

ViniPlus

DI LOMBARDIA

Speciale vini rosé

*Franciacorta, Oltrepò Pavese, Valtènesi,
Bardolino, Abruzzo, Salento*

+
AUTOCTONI, CHE PASSIONE!
Alla scoperta del gaglioppo

+
TERRITORI ITALIANI
Il vino del Monte Bianco





Guido Berlucchi

IL FRANCIACORTA
IN TUTTA LA SUA PUREZZA

berlucchi.it



ViniPlus



Inclusione, sostenibilità e qualità

Care colleghe, cari colleghi,

la nostra associazione è, da quasi 60 anni, la realtà con il maggior numero di membri impegnati a divulgare la cultura del vino e a valorizzare la tradizione enogastronomica del nostro Belpaese.

Il sommelier oggi ha una competenza a tuttotondo, capace di comunicare in maniera brillante non solo il vino, ma anche la birra, i distillati, l'acqua e l'olio.

La serietà della nostra didattica, la preparazione dei nostri relatori e l'entusiasmo nel coinvolgere tante persone ci hanno permesso di far crescere il nostro brand in tutti questi anni.

Nel 2023 abbiamo battuto ogni record, in termini di bilancio e numero di soci, e auspichiamo di replicare questo importante risultato, nonostante le difficoltà economiche che stanno colpendo il Paese. Questo momento difficile ci spinge a investire ancora di più per i soci e ad alzare lo standard qualitativo della nostra offerta per avere in futuro nuove generazioni capaci di cogliere e raccontare quanto può offrire la nostra Italia, e tutto il suo potenziale ancora inespresso.

All'interno della realtà lombarda stiamo facendo sempre più spazio ai giovani, alle colleghe e ai colleghi che saranno chiamati a guidare l'associazione nel prossimo futuro. Le parole inclusione, sostenibilità e qualità devono essere riempite di contenuti con progetti validi, capaci di assicurare continuità alla nostra associazione.

Cari soci, voi siete l'anima di questa associazione, nei momenti di serenità ma anche nei momenti di difficoltà, siete e sarete sempre il faro che illumina la strada del consiglio regionale e lo guida. Vivere l'associazione è importante, partecipare in modo attivo è determinante, raccontare quello che facciamo ogni giorno ci garantirà un futuro sempre più luminoso, per questo ringrazio tutti coloro che partecipano alle nostre assemblee, coloro che portano proposte ma anche chi ci critica in modo costruttivo per spronarci tutti a migliorare il nostro operato.

A breve si apriranno nuovi scenari legati al terzo settore con importanti modifiche allo statuto regionale, che fanno seguito alle modifiche apportate allo statuto nazionale nel novembre scorso. Spero di vedervi partecipare numerosi a questi momenti che andranno a dare un nuovo volto alla nostra associazione.

Hosam Eldin Abou Eleyoun
Presidente AIS Lombardia

Maggio

1

EDITORIALE
di Hosam Eldin Abou Eleyoun

3

EDITORIALE
di Alessandro Franceschini

4

NEL PIATTO E NELLA VIGNA
di Alberto P. Schieppati
e Leonardo Valenti

6

SPECIALE
Un nuovo fermento rosa
A cura di Anna Basile, Anita Croci, Alessandro Franceschini, Davide Gilioli, Gabriele Merlo, Sara Missaglia, Paolo Valente, Giuseppe Vallone

34

MONDO VINO
A spasso per il mondo alla ricerca dei rosé
di Ilaria Ranucci

38

I VINCITORI DEL PREMIO ENOZIONI A MILANO 2024
di Francesca Ciancio
e Barbara Giglioli

46

APPROFONDIMENTO
FRANCIA
Chinon e Bourgueil
di Samuel Cogliati Gorlier

52

TERRITORI ITALIANI
Il vino del Monte Bianco
di Anita Croci

58

DIVINOSIOLA 2024
di Sara Missaglia

64

RI-GENERAZIONI
Selva Capuzza
di Sara Missaglia

68

VITA DA WINEMAKER
Massimo Azzolini
di Paolo Valente

72

PRODOTTI DOP E IGP
Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP
di Gabriele Merlo

76

AUTOCTONI, CHE PASSIONE!
Il gaglioppo
di Davide Gilioli

79

BIRRE
Open Hub
di Maurizio Maestrelli

82

DISTILLATI
Ora il whisky parla anche italiano
di Maurizio Maestrelli

86

FORMAGGI
Etivaz AOP
di Beppe Casolo

88

OLIO
Immaginare un design oleario bello, funzionale, etico e sostenibile? Si può
di Luigi Caricato

