

Aldobrandino: un vino d'altri tempi dal design moderno

scritto da Agnese Ceschi | 9 Ottobre 2020



“Sopra il Monte Vasone, tra le viti pregiate, che su antichi vulcani furon forgiate, visse il nostro conte, amante del buon

vino, col suo solo e vero nome, si ricorda **Aldobrandino**: tenero di cuore e ricco di bontà, il suo nettare a tutti offriva e ne donava in quantità”. Con questi versi dal sapore d’altri tempi (perché realmente parlano di un personaggio di un’epoca passata) inizia la poesia stampata sull’etichetta del nuovo vino dell’azienda toscana “[Il Drago e La Fornace](#)”: Aldobrandino. Abbiamo scelto questa bella case history, ancora prima della presentazione ufficiale del vino – che avverrà questo autunno – per raccontare come dentro ad un’etichetta, come abbiamo già detto molte volte, si possa nascondere uno storytelling davvero accattivante.

Aldobrandino è il nuovo vino di casa “Il Drago e la Fornace”, l’azienda nel cuore del **Chianti senese**, che **combina l’alta qualità del prodotto al design dell’etichetta**, trasformando ciascuna bottiglia in un pezzo esclusivo. E Aldobrandino è davvero un prodotto esclusivo. Non solo per le sue peculiarità dal punto di vista produttivo, ma anche per la sua suggestiva veste grafica.

“Aldobrandino verrà prodotto solo nelle migliori annate ed è il frutto di un’accurata selezione di uve **100% Cabernet Franc**, coltivate sul Monte Vasone, un terroir di origine vulcanica ricco di sabbie silicee” ci racconta Alessandro Mugnaioli, export manager dell’azienda. “La scelta alla base della produzione di questo vino è quella di produrre per la prima volta un vino interamente di Cabernet Franc, un vitigno difficile. Abbiamo insistito su questa varietà essendo convinti che il terreno di quest’area l’avrebbe accompagnata nel modo giusto”. Il risultato? Un **vino dalle intense note di frutti maturi, di grande eleganza e persistenza** con profumi balsamici inconfondibili, che fa un affinamento in botti di rovere francese per circa 20 mesi.

La veste grafica di questo vino è unica e innovativa: **l’etichetta bianco-dorata si apre simulando una busta chiusa** con la cera lacca all’interno della quale si trovano delle strofe dal sapore d’altri tempi. Queste strofe raccontano la

storia di un **nobiluomo rinascimentale**, una persona di grande cuore che viveva nel Chianti e accoglieva le persone con un buon bicchiere di vino.

“Così come questo nobiluomo il nostro vino vuole arrivare alle persone, come un **prodotto sincero, che avvolgerà con le sue calde braccia coloro che lo berranno**” spiega Mugnaioli. “Presenteremo questo vino nelle prossime settimane alla nostra rete di agenti e poi a seguire al mondo della ristorazione italiana e internazionale. Ci auguriamo che possa essere apprezzato, non solo per la sua particolarità ma anche per la storia che porta con sé, un mondo di altri tempi ma accomunato dalla passione per il buon vino” conclude Mugnaioli.