

FASCINO INTRAMONTABILE

Chianti Docg, Chianti classico Docg e Vernaccia di San Gimignano Docg: inizia così il nostro racconto delle più recenti annate di questi grandi interpreti dell'enologia italiana e mondiale

di Alessandra Piubello

< Secondo appuntamento per l'Anteprima Chianti Docg (da non confondersi con il Chianti Classico Docg, al quale è dedicata un'altra anteprima, la Chianti Classico Collection), nelle sontuose sale della nobile residenza quattrocentesca di Palazzo Borghese a Firenze. Il programma inizia nel primo pomeriggio con una conferenza stampa, alla presenza del presidente del Consorzio Chianti, Giovanni Busi, dei giornalisti Ernesto Gentili, curatore della Guida de L'Espresso e Marco Sabellico, curatore della Guida del Gambero Rosso. Il Presidente del Consorzio Chianti, Giovanni Busi, dichiara: «Per questa seconda edizione, contiamo sulla pre-

senza di 59 aziende, un risultato che ci porta a valutare iniziative di questo genere come un utilissimo strumento di comunicazione tra i produttori e gli operatori, che così conosceranno da vicino l'estesa realtà del Chianti Docg. Abbiamo svecchiato la nostra immagine, con un nuovo logo, una grande "C". Tra i nostri principali obiettivi di oggi, c'è, infatti, l'idea di un prodotto che faccia tendenza attraverso l'attività di promozione, sia in Italia che all'estero. L'anteprima è tra gli appuntamenti che il Consorzio vuole consolidare nei confronti degli operatori del settore; vi sono poi gli eventi all'estero, i road show (Usa, Russia, Cina), e le iniziative con un approccio più cul-

turale e quindi trasversale per raggiungere il vasto pubblico che vogliamo conquistare, creando così una sorta di comunità del vivere il Chianti, moderno, accessibile, con uno stile elegante ma contemporaneo.

Tutti questi elementi li ritroviamo nell'impegno che il Consorzio sta portando avanti in maniera massiccia, al fine di diffondere la cultura (e la storia) che sta (dentro e fuori) il bicchiere. Un concetto di territorio e di una denominazione che vuole tornare ad esprimere qualità e al contempo emozioni forti e vere, durature.

Stiamo sicuramente vivendo un momento favorevole e questo non può che farci gioco ma non dobbiamo dimenticare che qualche

ANTEPRIME TOSCANE



CHIANTI DOCG

LE MIGLIORI ETICHETTE
PER EUPOSIA

Ecco i Chianti Docg che ci hanno colpito di più:

- > Casale dei Giglioli
- > Castello di Poppiano
- > Fattoria di Piazzano
- > Fattoria di Poggiopiano
- > Il Paganello
- > Eredi Benito Mantellini
- > Fattoria di Fiano
- > Poggio Capponi.

anno fa il prezzo allo sfuso si aggirava intorno al 50% del costo.

Dobbiamo però pensare al futuro, dobbiamo investire. Primo argomento che ci sta a cuore: la ristrutturazione dei vigneti (abbiamo chiesto aiuto al credito e al governo dato che tutti, anche gli astemi, godono della bellezza del Chianti) che ci permetterà certamente di innalzare la qualità nel bicchiere.

Secondo punto, raggiungere il mercato non soltanto con le medie e piccole aziende ma anche con i grandi nomi. Sappiamo perfettamente che alcuni dei nuovi mercati che stiamo andando ad avvicinare sono difficili e, per ora, non troppo stabili, ma abbiamo il dovere di farlo: ci restano i prossimi due anni per creare nuove opportunità commerciali». Per Ernesto Gentili «Il rapporto con il vino Chianti nel tempo forse si è perso, soprattutto nei giovani: sarebbe quindi importante ritornare a riconoscere nel Chianti un vino da tutti i giorni, com'era in passato.

E' vero anche però che oggi la scelta è molto vasta: sarebbe utile riappropriarsi di una parte di passato con, ovviamente, uno sguardo al futuro con un Chianti anche per i giovani».

«Il Chianti è un vino che si beve bene a tavola con tutte le cucine del mondo - sottolinea Marco Sabellico - . La stessa cucina italiana sta crescendo sempre più anche nelle nuove frontiere di

mercato ed il Chianti, da parte sua, ha la fortuna di poter entrare nelle grazie del consumatore grazie alla sua piacevolezza, alla sua freschezza e ad un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Questo vino, dal nervo solido con la giusta tannicità e un buon frutto, gioca un ruolo da vincente in abbinamento a tante cucine, brasiliane, americane, giapponesi».

Il tempo per la degustazione, al termine della conferenza stampa, era di un paio d'ore.

Veramente troppo poche per assaggiare i 59 Chianti nella sala di degustazione affollata di giornalisti. I poveri sommelier, presi d'assalto, hanno cercato di fare il possibile ma i tempi di attesa erano lunghissimi. Pertanto, dopo aver appurato la situazione, abbiamo dovuto accelerare i tempi andando ad assaggiare fra i banchi dei produttori (che, oltre al 2012, proponevano anche altre annate).

Ovviamente senza poter degustare alla cieca...

Qualche critica all'organizzazione va dunque fatta, speriamo che l'anno prossimo trovino delle soluzioni adeguate.

Nonostante non siamo purtroppo riusciti a degustare tutti i Chianti presenti (ai banchi è difficile andare veloci, è anche una mancanza di rispetto verso chi lavora con passione) mancandone una decina, qualche idea ce la siamo fatti.

Innanzitutto, sebbene si trattasse di un'anteprima, la maggior



parte dei campioni proposti si è rivelata in condizioni sufficientemente pronte anche perché, salvo eccezioni, i vini sarebbero entrati in commercio di lì a quindici giorni.