90

L'ABBINAMENTO
La cucina argentina
di Paolo Valente

92

IL PIATTO LOMBARDO
Il ris in cagnun e il riso alla pilota
di Andrea Grignaffini

94

LA LOMBARDIA E SUOI ARTIGIANI DEL GUSTO
Iginio Massari
di Marco Gatti

96

DIRITTO DIVINO
I fatti e le opinioni
di Paola Marccone

100

VINO E TECNOLOGIA
Vino & Podcast
di Raffaele Cumani

105

SOMMELIER
AL LAVORO
di Anna Basile e Anita Croci

108

BLOC NOTES
a cura di Céline Dissard Laroche

PERIODICO
DELL'ASSOCIAZIONE
ITALIANA SOMMELIER
DELLA REGIONE
LOMBARDIA

Hosam Eldin Abou Eleyoun
PRESIDENTE

Alessandro Franceschini
DIRETTORE RESPONSABILE

Prof. Leonardo Valenti
CONSULENTE SCIENTIFICO

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
Nicola Bonera, Beppe Casolo, Luigi Caricato, Francesca Ciancio, Samuel Cogliati Gorlier, Anita Croci, Raffaele Cumani, Marco Gatti, Barbara Giglioli, Davide Gilioli, Andrea Grignaffini, Céline Dissard Laroche, Maurizio Maestrelli, Paola Marccone, Gabriele Merlo, Sara Missaglia, Luisito Perazzo, Ilaria Ranucci, Alberto P. Schieppati, Paolo Valente, Leonardo Valenti, Giuseppe Vallone

REDATTORE EDITORIALE
Anita Croci

REVISIONE TESTI
Anna Basile, Anita Croci

IMMAGINE DI COPERTINA
Barbara Viganò

FOTOGRAFIE
Adobe Photo Stock, Matteo Bridaroli, Michele Bozzetto, Cave Mont Blanc, Daniele Ciruolo, Romano Magrone, Helmut Moling, OnstageStudio, Andrea Straccini

ART DIRECTOR
Barbara Viganò

EDITORE
Associazione Italiana Sommelier
Regione Lombardia
Via Panfilo Castaldi, 4
20124 Milano
tel. 02.29010107
sede@aislombardia.it
www.aislombardia.it

STAMPA
Ancora Arti Grafiche
Via Benigno Crespi, 30
20159 Milano MI

LA POSTA E LE COMUNICAZIONI
INERENTI AL CAMBIO D'INDIRIZZO
DEVONO ESSERE INVIATE A:
Associazione Italiana Sommelier
Regione Lombardia
via Panfilo Castaldi, 4 - 20124 Milano
sede@aislombardia.it

Chiuso in redazione il 20 Maggio 2024
Registrato al tribunale di Milano
al n° 306 del 23 maggio 2001
Iscritto al ROC n° 19420 del 25 marzo 2010

ViniPlus



Orgoglio Rosa

Sono sempre stati considerati dei vini di serie B. Tutti lo sanno, tutti lo pensano, in pochi lo dicono. Da tempo, gli appassionati della categoria – siamo pochi, ma rumorosi – si aspettano un'esplosione, anche commerciale, che probabilmente tarda ad arrivare, anche se in realtà i tempi, per vari motivi, sembrano essere più che maturi. Quando abbiamo pensato a questo numero e al suo speciale, durante la riunione di redazione, non abbiamo avuto dubbi: sì, è tempo di occuparci di vini rosati. Anzi, di vini rosé. Sebbene il termine sia usato dai più, sia all'interno di AIS – si veda la nuova scheda analitico-descrittiva – che in altri ambiti della critica di settore, si è deciso (a ragione) di optare per “rosa” o “rosé”, più corretti per definire una categoria che comprende al suo interno anche denominazioni che non contemplano il nome “rosato”.

Nell'ultima edizione della Guida ViniPlus di Lombardia, sono state finalmente introdotte le Rose Camune Rosé, che hanno dato uno spaccato interessante della loro presenza nella nostra regione, soprattutto all'interno di tre territori che abbiamo qui cercato di esplorare usando il filtro del rosa dei vini prodotti al loro interno. Per completare l'opera abbiamo deciso anche di vedere cosa succede in altri tre areali dello

Stivale dove storicamente il rosé è di casa, e infine farci un giro anche nei Paesi del cosiddetto Nuovo Mondo. Cosa abbiamo scoperto? Che al di là delle tante sfumature di colore esistenti, delle diverse tecniche di produzione, dei differenti vitigni che si prestano a questa affascinante, quanto delicata vinificazione, c'è un fattore comune che unisce tutti quelli che si cimentano con questa tipologia: l'orgoglio. Per fare un ottimo vino rosé, che magari sappia anche sfidare il tempo, bisogna essere bravi, competenti e appassionati. Non che per fare rossi o bianchi non sia necessario, naturalmente, ma quando si fa parte di un'enclave, considerata da molti poco più di un ripiego o una semplice referenza utile per completare il proprio assortimento, si genera uno spirito di appartenenza che si avverte immediatamente nelle parole e negli occhi di chi la racconta.

