

Enoturismo in Toscana a Val di Suga: l'accoglienza nelle tre lingue del Brunello

scritto da Lavinia Furlani e Fabio Piccoli | 3 Agosto 2021



L'abbiamo ripetuto più volte nei nostri racconti del nostro tour: **il turismo del vino è tante cose, molte di più di quante spesso erroneamente pensiamo.** Ciò che un'azienda può offrire ai suoi ospiti è alquanto vasto e variegato.

Ad esempio, **Val di Suga** (l'azienda di Montalcino del gruppo Bertani Domains) rappresenta uno dei migliori esempi di racconto delle diverse anime di uno dei vini italiani più famosi al mondo: il **Brunello**.

Certo, **Val di Suga è anche una bella azienda con una cantina**

ben strutturata, e con Vigna Spuntali diventerà presto anche uno dei luoghi di accoglienza meglio attrezzati e funzionali del territorio di Montalcino.

Ma se dovessimo evidenziare il fattore chiave dell'offerta enoturistica di Val di Suga, non avremmo dubbi: diremmo **lo "storytelling tecnico" che sono in grado di esprimere sulle diverse identità del Brunello di Montalcino**.

E questo perché **Val di Suga si sviluppa su tre diversi terroir ilcinesi** (Vigna del Lago, Poggio al Granchio e Vigna Spuntali) che conferiscono al Brunello tre ben diversificate espressioni. Questo aspetto è molto importante; quante volte sottolineiamo la grande eterogeneità espressiva dei vini (anche all'interno di piccole aree produttive) ma poi non ci impegniamo adeguatamente per evidenziare e comunicare queste diversità?

Val di Suga è una bella eccezione in tal senso, perché ha fortemente **basato i suoi contenuti per spiegare al meglio il nesso esistente tra sito produttivo ed espressione dei vini** (in questo caso l'illustre Brunello).

E a Val di Suga lo possono fare avvalendosi non solo di tre dei migliori terroir viticoli della denominazione, ma anche collocandoli su **tre areali decisamente suggestivi dal punto di vista paesaggistico**.

Chi ha avuto la fortuna, ad esempio, di visitare Vigna Spuntali, storicamente conosciuta come la **zona migliore del versante sud-ovest di Montalcino** (uno dei cru storici del Brunello), ha potuto apprezzare anche uno dei migliori paesaggi vitati del nostro Paese.

La visita a Val di Suga è, quindi, tra le più "educative" per comprendere l'affascinante connessione tra vino e terroir. Questo aspetto ce lo ha fatto comprendere molto bene **Andrea Lonardi, direttore operativo di Bertani Domains** e, a mio parere, tra i migliori costruttori di storytelling tecnici del

nostro Paese.

A Val di Suga, infatti, è stato realizzato un progetto vitienologico molto coraggioso ed originale che ha rotto alcuni schemi classici della produzione di Brunello. Invece di realizzare un unico Brunello di Montalcino attraverso un blend dei diversi Sangiovese coltivati nei 55 ettari complessivi dell'azienda, si è scelta la via di **produrre tre vini capaci di esprimere le peculiarità dei tre diversi siti produttivi di appartenenza.**

Tre cru ben distinti – per esposizione, suolo, microclima, e altitudine – dove il Sangiovese ha trovato un habitat ideale per esprimersi ai suoi massimi livelli in maniera molto diversificata.

Da qui, la scelta dello staff tecnico dell'azienda, impegnato anche sul fronte dell'accoglienza come **l'enologo Paolo Riccobono e Gaia Capitani**, brand manager delle tenute toscane del gruppo Bertani Domains, di **voler raccontare il proprio Sangiovese in tre diverse declinazioni**, ognuna con una sua specifica identità altamente riconoscibile.

Un'impostazione che condividiamo in pieno, perché consideriamo l'attività enoturistica come un'occasione straordinaria per "educare" in maniera intelligente i consumatori di vino di tutto il mondo.

A Val di Suga riescono a coniugare bene emozioni e contenuti tecnici e, per noi, questo significa "sfruttare" il turismo del vino nella maniera più efficace.

Le persone che ci hanno

accompagnato

Non è facile gestire e far vivere aziende dove la proprietà non è presente quotidianamente.

Ma a Val di Suga le risorse umane ci hanno trasmesso quanto sia importante credere in un lavoro e vivere il proprio ruolo con abnegazione aziendale, trovando un senso in ogni giornata, a tal punto da vivere l'azienda come una famiglia.

Il tutto farcito di un rispetto che non è frutto di semplice convenienza professionale, ma che è intriso di gratitudine, di comprensione e di voglia di fare il massimo dimostrando amore per un territorio.

Il team, a Val di Suga, ci ha trasmesso un forte credo: se credi tu per primo in quello che fai, non devi temere nulla perché il tuo lavoro serve prima di tutto a te per essere una persona migliore.

Ed ecco che **Gaia Capitani ci ha riservato un' accoglienza che ci ha colpito per il mix tra semplicità e gratitudine**: è stata abilissima a farci sentire speciali e, al contempo, a farci percepire che cosa significhi il territorio per loro. **Un territorio che amano e a cui sono tutti realmente grati**.

Nella visita e nella degustazione non hanno trascurato alcun dettaglio: dalla tovaglietta personalizzata alla scelta dei vini da farci assaggiare. Per non parlare del kit degustazione per i bambini, con disegni, panini e succhi di frutta.

Se è vero che in certi luoghi il territorio è il protagonista assoluto, è altrettanto vero che le risorse umane possono valorizzarne ogni aspetto. Ed è proprio questo che si percepisce a Val di Suga.