Una riflessione: il Consorzio, che organizza l'anteprima, conta 2.650 soci (dato che però comprende anche chi produce e vende lo sfuso), dei quali presenti solamente 59. In una denominazione che copre 15.500 ettari (10.500 ettari per i soci del consorzio) con la produzione di cento milioni di bottiglie (!!) diciamo che l'anteprima ci è parsa quantomeno sommaria per trarre conclusioni attendibili sul Chianti in generale.

Dal punto di vista dei vini presenti, ci siamo trovati di fronte a diversità stilistiche notevoli, probabilmente giustificabili dalla possibilità di aggiungere al Sangiovese un altro 30% di vitigni molto diversi (anche un 10% di varietà bianche) e dall'enorme ampiezza della denominazione. In generale i

vini erano abbastanza piacevoli, freschi ed estremamente competitivi per il prezzo.

TERRITORIO, VITIGNI, CONSORZIO

La zona di produzione del Chianti è costituita da territori delimitati per legge, che si trovano nelle province di Arezzo, Firenze, Pisa, Pistoia, Prato e Siena. Questo ambiente è caratterizzato da un sistema collinare a grandi terrazze con vallate attraversate da fiumi. L'origine del vino Chianti si perde nei secoli, ma ha avuto la sua consacrazione nell'800 e la prima delimitazione ufficiale nel 1932.

La Denominazione "*Chianti*" può essere integrata con le menzioni aggiuntive Colli Aretini, Colli Fiorentini, Colli Senesi, Colline Pisane, Montalbano, Rufina e Montespertoli, corrispondenti, le prime, alle sottozone geografiche, contemplate dalla prima delimitazione del territorio, stabilita con D.M. 31 luglio 1932, mentre l'ul-

tima, Montespertoli, è stata riconosciuta con Decreto 8 settembre 1997. In tali zone specifiche, sono previste per il vino modalità produttive più restrittive e requisiti particolari. Interessante notare il recupero della tipologia "*Superiore*", con più alte caratteristiche e che riguarda potenzialmente tutta la zona dei vini Chianti.

Il vino Chianti ha visto inoltre riconoscere il suo particolare pregio con la Denominazione di Origine Controllata e Garantita, D.P.R. 2 luglio 1984.

Da quel momento il vino Chianti, oltre ai controlli già previsti, deve sottostare ad un esame organolettico da parte di Commissioni statali di degustazione presso le Camere di Commercio e a specifiche analisi chimiche.

Solo dopo aver superato tali esami il Chianti può essere imbottigliato e viene contraddistinto da un contrassegno che ne attesta la validità. Con decreto ministeriale 5 agosto

1996, è stata modificata la precedente normativa con l'emanazione di due distinti disciplinari per i vini Chianti e per il vino Chianti Classico. I vitigni fondamentali che concorrono alla formazione del vigneto Chianti sono i seguenti: Sangiovese minimo 70% e complementari fino al 30% (con un massimo per i vitigni bianchi del 10% e del 15% per i Cabernet).

La resa massima di uva per ettaro è di 90 quintali per il Chianti, 80 quintali per Colli Aretini, Colli Fiorentini, Colli Senesi, Colline Pisane, Montalbano, Rufina e Montespertoli, 75 quintali per il Chianti Superiore.

Il Consorzio Vino Chianti si è costituito nel 1927, ad opera di un gruppo di viticoltori delle province di Firenze, Siena, Arezzo e Pistoia, allargando successivamente la sua operatività a tutta la zona di produzione, riconosciuta dal Disciplinare del 1967, poi recepita nella Denominazione di Origine Controllata e Garantita riconosciuta nel 1984 e aggiornata, per ultimo, con decreto del 19 giugno 2009.

Oltre duemilacinquecento produttori, che interessano più di 10.500 ettari di vigneto per oltre 600.000 ettolitri di Chianti delle varie zone e tipologie, sono tutelati dal Consorzio che, per la sua rappresentatività, ha ottenuto il riconoscimento e l'incarico per la valorizzazione, promozione e vigilanza sulla denominazione Chianti (l'Erga Omnes) con Decreto del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali del 13 settembre 2012.

L'ANTEPRIMA DELLA VERNACCIA DI SAN GIMIGNANO

In una domenica fredda e ventosa, le sale del Museo di Arte Moderna e Contemporanea De Grada hanno ospitato la presentazione dell'annata 2012, con settanta etichette di trentotto produttori servite da inappuntabili sommelier.

Per essere più precisi: trentatré Vernaccia del 2012 di cui ben 22 in vasca, diciotto Selezione (annate 2012, 2011 e 2010), di cui dieci in vasca, diciannove Riserve (annate 2011, 2010, 2009 e 2006) di cui

tre in vasca.

Ai banchi d'assaggio dei produttori si sono potuti degustare i vini già in commercio, valutando l'evoluzione di questo atipico vino bianco che con il tempo manifesta intense note minerali e torbate, arricchendosi in sapidità e struttura.

Quando Mario Soldati, nel corso del suo viaggio nel mondo dei vini italiani compiuto negli anni Sessanta, si fermò a Pietrafitta e ne assaggiò la Vernaccia, così si esprime: «*Non esiste in Italia niente di simile, paragonandolo a tutti gli altri bianchi, stupisce... E' profumato, sapido, liscio, seducente*». A distanza di anni non possiamo che confermare queste parole e sottolineare il valore del vino bianco locale.

Pur con tutti i limiti del caso - i soliti campioni da vasca e gli imbottigliamenti comunque troppo recenti, fattori che contraddistinguono tutte le anteprime, purtroppo - gli assaggi hanno evidenziato una freschezza segnata da un carattere agrumato e di erbe aromatiche, con qualche riverbero minerale. L'annata 2012 ha saputo, in alcuni casi, esprimere vini di buona solidità.

