

# Enoturismo in Toscana a Lamole di Lamole: l'enoturismo coerente con l'ambiente

scritto da Lavinia Furlani e Fabio Piccoli | 27 Agosto 2021



Lo ripetiamo spesso: potremmo classificare i modelli di **enoturismo** in due grandi macro categorie:

- l'enoturismo **“aziendale”**;
- l'enoturismo **“ambientale”**.

**Nel primo caso l'impresa diventa il contesto enoturistico esclusivo, dove l'esperienza turistica si concentra sulla**

**storia aziendale.** Per usare una metafora, spesso ci si trova di fronte ad un quadro (l'azienda) che magari è di arte contemporanea ma la cornice (l'ambiente, il paesaggio circostante) è molto classica, antica.

**Nel secondo caso,** invece, l'azienda e il paesaggio circostante sono un tutt'uno, in assoluta coerenza a partire dal profilo architettonico delle strutture produttive (cantina) e dell'accoglienza.

Ho riflettuto molto su questa distinzione durante la visita a **Lamole di Lamole**. Si tratta dell'azienda toscana del **Gruppo Santa Margherita** a metà strada tra Firenze e Siena. Si entra nel mood dell'azienda già inerpicandosi per la strada tortuosa che porta al piccolo e suggestivo borgo di Lamole che fin da subito ti dà quelle bella (e rara) **sensazione di reale autenticità**.

Come assolutamente autentica appare subito l'azienda che è quasi nascosta tra le pieghe del borgo. Con i suoi quasi 700 m siamo nel limite massimo di produzione del **Chianti Classico** anche se, molto probabilmente, le preoccupanti mutazioni climatiche fanno di questi territori vitati in altitudine forse la risposta migliore.

Era la prima volta che la visitavo e ammetto che mi sarei aspettato, non so per quale precisa ragione, un'azienda più visivamente impattante. Ed è stata questa sorpresa che mi ha portato a riflettere. Spesso, infatti, **siamo portati a giudicare le aziende anche per il loro lato "estetico"**; tuttavia, trovo che l'esteriorità di un'azienda venga troppo spesso giudicata **non prendendo in esame il contesto in cui è inserita**, ma esclusivamente ciò che è inserito all'interno del suo perimetro.

Su questo fronte sarebbe interessante stimolare una riflessione di confronto anche con architetti ed esperti del paesaggio per arrivare a comprendere il complesso tema della

costruzione di un'impresa vitivinicola tenendo presente anche gli aspetti enoturistici e le aspettative dei turisti del vino.

In questa direzione, Lamole di Lamole rappresenta un luogo non solo assolutamente integrato nell'ambiente circostante da un punto di vista architettonico, ma anche determinato ad **esaltare al meglio tutto ciò che circonda l'azienda attraverso la sua offerta enoturistica.**

Per la prima volta, ad esempio, mi è capitato di iniziare una visita partendo dal paese in cui la cantina è situata, più precisamente dalla Chiesa di San Donato di Lamole.

Ma le brave responsabili dell'attività di accoglienza di Lamole di Lamole – **Camilla Fusi**, responsabile hospitality dal 2015, e **Patrizia Piazzini**, hospitality manager da tre anni – ci hanno subito spiegato che **in questo piccolo paese di solo 85 anime, la maggioranza di esse è impegnata nel lavoro del vino.** Per questa ragione fin da subito Lamole diventa **non solo un luogo storico di grande interesse, ma l'anima vitale dell'azienda.**

E questo ti fa riflettere su quanti siano i borghi che vivono di economia vitivinicola grazie alla presenza di aziende, grandi o piccole, nel loro territorio. Per questo **partire dal "paese" e non dalla "cantina"** non solo è una scelta narrativa, ma rappresenta un fattore chiave nell'identità di molte aziende. Nello specifico, ciò che si riesce a vedere dalle straordinarie terrazze vitate di Lamole è forse una delle viste più belle non solo del Chianti Classico, ma anche del nostro Paese.

Anche in questo caso a fare la differenza non è "solo" quello che si vede, ma anche quello che viene raccontato. E in questa direzione è stata perfetta la scelta di Camilla e Patrizia di raccontare il paesaggio come fosse una mappa dove ogni collina o paese in lontananza ti viene indicato e spiegato per darti

un prezioso orientamento.

Così riesci a comprendere che **Lamole di Lamole non solo è al centro di uno dei territori italiani del vino più vocati, ma anche un luogo di grande valore storico paesaggistico**, dove il vino è in grado di raccontarti l'incredibile storia del nostro Paese. Ed è appunto questo il valore aggiunto straordinario del turismo del vino, ed è questo che Lamole di Lamole riesce a dimostrare in maniera eccelsa.

---

## Le persone che ci hanno accompagnato

La nostra esperienza a **Lamole di Lamole** è iniziata la sera precedente alla visita vera e propria con una duplice sorpresa: la prima è stata una **cena a Vitique**, il ristorante del gruppo Santa Margherita coordinato con sapienza da **Dario Nenci** con l'aiuto in cucina del giovane **chef Antonio Guerra**.

Un team giovane che ci ha saputo coinvolgere e stupire fin dal nostro ingresso, attraverso una visita nella cantina ed un eccellente percorso di degustazione.

La seconda sorpresa è stata avere con noi a cena **Virginia Stancheris, responsabile comunicazione del gruppo**, che è scesa dal Veneto solo per farci compagnia. Una cena tutt'altro che noiosa quella con Virginia, che ci ha fatto comprendere tutti i punti di vista e i progetti comunicativi del Gruppo e, allo stesso tempo, ci ha fatto conoscere qualcosa in più di lei.

La mattina dopo, ad aspettarci a Lamole abbiamo trovato **Camilla Fusi e Patrizia Piazzini**.

Patrizia si è trasferita a Lamole, dove ci sono 85 residenti, integrandosi a tal punto con l'energia del luogo da sentirsi parte della sua ristretta comunità. Un plauso a questi giovani

che scelgono di lavorare nel mondo del vino e che lo vivono in pieno con esperienze totalizzanti. Mi ha colpito molto la sua voglia di **farsi vivere Lamole: generosità di informazioni, grande sorriso e totale disponibilità.**

Camilla ha condiviso con noi l'altra parte della medaglia di chi si occupa di hospitality: la gestione del back office, della relazione con il cliente prima dell'arrivo, dell'analisi dei report e dei dati. **Fare enoturismo infatti non significa solo accogliere e far assaggiare i vini, ma anche organizzare e analizzare la marea di dati che rendono sostenibile ogni nuova iniziativa.** In questo, Camilla ha affinato una grande capacità di analisi. Ho apprezzato però che abbia accettato di mettersi in prima linea con noi e che si sia buttata con gioia in qualcosa che non era nelle sue corde! Grazie!