



CECCHI

TENUTE DELLA  
FAMIGLIACECCHI

## IL CORRIERE VINICOLO

IL CORRIERE VINICOLO – 16 DICEMBRE 2019

### LE NUOVE STRADE DI MONTEFALCO



di ELISABETTA TOSI

**Il panorama enologico di Montefalco si è ampliato rispetto al passato e accanto al portabandiera Sagrantino, si rafforza anche la presenza dei bianchi, con il Trebbiano Spoletino in testa. È tempo di rivedere e, forse, correggere, vecchie convinzioni. Chiamarsi "Montefalco" è strategico? Sicuramente è un vantaggio, ma da solo spesso non basta**

**E** sistono vini così intimamente legati al loro territorio d'origine da portarne anche il nome, come succede in un matrimonio. Il Sagrantino di Montefalco è uno di questi: è un vino a Docg che nasce in un areale molto piccolo (può essere prodotto esclusivamente nel territorio collinare del piccolo Comune di Montefalco e in parte in quelli di Bevagna, Castel Ritaldi, Giano dell'Umbria e Gualdo Cattaneo, ad oggi 760 ettari in tutto), con terreni le cui altitudini vanno dai 220 m. ai 472/s.l.m. delle colline da cui si affacciano caratteristici borghi medievali. Lo stesso Montefalco, "la ringhiera sull'Umbria", è uno dei Paesi più suggestivi. Anche la pendenza degli appezzamenti vitati e l'esposizione generale è

variabile, tanto da creare un ampio ventaglio di microclimi e condizioni di coltivazione. Insieme agli olivi, qui la vigna fa parte del paesaggio da secoli: già nel 1088 si scriveva di terre piantate a vigna in Montefalco. Documenti del Duecento parlano della cura costante che i vignaioli dedicavano alla viticoltura e ancora oggi è bello esplorare le vie e i vicoli della cittadina alla ricerca delle sue ultracentenarie viti storiche. La centralità della vite e del vino nella vita di Montefalco è testimoniata anche dai dipinti del famoso pittore fiorentino Benozzo Gozzoli, autore degli affreschi dedicati alla vita di San Francesco: sulla mensa del cavaliere da Celano compare una bottiglia di vino rosso. Del resto, lo stesso nome del vitigno sarebbe riconducibile ai Sacramenti (dal latino "sacer" - sacro) in quanto l'uva era coltivata dai frati per far-

ne un passito destinato ai riti religiosi; teoria avallata dalla presenza delle antiche cantine francescane ove sono ancora conservate antiche vasche per la raccolta delle uve, la pigiatura e lo stoccaggio del vino. Nei secoli che seguirono, la vite fu sempre oggetto di una legislazione particolarmente severa, tesa a proteggerne la coltivazione e l'integrità, mentre i primi importanti riconoscimenti per il vino Sagrantino iniziarono ad arrivare nell'Ottocento; nel 1925, alla Mostra Enologica dell'Umbria, la cittadina venne definita il centro vinicolo più importante della regione.

#### I vini oggi

Attualmente i vini di Montefalco coprono il 16,7% della produzione di vino umbro: il Montefalco Doc rappresenta il 10,4%, il Sagrantino di Montefalco Docg solo il 6,3%, e il Sagran-

tino passito appena il 7% della stessa Docg. Le percentuali non devono però ingannare: dal 2000 ad oggi la produzione del Sagrantino è quasi triplicata, passando da 660 mila bottiglie a circa 1.5 milioni di bottiglie. La stessa superficie di vigneto iscritta a Docg è cresciuta dai 66 ettari del 1992 ai 760 del 2017, mentre i produttori imbottigliatori dei vini di Montefalco sono passati da 16 a 60.

