

Castello di Meleto: il Chianti Classico dove biodiversità, vino ed enoturismo disegnano il futuro

21 Luglio 2026



GAIOLE IN CHIANTI – Nel cuore del Chianti Classico, dove vigneti biologici, boschi e storia convivono in perfetto equilibrio, Castello di Meleto racconta una Toscana autentica che guarda al futuro attraverso sostenibilità, biodiversità ed esperienze immersive.

Con **Francesco Montalbano**, direttore generale della storica tenuta di Gaiole in Chianti (Siena), *Virtù Quotidiane* ha approfondito il ruolo fondamentale degli impollinatori nella tutela dell'ecosistema e la crescente centralità di un enoturismo lento, consapevole e sempre più internazionale.

Un dialogo che attraversa vino, ospitalità, paesaggio e cultura del territorio, restituendo il

ritratto di una realtà capace di coniugare eccellenza produttiva e visione contemporanea.

Le api sono considerate indicatori naturali della qualità ambientale. Che cosa racconta oggi la loro presenza a Castello di Meleto?

A Castello di Meleto la sostenibilità ambientale parte da lontano: ogni scelta è ponderata in base ai principi di produzione ragionata e rispettosa dell'ecosistema. Non a caso, uno degli aspetti più importanti è il mantenimento del bosco, esteso su 900 ettari, che ogni anno richiede una manutenzione di centinaia di ore di lavoro per conservarlo in buono stato. Oltre alla depurazione dell'aria, il bosco permette di conservare specie di animali e di piante che rischierebbero l'estinzione e che sono utili per l'equilibrio del vigneto. A Meleto abbiamo anche eliminato la raccolta meccanizzata in ogni vigneto e diminuito la quantità di vetro utilizzata nell'imbottigliamento dei vini. Qui l'ambiente salubre è confermato proprio dall'allevamento delle api, che fungono da indicatore affidabile dello stato di salute dell'aria essendo particolarmente sensibili all'inquinamento, motivo che ha messo a repentaglio molte loro popolazioni in tutta Italia.



Il progetto “Nel nome dell’Ape” rappresenta una forma innovativa di partecipazione ambientale. Come è nata l’idea dell’adozione delle arnie?

L’idea è nata dall’osservazione di un crescente interesse e una maggior sensibilità verso il mondo dell’apicoltura: questo è stato il nostro principale driver. Questo progetto, inoltre, continua e completa la conduzione biologica che caratterizza la nostra azienda. Castello di Meleto ha ideato infatti il progetto “Nel Nome dell’Ape”, grazie al quale, chiunque condivida la filosofia dell’azienda può adottare un’arnia, diventarne custode a distanza e ricevere 2 kg di miele biologico all’anno per cinque anni come frutto concreto del proprio contributo all’ecosistema. Da 20 arnie iniziali, l’allevamento conta oggi oltre 90 famiglie, per un totale di più di 3,2 milioni di esemplari: la dimostrazione di come l’impegno collettivo possa davvero fare la differenza. Il progetto si è ulteriormente evoluto con la realizzazione del Parco delle Api, un’area di un ettaro e mezzo interamente dedicata ad alberi e fiori selezionati per creare

un habitat ideale per gli impollinatori. Un paradiso naturale che è anche uno spazio didattico pensato per accogliere grandi e piccini: un luogo dove avvicinarsi alla natura, comprenderla e imparare a rispettarla attraverso l'esperienza diretta.

Da 20 arnie iniziali siete arrivati a oltre 90 famiglie di api e più di 3,2 milioni di esemplari: che valore ha questo risultato?

Conferma che questa crescente sensibilità nei confronti di questo tema è reale. Inoltre, il fatto che Castello di Meleto sia un'azienda biologica stimola sempre di più la curiosità e l'interesse sia dei nostri ospiti che degli iscritti al nostro Wine Club. Il progetto sta andando molto bene e, proprio per questo, c'è stata una crescita costante nel numero di famiglie di api ospitate. È un risultato significativo, perché chi aderisce al progetto Nel Nome dell'Ape condivide poi anche i valori che poniamo in vigna e in oliveto.



Oltre al vino, avete sviluppato una linea di prodotti legati al mondo dell'apicoltura. Quanto è strategica oggi la diversificazione produttiva per una realtà come la vostra?

Dal punto di vista commerciale, per Castello di Meleto non è strategica la diversificazione produttiva dei prodotti legati all'apicoltura, ma è strategico il progetto in sé. Questo, infatti, richiede energie e impegno, ma il suo ritorno, non essendo misurabile in termini economici diretti, non può essere definito strategico. Il suo valore è altrove, va al di là dell'aspetto commerciale, e diventa intrinseco, simbolico e comunicativo.

Oggi si parla molto di turismo lento e autentico. Qual è, secondo voi, il significato contemporaneo dell'enoturismo?

A nostro avviso il senso dell'enoturismo moderno risiede nel coinvolgere attraverso le nostre esperienze i veri appassionati di vino, fornendo, allo stesso tempo, esperienze collegate e parallele aperte a tutti. Questo significa differenziare le visite modificandole in base al tipo di clientela, abbandonando, soprattutto per gli ospiti più giovani, la classica visita impostata come una lezione didattica a favore di proposte nuove, coinvolgenti e divertenti.



Castello di Meleto sembra proporre un'esperienza che va oltre la semplice degustazione. Quali sono oggi le esperienze più richieste dagli ospiti internazionali?