Nel resto del numero, come di consueto, sono tanti gli approfondimenti, tutti da leggere, e pensiamo anche da conservare. Una novità? Il doppio editoriale sullo stesso argomento di due firme e collaboratori storici della nostra rivista e dell'Associazione.

Buona lettura!

Alessandro Franceschini

Alessandro Franceschini
Direttore Responsabile

In rettifica dell'articolo dal titolo “Cristiano Garella: la leggerezza è la chiave di tutto” pubblicato sulla rivista ViniPlus di Lombardia n°25 Novembre 2023, in cui si attribuiva al sig. Cristiano Garella la qualifica professionale di enologo, si precisa che, su segnalazione di Assoenologi, confermata dal medesimo sig. Garella, l'intervistato non possiede i titoli legali per esercitare la professione di enologo. Ci scusiamo con i lettori dell'erronea notizia.

Il climate change è una sfida che sta, lentamente ma inesorabilmente, cambiando le regole di un gioco, quello dell'enogastronomia. Stanno cambiando i consumi, sta cambiando l'approccio in vigna. Il mondo della vitivinicoltura come sta reagendo? Ci saranno degli impatti anche per la ristorazione?



La ristorazione si sta preparando a un "menù change"?

di ALBERTO P. SCHIEPPATI

Non sappiamo se, quando e quanto il climate change cambierà il modo di fare ristorazione, in ambito italiano e internazionale. Possiamo però ipotizzare che il cambiamento climatico possa presto diventare, per molti chef e cuochi, una sorta di "grande ossessione", capace di modificare linee di cucina, menù e politiche di acquisto. Non stiamo qui a discutere su quanto anche l'universo della ristorazione, a sua volta, contribuisca al riscaldamento globale (non dimentichiamo che il sistema alimentare è tra le cause primarie del cambiamento climatico. Ma su questi aspetti torneremo presto...). Il cambiamento, d'altronde, almeno da parte della clientela, è già in atto. Una fascia sempre più importante, composta soprattutto da giovani under 40, sta spostando le proprie preferenze verso alimenti naturali, spesso di origine vegetale, meglio se biologici. In questo atteggiamento, va detto, l'innalzamento delle temperature c'entra pochino: si tratta più che altro di mode, ma è un dato di fatto che la Signora proteina (animale) sia ormai sotto accusa un po' dovunque. Peraltro, la tendenza green si collega inevitabilmente al necessario cambiamento di strategia che è ormai obbligatorio per i ristoratori di tutto il mondo, in vista proprio di quei 2 gradi in più, previsti per il 2045, che cambieranno drasticamente le nostre prospettive.

Il tema del cambiamento climatico, cui si lega quello dell'aumento dei costi per la materia prima (dalla produzione

al trasporto) sta preparando una vera e propria rivoluzione nel mondo della ristorazione. Una rivoluzione destinata a cambiare il pensiero e le abitudini sia di chi cucina, sia di chi va al ristorante. Mauro Elli, chef patron del Cantuccio, una stella Michelin vicino a Como, in un suo recente intervento ad un convegno, ha sottolineato come oggi la chiave sia quella di affrontare le richieste dei clienti in funzione delle sfide globali. Come? Privilegiando il più possibile materie prime locali o regionali, limitando la consuetudine di far arrivare materie prime da altre parti del Paese o addirittura dall'estero. "In questo caso io sono zen" dice Mauro Elli: "preferisco essere dalla parte della risoluzione del problema piuttosto che continuare a stare dentro al problema".