In realtà, il Sagrantino come lo conosciamo oggi è un'invenzione abbastanza recente: già nei primi anni 70 del secolo scorso la cooperativa locale Terre de Trinci mise sul mercato un Sagrantino non passito, ma non ebbe grande successo; non perché la gente prediligesse il Sagrantino passito, ma perché, tutto sommato, i residui zuccherini aiutavano a mascherare la tannicità prepotente del vitigno. Le cose migliorarono più tardi, grazie



# CECCHI

TENUTE DELLA

# FAMIGLIACECCHI

ad **Arnaldo Caprai** e a suo figlio **Marco**, che a partire dalla fine degli anni 80 iniziarono a condurre una serie di ricerche con l'obiettivo di individuare le condizioni ideali per il vitigno in termini di clone, tipo di sottosuolo, conduzione agronomica, metodo di vinificazione. E anche se ciò comportò delle rese per ettaro inferiori, i vini che ne risultarono furono migliori, e finalmente imposero il Sagrantino all'attenzione di pubblico e critica.

Trainati dal successo di Caprai, negli anni che seguirono altre importanti griffe del mondo del vino italiano - come Lunelli dal Trentino e **Cecchi** dalla Toscana, tra gli altri - decisero di investire nel territorio di Montefalco e anche localmente le cantine si moltiplicarono.

Dal 2013 al 2017 si è avuto un costante incremento d'imbottigliato, sia nella Docg del Sagrantino che nella Doc Montefalco: segno che i produttori credono sempre di più nella loro denominazione, e che chiamarsi "Montefalco" viene ritenuto un vantaggio competitivo? "In realtà, avere il nome del territorio nella denominazione è sì un vantaggio perché ci identifica, ma spesso non basta - dice **Filippo Antonelli**, produttore e presidente del Consorzio Vini Montefalco -. E importante essere connotati anche dal vitigno. Un

esempio che faccio spesso è quello della Doc Assisi, vicino a noi. Assisi è certamente un luogo molto famoso in tutto il mondo, ma di per sé non è sufficiente se non c'è un vitigno. Per creare interesse su un territorio, un vitigno specifico come il Sagrantino è fondamentale". "Non si può raccontare un vino se non si racconta dove crescono le viti e come è la propria 'casa' - è anche il parere del produttore **Giampaolo Tabarrini** -. Un produttore "artigianale" è indissolubilmente legato al suo territorio. Poter dire alla gente chi si è e da dove si viene è essenziale, soprattutto oggi che il consumatore è sempre più attento alla provenienza dei prodotti alimentari e soprattutto a chi li lavora".

**Peter Heilbron**, vicepresidente del Consorzio e produttore a sua volta, ha una visione più ampia: "Ogni Doc ha la sua storia, è difficile generalizzare. Sicuramente l'Umbria, che è una regione piccola e ha molte eccellenze, non solo vinicole, ma anche in fatto di cibo, paesaggi, cultura, ha un vantaggio nel mettere insieme i propri punti di forza. Da questo punto di vista, il fatto di chiamarci Montefalco per noi conta molto".

Nel 2014, le bottiglie di Sagrantino prodotte erano oltre 1 milione e 400 mila, ma nel 2017 erano 1 milione e 200 mila: un'annata meno favorevole o un calo della domanda di mercato? "Né l'una né l'altra - spiega Antonelli -. Parliamo piuttosto di bottiglie posizionate in fasce diverse di mercato. E vero, negli anni scorsi c'è stata una certa sovrapproduzione, e qualche cantina si è ritrovata con delle giacenze da smaltire, anche a costo di abbassare i prezzi. Ma la situazione è rientrata, e quindi queste variazioni nei numeri sono dovute a un riequilibrio dell'offerta".

