



CONSORZIO
DEL VINO NOBILE
DI MONTEPULCIANO

L'INEDITA ALLEANZA TRA UN SINDACO E UN CONSORZIO UNITI PER PROMUOVERE UN TERRITORIO UNICO AL MONDO: ARRIVA DA MONTEPULCIANO LA SINERGIA VIRTUOSA TRA PRODUTTORI E AMMINISTRAZIONE, CHE SI CANDIDA A MODELLO DI RIFERIMENTO A LIVELLO NAZIONALE

Non solo bottiglie: il Consorzio punta a diventare "agenzia di promozione territoriale" del distretto

La "strana coppia" di Montepulciano: nella patria del Nobile, la più antica denominazione italiana, nasce un'inedita alleanza tra il presidente del Consorzio ed il giovane sindaco della città, che lavorano in stretta partnership per promuovere un territorio unico al mondo. Federico Carletti, presidente del Consorzio del Nobile di Montepulciano, e Andrea Rossi, sindaco di Montepulciano, hanno dato vita ad una vera e propria task force che si occupa, strategicamente e operativamente, di veicolare l'immagine di Montepulciano e del Nobile. «Non si può scindere la promozione del vino da quella del territorio in cui viene prodotto - spiega **Federico Carletti** - si tratta di un concetto ormai noto, che però trova qui un'applicazione reale e quotidiana. Riteniamo che - a maggior ragione dopo la soppressione dal 1° gennaio 2011 delle Apt, Agenzie di promozione del territorio (la loro funzione rientra adesso nelle competenze della Provincia) - i Consorzi possano contribuire, come importanti "terminali" sul territorio rispetto al coordinamento regionale, a veicolare l'immagine del proprio distretto, che a Montepulciano significa storia, arte e cultura. Poiché, con la nuova Ocm vino, non spetta più a noi occuparsi dei controlli, dobbiamo investire tutte le nostre risorse ed energie sulla valorizzazione della denominazione».

Qui **il volano economico del territorio è proprio il Nobile**, capace di muovere il 70% dell'economia complessiva: circa 1.200 gli addetti del settore, 60 milioni di euro all'anno il valore della produzione, pari a oltre 8 milioni di bottiglie per il Nobile e 2,7 milioni per il Rosso, con un 59% di prodotto destinato all'export e il restante 41% al mercato nazionale. Ma vino Nobile vuol dire Montepulciano, e viceversa: il connubio tra vino e territorio è talmente stretto e inscindibile che è difficile capire dove comincia uno e dove finisce l'altro. Basti pensare che sono oltre 250mila i turisti che arrivano ogni anno a Montepulciano, e tra questi l'interesse per il vino è in costante aumento, registrato sia dall'incremento di degustazioni e visite guidate, sia dalle bottiglie direttamente vendute in azienda (pari all'11% del totale). E sono le nuove tecnologie il principale strumento di prenotazione dei turisti: nel 2010 il sito della Strada del Vino Nobile ha fatto registrare oltre 100mila accessi.

Il legame fortissimo tra il Nobile e la città può e deve diventare comunione d'intenti tra gli attori locali. Ne è convinto **Andrea Rossi**, sindaco di Montepulciano: «Ritengo che vino e territorio siano player che debbano agire insieme, in un gioco di squadra ben orchestrato e rivolto ad un obiettivo comune: farci conoscere sempre più in Italia e nel mondo. Allora può accadere che un turista venga a Montepulciano per vedere la splendida Chiesa di San Biagio, assaggi per caso il Nobile e se ne innamori, o viceversa che un eno-appassionato arrivi per fare



CONSORZIO
DEL VINO NOBILE
DI MONTEPULCIANO

un tour di assaggi nelle cantine e rimanga conquistato dalla bellezza rinascimentale di Piazza Grande: ciò che conta è il risultato».

Per arrivare a questo obiettivo è però indispensabile fare sistema, a partire dalla fase strategica: in quest'ottica il Sindaco partecipa in forma continuativa alle sedute del Consiglio del Consorzio del Nobile; e il Presidente del Consorzio ha un ruolo fondamentale in tutte le fasi programmatiche delle diverse attività. Così i due enti possono, fin dalle fasi propositive di ogni evento, agire in sinergia. «E' importante capire - continua Andrea Rossi - che se il Consorzio promuove un evento in cui porta il nome e l'immagine del Nobile in giro per il mondo, dalla Cina al Brasile, la ricaduta a livello di immagine riguarda tutto il territorio. Per questo siamo accanto al Consorzio in ogni iniziativa, supportandolo e mettendo a disposizione anche il nostro personale tecnico e organizzativo, come durante l'Anteprima del Nobile». Per unificare gli sforzi l'ufficio stampa del Comune e quello del Consorzio si sono costituiti in una task force permanente: ogni volta che si parla di un evento promosso dal Comune - un convegno, una mostra d'arte, un concerto - gli si associa automaticamente il Nobile, e viceversa ogni volta che si parla di promozione del vino la si unisce al territorio. Nei tre principali eventi organizzati a Montepulciano nel corso dell'anno, ovvero il Cantiere d'Arte (una delle più prestigiose rassegne musicali del Belpaese, che ospita artisti di rilievo internazionale), il Bruscello (tradizionale kermesse che affonda le sue radici nella storia contadina della Toscana), e il Bravio delle Botti (appassionata gara-spettacolo che si svolge tra le strette vie della città, capace di richiamare ogni anno migliaia di turisti), il Comune ed il Consorzio operano come ente unico, dotato di un protocollo di azione ormai collaudato, al quale fanno capo tutte le associazioni locali.

E sono stati proprio i produttori del Consorzio del Nobile ad aver capito fin da subito l'importanza di fare sistema per il bene del territorio e della collettività: **risale al 2007 la prima esperienza di auto-tassazione volontaria**, con la quale le aziende associate hanno deciso, di propria iniziativa, di raccogliere i **fondi per finanziare il "Pozzo dei Grifi e dei Leoni"**, pregevole opera del Cinquecento che adorna la monumentale Piazza Grande. Visto il successo dell'esperimento, **nel 2009** si è deciso di ripeterlo, puntando ancora più in alto: **tutte le cantine aderenti al Consorzio hanno raccolto in totale 350mila euro**, destinati al **restauro della Fortezza di Montepulciano**, straordinaria location considerata il "salotto buono" della città. Questa è la sede in cui si svolge l'Anteprima del Nobile, evento di presentazione delle nuove annate, ma anche il luogo in cui vengono portati tutti gli ospiti--giornalisti, amministratori, personalità illustri - che nel corso dell'anno arrivano a Montepulciano, per far degustare loro l'eccellenza delle etichette del territorio.

La case history di Montepulciano dimostra dunque come il vino, in alcuni casi, possa essere considerato tra le principali leve turistiche di un territorio, capace di portare vantaggi e benefici all'economia dell'intera comunità locale. Un circolo virtuoso che però funziona solo se soggetti pubblici e privati dialogano costantemente e fanno sistema.

Montepulciano, 6 luglio 2011 C.s. 12