



# La Prima di WineNews.it



n. 1806 - ore 17:00 - Martedì 26 Gennaio 2016 - Tiratura: 31087 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



## Etichetta d'autore per Sanpa

Un'etichetta d'autore per San Patrigniano: è "San Lorenzo", dell'artista Luca Pignatelli per l'Avi 2012, il Sangiovese di Romagna della Comunità (l'enologo è Riccardo Cotarella). Un'asta benefica per i ragazzi di Sanpa accompagna domani il debutto della nuova annata, nello studio dell'artista a Milano, in una serie di lotti racchiusi in cofanetti con disegno esclusivo di Pignatelli e realizzati dai ragazzi della Comunità. Nell'etichetta un angelo evoca la protezione del fondatore Muccioli, a cui l'acronimo Avi si indirizza: "A Vincenzo", una dedica da parte dei ragazzi all'uomo che nel 1978 diede inizio a quella che oggi è la Comunità di recupero dalla tossicodipendenza più grande d'Europa.



## No al "vitigno libero" Ue

"Dopo le rassicurazioni, accogliamo con fiducia la disponibilità al confronto dimostrata dal Commissario Hogan. Confidiamo che venga ritirata la bozza di atto delegato sulla liberalizzazione dell'uso del nome dei vitigni". Così Paolo De Castro, coordinatore per S&D della Commissione Agricoltura del Parlamento Ue, dopo l'incontro di ieri tra il Ministro delle Politiche Agricole Martina e il commissario all'Agricoltura Hogan, dove Martina ha ribadito il chiaro "no" dell'Italia "a passi indietro sulla tutela delle denominazioni dei vini, con interventi che potrebbero avere un impatto fortemente negativo sui nostri produttori". Come richiesto da tutta la filiera, in una nota firmata da Assoenologi, Alleanza delle Cooperative, Cia, Confagricoltura, Federdoc, Federvini e Unione Italiana Vini (Uiv).

## Cronaca

### "1855", menzione tradizionale

Se c'è un Paese che non ha davvero nulla da imparare nella difesa del proprio patrimonio vitivinicolo, sia da un punto di vista commerciale che culturale, è la Francia che, dopo cinque anni di battaglie, è riuscita a far rientrare l'anno "1855", quello della classificazione di Bordeaux, tra le menzioni tradizionali riconosciute e tutelate dall'Unione Europea. Che, adesso, potrà usare solo il Conseil des Grands Crus Classés, mentre qualsiasi altra azienda o società non potrà fare alcun riferimento storico all'anno "1855".



## Primo Piano

### Pedron: "il futuro del vino è tipicità e unicità"

Recuperare la tipicità vera e storicizzata dei territori, tirando fuori il meglio possibile dal rapporto territorio-vitigno, anche grazie alla scienza, che consente di esprimere il massimo potenziale possibile, grazie alle nuove tecnologie in vigna e in cantina, ma anche al miglioramento di quelle più antiche e tradizionali, per dare vita a vini che siano prima di tutto (e realmente) unici, con caratteristiche non replicabili in altri territori e con altre uve, senza cercare "scorciatoie", per quanto lecite (come disciplinari dai paletti morbidi sulla base ampelografica di oggi, rispetto alla storia di un vino e di un territorio), per "accontentare" il mercato e per piacere un po' a tutti, piuttosto che per valorizzare un'identità: ecco, in estrema sintesi, la "terza rivoluzione della denominazioni del vino italiano" per Emilion Pedron, manager di lungo corso e tra i più preparati del settore, storica guida del Gruppo Italiano Vini, e oggi al vertice di "Bertani Domains" del gruppo farmaceutico Angelini, che mette insieme alcuni dei più bei nomi dell'enologia italiana come Bertani (Valpolicella), Puiatti (Collio), Val di Suga (Montalcino), Tre Rose (Montepulciano), San Leonino (Chianti Classico) e Fazi Battaglia (Castelli di Jesi), 500 ettari vitati, 4 milioni di bottiglie all'anno e 24 milioni di euro di fatturato (il 65% all'export). "Vale per tutto il vino italiano, che della tipicità, almeno a parole, ha fatto il suo tratto più distintivo nel mondo - spiega Pedron a WineNews - e a maggior ragione per le denominazioni ed i territori più importanti, come quelli in cui siamo". Dopo la svolta verso la qualità delle ultime due-tre decadi del vino italiano, nella quale però, in molti, hanno seguito più i "dettami" della critica, soprattutto straniera, per decidere lo stile dei propri vini, e che comunque ha fatto crescere il vino italiano (e non va rinnegata), ora per Pedron, è tempo di rimettersi in discussione e di tornare ad un passato più autentico nella sostanza, e senza rifiutare la modernità di mezzi e conoscenze, a patto di non "snaturare" il vino del territorio. Anche con una zonazione seria e scientifica, che ancora non c'è, "non per dire che questo è meglio di quello, ma per affermare le diversità come elementi di valore".

## Focus

### 300 anni di Chianti Classico

Un logo che accompagnerà tutti gli eventi dell'anno, a partire dalla "Chianti Classico Collection", l'anteprima di scena il 15-16 febbraio alla Stazione Leopolda a Firenze, ma anche la "Chianti Classico Stage", crono-tappa del Giro d'Italia tra Radda e Greve in Chianti (15 maggio), e ancora tante iniziative sul territorio, dai borghi alle scuole (dove i bambini saranno coinvolti in lezioni e concorsi sulla "Leggenda del Gallo Nero"), e nella sua "capitale", Firenze (24 settembre), con sculture del "Gallo Nero" tra le vetrine delle boutique di Via Tornabuoni, la via più glamour della "Culla del Rinascimento", ma anche nello storico "Salone dei Cinquecento" di Palazzo Vecchio, e il concerto diretto da Zubin Mehta al Nuovo Teatro dell'Opera: ecco gli atout per la festa dei 300 del Chianti Classico, che nel 2016 celebra i tre secoli di "denominazione", da quando l'editto del Granduca Cosimo III de' Medici per primo delimitò, con uno specifico bando, i confini del territorio di produzione del vino Chianti Classico. Un anno di iniziative e di festeggiamenti che vedrà il Gallo Nero protagonista in eventi dedicati al gusto, ma anche all'educazione dei più piccoli, alla storia, alla moda, alla musica e allo sport.



SMS

**Chianti. lovers**  
14 FEBBRAIO ANTEPRIMA 2016

**VERDICCHIO**  
TALENTI SI NASCE, CAMPIONI SI DIVENTA!



## Wine & Food

### Promozione da 1,6 milioni di euro in Usa per la Doc Sicilia

La Sicilia del vino scommette forte ancora sugli Usa, dove sta per partire una seconda campagna di comunicazione, da 1,6 milioni di euro, firmata dal Consorzio per la Tutela dei Vini Doc Sicilia, sulle più importanti riviste ("Food & Wine", "Wine Spectator", "Wine Enthusiast"), ma anche web & social, Instagram in primis. "La promozione punterà molto sul consumatore finale - spiega Antonio Rallo, presidente del Consorzio - oltre che sul trade. Diverse saranno le azioni dedicate ai Millennials, che devono ancora consolidare le loro preferenze e che utilizzano molto la rete".

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

L'assaggiatore, il pezzente, il furbacchione, l'hipster, il finto fenomeno, l'ingegnoso, la degustazione, la bevitrice, il sommelier (e i suoi amici ignoranti),

il realista: ecco i "10 stereotipi di chi beve vino" secondo Zootropio, la voce della "Generazione Y", quella dei Millennials, sul web, nella nuova campagna social di Vino Libero.

