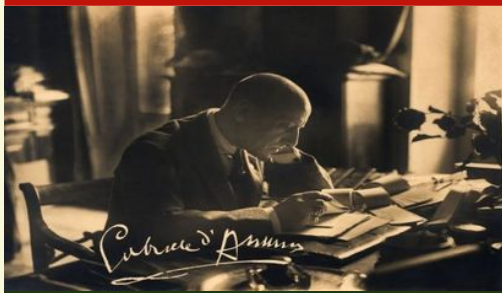




## News & Wine



### Montalcino per D'Annunzio

“Un altro è di Montalcino, alto, svelto e duro come una torre della sua rocca. E stando egli in piedi con una berretta da podestà, scopro dietro di lui la cruda terra senese, vedo lo sfondo della Val d'Orcia mutua e severa, con le sue crete, con le sue rupi, con i suoi cerri”. Sono i versi che Gabriele D'Annunzio dedicò al torpediniere montalcinese Achille Martinelli nel libretto “La beffa di Buccari”. Nel 1918 D'Annunzio, insieme a lui e ad altri 28 uomini, fu protagonista della celebre impresa in cui fu silurato un piroscafo austriaco nella baia di Buccari. Per il Vate, un'occasione per scrivere della terra di Toscana, di cui era innamorato.



## Agenda

### Brunello-mania a Tokyo

Un angolo di Montalcino a Tokyo: è l'osteria “Bru.sta” ([www.brusta.com](http://www.brusta.com)), sigla che sta per “Brunellista”, uno degli indirizzi più cool della capitale giapponese. Tutto merito del proprietario, Tsunashige Nishiyama, che rimasto folgorato dopo un viaggio a Montalcino, ha deciso di promuovere il Brunello tra i suoi connazionali. Qui, tra tavoli e arredi rigorosamente made in Toscana, tutti fanno la fila per degustare Brunello e mangiare ribollita ascoltando l'opera. Nella carta dei vini oltre il 70% delle etichette arriva da Montalcino, con 60 produttori diversi.



CONSORZIO DEL VINO  
BRUNELLO DI MONTALCINO

## Cultura & Paesaggi

### Vinitaly, Brunello “sprint” su tutti i fronti

Contatti commerciali con buyer da tutto il mondo, visibilità mediatica, possibilità di farsi conoscere direttamente da eno-appassionati e consumatori finali: nella sua edizione 2012 Vinitaly, con 80.000 visitatori nei primi due giorni, si conferma l'evento più importante per i produttori di vino italiani, ed un palcoscenico imprescindibile per un grande marchio come il Brunello. Ma qual è il bilancio di quest'anno? A tracciare un primo resoconto è Ezio Rivella, presidente del Consorzio: “abbiamo avuto una forte presenza di operatori italiani ieri e stranieri oggi, in particolare americani ed europei. Ma non sono mancati i mercati asiatici, a cui il Brunello guarda con molto interesse. È soprattutto la Cina, il mercato che più guardiamo con attenzione, nell'ottica di mettere in campo azioni strutturate di marketing per conquistare i gusti e le attenzioni di questi nuovi consumatori”. E se il bilancio si potrà fare solo domani, “l'impressione delle prime due giornate - secondo Stefano Campatelli, direttore del Consorzio - è molto buona. Non sappiamo ancora se è il miglior Vinitaly degli ultimi anni, ma le premesse ci sono tutte. Questi tre giorni sono stati molto intensi e ricchi di presenze, non solo per il notevole afflusso di visitatori ma anche per la loro qualità. Operatori italiani e stranieri ma anche enoappassionati molto qualificati, sono venuti al Consorzio del Brunello per fare assaggi ma anche, e soprattutto, per conoscere i prodotti e fare contrattazioni”. Tra molte note positive una è proprio stonata, quella che, forse a causa di un sovraccarico di rete, ha colpito la telefonia mobile, rendendo impossibile per i frequentatori di Vinitaly fare e ricevere telefonate e collegarsi alla rete. Nonostante questo il flusso dei visitatori del Brunello di Montalcino è stato intenso, confermando questo vino una delle denominazioni italiane più amate e desiderate dai wine lovers.

## Uomini & Terra

### Un colorato tributo al Brunello

Una singolare galleria a cielo aperto, fuori dal Palazzo Pubblico di Montalcino, che espone i colorati tributi al Brunello da parte di grandi personalità italiane e internazionali: sono le formelle in ceramica dedicate alle vendemmie di Montalcino, firmate da griffe del calibro di Prada, Roberto Cavalli e Ottavio Missoni, da designer come Giorgetto Giugiaro e Roberto Giolito (Centro Studi Fiat), dal pittore Sandro Chia, dal fotografo Oliviero Toscani, dalla campionessa Deborah Compagnoni. Quest'anno è di scena la maison fiorentina Ferragamo, che celebra il Brunello 2011. E le vendemmie appena uscite? Il Brunello 2007 è stato definito dai critici “un'annata buona, grande espressività e alcol ben bilanciato” (Tim Atkin), la Riserva 2006 “dotata di grande profondità e longevità” (Ernesto Gentili) e il Rosso 2010 “molto buono e fresco” (Steven Spurrier).



## Soci@l

### Eno-professionisti: news da Montalcino?

Ad ogni angolo di strada spunta un'enoteca, i ristoranti offrono ampie carte dei vini, nelle aziende si danno da fare gli addetti commerciali: così Montalcino vende il suo Brunello. Ma al di là dei classici profili professionali, esistono nel territorio mestieri innovativi legati al vino? Scrivete a [info@montalcinonews.com](mailto:info@montalcinonews.com)



CONSORZIO DEL VINO  
BRUNELLO DI MONTALCINO

## Storia & Attualità

### La doppia anima del Brunello

Da un lato simbolo di un territorio tra i più desiderati del mondo, quintessenza del “tuscan dream”, dall'altro marchio famoso a livello internazionale, alfiere dell'enologia made in Italy, amato da vip e capi di Stato e in grado di esportare ben il 65% della propria produzione: ecco il Brunello di Montalcino, un vino dalla doppia anima, local e global. Montalcino è un territorio che tutti vorrebbero visitare, per il Brunello, ma non solo: qui i turisti vengono per la storia, l'arte, la cultura, gli splendidi paesaggi, la cucina e il lifestyle. 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 business planetario, con il 65% della produzione venduta 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. Il Brunello è anche cliccatissimo sulla rete: è il vino italiano più acquistato, accanto ai Supertuscan, su eBay, il più grande negozio on line del mondo.

