

SOMMELIER toscana



N.4

Periodico di informazione della Associazione Italiana Sommeliers Toscana

GIUGNO 2008 - ANNO V

Giovani in avanscoperta

Entusiasmo, voglia di fare e di cambiare. Senza foga però e senza rivoluzioni per la testa

Enthusiasm, willingness to do and to change, but without haste and revolutions

Informati, attenti, entusiasti e legati alle tradizioni ma anche pronti a sperimentare le novità. Gli under 40 del vino toscano sono il futuro che avanza partendo da un passato che serve come pozzo di conoscenza e esperienza: produttori, enologi, agronomi, sommelier o semplici appassionati, tutti legati dalla verde età e da un'ottima cultura enologica.

Capita così che ci siano tanto giovani famiglie in cui il vino ha un posto di riguardo da qualche anno quanto famiglie storiche che producono vino da più di un secolo: la Toscana offre in questo senso un panorama molto variegato e destinato ad ampliarsi ulteriormente con l'arrivo sulla scena di nuove etichette e nuovi giovani esperti.

Ad Arezzo, per esempio, vino fa rima con Cini, che è il cognome di Cristiano, sommelier pluripremiato e campione toscano nel 2002, ma che è anche il cognome che ha preso, sposando Cristiano, Simona Bizzarri, neo campionessa regionale per il 2008: due giovani uniti anche dalla passione per il vino.

"Dopo un periodo in cui forse c'è stato un po' di stallo - dice Cristiano Cini - adesso c'è fermento e l'arrivo di nuova linfa nel mondo dell'enologia è una cosa ben accetta. Apprezzo molto che siano ancora proposti prodotti legati alla tradizione ma accompagnati da qualche novità anche in fatto di marketing; negli ultimi due o tre anni è stata mantenuta la nostra caratteristica enologica ma è stato aggiunto qualcosa di brioso e fresco, non solo da parte dei produttori ma anche da parte di chi cura l'aspetto commerciale".

Ma gli occhi di Cini sono anche e soprattutto quelli del sommelier e quindi parlare di giovani con lui significa anche parlare delle nuove leve dell'Ais: "Da quasi due anni lavoriamo con Leonardo Taddei e Luca Martini sulla formazione di un gruppo di ragazzi nuovi - spiega ancora Cini - e sentirsi ringraziare dal palco del Premio Versilia dai tre finalisti è stato emozionante e tutto questo ci sprona a dare ancora qualcosa in più all'associazione".

Enologia al femminile per Barbara Tamburini e Violante Gardini, enologa l'una, produttrice l'altra, entrambe giovani ed entrate nel mondo del vino da porte distinte.

Barbara Tamburini, laurea in Viticoltura e Enologia a Pisa e passione da vendere, lavora da anni anche per lanciare nell'élite alcune zone della Toscana ancora solo lambite dalla produzione di alta qualità, come il Montalbano pistoiese: "Quello dell'enologo - spiega la giovane professionista - è un mestiere che attira ancora molti giovani. Quando io mi sono laureata in facoltà c'era il numero chiuso e su quindici siamo arrivati in fondo al corso in sette. Adesso l'ammissione è libera e ci sono più di cento iscritti. Lo spazio per lavorare c'è ma certo non è più quello di dieci anni fa, le aziende produttrici sono tante, alcune si possono permettere un enologo personale, mentre altri lavorano per più produttori".

Well-informed, observant, enthusiastic and faithful to traditions but also willing to experiment with new products. The under-40s of the Tuscan wine world represent both the future on the march and the past seen as a source of knowledge and experience: producers, oenologists, agronomists, sommeliers or simply wine lovers, all very young yet armed with a deep wine knowledge.

Therefore, there are as many young families devoted to wine-making as historic dynasties that have been producing wine for over a century: Tuscan presents a very varied picture of the wine business which is destined to grow with the arrival of new labels and young wine experts.

In Arezzo, for instance, wine rhymes with Cini, the last name of Cristiano, a multi-awarded sommelier and Tuscan champion in 2002, and of Simona Bizzarri, Cristiano's wife, who has been recently elected regional champion 2008: two young people united also by the passion for wine.

"Following a period of slowdown- says Cristiano Cini- now there is a flurry of activity in the wine world. I appreciate the fact that traditional

**ASCOLTANO LA GENNAZIONE CHE LI HA PRECEDUTI
PERCHÈ PIÙ ESPERTA. CREDONO NELLA COMUNI-
CAZIONE, CONOSCONO LE REGOLE DEL MARKETING,
COLGONO VELOCEMENTE LE TENDENZE**

**THEY LISTEN TO THE OLDER GENERATION
BECAUSE OF ITS EXPERIENCE. THEY BELIEVE IN
COMMUNICATION, KNOW THE RULES OF MARKETING,
ARE QUICK TO RECOGNIZE TRENDS**

products are still offered but with a new and fresh image".

Cini is, first of all, a sommelier, so, when talking about young people, he cannot refrain from mentioning the Italian Association of Sommeliers' new generation: "We have been working with Leonardo Taddei and Luca Martini for about two years on the training of young people- explains Cini- and being publicly thanked by the three finalists of the Versilia Award was very touching and spurs us to do more for the association".