Un risultato per nulla scontato viste le difficoltà del millesimo 2012, contraddistinto da siccità e calura decisamente sopra le righe.

Elementi questi, di certo, non propriamente adatti alle caratteristiche di una produzione bianchista come quella di San Gimignano, che, peraltro, concentra la sua produzione su un vitigno, la Vernaccia, particolarmente delicato a partire dalla sua boccia estremamente sottile.

Un'annata che ha comunque visto un calo di produzione - rispetto al millesimo precedente - pari all'11%.

Abbiamo rilevato, inoltre, alcune discrepanze espositive da parte delle aziende presenti all'anteprima; l'interpretazione non univoca degli eventi climatici che hanno caratterizzato la coda dell'estate, infatti, ha generato vini dalla resa molto differente.

Insomma, un'annata difficile, non facile da interpretare. Non omogenea la qualità delle riserve presentate, che vede da un lato la presenza di uno zoccolo duro capace di interpretare la varietà in maniera ele-



gante e minerale e dall'altro una serie di prodotti appesantiti nell'esposizione, segnati spesso da un uso indiscriminato dei legni d'affinamento.

È interessante notare come sia ripartito il mercato interno: il 40% viene venduto sul territorio di San Gimignano, il 30% in Toscana e il 30% nel resto d'Italia. All'estero invece, cui va il 40% dei cinque milioni di bottiglie prodotte annualmente, la segmentazione riguarda Germania, USA, Olanda, Belgio, Giappone, Svizzera, Inghilterra, Danimarca, Cina e Canada.

Quest'anno sotto le torri abbiamo trovato una novità: nel quarantesimo anniversario dalla sua fondazione, il Consorzio della Denominazione San Gimignano, ha ottenuto l'Erga Omnes che dovrebbe aumentare la capacità dello stesso di fare promozione e sistema. Si parla insistentemente, inoltre, della possibilità di introdurre a breve lo screw cap per i vini delle versioni "annata", mantenendo il sughero sulla versione "Riserva". Salutiamo con gioia l'ingresso della brava produttrice Elisabetta Fagioli di Montenedoli all'interno del Consorzio, sarà uno stimolo per tutti.

* * *

Un appuntamento irrinunciabile all'interno dell'Anteprima è "Il vino bianco ed i suoi territori", che vede ogni anno la Vernaccia di San Gimignano incontrare nella splendida Sala Dante un vino bianco straniero. Un momento di riflessione sull'universo dei vini bianchi, un confronto diretto tra produttori provenienti da zone spesso molto diverse tra loro per territorio, tradi-

zione e cultura. Dopo molti anni, non si è parlato di vini francesi: Giancarlo Gariglio e Fabio Giavedoni, curatori della guida dei vini Slow Wine, registi e conduttori della degustazione, hanno scelto un vitigno per certi aspetti simile a quello della Vernaccia di San Gimignano, la Ribolla proveniente dalla vicina Slovenia, della denominazione Goriska Brda. "Ribolla e Vernaccia di San Gimignano", ha spiegato Gariglio, "sono due vitigni bianchi rari, presi in un panorama mondiale molto ampio, frutto di territori unici, molto belli e integri dal punto di vista ambientale. Una cosa su tutte accomuna questi due vitigni: il fatto di non essere aromatici e di esprimere sensazioni olfattive austere. Entrambi i vitigni hanno anche buone potenzialità di invecchiamento. Infine sia la Ribolla sia la Vernaccia hanno secondo noi la possibilità in un prossimo futuro di affermarsi sempre di più tra gli appassionati di vino che ricercano maggiormente vini che ben si abbinano al cibo e che non sono esageratamente opulenti. Più mineralità che terpenicità eccessive".

Nel calice innanzitutto 5 versioni di Ribolla, raccontate da altrettanti produttori presenti nella splendida Sala Dante di San Gimignano: le annate 2011 di Blazic, Kristancic, Cantina Goriska Brda e Jakoncic e la 2010 di Valter Sirk. Sei, invece, le Vernacce selezionate per l'occasione: Vernaccia Biscondola 2011 dei Poderi del Paradiso, la Casanuova 2010 di Fontaleoni, la Campo della Pieve 2010 del Colombaio di Santa Chiara, la Riserva Ori 2010 de Il Palagione, la Fiore 2009 di Montenedoli e la Sanice 2009 di Cesani. Sei interpre-

tazioni molto interessanti, scelte dai curatori tra 70 campioni seguendo un filo denominatore comune, a conferma del sempre più costante percorso di crescita della Vernaccia di San Gimignano, che conferma picchi prossimi all'eccellenza e una media decisamente alta. Tra le Ribolla abbiamo apprezzato Kristancic e Jakoncic, fra le Vernacce, Montenedoli, Colombaio di Santa Chiara e Cesani.

TERRITORIO, VITIGNO, CONSORZIO, QUALCHE NUMERO

Il territorio di produzione delle Denominazioni tutelate ricade interamente all'interno del Comune di San Gimignano, collocato nella parte nord-ovest della provincia di Siena, nel cuore della Toscana. È un territorio interamente collinare collocato tra i 200 ed i 500 m s.l.m., i suoli sono di origine pliocenica, risalenti a 6,8- 1,8 milioni di anni fa.

La superficie del Comune di San Gimignano è di circa 12.500 ettari, dei quali 5.600 sono destinati a produzioni agricole (vite, olivo, cereali). Quella destinata a vigneto è di 1.900 ha dei quali 720 destinati alla produzione di Vernaccia di San Gimignano e circa 100 destinati alla produzione di San Gimignano Rosso e San Gimignano Vin Santo.

