

Aminta: Andrea Cecchi racconta il futuro della famiglia a Montalcino

scritto da Stefano Montibeller | 25 Novembre 2025



Andrea Cecchi svela Aminta, la nuova tenuta di Famiglia Cecchi a Montalcino, un progetto che unisce storia familiare e una visione da "vigneron". In questa intervista, Cecchi racconta la genesi del nome, l'approccio scientifico al terroir, lo stile contemporaneo dei vini e le strategie per il futuro di questo debutto.

La famiglia Cecchi rappresenta un pilastro della viticoltura toscana, con una storia che affonda le radici nel 1893. Eppure, la spinta verso il futuro non si arresta. Con il debutto ufficiale di **Aminta**, presentato a Milano con il Rosso di Montalcino 2023 e il Brunello di Montalcino 2020, la famiglia ha intrapreso una nuova, attesa avventura in uno dei

territori più vocati del mondo. In questa intervista esclusiva per Wine Meridian, Andrea Cecchi ci svela la genesi, la filosofia e le ambizioni di questa tenuta, dove il legame con la terra si fonde con la storia personale e una meticolosa ricerca scientifica.

Andrea, la famiglia Cecchi ha una storia secolare. Cosa vi ha spinto a intraprendere un nuovo progetto proprio a Montalcino e qual è la filosofia che si cela dietro il nome Aminta, così evocativo?

Con Aminta abbiamo voluto completare un percorso che da sempre ci lega al Sangiovese. Entrare a Montalcino è stato il risultato di una scelta attenta, maturata nel tempo, che ci ha portati ad investire in un territorio di straordinaria complessità e prestigio. Il nome stesso nasce dalla volontà di unire il concetto di **famiglia con l'unicità del territorio**. "Aminta" è infatti una fusione tra **Anita**, il nome di mia madre, figura centrale e carismatica della nostra famiglia, e **Amiata**, il maestoso monte che domina il paesaggio della tenuta e ne protegge il microclima. A questo si è aggiunto un terzo riferimento, quasi poetico: la scoperta di una fonte termale naturale nella proprietà ci ha ricordato *L'Aminta* di Torquato Tasso, un dramma pastorale in cui una fonte è luogo cardine della narrazione. Anche l'identità visiva è profondamente legata a questa storia: le etichette si ispirano ai disegni originali di mia madre del 1948, mentre il logo riprende la forma a goccia degli scudi dei quartieri storici di Montalcino.

Parlate di un approccio da "vigneron". In

che modo state interpretando il terroir di Aminta, situato nella prestigiosa sottozona di Castelnuovo dell'Abate?

Il nostro approccio è meticoloso e scientifico. Abbiamo iniziato subito una collaborazione con Simone Priori dell'Università della Tuscia per **un'analisi approfondita dei suoli**. I nostri 6 ettari sono articolati in **tre corpi vigneto distinti** – Pian Bossolino, Cantina e Caselle – ognuno con una propria identità. I suoli sono eterogenei: a Pian Bossolino, tra i 395 e i 415 metri, troviamo galestro e pietraforte; attorno alla Cantina, con esposizione Sud-Est, le stesse formazioni; a Caselle, più a sud verso l'Orcia, emergono depositi di sabbie messiniane. Comprendere questa complessità è fondamentale. L'obiettivo è produrre vini profondamente legati all'origine, essenziali nello stile e pensati per durare nel tempo. Questo ci ha portati a una vinificazione parcellizzata, per esaltare le singole identità prima di unirle sapientemente nel blend finale.

Montalcino ha visto un'evoluzione stilistica negli ultimi decenni. Qual è l'interpretazione che Aminta vuole dare ai suoi vini e come si inserisce in questo l'uso di materiali come il cemento?