Un svolta, la sua, innanzitutto culturale. D'altronde, a un cambiamento epocale è necessario rispondere adeguando le proprie scelte al mondo che verrà. Per essere preparati e per non farsi cogliere alla sprovvista. Rivalutando produzioni agricole dimenticate. È dunque abbastanza evidente che il "menù change", che alcuni già intravedono come imminente, potrebbe davvero cambiare drasticamente l'offerta della ristorazione di qualità. La chef statunitense Michelle Bernstein, che a Miami è un'autorità, in una recente intervista ha affermato: "Non ordino più molti pesci e frutti di mare da fornitori in altre parti del Paese, perché semplicemente sono troppo costosi. Non ricordo l'ultima volta che ho portato ingredienti come ricci di mare vivi o pesci pregiati. E lo stesso vale anche per il foie gras". Tutti piatti un tempo sempre presenti, ma dei quali oggi si scopre come se ne possa fare anche a meno. ♦



Climate change? Può diventare un'opportunità

di LEONARDO VALENTI

Il cambiamento climatico in atto sono sotto gli occhi di tutti ormai da tempo e chi, come me, lavora giornalmente a stretto contatto con la vigna e i produttori che la custodiscono, ne vede gli effetti quotidianamente.

Le implicazioni, dal punto di vista agronomico, sono molteplici e non può essere certo questo lo spazio per approfondirle vista la vastità dell'argomento. Sottolineo, però, un solo aspetto, certamente indicativo di quello che sta succedendo: per più di 20 anni, a partire dagli anni '70 e sino alla fine degli anni '90, in viticoltura abbiamo creato selezioni clonali migliorative con l'obiettivo di individuare genotipi prestazionali. Ricercavamo, quindi, varietà con alte prestazioni zuccherine, elevati contenuti di polifenoli e di colore. Esattamente l'opposto di quello di cui oggi abbiamo bisogno. Tornare indietro? Sarebbe economicamente drammatico in molti casi: dovremmo estirpare vigne ancora giovani e produttive con un danno difficilmente ammortizzabile nel medio periodo.

Che fare, quindi? Nessuno ha la sfera di cristallo, naturalmente, ma cambiare paradigma e immaginare di mettere insieme una negatività, ovvero gli effetti dei cambiamenti climatici, con le opportunità che si possono aprire è una necessità. Spostare la viticoltura più in alto di 100 o anche 200 metri,

considerando che la maggior parte delle nostre denominazioni in Italia può farlo, avrebbe più di un effetto benefico e coniugherebbe insieme svariati vantaggi, non solo perché si guadagnerebbe qualche grado di temperatura in meno. Significherebbe anche ripopolare zone che in passato sono state quasi abbandonate in molti casi: la viticoltura, infatti, è bene ricordarlo, è una delle poche colture che, in teoria, può ancora dare un reddito interessante e prodotti di qualità mediamente più alta rispetto ad altre attività agricole. A questo, inoltre, aggiungiamo l'effetto positivo per la sostenibilità ambientale: il mantenimento e la manutenzione delle zone di alta collina e montagna evita il dissesto idrogeologico e diminuisce l'impatto, a volte anche devastante, degli eventi meteorologici portati dal cambiamento climatico, che ormai sono difficilmente prevedibili per quantità e durata. Piantare vigneti più in alto, dove non ci sono mai stati, significa, infine, partire da zero con selezioni mirate per quello specifico ambiente, una situazione ideale per ottenere vini che vadano incontro agli obiettivi che ci si è prefissati. Insomma, i cambiamenti climatici in atto possono avere impatti positivi dal punto di vista economico, sociale e culturale. Si tratta solo di cambiare prospettiva. ♦

UN NUOVO FERMENTO ROSA

Fermo o con le bollicine, dotato di infinite sfumature cromatiche, particolarmente gastronomico e versatile a tavola. Alla (ri)scoperta del vino rosé, attraverso sei territori che ci credono

Testi di

ANNA BASILE • ANITA CROCI • ALESSANDRO FRANCESCHINI • DAVIDE GILIOLI
GABRIELE MERLO • SARA MISSAGLIA • PAOLO VALENTE • GIUSEPPE VALLONE



1,2
Milioni di ettolitri
di vino rosé prodotti
in Italia

5%
Quota di **produzione**
di vini rosé
in Italia vs Mondo

4%
Quota di **consumo**
di vini rosé
in Italia vs Mondo

FORNITORE DATI: OIV



È (finalmente) arrivato il momento dei vini rosé?

Anche la Lombardia ha un cuore rosa, che cresce ed è sempre più affascinante. Insieme al Chiaretto di Bardolino, al Cerasuolo d'Abruzzo e al negroamaro in Salento, donano una fotografia dinamica di una tipologia che ha riconquistato interesse e consensi

di **ALESSANDRO FRANCESCHINI**

Se osserviamo la composizione del carrello della spesa del vino degli italiani negli ultimi 15 anni, appare chiaro come le preferenze si stiano ormai indirizzando sempre meno verso il consumo di vini rossi. Se nel 2009 la quota a volume di questi ultimi rappresentava il 54% del totale, oggi è scesa al 49%: 5 punti conquistati sostanzialmente dal vino bianco. I vini rosé? Tengono la posizione, probabilmente non sfondano ancora, come molti qualche anno fa avevano previsto, ma certo sono anch'essi agevolati da un contesto generale assolutamente favorevole, che sembra premiare sempre di più vini meno strutturati, spesso con le bollicine, freschi e dinamici al sorso, nonché particolarmente versatili rispetto alle occasioni di consumo, che nel frattempo sono cambiate e diventate meno rigide rispetto al passato.

