

IL MONTEFALCO
SAGRANTINO, INGENTILITO
MA SENZA SNATURARE
IL SUO CARATTERE
UNICO E PROFONDO, STA
INCONTRANDO I GUSTI DEL
MERCATO: +30% DI VENDUTO
NEL PRIMO SEMESTRE 2024

MONTEFALCO IN CAMBIAMENTO

di *Alessandra Piubello*

Il Sagrantino, l'autoctono che è un unicum nell'ampelografia italiana (e lo studio del suo dna lo ha dimostrato), ha conosciuto nell'ultimo decennio una nuova interpretazione, più moderna e in sintonia con il cambiamento dei tempi. La Docg copre circa 390 ettari con una produzione di circa 960mila bottiglie, prodotte da 78 cantine di cui 68 socie del consorzio Montefalco. "Continuiamo a studiare il nostro vitigno principe - afferma **Paolo Bartoloni**, presidente del consorzio **Montefalco** - e abbiamo appena portato a termine un progetto relativo all'analisi chimica e organolettica, dalla vigna alla cantina, con l'Università di Perugia. Se avremo i contributi del bando, approfondiremo il comportamento del vitigno in relazione ai cambiamenti climatici nei cinque comuni. Abbiamo concluso anche una ricerca approfondita sulla storia del Sagrantino che presenteremo al nostro evento 'A Montefalco' in giugno". Il consorzio è capofila dell'associazione *I Consorzi del Vino per l'Umbria*, che riunisce i consorzi umbri per promuovere il vino regionale in Italia e all'estero. "Un nostro punto debole è il marketing - prosegue Bartoloni - e crediamo che ogni denominazione possa rafforzarsi se tutta l'Umbria cresce insieme. Il nostro consorzio ha appena istituito una giornata per i ristoratori italiani, oltre a organizzare incontri con gli importatori

e ad avviare 12 tappe italiane con masterclass guidate dall'Ais". Dal 2019 il consorzio vigila anche sulla Doc Spoleto (oltre al Montefalco Doc e al Montefalco Sagrantino Docg: l'areale delle tre denominazioni si estende su 900 ettari), che comprende circa 25 produttori su quasi 50 ettari, con una produzione di circa 220mila bottiglie. "Hanno appena approvato le modifiche al disciplinare Doc Spoleto, in merito a macerazioni più lunghe, al passaggio dal Superiore al Riserva e ora ci dedicheremo alla pratica di allargamento della denominazione. Per il Montefalco Sagrantino Docg stiamo confrontandoci con l'ipotesi di introdurre una Riserva". Le vendite hanno registrato nel primo semestre 2024 un +30% e "si auspica una buona chiusura per l'intero anno". Un ettaro vitato vale circa 70mila euro e il giro d'affari della denominazione è sui 25 milioni di euro, con un indotto di 35 milioni. L'export è del 20% in 40 Paesi, mentre la suddivisione dei canali distributivi domestici vede il 38% in Horeca, il 37% Gdo, il 23% vendita diretta e l'e-commerce al 2%.

I PRINCIPALI PLAYER DEL COMPRESORIO

Marco Caprai subentra al padre Arnaldo nel 1989, dedicandosi a far conoscere il Montefalco Sagrantino e portandolo all'attenzione del mondo. "Attualmente produciamo circa 900mila bottiglie, su 200 ettari", spiega Caprai. "I trend della denominazione sono positivi, siamo riusciti a consolidare le posizioni e a far crescere il prezzo medio, dobbiamo continuare a investire nella promozione della denominazione, insistendo sulla sua valorizzazione. Il Montefalco Sagrantino va reso ancor di più l'essenza del vino umbro. Inoltre occorre agire sul reimpianto dei vigneti". Su un fatturato di 8 milioni, l'export rappresenta il 20% in 40 Stati. La distribuzione nel canale Horeca è del 60%, Gdo 30% ed e-commerce 10%. **Terre de la Custodia** nasce nel 2003 con la nuova generazione familiare Farchioni. Alle spalle un solido (dal 1780) nome nel mondo dell'olio e della farina. "Avevamo i vigneti ma avevamo smesso di produrre vino", racconta **Giampaolo Farchioni**. "Abbiamo però creduto nel cambiamento di stile del Sagrantino, anche se dovremmo impegnarci tutti maggiormente nella sua comunicazione. Ritengo importante introdurre una Riserva

per un posizionamento valoriale, continuando sulla strada che abbiamo intrapreso, di maggior levità". L'azienda si estende su 190 ettari, con una produzione di 2,2 milioni di bottiglie, in crescita del 16%, suddivise per l'80% in Gdo, 15% Horeca e 5% e-commerce. L'export è del 18% e il fatturato è di 5,5 milioni (+12%).