Vogliamo creare **vini contemporanei**. Non dico "moderni", perché non possiamo prescindere dalla tradizione, ma contemporanei sì. Il consumatore è cambiato e cerca vini magari già fruibili, pur mantenendo un grande potenziale di invecchiamento. Per questo abbiamo lavorato molto sull'evoluzione del nostro Rosso di Montalcino 2023. **Il cemento gioca un ruolo chiave** in questo: a differenza di un legno usato in modo eccessivo che può asciugare il vino, il

cemento di nuova generazione ci permette di ottenere vini più distesi, equilibrati, che non perdono la loro freschezza. È uno strumento che, forse più dell'anfora, ci consente di preservare la purezza del frutto e l'espressione del territorio, rispettando le caratteristiche di ogni annata.

Un progetto così specifico richiede un approccio commerciale altrettanto mirato. Qual è la vostra strategia per posizionare i vini di Aminta sui mercati, sia in Italia che all'estero?

La strategia si basa sui **rapporti umani, sull'amicizia**. Vogliamo esulare dagli importatori e dagli agenti canonici per costruire legami di estrema fiducia con persone che si appassionano al nostro progetto. È un approccio che ci permette di avere una distribuzione capillare ma curata, fatta da una o due persone per mercato, non da grandi strutture. Vedo un grande potenziale in mercati attenti alla qualità e con una buona capacità di spesa. La **Svizzera e l'Austria** sono in prima linea. Anche in Germania non approcciamo il mercato nella sua interezza, ma miriamo a città specifiche come Monaco e Amburgo. **L'Oriente è interessante**, in particolare la Corea e il Giappone, ma stiamo esplorando anche mercati minori ma in forte crescita come il Vietnam e la Cambogia. Differenziare è fondamentale per non dipendere da un unico mercato.

L'esperienza in cantina oggi è fondamentale. Che ruolo avrà l'enoturismo per Aminta, considerando che è un aspetto che curate molto nelle altre vostre tenute?

L'enoturismo è cruciale e intendiamo investirci molto, anche se con un approccio graduale. L'obiettivo è creare

un'accoglienza di altissimo livello, che sia “country ma estremamente elegante nelle attenzioni”. In attesa che la tenuta sia pronta, organizzeremo incontri mirati, anche individuali, con persone di riferimento del settore. Vogliamo che chi viene a trovarci possa vivere un'esperienza completa, che unisca il vino, il territorio e la nostra storia familiare, un'immersione totale nel mondo Aminta.

L'acquisizione di Aminta nel 2018 arriva dopo quelle in Chianti Classico, Maremma e Umbria. Come si inserisce questo progetto nel percorso evolutivo di Famiglia Cecchi e cosa significa per voi “essere pionieri” oggi?

Aminta rappresenta un **punto di sintesi**, il completamento di un percorso dedicato al Sangiovese nei suoi territori d'elezione. Dopo Villa Cerna, Val delle Rose e Villa Rosa, Montalcino era il passo che sentivamo di dover fare. Essere pionieri oggi non significa solo scoprire nuovi territori, come facemmo in Maremma negli anni '90, ma anche **approfondire e reinterpretare quelli storici**. Significa avere il coraggio di sperimentare, come stiamo facendo con il Viognier a Val delle Rose, e applicare un rigore scientifico per comprendere fino in fondo la terra che coltiviamo. Essere pionieri oggi vuol dire avere la personalità di fare scelte dettate dal rispetto per il territorio e dalla ricerca della massima espressione qualitativa. È questo lo **spirito che guida il progetto Aminta** e tutto il futuro della nostra famiglia.

Punti chiave

- 1. Origine del nome Aminta:** una fusione tra la madre Anita

e il Monte Amiata, simbolo di famiglia e territorio.

2. **Approccio scientifico al terroir:** analisi dei suoli e vinificazione parcellizzata dei tre vigneti per esaltare l'unicità di ogni appezzamento.
3. **Stile contemporaneo dei vini:** equilibrio e freschezza grazie all'uso del cemento, per vini fruibili ma dal grande potenziale evolutivo.
4. **Strategia commerciale mirata:** rapporti diretti e di fiducia con partner selezionati, privilegiando mercati di nicchia e di alta qualità.
5. **Visione da pionieri:** reinterpretare un grande terroir come Montalcino con rigore scientifico, rispetto e una forte identità personale.