Un andamento presente anche a livello mondiale, considerando che il consumo di vini rosé ha avuto un'impennata proprio negli ultimi anni, passando dai 20 milioni di ettolitri del 2018, stabili per molti anni, ai 23 del 2022. In un contesto nel quale la Francia, primo Paese al mondo per produzione (6,5 milioni di ettolitri, pari al 32% della produzione mondiale) e consumo (7,6 milioni di ettolitri, pari al 37% del consumo mondiale) è ovviamente irraggiungibile, l'Italia occupa una posizione tra il quarto e il quinto posto. Ma l'interesse cresce: nel 2023 il vino che ha registrato gli incrementi maggiori di vendite nella distribuzione moderna è stato uno storico e tradizionale vino rosé come il Cerasuolo d'Abruzzo (+19%).

Insomma, le motivazioni per dedicare il nostro speciale a questa affascinante tipologia erano tante. Non ultima, l'introduzione nell'ultima edizione della Guida ViniPlus di Lombardia proprio delle Rose Camune Rosé. Sono state 95: 34 hanno conquistato le 4 Rose Camune, mentre il massimo riconoscimento della Rosa Oro è andato a 9 di queste. Franciacorta, Oltrepò Pavese e Valtènesi sono i territori dove trovare più vini rosa premiati e sono anche quelli che abbiamo messo sotto la nostra lente di ingrandimento per capire cosa sta succedendo. Non solo: abbiamo indagato anche tre areali italiani nei quali il vino rosé è sempre stata una tipologia alla quale donare un ruolo da protagonista. ♦

Fonte dati: OIV, XIV edizione Annuario statistico Corriere Vinicolo, Circana per Vinitaly 2024, Guida ViniPlus 2024

I vini rosé: i fondamentali da conoscere

Quali sono le tecniche e gli accorgimenti per produrre un vino rosé di alta qualità, un vino che potremmo definire un “antidoto al formalismo”? Ne abbiamo parlato con due esperti enologi e cultori di questa tipologia

di **PAOLO VALENTE**

La produzione dei vini rosé è molto più complicata di quanto ci si possa immaginare, e questo per svariati motivi. Il primo dei quali è che si deve utilizzare un’uva rossa per ottenere un vino rosé fermentando, a un cento punto, il processo di vinificazione. È, inoltre, necessario applicare tecniche, anche agronomiche, differenti rispetto a quelle usate per altre tipologie di vino. Ne sono convinti anche due esperti enologi che conoscono bene questa tipologia, ai quali abbiamo chiesto di guidarci nel tracciare i punti chiave da conoscere quando parliamo di vini rosé di alta qualità.

IN VIGNA

Prima di tutto, è fondamentale la scelta dell’area di impianto del vigneto, tanto che sarebbe ottimale poterne dedicare uno specifico; nella progettazione, al di là dell’esposizione e della giacitura, occorre poi scegliere il vitigno e il clone che meglio si adattano alla vinificazione in rosa; tendenzialmente non sono i cloni da base spumante perché hanno una maturazione anticipata, un profilo olfattivo abbastanza neutro e sono ricchi di acidità. Secondo **Mattia Vezzola**, enologo e consulente di lunga esperienza, nonché produttore lombardo di vini rosé in quel della Valtènesi, la selezione genetica o, meglio, epigenetica, richiede decine di anni. «Non dobbiamo dimenticare come i nostri nonni prelevassero le gemme mi-

giori da piante che a loro volta erano state selezionate dai loro padri e così via, ottenendo viti perfettamente adattate a uno specifico ambiente». Anche il portainnesto può condizionare il decorso della maturazione. Riguardo al carico produttivo non ha senso esagerare né in difetto né in eccesso; quindi, occorre intervenire sulle potature e sul numero di gemme. «La qualità non si ha producendo poco, ma scegliendo i grappoli» sostiene sempre Vezzola.

LA VENDEMMIA

Durante la delicata fase della raccolta, l’uva deve aver raggiunto una perfetta maturazione anche polifenolica, altrimenti otterremo vini crudi, imperfetti, con sentori verdi e note erbacee. Occorre, quindi, prestare anche attenzione al tenore zuccherino per evitare la presenza di troppo alcol che disturberebbe anche l’olfatto.

