

Chianti Classico, il grande boom «Il Gallo Nero conquisterà la Cina»

Firenze, il presidente Zingarelli: «E a Trump i dazi non convengono»

Paolo Pellegrini
■ FIRENZE

«IL BARNUM del vino lascia Firenze e sciamano verso sud, a San Gimignano e la sua Vernaccia, e poi verso il Nobile di Montepulciano e il Brunello di Montalcino, dove la nuova edizione della Settimana delle Antepreme si concluderà lunedì 20 con una paio di novità: la classica 'piastrella' sul muro del Palazzo Comunale sarà firmata dalla Guida Rossa Michelin; e poi l'apertura anche ai 'wine lovers' delle degustazioni di Benvenuto Brunello. E intorno al vino toscano l'interesse è elettrico. Lo dimostrano i primi giorni della Settimana, a Firenze tra la Fortezza e la Leopolda, sede di Chianti Classico Collection visitata da quasi 2mila operatori, e almeno 5mila trattative ben avviate nel BuyWine tra 210 aziende e 200 buyers di tutto il mondo. Quanto basta per 'sentiments' importanti, conferma Sergio Zingarelli,

STRATEGIE

**Mercato interno in ripresa
Un logo ad hoc per lo sbarco
nel paese del Dragone**

presidente del Consorzio Chianti Classico.

Come parte il 2017 per il Vigneto Toscana?

«Molto positivo. C'è interesse, dopo un inizio 2016 che aveva fatto temere un minimo di stanchezza. Ora ci sono tantissimi operatori, e sta crescendo il mercato nazionale, un trend partito nel 2015 al quale abbiamo dedicato tanta attenzione».

E intanto il Classico sbarca in Cina con il logo scritto in ideogrammi...

«L'abbiamo ripreso in onore all'anno del Gallo di Fuoco. E' un mercato monitorato, che penso darà risultati a lungo termine, ma ha un grande potenziale. Pensiamo a una missione in Cina tra quest'anno e il 2018».

Siete preoccupati da Trump negli Usa, vostro primo mercato?

«Non penso farà mosse azzardate

per aumentare i dazi sui vini europei, non c'è convenienza nemmeno per loro, però un po' di paura c'è...».

Lei, come imprenditore, ha fatto 12mila chilometri per incontrare il mondo del vino negli Usa...

«L'ho fatto e lo rifarò, il Rocca delle Macie road show. Ho trovato grande accoglienza, mi ha sorpreso la conoscenza delle nostre novità come la Gran Selezione. Spero

i miei colleghi facciano altrettanto, dobbiamo far conoscere il nostro territorio. E fare squadra».

Magari con un nuovo marchio Toscana?

«All'estero Toscana fa colpo, vedi gli occhi illuminarsi. Toscana ha un grande appeal, ma non sono ancora certo che serva un vero e proprio marchio. Lo abbiamo già nel nome».

Quali i reali punti di forza del

Chianti Classico?

«La crescita qualitativa enorme dovuta a investimenti di quasi la totalità delle imprese. Poi la concentrazione di grandi produttori; e sono felicissimo che Antinori abbia voluto chiamare la nuova cantina 'Antinori nel Chianti Classico'. E un territorio incredibile, il progetto di far parte del patrimonio Unesco è importantissimo».

Avete rinnovato la 'Santa Alleanza' dei Grandi Territori mondiali...

«Siamo l'unica zona italiana in quel gruppo. E' importante far quadrato intorno a queste zone pregiate, venti nel mondo. Già ci sono risultati, come il divieto all'esterno di usare i domini internet .wine e .vin. E il nostro gemellaggio con lo Champagne è un altro bel segnale».



ALLA SALUTE Il vino di qualità toscano alla prova dei mercati stranieri. Intanto buone notizie arrivano dai consumi interni



L'alleanza tra 20 regioni vinicole per garantire la tutela dei vini riunisce tra gli altri Chianti Classico, Comité Champagne, Bordeaux e Borgogna, Tokaj (Ungheria), Jerez e Rioja (Spagna), Douro e Porto (Portogallo)



