



Comunicato Stampa Consorzio Montecucco 20 febbraio 2012

Montecucco, il Sangiovese che risveglia la curiosità del mondo

Grande successo di pubblico internazionale durante il BuyWine di Firenze per i vini prodotti alle pendici del monte Amiata. Un'interessante analisi dei sommelier ha misurato la conoscenza della denominazione emergente della Toscana tra gli operatori specializzati

Grande interesse per il Montecucco al BuyWine di Firenze e grande successo di pubblico internazionale e operatori specializzati per il più emergente tra i vini toscani. La presenza tra gli espositori di uno stand collettivo sotto l'insegna del Consorzio di Tutela, e contemporaneamente gli stand di alcune cantine associate, hanno permesso di registrare un forte interesse rispetto al Sangiovese dell'Amiata, un vino ormai sempre più apprezzato dagli addetti del settore (buyer, distributori, ristoratori, sommelier, stampa specializzata) ma che deve farsi conoscere di più e meglio. Nei giorni della manifestazione fiorentina (il 16 e 17 febbraio, presso la stazione Leopolda) lo stand del Consorzio del Montecucco è stato gestito in collaborazione con i sommelier della Fisar. Erano presenti sotto l'insegna consortile 18 cantine: Assolati, Basile, Collemassari, Il Boschetto, Le Calle, Le Querciole, Marinelli, Mazzi Lea, Palmoletino, Parmoleto, Pieve Vecchia, Pierini e Brugi, Poderi Firenze, Poggio Mandorlo, Prato al Pozzo, Tenuta di Montecucco, Tenuta Impostino e Vegni e Medaglioni. Inoltre 9 cantine del territorio erano presenti al Buy Wine con un loro stand: Amiata, Basile, Poderi Firenze, Palmoletino, Pierini e Brugi, Podere Poggio al Gello, Poggio Mandorlo, Tenuta L'Impostino, Vegni e Medaglioni.

La collaborazione con la Fisar ha permesso di registrare attentamente i comportamenti, le aspettative, le curiosità, le richieste dei visitatori professionali. Da questo scrupoloso lavoro di annotazione emerge un quadro molto interessante per il Montecucco, sicuramente composito, eterogeneo, ma dal grande potenziale di crescita sui mercati.

I risultati dell'analisi Fisar-Montecucco

L'analisi condotta dai sommelier della Fisar non ha pretese statistiche e consiste, come metodo di lavoro, nella registrazione di commenti, richieste, valutazioni e dichiarazioni del pubblico che di sua spontanea volontà ha visitato gli stand del Consorzio e dei singoli produttori. Vista la specializzazione della fiera (operatori di settore) e l'altro numero di visitatori (centinaia) i risultati raccolti rappresentano un utilissimo materiale di riflessione per migliorare la commercializzazione e l'impatto promozionale, in Italia e all'estero, del Montecucco Doc e Montecucco Sangiovese Docg. Ma veniamo ai risultati.

“Una parte dei visitatori della fiera è venuta a degustare vini Montecucco che conoscevano già, o di cui conoscevano il produttore oppure soltanto il nome del vino – si legge nell'analisi Fisar-. Una buona parte di questi visitatori sono successivamente andati a visitare gli stand dei produttori nella sala adiacente, per degustazioni più orientate sulla singola cantina. Tuttavia – rileva ancora la Fisar - molti sono passati davanti allo stand con curiosità ma con poca o nessuna conoscenza della denominazione”.

“Il pubblico che si è fermato ha trovato utile poter assaggiare i vini dei differenti produttori nel medesimo stand, per poterli conoscere e comparare più facilmente e avere una visione d'insieme sulla denominazione, per poi individuare il prodotto più adatto al loro mercato – continua la Fisar-. Tutti i visitatori che si sono fermati per informazioni o per degustare erano estremamente competenti in materia di vino, e tranne pochissime eccezioni avevano linee guida ben precise sulle richieste del loro mercato”.



Da questa analisi possiamo tracciare alcune tendenze per macroarea:

- Vino dal prezzo basso (soprattutto Asia)
- Vino caratteristico del territorio con Sangiovese in purezza e/o nessun passaggio in legno (soprattutto nord ed est Europa)
- Vini 'morbidi' con profumi di legno e poco tannino, (soprattutto Asia)
- Etichette con layout minimalista (nord Europa) ma anche l'opposto: etichette colorate e non minimaliste (Asia)
- Vini di qualità ottima, rappresentativi del territorio, il prezzo non era un problema (nord ed est Europa)

Ufficio Stampa Consorzio Tutela Montecucco Doc

Massimiliano Rella, cell. 347.8872490 maxrella@email.it
Vittorio Introcaso, cell. 333.4760082 introcaso@email.it