È un'area caratterizzata da un clima mediterraneo con estati piuttosto siccitose, inverni non particolarmente rigidi e piovosità concentrate in due periodi: aprile-maggio e novembre. La zona beneficia in tutti i periodi dell'anno di una buona ventilazione. Rari gli episodi di nebbia.

LE MIGLIORI ETICHETTE PER EUPOSIA

I terreni destinati alla produzione viticola sono collocati ad una altitudine compresa fra i 200 ed i 500 m s.l.m. I terreni destinati alla produzione della Vernaccia di San Gimignano sono quelli formati sui depositi pliocenici marini e costituiti da sabbie gialle (tufo) ed argille gialle che risultano, a loro volta, spesso stratificate su argille più compatte e presenti in profondità. Inoltre sono terreni fortemente caratterizzati dalla presenza di sabbia e quasi privi di scheletro, incoerenti, favorevoli quindi alla penetrazione delle radici delle piante. Sono generalmente poveri di sostanza organica e grazie alla sabbia risultano ben drenati. Proprio la sabbia, il tufo, è l'elemento pedologico caratterizzante dal punto di vista vitico-enologico per la sapidità che conferisce ai vini che ne derivano. Gli stessi terreni risultano idonei anche alla produzione dei vini San Gimignano Vin Santo e Vin Santo Occhio di Pernice, mentre i terreni con una maggior presenza di argilla sono quelli più idonei alla produzione dei vini San Gimignano Rosso.

Le colline di San Gimignano, pur nella loro comune origine geologica e vocazione viticola, presentano esposizioni, altitudini, composizioni del suolo e disponibilità idriche variabili. Le molteplici, ed a volte uniche, combinazioni di questi singoli fattori determinano, anche su un'area così ristretta, un'incidenza significativa sui caratteri dei vini che vi si producono, accentuandone a seconda dei casi i caratteri fruttati oppure quelli minerali, la sapidità del gusto o il sapore di mandorla

tipica della Vernaccia nel retrogusto. Tanto che degustando e comparando attentamente i vini si possono individuare delle correlazioni con le condizioni pedologiche di alcune aree omogenee. Possiamo indicare a grandi linee: l'area di Pancole posta a nord-ovest e che si sviluppa attorno all'abitato di Pancole; Poggio del Comune posta ad ovest sulle pendici del Poggio del Comune e che si estende verso nord sino a Pancole; Santa Lucia/Montauto posta a sud-est tra le due località e che si estende sino a Ranza; Pietrafitta verso est e che si estende ai lati della vecchia strada che da San Gimignano portava a Poggibonsi.; San Benedetto posta a nord-est.

La realtà vitivinicola di San Gimignano è caratterizzata da una forte integrazione con il territorio, con i suoi valori ambientali e culturali: i produttori a ragione si sentono i maggiori custodi di uno dei paesaggi più belli del mondo.

* * *

Vitigno autoctono per eccellenza, la Vernaccia è uno dei vini più antichi d'Italia, la cui storia si fonde con quella della città di San Gimignano: produzione importante nel periodo medioevale, ha condiviso con la città un lungo periodo di declino fino alla seconda metà del ventesimo secolo, momento in cui ha saputo rinnovarsi e incontrare un nuovo successo. Sembra che il vitigno sia stato introdotto dalla Liguria intorno al 1.200 da un certo Vieri de' Bardi, ma l'origine è incerta, per altri il nome deriva dal latino vernaculum, traducibile

Questi i vini che ci hanno colpito di più, tra le Vernacce:

- > San Quirico
- > Solo Rezet di La Mormoraia
- > Le Calcinaie
- > La Lastra
- > Il Lebbio
- > Pietrafitta
- > Panizzi
- > Cappella Sant'Andrea;

tra le Riserve:

- > 2011 Fontaleoni
- > 2011 La Lastra
- > 2010 Montenidoli
- > 2010 Il Colombaio di Santa Chiara
- > 2010 San Donato
- > 2009 Panizzi.

con locale, che quindi stava ad indicare i prodotti tipici di un territorio, cosa che spiegherebbe l'utilizzo del nome Vernaccia anche per vitigni totalmente diversi, come quelli di Oristano e di Serrapetrona. Della Vernaccia si hanno documentazioni storiche a partire dagli inizi del 1.200: nel 1276 negli 'ordinamenti delle gabelle' del Comune di San Gimignano si riporta l'imposizione di una tassa di tre soldi per ogni soma di Vernaccia venduta fuori del territorio comunale, dal che si evince che la sua fama aveva già valicato le mura della città, come dimostrano anche le numerosissime citazioni letterarie di cui gode tra il XIII e il XVI secolo.

La più famosa forse quella di Dante Alighieri, che nella Divina Commedia manda il Papa Martino IV nel Purgatorio a scontare i peccati di gola, in particolare le anguille di Bolsena affogate nella Vernaccia: "...ebbe la Santa Chiesa e le sue braccia: dal Torso fu, e purga per digiuno le anguille di Bolsena e la Vernaccia...", Purgatorio, Canto XXIV.

Di che vino si trattasse, ce lo lascia capire Michelangelo Buonarroti "il giovane", che lo descrive come il vino che «*bacia, lecca, morde, picca, punge*»... dolce, quindi, ma tannico ed astringente, molto diverso da quello attuale!

Ma dopo la grande fortuna dell'epoca medioevale e rinascimentale, della Vernaccia si perdono le tracce fino al secondo dopoguerra dello scorso secolo, quando i viticoltori di San Gimignano riscoprono il valore dell'antico vitigno e iniziano l'avventura che li porterà ad ottenere nel 1966 la Denominazione di Origine Controllata: altro primato della Vernaccia di San Gimignano è quello di essere stato il primo vino in Italia a fregiarsi di tale titolo, a cui è seguita la DOCG nel 1993.