In un periodo di importanti cambiamenti climatici, come quello che stiamo vivendo, una tecnica da utilizzare è quella di effettuare vendemmie frazionate: una parte del vigneto in leggero anticipo, una parte al momento giusto e il restante un po’ oltre il termine ideale di maturazione. Ovviamente, la sanità delle uve è determinante: se attaccata da marciumi o botrite, probabilmente, il vino poi avrà un colore che virerà rapidamente verso il bruno o l’aranciato.

Un vino rosa è un progetto, che parte dall’impianto del vigneto fino alle scelte vendemmiali, di vinificazione e persino di confezionamento

IN CANTINA

Gli antociani, responsabili del colore del vino, sono fortemente instabili e cambiano tonalità anche in funzione del pH e delle tecniche utilizzate. «L’esperienza dell’enologo» ci spiega **Alessandro Bellotto**, enologo della società di consulenza Giotto Consulting «sta nel riuscire a interpretare non solo l’annata e il clima, variabili che cambiano ogni anno, ma anche nell’esaltare l’attitudine alla produzione di vini rosé da parte di differenti vitigni».

Quindi la sensibilità e la conoscenza della varietà sono fondamentali poiché il carico di antociani, differente in ogni vitigno, deve essere gestito seguendo lo stile cromatico scelto: da rosa appena accennato fino a un colore intenso tipo cerasuolo. Una macerazione troppo breve però comporterà una mancanza di struttura e di sapidità nel vino e un colore che muterà durante la fermentazione anche solo per l’azione dei lieviti. Di contro, per vitigni molto colorati, basterà pressare e svinare: il carico antocianico sarà già sufficiente.

Il raffreddamento delle uve rallenta le reazioni enzimatiche e l’ossidazione che si innescano quando la buccia si rompe e viene a contatto con l’ossigeno. In questo caso, l’uso di ghiaccio secco (CO2 allo stato solido) oltre all’abbassamento della temperatura ha la funzione di saturare la pressa eliminando l’os-

sigeno con il vantaggio di conservare il bagaglio aromatico dell’uva.

Relativamente ai lieviti, se la base di partenza è sufficientemente ricca, si potrà usare un lievito neutro o procedere con la fermentazione spontanea; sono da evitare i lieviti troppo aromatici perché producono un vino profumato nell’immediato ma che tenderà a perdere le sue caratteristiche dopo pochi mesi. «Il bello nei vini rosa è riconoscere la matrice olfattiva del vitigno di provenienza». L’anidride solforosa, se in parte protegge il vino dall’ossidazione, dall’altro tende a decolorare gli antociani rendendoli evanescenti.

LA MATURAZIONE DEL VINO

Un vino rosé non necessariamente deve essere consumato in gioventù; ci sono vini che sono in grado di mantenere le loro caratteristiche di freschezza e piacevolezza anche per alcuni anni. La scelta del contenitore, sia di fermentazione che di maturazione, influenza questo processo. L’acciaio, ad esempio, è un contenitore neutro, non dà nessun impatto olfattivo e può essere usato per vini leggeri e freschi. Il cemento non vetrificato, invece, con l’interazione tra calcio e acido tartarico, rende i rosé più smussati, sapidi e lunghi; l’inerzia termica e meccanica (vibrazioni) fa sì che il vino illimpidisca più lentamente.

Con l’anfora si sfrutta la maggiore ossigenazione per ottenere un colore più stabile: gli antociani, infatti, si stabilizzano con l’ossigeno o con il tannino. Lo stesso vale per il legno, che consente un’ossigenazione controllata ma può incidere sui sentori. Spesso vengono utilizzati legni usati o poco impattanti; i vini rosa maturati in legno hanno un profilo maggiormente gastronomico.

Infine, la bottiglia: il vetro scuro sarebbe l’ideale per la conservazione, ma questo presenta un problema di tipo commerciale in quanto la stragrande maggioranza dei consumatori sceglie i vini rosé in base al colore. Solo i rosé di grande blasone possono, quindi, permettersi una bottiglia scura. ♦

