

**ENOLOGIA.** La seconda annata, 2009, verrà presentata al Mudec di Milano dopodomani

# Progetto De Buris, cresce l'Amarone di Tommasi

L'enologo Giancarlo: «La nostra famiglia vuole celebrare il territorio a cui appartiene». Forte spinta per il mercato italiano ma anche estero

Laura Zanoni

Un progetto enologico-culturale su cui Tommasi Family Estates sta investendo molto, e che ha rafforzato la quota di mercato nazionale: si chiama «De Buris» e riguarda l'omonimo Amarone riserva e il restauro della storica villa veneta di San Pietro In Cariano dell'azienda.

L'annata 2009 del De Buris Amarone della Valpolicella Classico doc Riserva verrà presentata mercoledì al Mudec, a Milano. E questa seconda annata del progetto voluto dalla famiglia Tommasi si arricchisce quest'anno dell'aggettivo «illustre», alludendo ai quattro illustratori italiani - Giacomo Bagnara, Andrea Mongia, Antonio Sorrentino e Alice Piaggio - ai quali la famiglia di vitivinicoltori ha affidato il compito di rappresentare «il Tempo, il Luogo e il Patrimonio» attraverso il linguaggio dell'illustrazione. «Con De Buris abbiamo voluto raccontare il passaggio generazionale, ma an-

cor più vogliamo celebrare il territorio a cui apparteniamo e che ci ha visti crescere, non solo con un grande Amarone ma anche con un progetto di comunicazione per noi innovativo che si rivolge ad un pubblico ampio e con valori profondi», spiega l'enologo Giancarlo Tommasi.

Con sei tenute vitivinicole in cinque regioni d'Italia - Tommasi in Veneto, Caseo in Lombardia, Casisano a Montalcino e Poggio al Tufo in Maremma Toscana, Surani in Puglia e Paternoster in Basilicata, e con la partnership con Tenuta La Massa nel Chianti Classico - la famiglia Tommasi, alla quarta generazione, vuole valorizzare tutti questi territori, legandosi a un percorso di sostenibilità e di ospitalità. L'attenzione all'accoglienza è concretizzata nelle strutture di Villa Quaranta in Valpolicella, Albergo Mazzanti, Caffè Dante Bistrot a Verona e Agriturismo Poggio al Tufo a Pitigliano, in Maremma Toscana. L'Amarone De Buris, prodotto in un numero limitato di bot-



Da sinistra: Giancarlo, Erica, Barbara, Paola, Pierangelo, Michela, Piergiorgio, Francesca e Stefano Tommasi

te e che si posiziona nel settore «luxury», si rivolge, oltre che a quello italiano, ai principali mercati di riferimento esteri dell'azienda, tra cui Stati Uniti, Canada, Germania, Scandinavia, Svizzera, Regno Unito ma anche Asia, soprattutto Cina e Hong Kong.

Proprio la Cina è stata l'ultima tappa del «De Buris Grand Tour» che ha toccato vari Stati presentando eventi legati alla cucina italiana di alta gamma e masterclass. Particolare attenzione è riservata ai mercati asiatici: incontri formativi e commerciali per raccontare l'Amarone ad un pubblico «pronto a prodotti di alta gamma». Come accade per i «Millennials», target in crescita per Tomma-

si. La produzione complessiva dell'azienda è di 3 milioni di bottiglie, e il fatturato 2018 è in crescita di un milione rispetto al 2017, arrivando a 29 milioni. Per la distribuzione, la collaborazione con la rete commerciale Italia e quella con l'alta ristorazione e le enoteche hanno consentito di generare interesse per un vino di alta gamma.

Nel frattempo, arrivano i riconoscimenti delle principali guide per De Buris Amarone della Valpolicella classico doc Riserva 2009, tra cui il punteggio di 95/100 della rivista Robert Parker wine advocate, i Tre bicchieri del Gambero Rosso, i 5 grappoli di Bibenda, i 96/100 punti di Doctor Wine di Daniele Cernilli. •

## La produzione

### Il processo di appassimento per 110 giorni

La Groletta, a Sant'Ambrogio della Valpolicella, a 250 metri di altitudine, con rese molto basse è da sempre considerata una zona privilegiata per la qualità delle uve: il posto a cui la famiglia Tommasi ha pensato per far nascere un percorso di crescita avviato più di vent'anni fa dalla famiglia, fra i protagonisti della storia dell'Amarone e della Valpolicella e che, con la quarta generazione, finalmente si realizza.

Tutto ruota intorno ai centodieci giorni di appassimento, un tempo per le uve «che tornerà moltiplicato nel bicchiere vestito di complessità e profondità, dopo cinque anni di affinamento e riposo in botti grandi di rovere di Slavonia», spiega l'enologo Giancarlo Tommasi.

«La stagione 2009 è trascorsa all'insegna del bel tempo, un'annata che resterà nella memoria del nostro territorio. Dieci anni di attenzioni costanti e ossessive, dalla vendemmia alla commercializzazione», prosegue l'enologo. «Dieci anni in cui ci siamo presi, di anno in anno, tutto il tempo per capire le uve, il vino e fare le scelte giuste per aggiungere alla grandezza dell'Amarone bevibilità ed eleganza, per dare inizio al cosiddetto «rinascimento sostenibile» di questo vino».