

Montecucco: denominazione sopita o terra promessa?

scritto da Giovanna Romeo | 12 Marzo 2019



Alcuni giorni fa l'editoriale del direttore Fabio Piccoli, "Le malattie delle nostre denominazioni", ha evidenziato come urge un tagliando, se non almeno una revisione, delle nostre denominazioni definite tante, troppe, frastagliate e poco incisive. Un articolo che fa riflettere e che, in occasione della presentazione a Milano della Doc Montecucco, ci induce a verificare sul campo il perché sia inserita tra quelle che, dai dati dell'Unione Italiana Vini, soffrono di scarso benessere nonostante le alte potenzialità. Una denominazione giovanissima nata nel 2011 espressione di un territorio considerato la "terra promessa" e il "gioiello enologico" della Maremma Toscana. Il Consorzio di Tutela che conta ad oggi 67 aziende registra, a detta del Presidente Claudio Tipa, una crescita costante nel mercato italiano ed estero. Ma allora perché i volumi e le produzioni dichiarate contrastano

con uno stato "sopito" e con un mercato che stenta ad accorgersi di questa nicchia di produttori? Facciamo un po' di chiarezza.

Il problema, come riferisce Paolo Castelletti dell'UIV, non è l'essere più o meno grandi da un punto di vista dell'estensione del territorio o di capacità produttiva, ma dall'affermazione sul mercato ovvero la capacità di generare valore. Montecucco è certamente una Doc piccola, figlia di un territorio unico e bellissimo, incastonata tra denominazioni forti quali Brunello di Montalcino, Maremma e Morellino di Scansano, quest'ultima alcuni anni fa ha visto un'impennata di fama e notorietà. Sono sette i comuni del territorio del Monte Amiata, il 70% dei vigneti afferisce alla provincia di Grosseto. 500 ettari di vigne e una produzione che si attesta su 1,2 milioni di bottiglie. Montecucco, da qualsiasi lato ci si voglia addentrare, vede biodiversità, varietà faunistica e produttiva. Si pensi che il 66% della produzione è certificata biologica, un punto a favore per i mercati di riferimento come il nord Europa, la Germania e gli Stati Uniti, particolarmente attenti al contesto biologico/biodinamico del vigneto e della produzione.

Sono le aziende incontrate a Milano quali Colle Massari, Montenero, 8ettari, Poderi Firenze, che ribaltano le considerazioni riportate dal Corriere Vinicolo riferendo un valore di imbottigliato e venduto assolutamente soddisfacente per la denominazione Montecucco e Montecucco Sangiovese. Molti produttori hanno un fatturato svolto nel mercato italiano pari al 50%, soprattutto nelle regioni più prossime alla Toscana, e per il 50% all'estero. Tutti venduti a scaffale, senza scorte in cantina, con un prezzo medio di 10. 80 euro (Colle Massari). I mercati sono i più vari, come la Germania dove l'azienda 8ettari esporta addirittura l'80% delle bottiglie prodotte, circa 40 mila per 6 ettari di vigneto.

"Non vi sono giacenze e, soprattutto, il mercato assorbe tutta la nostra produzione" così riferisce Colle Massari, azienda leader (comprende Grattamacco, Poggio di Sotto e Tenuta San Giorgio) che fa da traino per numeri e per notorietà a tutta la denominazione. Smentisce quindi uno stato di malessere e dichiara la crescita costante in volume e prezzi. "Denominazioni curiose e interessate, piccole ma dinamiche che

faranno vedere in futuro cose interessanti, attente al mercato e ai desideri dei consumatori". È chiaro che il focus lo fanno Docg più importanti come il Brunello di Montalcino, ma l'area di Montecucco sta realizzando prodotti di altissima qualità che interessano il mercato estero anche in virtù del territorio che gli stessi vini rappresentano, la Toscana. "Cambi generazionali alla guida delle aziende che portano a "svecchiare" sistemi di marketing e di comunicazione e che permettano di generare interesse nel consumatore. Non è una gara con le Doc e le Docg vicine di casa, ma altre espressioni del medesimo vitigno". Che sia quindi solo questione di tempo?