Franciacorta: il dinamismo del rosé

Quasi 2 milioni di bottiglie di rosé vendute nel 2023, il 10,2% della produzione totale di Franciacorta. È ancora un prodotto di nicchia, ma rappresenta un fenomeno in forte crescita

di SARA MISSAGLIA



«Non possiamo certo parlare di uno scenario diffuso e di forte propensione nella produzione di Franciacorta Rosé: il prodotto per certi versi è minoritario se pensiamo che la superficie vitata di pinot nero è poco più del 15% di quella totale». A parlare è **Silvano Brescianini**, Presidente del **Consorzio Tutela Franciacorta** e CEO dell'azienda **Barone Pizzini**. «Lo consideriamo tuttavia in questo momento un prodotto del tutto strategico, proprio perché questa tipologia ci consente, in tema di abbinamenti, di impostare una sequenza logica e funzionale, partendo da un brut e arrivando anche a un millesimato o a una riserva, con grande versatilità nel wine pairing». Il «sistema» Franciacorta, esattamente al pari di un business model, non ha un'unica interpretazione ed è qualco-

sa di differente rispetto ai vini fermi in stile provenzale che vengono immessi sul mercato in primavera e che si consumano nell'immediato.

LA COLORIMETRIA TRISTIMOLO

Diversi a cominciare dal colore: il Consorzio di Franciacorta si è recentemente dotato di un metodo scientifico che arriva a stabilire il colore minimo del Franciacorta Rosé DOCG, mettendo in soffitta le commissioni di degustazione. Si chiama colorimetria tristimolo: il metodo arriva a definire i parametri cromatici coerenti con il Franciacorta Rosé, stabilendone la conformità con il disciplinare. Il colore è una risultante tra i livelli di rosso, giallo, intensità, sfumature e luminosità: sono indicatori che consentono l'applicazione di una metodologia campionabile e replicabile.

Trae origine da studi di fisiologia, ricorrendo anche a modelli scientifici propri del comparto ottico. L'osservazione e la valutazione umana risultano spesso imprecise e inadeguate, soggette a difetti e a interpretazioni personali, su cui impattano lo stato emotivo, la sensibilità, le caratteristiche fisiologiche e l'età del degustatore. «Questo metodo nasce da un pragmatismo che è tipico della nostra zona: lasciare a una commissione l'interpretazione del colore significava incorrere inevitabilmente in un errore umano: oggi la tecnologia ci aiuta ad individuare il colore del vino all'interno di una serie di palette che vengono vagliate con precisione, senza lasciare spazio a interpretazioni soggettive», precisa ancora Silvano Brescianini. **Mario Falcetti**, enologo, agronomo e direttore di **Quadra**, ci racconta che si

Il pinot nero occupa poco più del 15% del vigneto franciacortino, ma la produzione di Franciacorta Rosé, per quanto minoritaria, è strategica per il territorio

tratta del primo disciplinare in assoluto a prevedere una valutazione del colore su base analitica e non semplicemente visiva: è convinto che aiuterà i produttori franciacortini a dare un indirizzo di riferimento per conferire e definire una identità maggiore al prodotto Franciacorta Rosé.

STOP AI PREGIUDIZI

La nouvelle vague del fronte rosé sembra essere destinata ad abbattere molti dei pregiudizi che lo descrivono come un vino non adatto a lunghi affinamenti, oppure idoneo solo per i momenti estivi e dalla facile beva: «il tempo è uno degli ingredienti principali dei nostri Franciacorta, in virtù della zona in cui ci troviamo, in direzione nord-est. I nostri vini sono caratterizzati da mineralità e da sapidità, e queste condizioni ci han-



no spinto a lavorare sui lunghi tempi di affinamento, andando ben oltre quanto previsto dal disciplinare», ci racconta **Lucia Barzanò**, che con il fratello Giulio rappresenta la quinta generazione di vignaioli alla guida di **Mosnel**. Il loro Parosé Riedizione 2023 è stato sui lieviti quindici anni: agilità è la parola d'ordine, con vini che abbiano, in un certo senso, "fame di cibo" e si sentano perfettamente a loro agio a tavola. «Da qualche anno il nostro dosaggio è estremamente austero: siamo intorno ai 3 grammi di zucchero per litro, quando in precedenza erano 5», precisa Mario Falcetti. «Sulla base della mia interpretazione stilistica ho sempre inteso il nostro rosé profondamente gastronomico», conclude. La superficie vitata a pinot nero sta crescendo. «La sfida è bella e importante», prosegue Falcetti: «la materia prima sta rispondendo bene, compatibilmente con le annate: sono soddisfatto dell'eleganza e della pulizia che esprimono i nostri vini, in totale assenza di trascinalenti amari e vegetali nel bicchiere». Il bello del futuro è che non è ancora accaduto: se son rosé, fioriranno.