Una delle esperienze più richieste, forse perché è anche la più particolare, è “Crea il tuo vino”, dove gli ospiti, accompagnati da un nostro sommelier, scoprono le caratteristiche dei diversi vigneti e tutti i segreti per creare il blend perfetto. Al termine, dopo la personalizzazione dell'etichetta, ogni partecipante, riceve la sua bottiglia da portare a casa. Molto coinvolgente è anche l'esperienza “Offroad con l'agronomo”, un modo per esplorare le nostre vigne con chi le conosce davvero per nome. Si tratta di un tour sul pick-up di Castello di Meleto guidati dal nostro agronomo Mattia Achenza, nel percorso che attraversa il dolce saliscendi delle colline chiantigiane. Una visita unica e divertente che percorre alcuni dei luoghi più significativi, dove nascono i nostri vini, per scoprire tutto sulla viticoltura di Gaiole. E dopo il “viaggio” i terroir si ritroveranno nel calice attraverso la degustazione all'Enoteca. Infine, una delle esperienze più esclusive è sicuramente “Parabuio Experience”, una visita privata in pick-up del vigneto Parabuio in compagnia del nostro Enologo Giovanni Balli. Al termine, viene organizzata una degustazione di quattro referenze nella Sala Parabuio, situata all'interno del Castello. L'esperienza si conclude con la visita delle sale nobili del maniero, del teatro settecentesco, delle cantine storiche e della Vinsantaia. Il motivo alla base del loro successo è la loro immersività. Sono esperienze che vengono richieste da un pubblico più maturo, già conoscitore del mondo del vino.

Nel 2025 avete registrato 14mila presenze, in crescita rispetto all'anno precedente. Quali fattori stanno trainando maggiormente questo sviluppo?

Sicuramente uno dei maggiori traini è la riscoperta del turismo slow che consente all'ospite di ritagliarsi del tempo per scoprire un qualcosa di diverso e fuori dalle rotte. A questo si aggiunge la storicità e l'esclusività del nostro Castello, un vero e proprio maniero del XIII secolo. I visitatori qui hanno la possibilità di vivere il Chianti Classico non da turisti, ma da ospiti in una realtà storica ma viva. È quello che Castello di Meleto vuole trasmettere a chi sceglie la nostra struttura per un soggiorno, offrendo soluzioni adatte ad ogni esigenza, partendo da una suite imperiale e sette camere superior in Castello, fino ad arrivare alle quattro stanze in stile toscano in Canonica e agli undici appartamenti privati e dotati di ogni comfort nel Borgo Medievale.

Negli ultimi anni Castello di Meleto è diventato anche una meta molto richiesta per i matrimoni. Come si gestisce l'equilibrio tra esclusività dell'evento e tutela del patrimonio storico e paesaggistico?

Nell'organizzazione dei matrimoni gestiamo tutto internamente, in sinergia con l'Osteria Meleto e questo ci permette di mantenere standard elevati anche sul fronte della tutela del luogo. Cerchiamo di organizzare eventi e side events che siano in linea con la location e che prevedano un contenimento delle estrosità, il che non si traduce con un risultato scarno, ma in linea con il patrimonio storico di cui siamo responsabili. In realtà, molto viene da sé: chi sceglie Castello di Meleto per il proprio matrimonio ha già le idee chiare su cosa desidera e difficilmente fa richieste che siano in contrasto con la tutela del patrimonio.

Vi aspettavate una crescita così significativa delle richieste da parte del pubblico italiano?

Onestamente no, è stata una bella sorpresa. Siamo molto soddisfatti perché segnala un vero risveglio del pubblico italiano verso il proprio territorio. Quanto al futuro, sì, ci aspettiamo – e speriamo! – che la crescita continui. Probabilmente gli italiani ora viaggiano meno all'estero, anche a causa di un minor potere d'acquisto che li spinge verso mete a breve raggio. Ma questo per noi ha un lato positivo, quello di far riscoprire anche a loro le bellezze che hanno proprio fuori casa.

Il premio ai Tuscany Wine Experience Awards 2026 vi ha consacrati come miglior cantina per l'esperienza enoturistica complessiva. Cosa significa oggi, concretamente, offrire un'esperienza immersiva di qualità?

Siamo molto orgogliosi di aver ricevuto questo premio che riconosce il nostro lavoro quotidiano dedicato all'innovazione e all'attenzione dei bisogni dei nostri visitatori. A questo aggiungerei l'importanza di avere uno staff adeguato e preparato alle diverse esperienze che proponiamo. Siamo molto attenti a questo aspetto, ad esempio, se l'obiettivo è essere appetibili per i giovani, è necessario avere uno staff giovane in ospitalità. Allo stesso modo, se si vuole essere intriganti per i wine lovers, è necessario assumere personale altamente qualificato. Per concludere, stiamo investendo in persone giovani e competenti, che possano essere da traino per l'enoturismo.

Guardando al futuro: come immaginate l'evoluzione di Castello di Meleto nei prossimi anni?

Sul fronte dell'enoturismo, abbiamo le idee piuttosto chiare: vogliamo continuare a essere precursori. Questo significa studiare il cliente, capire cosa desidera e, possibilmente, anticiparlo nei suoi desideri. Non è semplice, ma è la direzione in cui stiamo lavorando. L'obiettivo è essere innovativi, ampliando l'offerta con esperienze nuove pur mantenendo gli standard alti che contraddistinguono la nostra azienda. Un altro filone su cui vogliamo

investire sono gli eventi aperti al pubblico. Quest'anno ne abbiamo già in programma alcuni: il 24 luglio un Barbecue Party, per il 10 agosto, la Notte di San Lorenzo, abbiamo in programma una serata molto particolare, dedicata all'osservazione delle stelle. Anche in questo caso, il nostro obiettivo è continuare ad essere innovativi.