vinetur

Fontanelle Estate une hoteles, bodega y alta cocina bajo una sola marca en Chianti Classico

La familia Bolfo relanza su oferta de lujo en la Toscana con dos alojamientos, una estrella Michelin y 17 vinos propios

martes 30 de junio de 2026



La marca Fontanelle Estate ha presentado este martes, 30 de junio, en Castelnuovo Berardenga, en la provincia italiana de Siena, su propuesta conjunta de alojamiento, vino y gastronomía en el corazón de Chianti Classico. El proyecto reúne el hotel de cinco estrellas Hotel Le Fontanelle, el alojamiento solo para adultos The Club House y la bodega Vallepicciola bajo una misma identidad orientada a ofrecer una experiencia unificada en una de las zonas vinícolas más conocidas de la Toscana.

Según la información difundida por la empresa, la iniciativa parte de una idea clara: vincular hospitalidad, restauración, bienestar y vino en un mismo destino. La familia Bolfo, al frente del grupo, plantea esta oferta como una forma de acercar al visitante al paisaje, la cocina y la cultura local a través de estancias, visitas a viñedos, catas y actividades al aire libre.

El anuncio coincide con el vigésimo aniversario de Hotel Le Fontanelle, uno de los dos alojamientos que forman parte del conjunto. La propiedad se encuentra en las colinas de Castelnuovo Berardenga y ocupa un antiguo núcleo rural rehabilitado. La empresa explica que el edificio conserva elementos propios de la arquitectura tradicional toscana, como suelos de terracota y vigas de madera vistas, y que sus habitaciones y suites miran al campo sienés. El hotel cuenta con 36 habitaciones y suites.

A esta oferta se suma Villa Il Mandorlo, una casa de campo integrada en el complejo que puede reservarse como residencia privada o como ampliación del servicio del hotel. Con ello, Fontanelle Estate amplía su capacidad para recibir tanto a viajeros individuales como a grupos pequeños o familias que buscan mayor privacidad dentro del mismo entorno.

La segunda pieza del proyecto es The Club House, abierto en 2022 tras la rehabilitación de una casa rural toscana. Se trata de un establecimiento de cinco estrellas orientado solo a adultos y pensado para clientes que buscan tranquilidad y atención personalizada. Dispone de 15 habitaciones y suites y suma más de 400 metros cuadrados dedicados al bienestar, con instalaciones centradas en el descanso y los tratamientos.

La compañía señala que ambos alojamientos comparten una misma línea de servicio, aunque con perfiles distintos. Mientras Hotel Le Fontanelle se apoya en la tradición local y en una imagen ligada al campo toscano, The Club House se presenta como un refugio más íntimo. En los dos casos, la oferta se completa con actividades pensadas para conocer el territorio desde varios ángulos.

Entre esas propuestas figuran visitas relacionadas con el vino, clases de cocina, recorridos en Vespa y Ferrari y vuelos en globo sobre las colinas del Chianti. La empresa busca así ampliar la estancia más allá del alojamiento y convertirla en una experiencia ligada al paisaje agrícola y a los productos locales.

La parte gastronómica ocupa un lugar central dentro del proyecto. Fontanelle Estate articula su cocina a través de varios espacios dirigidos por el chef ejecutivo Francesco Ferrettini. La firma explica que su trabajo parte de la tradición toscana y la adapta a un lenguaje actual sin perder el vínculo con el recetario local.

El restaurante Il Visibìlio, situado en The Club House, es el principal referente culinario del grupo y cuenta con una estrella Michelin. A él se suman La Colonna, dentro de Hotel Le Fontanelle, y Osteria Il Tuscanico, también en The Club House. Cada uno cumple una función distinta dentro del conjunto: uno orientado a una cocina de mayor elaboración, otro centrado en reinterpretar platos tradicionales y un tercero más ligado a sabores regionales reconocibles.

La propuesta se completa con salones y espacios para el aperitivo con vistas a los viñedos. Con ello, la empresa intenta dar continuidad a una idea muy presente en este tipo de destinos: que comer y beber formen parte del recorrido por el territorio y no sean solo servicios añadidos al alojamiento.

El eje vinícola del proyecto es Vallepicciola, la bodega integrada en Fontanelle Estate. Rodeada de viñedos, olivares, bosque y un lago natural, esta finca concentra la producción propia del grupo. El edificio fue diseñado por la arquitecta Margherita Gozzi y se ha concebido para integrarse en el paisaje toscano sin romper su perfil rural.

La bodega recibe visitantes mediante recorridos guiados y catas que permiten conocer tanto los viñedos como las instalaciones de elaboración. Según los datos facilitados por la empresa, Vallepicciola produce 17 etiquetas que ya se exportan a más de 25 países. Esos vinos están presentes además en los distintos espacios gastronómicos del grupo, lo que refuerza la conexión entre alojamiento, mesa y viña.

Con esta estructura, Fontanelle Estate busca consolidarse como una marca única dentro del segmento alto de la hospitalidad italiana. Su planteamiento pasa por reunir bajo una misma gestión varios servicios que suelen presentarse por separado: hotelería, restauración, bienestar y bodega. La empresa entiende que esa unión permite ofrecer al visitante una visión más completa del Chianti Classico.

Castelnuovo Berardenga forma parte del área histórica de esta denominación toscana y mantiene desde hace años una relación estrecha con el vino y con el enoturismo. En ese marco, proyectos como Fontanelle Estate intentan responder a una demanda orientada a estancias más largas y experiencias ligadas al origen del producto. La combinación entre alojamiento de alta gama, cocina vinculada al territorio y visitas a bodega encaja con esa línea de mercado.

La presentación realizada este martes, 30 de junio, sirve también para ordenar bajo un mismo nombre activos que ya funcionaban por separado o que se habían incorporado en fechas distintas. Hotel Le Fontanelle celebra dos décadas de actividad; The Club House abrió hace cuatro años; Vallepicciola aporta la base productiva vinculada al vino. La nueva identidad común pretende dar coherencia comercial a ese conjunto.

La familia Bolfo sitúa así su proyecto en un momento en el que muchos viajeros valoran más la relación con el lugar que los signos clásicos del lujo. En su comunicación pública insiste en ideas como autenticidad, conexión con el territorio y trato personalizado. Esa orientación se traduce en una oferta donde el paisaje del Chianti Classico actúa como hilo conductor entre habitaciones, restaurantes, spa y viñedos.

La operación tiene además un interés claro para el sector turístico italiano porque muestra cómo algunas empresas están reforzando modelos integrados alrededor del vino. No se trata solo de vender noches de hotel o botellas en bodega, sino de construir una estancia completa basada en varios servicios conectados entre sí. En zonas con

fuerte identidad agrícola y gastronómica, esa fórmula gana peso como herramienta para atraer visitantes internacionales durante buena parte del año.

En el caso de Fontanelle Estate, esa estrategia se apoya en tres pilares concretos: dos alojamientos con perfiles distintos pero complementarios, una oferta culinaria repartida entre varios espacios y una bodega propia capaz de surtir contenido a las visitas y producto a las mesas. La empresa confía en que esa combinación refuerce su posición dentro del mapa del lujo vinculado al vino en Italia.