino, valori top

Ai primi posti nella classifica italiana dei valori fondiari: secondo i dati Inea, i vigneti di Brunello valgono 350-450.000 euro per ettaro, uno dei valori più alti in assoluto, mentre nel 1967, anno della costituzione del Consorzio del Brunello, un ettaro vitato e/o vitabile valeva 1,8 milioni di lire, pari a 15.537 euro (cifra ottenuta con il calcolo dei coefficienti Istat). È dunque pari al +2.153% la percentuale di valorizzazione di un ettaro coltivato a Brunello dal 1967 a oggi. E se si guarda agli immobili, con 3.000 euro al mq Montalcino si colloca tra le location "top price" della Toscana.

Soci@l

Una data da ricordare

Il vero primato del Brunello? Nel 1932 la Commissione del Ministero dell'Agricoltura decise che si poteva chiamare Brunello esclusivamente il vino prodotto e imbottigliato nel Comune di Montalcino, un territorio con un microclima ottimale e particolare struttura fisico-chimica. Insomma, una sorta di Doc ante-litteram. Lo sapevate? Scriveteci a info@montalcinonews.com



Cultura & Paesaggi

Montalcino Master Class cinesi a scuola di Brunello

Un vero e proprio "corso di specializzazione" sul Brunello, destinato a sommelier, buyers e importatori cinesi: ecco l'innovativa idea di marketing del Consorzio di Montalcino, che lancia un'iniziativa di alto profilo per formare gli ambasciatori del Brunello sul mercato internazionale, in primis quello cinese. La Montalcino Master Class prevede tre moduli formativi di un giorno per un numero limitato di partecipanti, che riceveranno una valigetta contenente video, mappe, depliant, bicchieri e bottiglie. Si tratta di un progetto del tutto inedito per l'Italia, che mira a formare e fidelizzare il segmento di operatori più a contatto con le importazioni e le vendite del vino nei ristoranti e nei negozi di alto livello. Il target è composto da assaggiatori e sommelier che magari hanno assaggiato il Brunello, ma non ne conoscono profondamente le specificità. "Dopo la Montalcino Master Class in Cina sono previsti corsi in altri Paesi" annuncia il direttore del Consorzio Stefano Campatelli. Iniziative simili sono infatti in preparazione in Europa e in America, per lanciare le tre annate a 5 stelle che sono state appena immesse sul mercato (Brunello 2007, Brunello Riserva 2006, Rosso di Montalcino 2010). Molto curata la preparazione dei supporti didattici, un kit su misura che comprende otto scatole trasparenti (due per ogni zona di Montalcino) e due calici in cristallo da consegnare a ogni corsista. Sono prodotti da RCR Cristalleria Italiana (che compartecipa al progetto), specificamente disegnati per Brunello e Rosso di Montalcino. E poi mappe e depliant - già pronti in cinese - video sulla storia, il territorio, le specificità produttive, il servizio e gli abbinamenti gastronomici dei vini montalcinesi, taccuini da degustazione e vini da assaggiare alla fine di ogni lezione. L'esame finale del corso, che consente agli organizzatori di valutare l'apprendimento raggiunto, offre un premio ai più bravi: un viaggio a Montalcino per visitare le cantine di produzione.

Uomini & Terra

Era solo una speranza...

"Quando misi piede a Montalcino per la prima volta ero prevenuto. Da buon piemontese mi chiedevo: possibile che questo Brunello possa fare concorrenza a Barolo e Barbaresco? Ovviamente mi dovetti presto ricredere". L'enologo che, accompagnato da un pizzico di scetticismo, arrivò nel 1977 a Montalcino era Ezio Rivella, chiamato dai Mariani, famiglia italo-americana che ha fondato la Castello Banfi. Rivella non sapeva ancora che avrebbe svolto un ruolo determinante nella storia di questo vino. "Mi resi subito conto - racconta Rivella, oggi presidente del Consorzio del Brunello - che c'erano le premesse per realizzare grandi cose. C'erano alcune aziende storiche ma tanto territorio era abbandonato. Comprai 3.000 ettari di terreno a 3,5 milioni di lire a ettaro, cifra che oggi fa sorridere. Ma allora il Brunello era solo una speranza".



Storia & Attualità

Da Henry Fonda in poi, gli americani stregati dal Brunello

Un amore che nasce da lontano, quello tra gli americani e il Brunello. Henry Fonda, uno dei più celebri attori di Hollywood, arrivò a Montalcino nei primi anni '60, innamorandosene perdutamente, ben prima che il Brunello diventasse un fenomeno mondiale. L'attore conobbe Montalcino perché nel 1957 si sposò con la baronessa Afdera Franchetti, appartenente ad una nobile casata imparentata con i Rothschild. Ma la famiglia Franchetti era anche profondamente legata a Montalcino: la sorella di Afdera, Lorian, aveva infatti sposato Loffredo Gaetani d'Aragona Lovatelli, proprietario di Argiano. Da allora, l'amore degli americani per Montalcino è cresciuto in maniera esponenziale negli ultimi decenni. Gli Stati Uniti rappresentano storicamente il primo mercato di riferimento per il Brunello: il 25% dell'export, una bottiglia di vino su quattro, vola negli Usa. E cresce anche il numero dei turisti d'oltreoceano che volano nei territori in cui il Brunello nasce, attratti dalla possibilità di vedere da vicino i vigneti e le cantine, ma anche dai paesaggi, dalla storia, dalla cultura e dalla cucina di quest'angolo della Toscana.