The women's art of wine-making is represented by Barbara Tamburini and Violante Gardini, oenologist and wine producer respectively, both young and talented.

SOMMELIER toscana



N.4

Periodico di informazione della Associazione Italiana Sommeliers Toscana

GIUGNO 2008 - ANNO V

Essere giovane non significa non essere esperti: "L'esperienza è un grande edificio costruito mattone su mattone – conclude Barbara – e noi giovani dobbiamo sempre imparare tanto dagli enologi più anziani. Dal canto nostro possiamo portare in questo settore il rigore scientifico appreso negli studi recenti e che può essere un elemento complementare all'esperienza".

Bicchieri in una mano e calcolatrice nell'altra per Violante Gardini, figlia di Donatella Cinelli Colombini, che le ha trasmesso la passione per il vino e che la segue (come mamma e come insegnante) anche nella sua carriera universitaria alla facoltà di Economia aziendale a Firenze: "Stò per laurearmi – dice Violante – e ora mi divido tra le aule di Firenze e le tenute di Trequanda e Montalcino. Mi occupo della ricezione dei clienti, delle visite guidate alle cantine, delle degustazioni e delle fiere, quindi anche con competenze per il marketing e la vendita".

Proprio in questi campi la presenza dei giovani nel mondo del vino può portare tante novità: "Internet e la comunicazione sono ormai fondamentali – continua la giovane "figlia d'arte" – perché se prima bastava descrivere e raccontare le qualità del vino adesso è necessario far vedere e toccare le botti in cantina, creare un contatto diretto con il cliente anche tramite canali interattivi, un po' come succede con i musei e l'arte".

E se si chiede a Violante se la più giovane della famiglia è ascoltata quando ci sono decisioni da prendere in fatto di vino la risposta è da "politica" già navigata: "I miei sono più esperti di me ed in più anche mia mamma è a contatto con i giovani, insegnando all'università e sapendo i loro gusti. Però io posso dir loro quali sono i prodotti più apprezzati dai palati meno raffinati ed anche che colore e design deve avere un'etichetta che deve far presa sui miei coetanei".

Ha l'entusiasmo e la voglia di emergere tipica dei giovani anche Andrea Faralli, che da Cortona guarda al mercato vinicolo con qualche timore ma anche il marchio conta molto e quindi il passo più difficile è far assaggiare il nostro prodotto la prima volta e sta al ristoratore convincere il consumatore a provare qualcosa di nuovo in una fascia di prezzo in cui si possono trovare anche Nobile e rosso di Montepulciano".

L'intraprendenza dei giovani arriva anche nel campo della promozione dei prodotti: "Noi partecipiamo a Vinitaly – dice ancora Faralli, che lavora in azienda con la famiglia e produce ventimila bottiglie l'anno per cinque etichette – ma siamo stati presenti anche alla prima edizione di Arezzo Wine, che speriamo abbia un seguito. Però il modo migliore per farsi conoscere è fare le degustazioni direttamente in azienda per i giovani ed i turisti, per far vedere come lavoriamo, d'altronde anche l'occhio vuole la sua parte".

Ancora enologia al femminile con Serena Contini Bonacossi, giovane leader del Consorzio Carmignano e cresciuta tra i filari e l'uva della tenuta di Capezzana. "Con l'apertura di molti wine bar – dice Serena dalla Wine and Spirits Fair di Londra – le possibilità di visibilità per i giovani produttori sono aumentate. Con il vino al bicchiere è più facile far scoprire nuove etichette. Io stessa amo sperimentare nuovi gusti, soprattutto di vini stranieri che in Italia difficilmente si trovano e che quindi bevo soprattutto durante i viaggi, facendo confronti e valutando le differenze con i vini nostri. In Inghilterra per esempio assaggio vini australiani e californiani, che stanno prendendo piede a scapito dei nostri, ma è ovvio che le mie preferenze sono per i prodotti italiani".

Gusti nuovi anche sul mercato italiano? "Sì, ma con attenzione alla tradizione e al territorio – precisa la presidente del Consorzio – perché dobbiamo tornare a scoprire i nostri vitigni".



Barbara Tamburini, who has taken a degree in viticulture and oenology from the University of Pisa and is extremely passionate about wine, has been trying for years to launch some unknown wine-producing areas in Tuscany such as the Montalbano near Pistoia: "Today many young people-explains Barbara- wish to become oenologists. When I attended university, the number of students admitted to that course of study was restricted and only seven students out of fifteen completed it. At present, there is free admission and the course is attended by over one hundred students. The wine field still offers many job opportunities but not as much as ten years ago, there are many wineries but not all of them can afford a personal oenologist, so many of us have to work for more than one producer".

Being young does not mean being inexperienced: "Experience is built gradually, a little at a time- concludes Barbara- and we young people have much to learn from older wine experts. Nonetheless, we can contribute with the rigor of science learned at school which is as important as experience."

