

Il Brunello è sottovalutato?

scritto da Redazione Wine Meridian | 27 Gennaio 2017



A volte ci sono brevi articoli, che potrebbero passare quasi inosservati, che invece in poche parole sono in grado di evidenziare problematiche molto più ampie e complesse.

A questa categoria rientra un recente articolo, pubblicato sul numero di gennaio di The Drinks Business, che già il titolo non può lasciare indifferenti: Is Brunello overlooked? (E' il Brunello sottovalutato, sottostimato?).

Ma da dove parte questa domanda del noto magazine inglese? Nasce da una breve intervista a Tancredi Biondi Santi, che fa parte della settima generazione dell'omonima famiglia che ha reso famoso questo grande vino toscano in tutto il mondo.

Secondo Tancredi Biondi Santi, in estrema sintesi, nonostante l'attuale popolarità di questo vino, continua ad esserci un deficit di comprensione riguardo l'identità più autentica di questa denominazione al punto che si rischia che "l'attenzione rimanga tuttoggi focalizzata sui Super Tuscans, su alcuni produttori del Barolo mentre uno dei grandi vini d'Italia come il Brunello di Montalcino è costretto spesso a combattere una

battaglia di retroguardia”.

Mentre, infatti, molti altri grandi vini italiani, sottolinea Biondi Santi, risultano spesso più immediati, più facilmente approcciabili anche giovani, per il Brunello è fondamentale essere pazienti perché è il tempo a decretarne la qualità più autentica e dimostrabile.

Ma questa percezione sui valori più veri del Brunello, secondo l’erede dell’importante brand di Montalcino, è ancora lontana da venire. Ed è un ritardo dovuto anche alle diversità di stili e tecniche produttive proposte dai produttori ilcinesi che sicuramente rendono le cose ancor più problematiche.

Tancredi Biondi Santi evidenzia come questa difficoltà di riuscire a far percepire i valori qualitativi reali del Brunello è decisamente frustrante per un’azienda come la sua che “è stata quella che ha creato il concetto “moderno” del Brunello nel 19° secolo”. “Nonostante queste frustrazioni ” ha sottolineato a TDB Biondi Santi ” la nostra famiglia non ha voluto cambiare filosofia produttiva solo per inseguire le tendenze del mercato”.

L’immagine del Brunello è stata definita come una “lama a doppio taglio”, con un passato da basse produzioni e prezzi elevati e poi una evoluzione degli stili di vinificazione e una mancanza di presenza in certi mercati, aspetti che tuttoggi determinano alcune difficoltà nella proposta commerciale di questa importante tipologia di vini.

Aldilà delle valutazioni personali di Tancredi Biondi Santi, dal nostro punto di vista, le osservazioni dell’erede della prestigiosa azienda di Montalcino, mettono in risalto ancora una volta un limite grave di quasi tutte le nostre denominazioni, anche quelle più importanti. E cioè la difficoltà di fare emergere valori territoriali chiari, riuscire a dare chiavi di lettura dei propri vini il più possibile oggettive e di limitare il fatto che tutto si racchiuda sugli stili interpretativi dei produttori. Se l’unico fattore del terroir che oggi siamo in grado di proporre al mercato, al trade, ai consumatori è lo stile del produttore sarà sempre più difficile garantire presidi

efficaci della reputazione e posizionamento delle nostre denominazioni, anche quelle più autorevoli.

E rimanendo in casa Brunello è da tempo che si sente la necessità, quanto meno, di evidenziare le diversificazioni territoriali di questa denominazione per una nuova classificazione che finalmente identifichi ed esalti i diversi terroir di questo grande vino.