"Montefalco è un piccolo territorio che produce comunque un numero limitato di bottiglie - è il commento di Tabarrini -. È evidente che la conoscenza di un prodotto e la sua comunicazione sono legati al numero di bottiglie prodotte e distribuite a livello mondiale. Quindi Montefalco è un territorio di nicchia che produce vini di nicchia e che per i prossimi anni non sarà di certo nelle condizioni di 'sfamare le masse'. Con tutta onestà, questa dimensione mi fa sentire a mio agio, possiamo pensare di fare poco e bene e di conseguenza accontentare solo un numero limitato di clienti. Nonostante i piccoli numeri, però, le sfide che la nostra Doc si trova ad affrontare sono le stesse degli amici produttori degli altri territori; dobbiamo fare vini sempre più buoni di tutti gli altri". Di fatto, all'iniziale successo di vini Sagrantino come quelli di Caprai non corrispose anche un'adeguata attenzione mediatica, che avrebbe aiutato a sostenere

la domanda, e negli ultimi anni, come detto prima, si sono avuti dei problemi di sovrapproduzione. Un disequilibrio che oggi sembra essere stato risolto, anche se sull'esempio di aziende storiche come Caprai, Antonelli, Tabarrini sulla scena produttiva si sono affacciati molti nuovi protagonisti (nell'ultimo decennio sono nate più di trenta nuove cantine).

"I brand famosi fanno parte della storia di molte Doc - riflette Antonelli -. Pensiamo a Gaja, che ha fatto da apripista a tanti altri in Piemonte. I leader rimangono tali, ma nel tempo nascono anche altre realtà e si impongono stili diversi. Il territorio cresce così. L'importata è fare gruppo, come mi sembra si stia facendo". "Negli ultimi 20 anni c'è stato un grande aumento del numero di produttori - conferma Heilbron - e tutti hanno tratto beneficio dal fatto di far parte della Doc, perché viene vista come garanzia di qualità e anche di promozione". Commercialmente, oggi sta andando abbastanza bene: "Siamo in leggera crescita, soprattutto in alcune tipologie - dice ancora Antonelli -. A parte il Montefalco Rosso Doc, che resta il vino più venduto, da noi stanno aumentando molto i bianchi, come il Montefalco Grechetto e il Trebbiano Spoletino".

### Un nuovo protagonista: il Trebbiano Spoletino

Proprio quest'ultimo è la grande novità del momento: a luglio infatti alle denominazioni tutelate e promosse dal Consorzio di Montefalco si è aggiunta la Doc Spoletino. Un'accoppiata - il rosso Sagrantino di Montefalco, il bianco Trebbiano Spoletino - che sulla carta e sul terreno sembra avere tutti i requisiti per essere vincente: "Per noi è un vantaggio avere il Trebbiano Spoletino - conferma Antonelli -. Premesso che la nostra rimane una terra di rossi, patria del Sagrantino, avere in portafoglio anche dei vini bianchi è fondamentale, concede più scelta ai consumatori. Personalmente, io la vedo come una grande opportunità". Opinione condivisa anche da Giampaolo Tabarrini,

da sempre uno dei produttori di riferimento per questo vitigno: "Sono stato il primo a credere nel Trebbiano Spoletino, lo testimonian le guide dei vini di oltre 10 anni fa - dichiara -. Quanti sono i territori nel mondo in cui è possibile fare grandi bianchi e grandi rossi? Molto pochi, direi una rarità. Bene, Montefalco è una rarità, e quindi la capacità di fare grandi bianchi oltre che grandi rossi rende casa nostra un posto magico".



Anche **Jacopo Cossater**, wine blogger (Intravino, Enoiche Illusioni) e giornalista, ritiene importante l'ingresso di questo vino sulla scena enologica locale: "Montefalco è una Doc un po' ferma: ha avuto il boom del Sagrantino, ma è durato poco, poi negli ultimi anni ha vissuto qualche problema di prezzi e di sovrapproduzione. Ora il Trebbiano Spoletino è arrivato a dare una ventata di novità. Pur essendo una varietà storica infatti, viene coltivata in maniera sistematica solo da pochi anni, con conseguente aumento degli ettari vitati. È arrivato nel momento giusto, perché è un vino fine, molto profumato, strutturato, longevo, ma non pesante".