"Abbiamo lavorato affrontando il pregiudizio - afferma **Filippo Antonelli di Antonelli San Marco** - che vedeva il Montefalco Sagrantino come un vino di sola potenza. Tutta la denominazione ha puntato al suo ingentilimento, ma senza snaturarlo. Dobbiamo però ambire alle punte di eccellenza, ai fuoriclasse che stiano sul palcoscenico internazionale". Inoltre "è necessario pensare al reimpianto dei vigneti, nell'ottica del riscaldamento climatico e della differenziazione espressiva dei luoghi". Azienda storica, dal 1883 di proprietà della famiglia Antonelli, si estende su 60 ettari, con una produzione di 420mila bottiglie (in crescita del 40% sul triennio precedente) e un fatturato di 3,2 milioni (+3%). L'export è del 20%, mentre in Italia la distribuzione avviene al 50% in Horeca, Gdo 20%, vendita diretta 20% ed e-commerce 10%.

Tenute Baldo inizia a imbottigliare nel 2018. L'azienda si sviluppa su 60 ettari



Paolo Bartoloni, presidente del Consorzio Montefalco
In apertura, vista sulle vigne a Montefalco Ph. Consorzio Montefalco

vitati (metà a Bevagna e metà a Torgiano), con una produzione di 600mila bottiglie (+3,5%) distribuite in Gdo al 70% e al 30% in Horeca. L'export è al 15%, in particolar modo in Usa e Israele (in progetto un vino kosher). Il fatturato è di 2,3 milioni (+15%). "Il Montefalco Sagrantino è un prodotto di nicchia, e lo è anche il Trebbiano Spoletino - commenta **Mattia Casini** amministratore unico di **Tenute Baldo** - vedrei nel futuro una maggior attenzione al Montefalco Rosso e in particolare al Montefalco Rosso Riserva". L'azienda **Benedetti&Grigi** viene fondata nel 2014 da Umberto Benedetti, esperto agronomo e Daniele Grigi, imprenditore. "Il mercato - spiega l'enologo **Matteo Basili** - ha risposto bene ai cambiamenti stilistici, improntati a una beva più facile. Tecnicamente si è lavorato su una minor estrazione, il raggiungimento della maturazione completa e macerazioni più brevi". Sono 70 gli ettari vitati, con una produzione di 500mila bottiglie (+6%) destinate al 10% all'estero, mentre in Italia il canale preferenziale è la Gdo (80%). Il fatturato è di 1,2 milioni, in crescita del 10%.

IL FUTURO DEI BIANCHI CON IL TREBBIANO SPOLETINO

Il Trebbiano Spoletino, prodotto all'inizio da pochi come Igt poiché la Doc nasce nel 2011

(anche se alcuni continuano con l'Igt) è un bianco che sta conoscendo un forte interesse da parte dei produttori e non solo. "La prima annata è del 2005 - osserva **Gabriele Di Zacomo**, AD di **Perticaia** - e per noi è stata una via per distinguerci, salvaguardando un vitigno dalle potenzialità ancora inesprese. È estremamente duttile e versatile, e crediamo nel suo futuro. Oggi rappresenta il 26% di una produzione totale di circa 115mila bottiglie". L'azienda, con 34 ettari vitati, ha un fatturato di circa 900mila euro, con una suddivisione del mercato domestico al 79% in Horeca e al 21% in Gdo. "Noi abbiamo iniziato a produrlo nel 2011 - commenta **Albertino Pardi**, contitolare di **Pardi** - ritenendo che il Trebbiano Spoletino abbia molte possibilità espressive: è eclettico, elegante, longevo e può essere più compreso al di fuori dell'Umbria, rispetto ad altri vitigni bianchi locali. Offre diverse chance di sperimentazione con l'uso di vari contenitori e stimola la ricerca. Noi produciamo due etichette per circa ottomila bottiglie (su un totale di circa 60mila su 13 ettari vitati)". In Italia l'Horeca rappresenta il 65%, la Gdo il 10% e la vendita diretta il 25%, mentre l'export incide per il 60%.