Il Consorzio della Denominazione di San Gimignano nasce con il nome di Consorzio della Vernaccia di San Gimignano nel 1972 per volontà di un piccolo gruppo produttori (nove) di Vernaccia, consapevoli dell'utilità e della necessità dell'aggregazione per una corretta gestione della denominazione. Un'avventura a carattere privato, ma i cui effetti positivi si riversarono poi a più livelli su tutto il territorio del Comune di San Gimignano. Attualmente la presidente del Consorzio è Letizia Cesani. Il Consorzio della Denominazione di San

Gimignano rappresenta l'88% della produzione di Vernaccia di San Gimignano con 72 aziende associate che, a parte poche eccezioni, sono di piccole e medie dimensioni, spesso a conduzione strettamente familiare.

L'estensione complessiva della denominazione è di 718 ettari e le aziende iscritte all'Albo della Docg sono 172. La produzione 2012 si attesta su 53.717 quintali di uva (erano 60.347, nel 2011) per un totale in vino 39.482 ettolitri (erano 42.168 nel 2011).

CHIANTI CLASSICO COLLECTION

Per festeggiare i vent'anni dell'ex anteprima Chianti Classico, poi Chianti Classico Collection (con diverse annate in degustazione) il Consorzio del Chianti Classico ci presenta delle novità.

Cambiamenti "epocali" li definisce il presidente Sergio Zingarelli, «Intrapresi per riposizionare la denominazione, per renderla congrua alle dinamiche del mercato e più forte dinnanzi alla pressante concorrenza regionale e internazionale. Sono da intendersi anche come risposte alle esigenze delle cantine - prosegue Zingarelli - che hanno dovuto affrontare grandi investimenti nel vigneto per migliorare la qualità e per rafforzare la loro immagine, al fine di rendere l'offerta il più possibile chiara».

La prima novità: nasce un vino nuovo che si colloca al vertice qualitativo della DOCG, il **Chianti Classico Gran Selezione**.

Sottostà a nuovi parametri chimico/fisici ed organolettici, tanto che prima di ricevere tale classificazione il campione deve superare il test della commissione d'assaggio.

Deve essere prodotto dalla stessa azienda che imbotiglia. Un vino che esce sullo scaffale 30 mesi dopo la vendemmia (di cui tre devono trascorrere in affinamento in bottiglia).

Rappresenterà probabilmente il 5/7 per cento della produzione e le prime bottiglie di Gran Selezione potrebbero uscire a luglio con il millesimo del 2010. Scelta discutibile. Il vero salto di qualità e di responsabilità avrebbe dovuto riguardare le tipologie già esistenti, senza inventarne una ulteriore, che produrrebbe solo maggiore confusione fra i consumatori



CHIANTI CLASSICO

LE MIGLIORI ETICHETTE
PER EUPOSIA

Questi i vini che ci hanno colpito di più:

- > 2011 Badia Coltibuono
- > Bibbiano
- > Castellare di Castellina
- > Castellinuzza e Piuca
- > Fattoria San Giusto a Rentennano
- > Felsina
- > Isole e Olena
- > Podere Castellinuzza
- > Paolo Coccia
- > Rocca di Montegrossi.

In particolare, tra le Riserve, ci sono piaciuti:

- > Capannelle
- > Castellare di Castellina
- > Cinciano
- > Fattoria San Giusto a Rentennano
- > La Porta di Vertine
- > Le Miccine
- > Poggio al Sole Casasilia
- > Villa Pomona.

(ricordiamo che c'è già grande difficoltà a far capire la differenza fra Chianti e Chianti Classico). Quando in tutte le altre denominazioni la Riserva rappresenta il vino di punta, è complicato accettare l'ulteriore gradino di una "Gran Selezione". Aspetto che sottintende, ça va sans dire, che con la Riserva non si è fatto il meglio che si poteva fare: non a caso molte aziende tendono a farla quasi tutti gli anni, abbandonando la motivazione iniziale che prevedeva l'uscita solo nelle annate effettivamente migliori.

Comunque, anche per la Riserva sono state introdotte nuove regole al fine di blindare ancora di più la qualità. Con l'obbligo di presentare il vino alle commissioni di assaggio per l'idoneità che deve rispondere ad ulteriori criteri introdotti relativi all'aspetto organolettico e chimico. Nuova procedura, poiché prima bastava che il produttore dichiarasse l'intenzione di fare del suo vino vecchio di due anni una Riserva.

Ulteriore novità riguarda il trasferimento del vino sfuso tra aziende che ricadono nell'area del Chianti Classico.

Cambiano le regole. Prima si faceva comunicazione all'organo di controllo, 48 ore prima del trasferimento, ora invece il vino sfuso, secondo le nuove disposizioni, deve essere anch'esso sottoposto ad analisi qualitativa e solo se coerente con i parametri stabiliti dal Chianti Classico può essere bollato come tale e mandato

all'azienda imbottigliatrice. L'ultima novità riguarda il restyling del marchio del Gallo Nero, affidato all'agenzia di pubblicità RobilantAssociati (si vocifera per un costo di 50mila euro): il gallo ne esce più posente e fiero, con il petto in fuori e una coda più appariscente, e la silhouette diventa meno descrittiva e più simbolica e figurativa (scompaiono ceralacca e pergamena, un po' datate).

Rumors danno in forse per il prossimo anno la solita anteprima a febbraio. Sembra che il Consorzio, con Palazzo Vecchio e la Regione, puntino a riunire tre importanti eventi (Chianti Classico Collection, Buy Wine e Wine Town) in unico appuntamento internazionale a maggio. Staremo a vedere.