Più scettico il produttore **Marco Caprai**: "Di quante bottiglie di Trebbiano Spoletino prodotte stiamo parlando? - dice -. Certo, avere più frecce al proprio arco è sempre una buona cosa, ma guardiamo anche i numeri: il Grechetto è una buona varietà che ora comincia ad avere un suo piccolo mercato (rappresenta il 9% della Doc Montefalco, ndr). Il Trebbiano Spoletino, ad oggi, è una speranza, un'aspettativa. In una terra di rossi come la nostra c'era già il Grechetto come varietà bianca, ma ben venga un'altra ancora, comunque: perché limitarci? Magari in futuro troveremo anche altri vitigni bianchi su cui scommettere". Uno dei quali potrebbe essere addirittura il Sagrantino bianco, sul quale proprio Caprai sta lavorando da anni. Si tratta di un vero e proprio nuovo "individuo" a bacca



# CECCHI

TENUTE DELLA  
FAMIGLIAECCHI

bianca con lo stesso Dna del più noto Sagrantino rosso; gli acini bianchi sono infatti una caratteristica recessiva presente nel corredo genetico dell'uva, emersa durante un lungo lavoro di miglioramento genetico durato oltre 10 anni e portato avanti dal team di agronomi dell'azienda. "I caratteri recessivi sono venuti fuori attraverso la riproduzione da seme - spiega il produttore -. Nella produzione normale non sarebbero mai saltati fuori. Da lì siamo partiti per cercare di capire se questi genotipi possono avere una qualche valenza enologica. Abbiamo vinificato qualcosa, e i risultati sono interessanti, particolari". Il lavoro di approfondimento continua: il panorama enologico di Montefalco potrebbe arricchirsi ancora.

### **Consumatori e addetti ai lavori, tra curiosità e scoperta**

"Quando si parla di Sagrantino in genere le persone lo percepiscono come un vino corposo, di grande intensità, tannico: la nostra clientela è per lo più locale e italiana, e il Sagrantino viene apprezzato soprattutto dal turista straniero". **Mauro Rastelli** è il patron di un rinomato ristorante poco fuori Spoleto, "Il Capanno": la sua ricca carta dei vini ne offre anche molti al bicchiere. "Quando si trova vicino a Montefalco il cliente è curioso di sperimentare, e noi consigliamo sempre molto volentieri il Sagrantino, perché abbiamo la possibilità di far assaggiare anche più tipologie. Alla fine le persone rimangono soddisfatte, perché ciò che dà più personalità a questo vino è la mano del produttore", afferma. "Ovviamente, quando bevono un Sagrantino un po' più vecchio, alla fine lo preferiscono a uno più giovane".

Stagionalità e facilità di beva sono spesso due criteri determinanti nella scelta del vino: "Il Rosso di Montefalco è il vino più richiesto perché più facile da avvicinare - conferma Rastelli -, però in inverno è più richiesto il Sagrantino, si abbina meglio a piatti più impegnativi". Belle soddisfazioni arrivano

anche dai bianchi, in particolare dal Trebbiano Spoletino: "È un vino che piace molto sia nell'immediato, sia dopo qualche anno grazie alla sua longevità, e sia vinificato in acciaio che in anfora, leggermente macerato o vinificato tradizionalmente. Con tutte queste sfaccettature - conclude il ristoratore - quando le persone vogliono bere un bianco del territorio rimangono molto soddisfatte da questa proposta". "Io farei una distinzione di gusto tra chi solitamente beve tanto e chi beve poco - scherza invece **Filippo Farinelli** dell'enoteca perugina 'Civico 25' -. I nostri clienti sono sia italiani che stranieri: chi è curioso di assaggiare vini del territorio di solito è predisposto a provare un vino come il Sagrantino. C'è curiosità anche per gli altri vini della zona di Montefalco, come i rossi e le riserve, con una particolare attenzione alle cantine che lavorano seguendo il trend del vino naturale". Pur restando il luogo d'elezione del Sagrantino, Montefalco si sta insomma lentamente affrancando dall'immagine di zona legata indissolubilmente a un solo vitigno, presentando un ventaglio sempre più ampio di vini rossi e bianchi: "Tutto questo - conclude Peter Heilbron - sta dando una visione più ampia e più sfaccettata della produzione locale, trasmettendo però sempre una percezione di ottima qualità".

