



CASTELLO DI MELETO

# Wine Station

WINE STATION – 3 SETTEMBRE 2013

## *A Castello di Meleto per saperne di più su cinesi e russi*

Piena di spunti e suggerimenti utili e pratici per il futuro è stata la **tavola rotonda** che si è tenuta ieri (lunedì 2 settembre) al **Castello di Meleto** a cui anche noi abbiamo partecipato con un ruolo "attivo". Nella splendida cornice del castello, che sorge nel cuore del Chianti Classico a **Gaiole in Chianti**, i relatori **Eleonora Scholes** e **Denis Lin** hanno delineato il profilo dell'enoturista proveniente da **Russia e Cina**, davanti ad un interessato pubblico composto da giornalisti, operatori del settore e autorità. Un partecipato momento di discussione per analizzare le motivazioni che spingono gli appassionati di vino a scegliere la Toscana e in particolar modo il Chianti, ma anche un modo efficace per presentare la nuova etichetta: il **Chianti Classico "Castello di Meleto" 2009**.

La tavola rotonda – coordinata da Giovanni Pellicci, giornalista e direttore della rivista "I Grandi Vini" – si è aperta con il saluto del presidente e amministratore delegato del Castello di Meleto **Guido Guardigli**, che ha voluto portare all'attenzione di tutti i presenti la complementarità tra vino e turismo tipica di Meleto, essendo allo stesso tempo il castello struttura ricettiva, azienda vinicola e azienda agricola. Il primo intervento è stato quello di **Eleonora Scholes**, giornalista di [Spaziovino](#), che ha descritto nei dettagli il soggiorno ideale che il turista russo va cercando in Toscana, fornendo indicazioni concrete sulle attività che non possono mancare per rendere l'esperienza davvero indimenticabile. Fra tutte, la necessità di avere materiale promozionale in lingua russa e l'importanza di indicare i riferimenti dell'importatore sulla bottiglia, per permettere al turista di reperire il vino una volta ritornato nel proprio paese. La giornalista ha concluso affermando che il viaggiatore russo è disposto ad un investimento extra per effettuare visite e degustazioni in azienda, che per lui hanno la medesima valenza culturale della visita ad un museo. Il cinese **Denis Lin**, comunicatore di Shanghai, ha trasmesso al pubblico le esigenze dei viaggiatori cinesi che si avvicinano per la prima volta all'Italia viticola, sottolineando l'importanza della promozione del vino





CASTELLO DI MELETO

italiano in Cina – tema, questo, di grande interesse soprattutto per i consumatori asiatici con alto potere d'acquisto. Denis Lin ha inoltre suggerito di curare e comunicare maggiormente le attività extra che l'azienda vinicola può offrire al turista: oltre alla semplice degustazione, molte cantine hanno la possibilità, ancora poco sfruttata, di ospitare eventi, corsi di cucina e attività all'aria aperta. A Giovanni Pellicci il compito di chiudere l'interessata e partecipata discussione, riportando i 3 elementi che assolutamente non possono mancare nell'esperienza dell'enoturista: **l'autenticità, la tipicità e l'accoglienza**, intesa come attenzione assoluta per l'ospite e per i suoi desideri. E questi primi due aggettivi, autenticità e tipicità, si possono utilizzare come descrittori del nuovo vino che è stato presentato da **Giovanni Mazzoni**, direttore commerciale del castello di Meleto, e da **Emiliano Falsini**, enologo consulente, al termine della tavola rotonda. **Il Chianti Classico Castello di Meleto 2009** è il frutto di un percorso di ricerca iniziato nel 2005, mirato a creare un vino di altissima qualità partendo da un'analisi dei vigneti migliori, da un'accurata selezione delle uve con caratteristiche omogenee e da un'accurata lavorazione in cantina che consentisse di trasmettere al vino, intatta, l'alta qualità del frutto. Un Chianti Classico non filtrato e non chiarificato, prodotto con l'obiettivo di trasmettere il carattere origine e irripetibile di un territorio sorprendente.