* * *

Ma veniamo agli assaggi. Il focus nella solita meravigliosa sala della Stazione Leopolda a Firenze è sul Chianti Classico annata 2011 e riserva 2010; a seguire altri vini fino al 2006. Per i vini in degustazione questa la proposta: 37 Chianti Classico 2011; 95 Chianti Classico 2010; 27 Chianti Classico 2009; 5 Chianti Classico 2008; 1 Chianti Classico 2007; 23 Chianti Classico Riserva 2010; 65 Chianti Classico Riserva 2009; 27 Chianti Classico Riserva 2008; 8 Chianti Classico Riserva 2007, 2 Chianti Classico Riserva 2006, per un totale di 290 vini. I produttori (circa 150) presentano anche alcune prove di degustazione



dell'annata 2012 (oltre agli altri vini) direttamente all'assaggio nella struttura a loro riservata. Abbiamo concentrato le nostre degustazioni sulle annate dei vini in anteprima, 2011, per il Chianti Classico, e la 2010, per la Riserva. Annate molto diverse. La 2011, più calda, ci è parsa più solare, larga e mediterranea. Mostra una cifra stilistica ben delineata, improntata sulla piacevolezza, morbidezza e bevibilità. Forse manca un po' in freschezza, ma i vini sono equilibrati, olfattivamente in generale le note sono di frutta matura e polposa. Forse manca anche di profondità (probabilmente non si conserverà a lungo nel tempo), ma gustosità e scarsa muscolosità ne fanno un Chianti Classico serbevole, compagno della tavola. Vini maturi e generosi, ma anche dotati di eleganza.

E veniamo all'annata 2010, fresca

e piuttosto difficile. Un millesimo particolare dal punto di vista meteorologico, con temperature spesso sotto le medie dei periodi di riferimento degli anni più recenti. Come sempre, è in annate più problematiche che si vede la bravura di chi sa lavorare bene, in vigna e in cantina. Alla fine, per molti produttori di Riserva, l'annata fresca e contrastata ha reso coerentemente freschezza e contrasto nei bicchieri. Bella variazione di accenti, stili ben riconoscibili (il che non vuol dire sempre e comunque condivisibili), salutare tendenza alla snellezza e al dinamismo: tutte voci adatte ad esprimere al meglio la naturale versatilità di questi vini. Molti dei Riserva 2010 sono godibili e di quelli che ad un sorso se ne cerca già un altro, sospinti da una vivezza acida che ne dovrebbe allungare la vita nel tempo a tutto vantaggio della bevibilità (se

dovessimo parlare dei Chianti Classico 2010, dovremmo invece evidenziare una certa ruvidità del Sangiovese).

Più in generale, dagli assaggi effettuati (oltre la metà delle etichette presenti) sembra che le cantine abbiano voluto affidarsi di più a clima, terreno, tempo, mano e testa dell'uomo, quel mix di variabili ineffabili, che rendono, in fondo, ciascun Chianti Classico un vino a sé. Certo, una regola che vale per tutti i vini, ma ancora di più vale per un prodotto che porta il nome dell'Italia nel mondo e che sente tutto il peso della "celebrità".

Forse si delinea un ritorno allo spirito originario. La bevibilità e la facilità di approccio riscontrata in generale ce lo hanno dimostrato. Parlare di Chianti Classico non è più solo questione di blending, quindi, di tipi e percentuali

di vitigni usati a cui si imputa quella parte d'identità più evidente, la caratteristica che risalta di più al palato. Emerge una mutevolezza di contorni che incanta. Emergono le mille sfumature di un mare fatto di colline. Una tendenza però la si è intercettata in questo lungo assaggio: l'eleganza. Gli assaggi del

delimitata a nord dai dintorni di Firenze, a est dai Monti del Chianti, a sud dalla città di Siena e a ovest dalle vallate della Pesa e dell'Elsa. E' questa una terra di antiche tradizioni, civilizzata in tempi remoti, prima dagli Etruschi - di cui esistono testimonianze proprio legate al mondo del vino - e

Al 1398 risale il primo documento notarile in cui il nome Chianti appare riferito al vino prodotto in questa zona. Già nel '600 le esportazioni per l'Inghilterra non erano più un fatto occasionale e, a partire dal '700, con la rinascita agraria della Toscana, la mezzadria divenne il principale sistema agricolo del



Chianti Classico, all'insegna di una piacevolezza del sorso davvero con pochi eguali in Italia, insomma, non deludono e confermano le potenzialità del territorio di produzione, che ne fanno uno dei vocati al mondo.

TERRITORIO, VITIGNI, CONSORZIO: QUALCHE NUMERO

Il Chianti, ovvero il territorio che da secoli produce il vino Chianti Classico, è una parte di Toscana

poi dai Romani.

In epoca medioevale il Chianti fu terra di continue battaglie fra le città di Firenze e Siena e, in quel periodo, nacquero villaggi e badie, castelli e roccaforti, trasformati in parte in ville e residenze quando i tempi si fecero più tranquilli. Fu allora che ai grandi boschi di castagni e querce venne sottratto spazio per le coltivazioni della vite e dell'olivo, che acquistarono progressivamente importanza economica e fama internazionale.

Chianti e il paesaggio si arricchì delle testimonianze di una diversa organizzazione del lavoro.