A glass in one hand and a calculator in the other, Violante Gardini, daughter of Donatella Cinelli Colombini, has inherited the passion for wine from her mother who closely follows (as a teacher and mother) her daughter's university career at the faculty of business economics in Florence: "I am about to take my degree - says Violante – and I spend my time between the university in Florence and the estates of Trequanda and Montalcino. I am in charge of customer reception, guided tours of the cellars, wine tasting and fairs, so I am involved in the marketing and sales fields as well". The two fields in which young people have the chance to excel: "The Internet and communication play a leading role nowadays- goes on Violante- because if, in the past, describing and talking about wine's qualities was enough, today we have to establish a direct contact with the customer even through interactive channels, as done in the museums with art".

When we ask Violante if, as the youngest member of the family, her professional opinion is taken into consideration, she says: "My parents are much more experienced than I am, especially my mother who is also a teacher and knows young people's tastes very well. However, I am able to tell what products are popular among the less sophisticated consumers and suggest what label color and design attract young people".

Such enthusiasm and ambition is shared by Andrea Faralli who, from Arezzo, is both worried and confident about the wine market: "It is not easy to find room on the market among so many famous wines- he explains-. In the wine field, as in fashion, the brand is very important. The most difficult step is to convince someone to taste our wine for the first time. Restaurant owners have to be able to persuade customers to try something new at the same price of a Nobile and Montepulciano red wine".

Young people are very proactive in the product promotion field as well: "We take part in Vinitaly- says Faralli, who works in the family business that produces twenty thousand bottles per year and five labels- but we have also attended the first Arezzo Wine fair. However, the best way to make one's product known is to organize wine tastings for young people and tourists directly at the winery to show how we work. Looks also counts".

Another young female representative of the wine world is Serena Contini Bonacossi, leader of the Carmignano Wine Consortium and member of the family owning the Capezzana estate. "Thanks to the opening of many new wine bars- says Serena from the Wine and Spirits Fair of London- young wine producers have more chances to make themselves known. Drinking wine by the glass is an easy way to discover new labels. I myself enjoy tasting new wines, especially foreign ones which one can hardly find in Italy, and making comparisons with ours. In England I usually drink Australian and Californian wines but, of course, I like Italian wine best".

Is the Italian market attracted by new products too? "Yes, it is, but we have to respect our traditions and territory- says the president of the consortium- by rediscovering our local grape varieties.



MENO DIECI

€ 6,80



DOC ELBA ROSATO 2007 ACQUABONA PORTOFERRAIO

Vitigni: Sangiovese 60%, Merlot e Syrah 40% Gr.12,5%

Colore rosa cerasuolo con aspetto cristallino. Di bella intensità olfattiva con sentori di lampone, ciliegia, fragoline di bosco e rosa. Al gusto esalta la sapidità e la freschezza.

Coral pink color with crystal clear appearance. Pleasant intense nose with raspberry, cherry, wild strawberries and rose notes. Savory and fresh taste.

€ 7,00



IGT TOSCANA ROSATO DEL CONVENTINO 2007 IL CONVENTINO MONTEPULCIANO

Vitigni: Sangiovese 100% Gr.13,5%

Colore rosa chiaro con sfumature che richiamano il seme del melograno. All'olfatto emergono sensazioni fruttate e iodate. In bocca prevale la sensazione alcolica con retrogusto amarognolo.

Claret rose color with hues reminding of pomegranate seeds. The nose reveals sensations of fruit and iodine. It leaves a predominantly alcoholic feeling in the mouth, with a bitter aftertaste.

€ 8,50



DOC VAL DI CORNIA ROSATO ELISEO 2007 GUALDO DEL RE SUVERETO

Vitigni: Sangiovese 50% e merlot 50% Gr.13%

Colore rosa intenso con sfumature violacee. Sensazione olfattiva elegante con richiami di ciliegia, geranio e fiori bianchi. Al gusto si caratterizza per le note saline ed evidente freschezza con ricordi di frutta rossa.

Intense pink color with violet hues. Elegant nose with reminders of cherry, geranium and white flowers. Salty notes and clear crispness with red fruit reminders characterize the taste.

€ 9,50



IGT TOSCANA ROSATO 2007 CASTELLO DI AMA GAIOLE IN CHIANTI

Vitigni: Sangiovese, merlot e canaiolo Gr.13,5 %

Colore Rosa cerasuolo, di bella vivacità. Al naso emergono le note fruttate, fragranti di ciliegia, pesca, nettarina e mela stark. In bocca è un vino ben equilibrato con note morbide e sapide.

Nicely vivid coral pink color. Nose with clear, fragrant fruity notes of cherry, nectarine and stark apple. It is a well rounded wine in the mouth, with supple and savory notes.

€ 6,50



IGT TOSCANA CERCATOJA ROSATO 2007 FATTORIA DEL BUONAMICO MONTECARLO

Vitigni: Sangiovese, canaiolo e ciliegio Gr.13%

Colore Rosa Cerasuolo, limpido. Olfatto deciso con note di uva spina e melagrana. In bocca è fresco con note di pompelmo rosa.

Coral pink color, clear. Forceful nose with gooseberry and pomegranate notes. Fresh taste with hints of pink grapefruit.