

# Gentleman

**MF** Italia Oggi  
il quotidiano  
dei mercati finanziari  
QUOTIDIANO  
ECONOMICO, GIURIDICO  
E POLITICO



INSILE PER GLI UOMINI CHE AMANO LA VITA - NUMERO 153 - NOVEMBRE 2013

**GRANDI COLLEZIONISTI**  
DA PIERRE LOTI A VICTOR HUGO,  
A SIGMUND FREUD

**MOTORI GP NUVOLARI**  
IN CORSA CON  
LA STORIA

**YACHT**  
IL GABBIANO  
RIPRENDE  
IL MARE

**LA NUOVA ALFA**  
STORIA  
E PASSIONE

**OMAN**  
RESORT,  
DESERTO,  
CULTURA.  
NELLA  
TERRA  
DELLA  
REGINA  
DI SABA

Guglielmo Miani,  
37 anni, ceo di Larusmiani  
e presidente dell'Associazione  
di Via MonteNapoleone,  
che riunisce 115 negozi  
e comprende anche le vie Verri  
e S.Andrea. Foto di Massimo Sestini  
per Gentleman.



Hermès



Agnona



Bottega Veneta



Fendi



Ferragamo

*Le vie del business*

## MONTENAPO Power

La strada più elegante di Milano torna alla ribalta con le inaugurazioni dei marchi internazionali, da Fendi a Hermès, a Ferragamo. Grazie anche all'energia impressa da Guglielmo Miani, presidente dell'Associazione Via MonteNapoleone, che ha appena concluso la Vendemmia e progetta nuove idee per l'Expo



# il vino haute couture

DI CESARE PILLON

Roberto Cipresso, enologo in Montalcino, confeziona il vino su misura per le esigenze, la personalità, il gusto del cliente. Che così ha una bottiglia davvero sua

**S**IETE APPASSIONATI DI VINO e vorreste produrne uno eccezionale, con la vostra etichetta, ma non disponete del vigneto, della cantina, del laboratorio, delle attrezzature, né della competenza necessaria per realizzarlo? Non arrendetevi, non riponete il sogno nel cassetto: uno dei più stimati enologi italiani, Roberto Cipresso, è disposto a mettere a vostra disposizione tutto ciò che vi serve, e soprattutto la sua esperienza, per tradurlo in realtà.

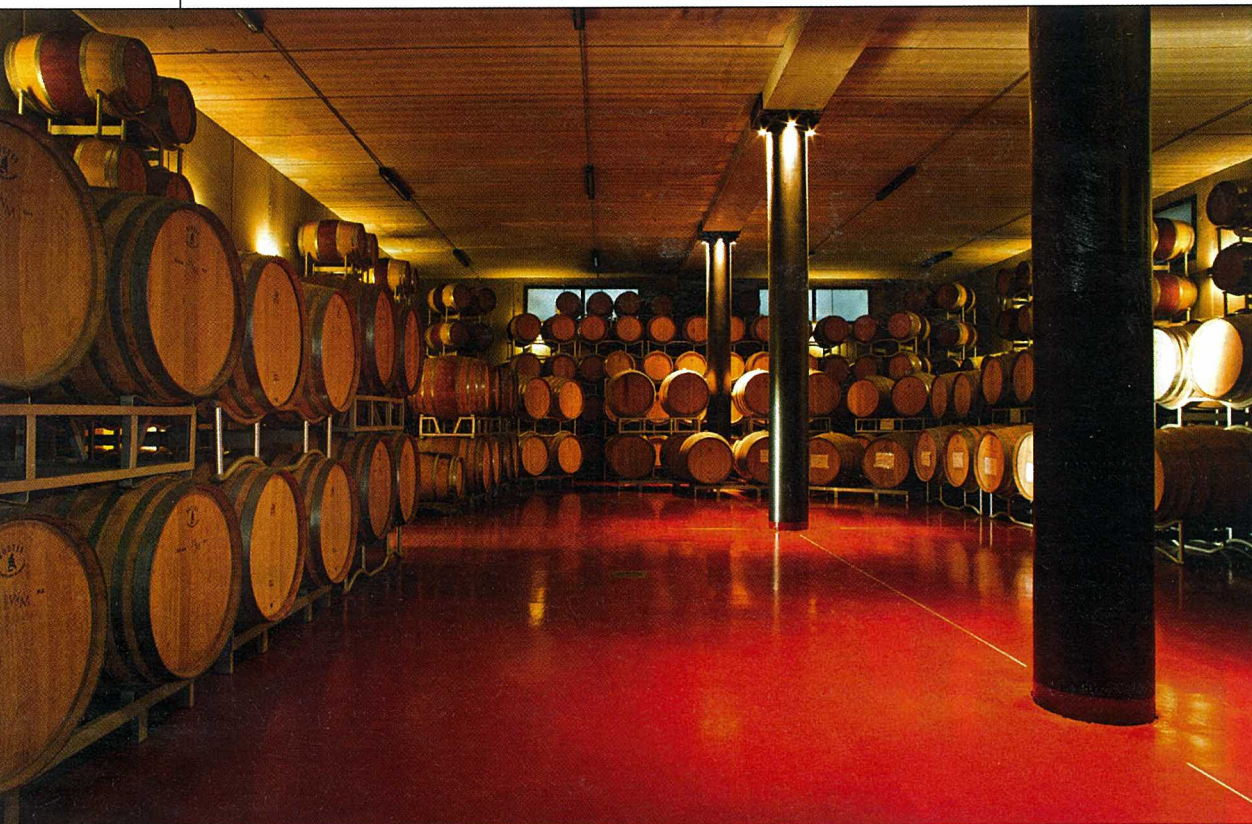
La sua proposta si chiama **Winetailor**: basta trascorrere un giorno con lui e la sua organizzazione, il **Winecircus**, per mettere a punto un vino esclusivo sulla misura delle vostre preferenze: un vino che un centinaio di giorni dopo vi verrà consegnato, nella quantità che desiderate, **imbottigliato, etichettato, confezionato e numerato**.