A quel periodo risalgono gran parte delle case coloniche e delle sistemazioni poderali ancora oggi esistenti. Dalla fine dell'800 alle soglie del terzo millennio, il vino Chianti Classico si è sempre più affermato sulle tavole di tutto il mondo, regalando al territorio di produzione prosperità e benessere. Le "capitali" del Chianti sono le città di Firenze e Siena e le sue

terre si estendono proprio a cavallo tra le due province: si tratta di 70.000 ettari che comprendono per intero i comuni di Castellina in Chianti, Gaiole in Chianti, Greve in Chianti, Radda in Chianti e in parte quelli di Barberino Val d'Elsa, Castelnuovo Berardenga, Poggibonsi, San Casciano in Val di Pesa e Tavarnelle Val di Pesa.

La zona viticola del Chianti è stata delimitata nel 1932 da un decreto ministeriale e da allora i confini sono rimasti invariati. Il decreto definiva la zona di produzione del vino Chianti Classico come la "zona di origine più antica", conferendole un attestato di primogenitura e riconoscendole, così, una peculiare unicità territoriale. Già da allora, l'attuale territorio del Chianti è stato quindi riconosciuto come zona di produzione originaria per il vino Chianti Classico, che per distinguersi dai vini Chianti nati in seguito e prodotti in zone diverse dal territorio del Chianti ha dovuto fregiarsi dell'appellativo "Classico".

Classico significa quindi "il primo", "l'originale".

Le caratteristiche del clima, del terreno e le diverse altitudini rendono il territorio del Chianti una regione vocata alla produzione di vini di qualità.

Elemento caratteristico del paesaggio agrario chiantigiano sono, infatti, i filari di viti che si alternano agli oliveti. Gli oltre 7.000 ettari di vigneti iscritti all'Albo della Docg per la produzione di Chianti Classico fanno di questa denominazione una delle più importanti d'Italia.

Il clima è di tipo continentale,

con temperature anche molto basse in inverno - al di sotto dei 4-5 gradi - ed estati siccitose e roventi, durante le quali non di rado si superano i 35 gradi.

Discrete sono le escursioni termiche nell'arco della giornata, anche a causa di un'altitudine piuttosto accentuata che dai 250 metri giunge fino ai 600, superando gli 800 metri sui Monti del Chianti. Le tipologie dei terreni cambiano notevolmente a seconda delle zone.

Non è possibile ricondurre a una suddivisione strettamente comunale i vari tipi di suolo che caratterizzano il Chianti. Tuttavia, si può ugualmente asserire che il terreno di matrice galestrica è diffuso nell'area di San Casciano in Val di Pesa, il suolo argillo-calcareo caratterizza il territorio di Greve in Chianti e tutte le zone di minore altitudine, il macigno costituito principalmente da rocce di arenaria accompagna la dorsale dei Monti del Chianti, l'alberese è presente in misura predominante nella parte centro-meridionale del territorio e il tufo contraddistingue gran parte del territorio di Castelnuovo Berardenga.

I rilievi con forte presenza di arenarie appaiono severi e scoscesi, quelli calcarei hanno forme più rotonde e morbide, mentre ancor più dolci sono le colline con prevalenza di argilla.

Un dato comune a quasi tutta la zona di produzione del Chianti Classico è, comunque, la ricca presenza di scheletro, ovvero di ciottoli o sassi in particolare di galestro.

Due terzi dell'intero territorio sono occupati da boschi: presente quasi ovunque è la quercia, men-

tre il castagno è diffuso soprattutto nella fascia orientale del territorio; le conifere sono concentrate alle quote più alte e le pinete interessano le basse colline a sud di Firenze.

La base ampelografica del Chianti Classico - ovvero i tipi di uva che possono concorrere alla realizzazione di un vino - prevede una percentuale minima dell'80% di Sangiovese, il vitigno a bacca rossa tipico della zona. Insieme al Sangiovese possono essere presenti, in una percentuale massima del 20%, altri vitigni a bacca rossa tra quelli autoctoni, come il Canaiolo e il Colorino, e quelli "internazionali", come il Cabernet Sauvignon e il Merlot, raccomandati e/o autorizzati nella zona di produzione.

Il Sangiovese è la vera anima del Chianti Classico.

Si tratti di terreno o di clima, il Sangiovese è un'uva molto sensibile ai fattori esterni ed è davvero difficile individuare un altro vitigno che sappia così bene interpretare le caratteristiche di un suolo e modificare i propri profumi a seconda del terreno in cui nasce. Così, un bouquet floreale rimanda alle arenarie, l'aroma di frutti di bosco al calcare e il profumo di tabacco fresco al tufo, ma sempre, quale che sia la zona di origine, si dovrebbe ritrovare quel sentore di viola mammola che lo stesso disciplinare di produzione individua come elemento caratterizzante e specifico del Chianti Classico.

Il disciplinare impone importanti fattori produttivi: ad esempio, stabilisce che la resa dell'uva a ettaro non può superare i 75 quintali dopo 4 anni dall'implan-

to e che la resa dell'uva in vino non può essere superiore al 70%, ovvero 52,5 ettolitri di vino per ettaro.

Inoltre, stabilisce che le operazioni di vinificazione, conservazione e imbottigliamento debbano avvenire esclusivamente all'interno della zona di produzione e che l'immissione al consumo è consentita dal 1 ottobre successivo alla vendemmia. Per la Riserva è previsto un invecchiamento minimo obbligatorio di 24 mesi, di cui almeno 3 di affinamento in bottiglia.

Le forme di allevamento sono rappresentate dal guyot e da una sua derivazione denominata archetto toscano.

Negli ultimi anni, soprattutto per i nuovi vigneti, si è molto diffuso in Chianti il cordone speronato, una forma di allevamento con notevoli prospettive di meccanizzazione in grado di produrre alta qualità. Se il sistema di coltivazione prescelto è quello tradizionale, il terreno viene lavorato più volte nel corso dell'anno.

Attualmente, però, sta sempre più affermandosi la pratica dell'inerbimento, soprattutto nei vigneti con notevoli pendenze, per consentire una migliore regimazione delle acque e limitare i fenomeni di erosione.

