

Il Consorzio Tutela Vini Montecucco presenta i risultati della nuova indagine condotta tra le aziende socie

scritto da Redazione Wine Meridian | 2 Agosto 2024



A tre anni di distanza dal primo lavoro di raccolta dati che lo consacrava come esempio virtuoso di sostenibilità ambientale in Toscana, il **Consorzio Tutela Vini Montecucco** si è recentemente impegnato in una nuova **indagine condotta presso le aziende socie** per attestare, oltre a dati di produzione e certificazione, diversi altri aspetti ed elementi legati all'attività delle cantine dell'areale, al fine di restituire una panoramica quanto più dettagliata e ampia dello status quo della Denominazione e promuoverne la crescita e lo sviluppo.

Attraverso la compilazione di un questionario, da metà giugno a metà luglio 2024 sono state raccolte le risposte di diverse **aziende distribuite tra i sei comuni di Cinigiano, Castel del Piano, Seggiano, Civitella Paganico, Campagnatico e Roccalbegna** e che da sole coprono una superficie vitata totale di circa 300 ettari, **di cui circa 276 ha sono potenzialmente rivendicabili Montecucco DOC (tra Rosso e Vermentino), mentre sono 197,42 gli ettari potenzialmente atti alla produzione di Montecucco DOCG.** I risultati raccolti sono in grado di fornire un quadro generale estremamente fedele dello stato di salute e dei trend della Denominazione considerato che **il campione preso in esame rappresenta rispettivamente il 76% e il 79% della produzione totale di DOC e DOCG Montecucco**, tra aziende socie e non, ed include le più grandi imprese dell'areale detentrici della maggior parte delle quote di produzione e imbottigliato e, quindi, di vendite e presenza nei mercati.

Dai risultati emersi il focus della Denominazione resta la **sostenibilità: la quota di produzione certificata bio tra le aziende campione si attesta al 95% per la DOC e al 91,5% per la DOCG.** Percentuali altissime che testimoniano i passi avanti fatti rispetto al sondaggio del 2021, dal quale alcune aziende risultavano ancora in conversione, nonché la volontà della Denominazione di continuare a sostenere il proprio DNA *green* e ad essere sinonimo di pratiche agronomiche innovative e in armonia con la natura, a tutela di un territorio integro naturalmente vocato alla coltivazione e alla tutela della biodiversità.

Un altro dato molto interessante riguarda la **base ampelografica dell'areale**, composta per il **61% da Sangiovese**, per **l'11% da Vermentino** e per il restante della percentuale da vitigni internazionali – principalmente Merlot che detiene il 7% – e vitigni autoctoni da qualche anno tornati alla ribalta come il Ciliegiole con il 5%. Non a caso la tipologia della Denominazione che al momento riscontra maggiore successo è il **Montecucco Rosso** – che prevede un minimo di 60% di Sangiovese

accompagnato da altri vitigni a bacca rossa – mentre il Montecucco DOCG ha registrato un lieve calo anche alla luce dell'avversità delle ultime tre annate e alle scelte obbligate o strategiche a cui le stesse hanno costretto a volte i produttori. Un dato che però incontra favorevolmente le nuove tendenze del mercato: grazie al breve invecchiamento, spesso anche solo in acciaio, e ai buoni livelli di acidità, il Montecucco Rosso gode infatti di una connotazione fresca e giovane che ben si sposa con le esigenze della nuova generazione di consumatori, alla ricerca di una bevuta sempre più facile e non impegnativa non solo per il palato ma anche per il portafoglio.

Rilevanti anche i dati raccolti su **mercato domestico ed export**. Forte l'attenzione sul **territorio nazionale che assorbe circa il 35% dei consumi**, soprattutto il **Centro e Nord Italia** dove sono presenti rispettivamente **il 95% e il 63% delle aziende socie** e dove viene sollecitato – come emerge dall'indagine – un maggior presidio da parte del Consorzio, in particolare nelle regioni “target” Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte e Veneto. Per quanto riguarda le **vendite all'estero**, i primi quattro paesi **a trainare l'export in termini di volumi** – e dove le aziende vorranno continuare ad investire in promozione – risultano **Svizzera (30%), Germania (12%), Usa (8,5%) e Benelux (8%)**, mentre si registra un **interesse sempre crescente verso il prodotto da parte di Est Europa, Centro America e Asia orientale e sudorientale**. Parlando di prossimo futuro, i **primi tre paesi di interesse verso cui le aziende vorrebbero incrementare le esportazioni** sono **Canada, Regno Unito e Giappone**.

L'**ospitalità** è un altro tema importante per la Denominazione che l'indagine ha voluto approfondire. Qui i dati evidenziano che **il 100% delle aziende è attrezzato per accogliere i visitatori**. Le formule di enoturismo spaziano dalle visite in cantina e/o in vigna alle degustazioni e ai tour del territorio, e circa la metà delle aziende dispone di strutture

ricettive in grado di offrire ai visitatori la possibilità di pernottare (83,3%) e/o ristorazione (75%). Un'ulteriore conferma, dunque, dell'ormai trentennale investimento della Denominazione in un **enoturismo di qualità** volto a promuovere l'originalità di questo volto selvaggio della Toscana facendo leva sulla natura autentica e sui paesaggi incontaminati dell'areale, oltre che su storia, cultura ed enogastronomia.

Da rimarcare infine la proposta, emersa dal survey e già in fase di discussione all'interno del Consorzio alla luce soprattutto delle condizioni legate al cambiamento climatico, di una **eventuale estensione del territorio di produzione all'intera area amministrativa dei comuni di montagna**, con l'obiettivo di aumentare l'altitudine dei terreni della Denominazione.