Originario di Bassano del Grappa, Roberto Cipresso risiede a Montalcino, dove ha iniziato la sua carriera. È in questa località consacrata a Bacco che produce poche ma preziose bottiglie di Brunello nella sua **Fattoria La Fiorita** ed è lì che ha organizzato il fulcro della sua attività di consulente, che spazia **dall'Italia all'Argentina**, e che svolge con l'ausilio di Viticoltura, un gruppo di tecnici agronomici ed enologici che lui stesso ha fondato nel 1999.

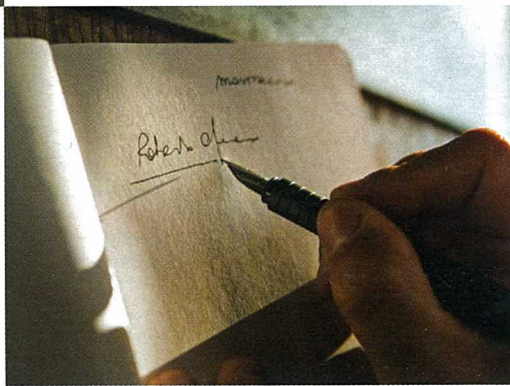
È sempre stato un enologo molto particolare: ha scritto tre libri di successo, *Il romanzo del vino*, *Vinosofia* e *Vineide*, in collaborazione con Giovanni Negri; nel 2000 ha creato una cuvée speciale per papa Giovanni Paolo II in occasione del Giubileo; dieci anni dopo ha realizzato per le Città del Vino una bottiglia per celebrare i 150 anni dell'Unità d'Italia, **miscelando tutte le varietà autoctone nazionali**. Ma come gli è venuto in mente di trasformarsi in stilista per realizzare vini su misura dei clienti? «Mi è capitato per caso», racconta, «come successe a Cristoforo Colombo, che partì diretto

A destra, Roberto Cipresso, 50 anni, enologo e scrittore, Oscar del vino 2006 e premio Veronelli 2007. È nella sua cantina con le speciali valigie con cui trasporta l'occorrenza per il suo lavoro.