ANFORA PER IL MONTEFALCO SAGRANTINO

I produttori, stante l'obbligatorietà per il Montefalco Sagrantino di invecchiare almeno un anno in legno, stanno sperimentando anche altri contenitori, come l'anfora. "La nostra prima annata con una vinificazione



A sinistra, Tenuta Bellafonte dall'alto; a destra, il bistro La Ghirlandina di Tenuta Saragano

in anfora è la 2021 che uscirà entro l'anno", dichiara **Danilo Antonelli**, titolare di **Valdangius**. "È un 'work in progress': per la 2021 i mesi di affinamento sono stati otto, con la 2022 sono 12. L'anfora consente una microossigenazione che aumenta l'espressività del Sagrantino, lo rende più immediato, morbido e di beva più facile". Valdangius produce 25mila bottiglie su sette ettari, che nel mercato domestico sono vendute al 60% in Horeca e al 40% con vendita diretta. L'export è del 30%.

"Vinificare una parte della massa del nostro Montefalco Sagrantino Carapace Lunga Attesa, lanciato per la prima volta nel 2015, in anfore di terracotta e orci - commenta **Alessandro Lunelli** di **Tenuta Castelbuono** - ci ha permesso di creare un vino più equilibrato, ricco di frutto, pur mantenendo la sua intensità. Le anfore consentono l'estrazione della parte dolce dei tannini del Sagrantino senza intaccarne la potenza e il lungo lavoro fatto con i vari contenitori consente di poter godere da subito il vino". Il nome contiene Carapace, un'opera d'arte scultorea di Arnaldo Pomodoro che ospita la cantina della tenuta, visitata da 15mila appassionati all'anno. La commissione nel 2005 la famiglia Lunelli che decise di investire nell'areale del Montefalco Sagrantino, producendo 141mila bottiglie su 37 ettari.

ENOTURISMO IN CRESCITA

"L'Umbria e Montefalco rappresentano per l'enoturista quei valori che ricerca: la tipicità,

i paesaggi integri, un'autenticità legata ai prodotti locali", spiega **Peter Heilbron**, titolare di **Tenuta Bellafonte**. "Inizio a occuparmi di ospitalità con una parte della struttura nel 2010, che completo nel 2018, fruendo di una crescita continua". Le sette stanze vengono affittate settimanalmente attraverso Emma Villas (un tour operator italiano), e gli ospiti (soprattutto laziali e nordeuropei) dispongono di una piscina coperta che dà sul giardino, vasca idromassaggio all'aperto, centro fitness. Le 50mila bottiglie su 11 ettari vitati sono vendute nel canale Horeca al 93%, il resto vendita diretta. Il fatturato è di 400mila euro (+20%) e l'export del 30%.

Riccardo Pongelli titolare di **Tenuta Saragano** inizia a mettere a posto i suoi casali negli anni Settanta. Il suo intento era di promuovere la zona, credendo che i brand 'Montefalco' e 'Umbria', in sinergia con il territorio, fossero il futuro. Negli anni Novanta sistema il wine resort La Ghirlanda (a oggi 12 camere, ristorante, piscina), al quale affianca il bistro.

"I primi ad arrivare furono gli italiani, poi olandesi e belgi, ora vengono da vari continenti", racconta Pongelli. "Diamo un'esperienza immersiva, degustazioni personalizzate, picnic in vigna, equitazione, yoga in vigna, cooking class". L'azienda, 15 ettari vitati, produce 50mila bottiglie (+15% nel 2024) suddivise per il 40% in Horeca, 59% tra visite e ristorazione, 1% e-commerce.



I Trebbiano Spoletino di Perticaia. A destra, il Montefalco Sagrantino Carapace Lunga attesa, sullo sfondo il Carapace