La grande sfida dei prossimi anni resta però quella di aggiornare l'immagine del Sagrantino di Montefalco, che in Europa continua a essere conosciuto soprattutto per la sua tannicità, come spiega **Dirk Rodriguez**, direttore del magazine "Vino!", "I winelover belgi dei vini italiani bevono Sagrantino solo nelle occasioni speciali. Per migliorare la conoscenza che la gente ha di questi vini, i produttori dovrebbero fare vini più immediati, con meno estrazione, pur senza perdere le caratteristiche del vitigno... La sfida è tutta qui". Negli Usa, dove ultimamente si stanno concentrando gran parte degli sforzi di comunicazione e promozione, l'importante è individuare i mercati più coerenti

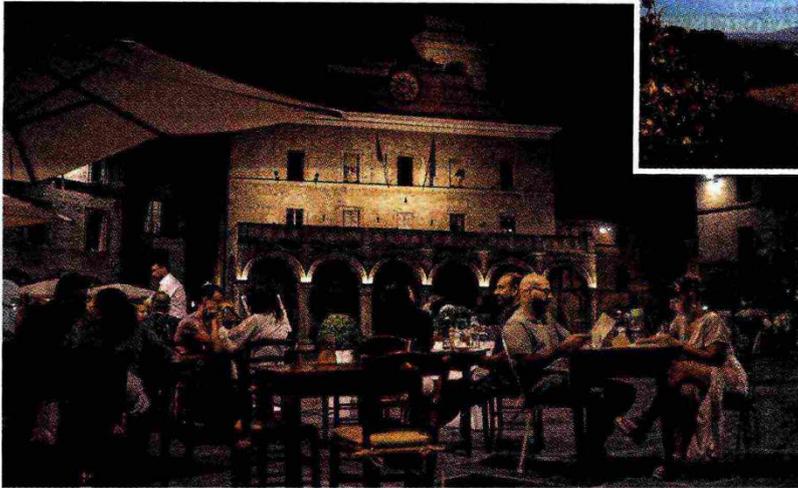
con la tipologia del vino proposto, abbandonando le solite rotte: "Gli appassionati di vino italiano hanno poca familiarità con il Sagrantino di Montefalco, perché lo percepiscono come un vino molto tannico - dice lo statunitense **Jeff Burrows**, fotografo e wine blogger -. Tuttavia, c'è una grande opportunità per le regioni vinicole meno conosciute di diventare famose negli Usa: basta che inizino a frequentare le vivaci scene del vino nelle aree metropolitane che finora vengono saltate. Oggi ogni roadshow regionale va a New York, Chicago, Los Angeles, Seattle, col risultato che queste aree sono inondate di promozioni regionali. Viceversa, città come Minneapolis / St. Paul che offrono una vibrante scena enogastronomica, raramente vengono scelte come tappa di uno di questi tour. E come questa, ci sono molte città americane con una situazione analoga".

"La conoscenza che i consumatori americani hanno del Sagrantino in genere non è molto alta - conferma un altro famoso wine blogger, Joe Roberts - ed è importante ricordare che gli Usa si compongono di moltissimi mercati. Ecco perché è essenziale identificare i consumatori che il Consorzio vuole raggiungere. Dato che i rossi di Montefalco sono ideali con la carne, vale la pena guardare in particolare a mercati come quello del Texas, che è sempre alla ricerca di rossi importanti". Il Sagrantino è cambiato, la scena enologica di Montefalco è più ampia e varia rispetto al passato: è tempo di rivedere e correggere vecchie convinzioni. Iniziare a pensare out of the box farà bene a tutti: produttori e consumatori.



CECCHI

TENUTE DELLA  
FAMIGLIA CECCHI



MAURO RASTELLI



Da sinistra:  
FILIPPO ANTONELLI  
GIAMPAOLO TABARRINI  
MARCO CAPRAI  
PETER HEILBRON