Le barriche dei vini sono come le stoffe di un sarto. Il cliente le sceglie, poi è lui che gliele cuce addosso



alle Indie e si ritrovò in America. Io sono partito da un'esigenza di approfondimento scientifico. Grazie al mio lavoro, mi trovo talvolta alle prese con **uve molto particolari, di varietà dimenticate**, magari coltivate in condizione limite, che a sorpresa manifestano qualità entusiasmanti. E per poterle studiare a fondo ho creato il Winecircus». Che cos'è Winecircus? «È una cantina sperimentale, con laboratorio e attrezzature molto avanzate, dove vinifico quelle uve, ricavando una materia prima preziosa per la ricerca enologica che svolgo in collaborazione con le **Università di Padova, Milano, Trento, Pisa e Udine**, quindi con l'aiuto di studenti che in questo modo possono fare irripetibili esperienze». Ma che c'entra quest'iniziativa scientifica con l'attività sartoriale del vino su misura? «È semplice», spiega Cipresso. «Ricerca enologica, studio e analisi non esauriscono la materia prima che ho accumulato. Realizzando il progetto Winecircus, perciò, mi sono trovato a disposizione **una gamma di vini fuori del comune**, molto simile ai colori che il pittore ha sulla tavolozza. Dalla loro miscela, l'artista può ottenere infinite sfumature che gli servono per dipingere un quadro, ma è

un quadro che ha in mente lui. Forse allora, mi son detto, le barriche di questi vini speciali sono più simili alle stoffe che il sarto ha a disposizione: perché è al cliente che le fa scegliere, quando gli prende le misure, anche se è lui stesso, poi, a cucirle». La possibilità di realizzare un vino esclusivo senza possedere un'azienda agricola, e di poterlo fare miscelando vini base già eccezionali per conto loro, è così affascinante che Cipresso, contando solo sul passaparola, l'ha già realizzata nove volte in due anni. «E quando mi sono reso conto che con questa operazione avrei potuto finanziare l'attività di Winecircus», racconta, «ho messo a punto il programma di Winetailor». Secondo que-

sto programma, è preferibile che almeno la prima volta sia il cliente a recarsi da lui. Winecircus ha sede a Montalcino, in località Castelgiocondo.

Il processo di creazione della cuvée personalizzata comincia nella sala di degustazione con **nove vini base**, ognuno dei quali viene descritto con l'aiuto di un video da Cipresso (che non ne avrebbe neanche bisogno perché è un affabulatore nato), affinché il cliente possa conoscere a fondo le loro caratteristiche tecniche e organolettiche, ma soprattutto ne possa percepire l'essenza. Terminato l'assaggio, egli deve indicare i quattro campioni che preferisce. E Cipresso, che durante questa prima fase ha già cominciato a **conoscere la sua personalità e i suoi gusti**, dall'assemblaggio dei quattro vini ne ricava sei calibrati sul suo tasso di gradimento.

Dall'assaggio di questi sei campioni, il programma prescrive ne vengano scelti due, che ancora una volta variamente miscelati diventeranno tre. Ed è con la **degustazione dei tre prototipi** che ha luogo l'ultima fase del processo: il cliente, a questo punto, seleziona l'assemblaggio che gli piace di più, il vino sulla sua misura. Cipresso, che pratica abitualmente l'inglese, riassume il tutto così: il testing, svolto in tre step, ha comportato l'assaggio di nove vini base e nove blend. Perché un'operazione così complessa? Perché il vino su misura non corrisponda soltanto al gusto individuale del committente, ma **esprima anche il suo carattere e la sua cultura**.

Negli intervalli fra uno step e l'altro, mentre Cipresso elabora i suoi mix, il cliente ha intanto studiato **l'etichetta e il packaging** del suo vino, discutendone con una designer di grande talento, Luciana Petti, e ha deciso quanti lotti vuole gli siano preparati: ognuno è di 300 bottiglie, quante cioè se ne ricavano da una barriche da 225 litri. L'ordinazione massima è stata finora di tre lotti, 900 bottiglie. Ma quanto son venute a costare ai committenti? «A seconda del packaging più o meno lussuoso», assicura Cipresso, «da 80 a 100 euro la bottiglia».

Tra le opzioni offerte dal programma Winetailor c'è n'è anche una intitolata Wherever you Want, dove vuoi. Il processo creativo del vino su misura, cioè, può essere organizzato dovunque, non solo a Montalcino: Cipresso ha già allestito valigie speciali, a prova d'urto, per trasportare in tutta sicurezza campioni, caraffe, bicchieri e strumenti anche in un albergo di Singapore, se è necessario. Si può diventare winemaker, insomma, non solo senza acquistare un vigneto, ma senza neanche muoversi da casa.



www.robortocipresso.it; www.winecircus.it

Nelle foto a sinistra, un'altra immagine delle cantine di Roberto Cipresso, a Montalcino, e il quaderno su cui l'enoologo annota gli appunti sulla personalità e i gusti del cliente che vuole un suo vino.