Il Consorzio Vino Chianti Classico, con oltre 600 soci iscritti, di cui circa 350 imbottiglieri, rappresenta oggi il 95% dell'intera denominazione e si avvale di un'organizzazione moderna, strutturata e professionale per svolgere al meglio le missioni per cui è nato: la tutela e la valorizzazione del vino Chianti Classico e del suo marchio.

Il primo consorzio fra produttori

vitivinicoli d'Italia viene istituito il 14 maggio 1924, quando un gruppo di 33 produttori si riunisce a Radda in Chianti per dar vita al Consorzio per la difesa del vino Chianti e della sua marca d'origine. Il famoso vino prodotto in Chianti viene infatti imitato in altre parti della Toscana, rendendo necessaria la creazione di un organismo che tuteli dai plagi e promuova lo sviluppo del territorio vinicolo già delimitato nel lontano 1716 con un editto del granduca di Toscana Cosimo III. Da subito, gli associati scelgono come immagine il Gallo Nero, storico simbolo dell'antica Lega Militare del Chianti, e a fine settembre i soci iscritti sono già 189.

Dal 1924 al 1967, il Consorzio deve sostenere lunghe e difficili battaglie legali per ottenere il riconoscimento esclusivo, secondo il quale i vini provenienti dal territorio del Chianti sono distinti dagli altri vini prodotti un po' in tutta la Toscana. Un primo importante passo si compie con il decreto ministeriale del 1932, che individua sette distinte zone di produzione del vino Chianti: a quello prodotto nei confini geografici del Chianti viene riconosciuta la territorialità, l'origine e la primogenitura ben prima dell'introduzione del sistema delle denominazioni, concedendo l'associazione alla parole "Chianti" dell'aggettivo "Classico" per potersi distinguere dagli altri. Da quel momento in poi, quindi, "Classico" significa "il primo", "l'originale". Nel 1967 entra in vigore il decreto che riconosce un'unica Denominazione di Origine Controllata del Chianti, all'interno della quale il "Classico" viene disci-

plinato come un vino dalle caratteristiche più selettive.

Nel 1984, il Chianti - e di conseguenza la zona di origine più antica il Chianti Classico - ottiene la Docg, il riconoscimento più alto per i vini italiani di qualità. A conclusione di un iter legale durato 70 anni, con il decreto ministeriale del 5 agosto 1996 il Chianti Classico diviene finalmente una Docg autonoma, con un disciplinare di produzione distinto da quello del vino Chianti.

Da allora, Chianti e Chianti Classico sono due diverse denominazioni, con differenti disciplinari e zone di produzione.

Il Consorzio Vino Chianti Classico è stato il primo Consorzio del vino italiano ad applicare operativamente le nuove funzioni di tutela, vigilanza e promozione "erga omnes", dettate dal decreto legislativo 61 del 2010, diventando, a norma di legge, custode e gestore della denominazione e del marchio Chianti Classico, che, a loro volta, diventano così un patrimonio collettivo, al quale tutti (aziende vitivinicole consorziate o meno) dovranno dare il loro contributo.

Per chiudere, qualche numero.

Il Chianti Classico chiude il 2012 con un confortante +10% nelle vendite sul 2011, grazie soprattutto alle esportazioni, che hanno raggiunto la quota dell'80%, analogamente a quanto è accaduto in tutti i principali territori a vocazione vitivinicola italiani.

Per quanto riguarda la penetrazione commerciale del Chianti Classico, nel triennio 2010-2012 si configura una sostanziale tenuta dei mercati storicamente di riferimento per



questa denominazione. Gli Stati Uniti si confermano al primo posto (28% nel 2010, 2011 e 2012), seguiti dalla Germania, che si rivela un mercato in buona crescita (12% nel 2010, 13% nel 2011 e 12% nel 2012), dal Canada, altro mercato in tendenziale crescita e che si sostituisce in questa posizione all'Inghilterra (7% nel 2010, 8% nel 2011 e 9% nel 2012), dal Regno Unito (7% nel 2010, 2011 e 2012), dalla Svizzera (7% nel 2010, 2011 e 2012), dal Giappone (4% nel 2010, 2011 e 2012), dai Paesi Scandinavi (2% nel 2011 e 4% nel 2012), dal Benelux (3% nel 2012) e da tutti gli altri Paesi (3% nel 2010, 2011 e 2012), oltre alla Russia e alla

Cina con una quota di mercato rispettivamente pari al 2% e all'1%.

Dal quadro emerge un dato in linea con le tendenze complessive del settore enologico italiano in cui a tirare la volata della ripresa sono essenzialmente i mercati esteri.

* * *

Segnali contrastanti provengono invece dal mercato italiano, dove le etichette a marchio Gallo Nero possiedono ancora una quota non secondaria (24% nel 2010, 22% nel 2011 e 20% nel 2012) ma, evidentemente la denominazione risente del rallentamento dei consumi interni (ormai ben al di sotto della soglia "psicologica" dei 40 litri procapite).

Continua invece il trend positivo della riduzione delle giacenze, inferiori al 5% sul dato del 2011 e quello del rialzo del prezzo dello sfuso, passato da luglio 2012 ad oggi dai 120-140 euro ai 150-175 euro a ettolitro. La produzione di vino Chianti Classico ha raggiunto nel 2012 i 235.000 ettolitri, registrando un -16% rispetto allo scorso anno.

Il Chianti Classico, quello che nel mondo del vino può essere a ragione definito come un vero e proprio "distretto", può contare su numeri da "grande impresa": fatturato stimabile in oltre 500 milioni di euro e valore della produzione vinicola imbottigliata di 360 milioni di euro. >