LE TECNICHE DI VINIFICAZIONE

Per il Franciacorta Rosé il disciplinare oggi prevede, tra le uve ammesse, il vitigno pinot nero nella percentuale minima del 35%, oltre a quelle massime di chardonnay del 65%, di pinot bianco per il 50%, e di erbatmat, l'ultimo vitigno ammesso nel 2017, del 10%. In oltre cinquant'anni di produzione, la quota di pinot nero prevista dal disciplinare ha subito diverse modificazioni, registrando importanti innalzamenti: la bacca nera si è, in un certo senso, guadagnata spazio e ha acquistato credibilità e terreni, attraverso un ampliamento della superficie vitata. «Molti parlano ancora di un territorio giovane mentre, se consideriamo il punto di partenza, possiamo parlare del raggiungimento di una maturità stilistica e produttiva importante a livello di intero territorio», ci spiega Mario Falcetti. «Nel 1984 il Franciacorta rosato, così allora si chiamava, prevedeva al

HIGHLIGHTS

VITIGNI	pinot nero minimo 35%; chardonnay, pinot bianco ed erbatmat ammessi in diverse percentuali
TIPOLOGIE	Franciacorta Rosé Franciacorta Rosé millesimato Franciacorta Rosé Riserva
TIPOLOGIE DI SAPORE	dosaggio zero, extra brut, brut, extra dry, sec e demi-sec
MATURAZIONE SUR LIE	minimo 24 mesi; 30 il millesimato, 60 la Riserva
BOTTIGLIE VENDUTE	n. 1.985.790 nel 2023 (10,2% della denominazione)



Il colore del Franciacorta Rosé viene valutato con la colorimetria tristimolo: è il primo disciplinare a dotarsi di una valutazione analitica anziché visiva

massimo il 15% di pinot nero. Nel '95, circa 10 anni dopo, il 15% diventa in realtà il minimo previsto e si parla finalmente di "Rosé", prosegue Falcetti. «Nel 2008 il disciplinare ufficializza la sosta sui lieviti di almeno 24 mesi, portando la quota di pinot nero minima al 25%, che nel 2017 viene innalzata al 35%. Si tratta quindi di un percorso che è partito da un minimo per arrivare a un massimo, con un apporto della bacca nera sempre più deciso», conclude sempre Falcetti. Per il Franciacorta Rosé vengono contemplati i seguenti dosaggi: dosaggio zero, extra brut, brut, extra dry, sec e demi-sec nel rispetto dei limiti di zucchero previsti dalla normativa comunitaria. Se per il Franciacorta Rosé la sosta sur lie minima è di 24 mesi, per il millesimato (con vino almeno pari all'85% dell'annata di riferimento), diventa di 30 mesi, mentre il Rosé Riserva ne richiede almeno 60. Il gusto deve essere sapido, fresco, fine e armonico, con un titolo alcolometrico volumico minimo dell'11,50%, con un'acidità totale minima di 5,00 g/l e un estratto minimo di 15,00 g/l. Il Franciacorta Pas Dosé Rosé Parosé "Riedizione 2023" di Mosnel è, a questo proposito, un case study: «nel 2001 avevamo pensato a un 70% di pinot nero e un 30% di chardonnay. L'idea fu di farne un millesimato: la scelta fu di non procedere a nessun dosaggio finale», racconta Lucia Barzanò. Parosé diventa il celebre gioco di parole che tutti conoscono. «L'interpretazione stilistica di Quadra», aggiunge Falcetti, «vuole una percentuale di pinot nero importante nei propri Franciacorta Rosé. Ho sostituito l'espressione "Brut Rosé" con "Rosé Brut", per sottolineare quanto, per noi, prima del dosaggio, sia importante la colorazione e il concetto di rosa: la quota di pinot nero prevista da Quadra va dal 50 al 100%. Lo chardonnay appare come vitigno di completamento, per il quale vengono selezionate uve da vigne vecchie per dare più rotondità a uno spumante che vive di una struttura molto precisa, verticale, agile ed energica, propria del pinot nero». ♦



I vini selezionati vedono protagonista il pinot nero, presente in molti dei rosé franciacortini in percentuale superiore rispetto a quanto previsto dal disciplinare: una scelta stilistica che pone in primo piano la bacca nera rispetto allo chardonnay, in modo coerente con quanto ci hanno raccontato il Presidente del Consorzio e i produttori intervistati. Il Rosé trova e afferma la propria identità partendo dalla bacca nera. Il **Franciacorta Brut Rosé di Ferggettina** è un Blanc de Noir da uve pinot nero in purezza con affinamento sui lieviti di 36 mesi, in modo analogo al **Franciacorta Brut Rosé Boké di Villa Franciacorta**, pinot nero in purezza con sosta sur lie di 35 mesi. Nel **Ca' del Bosco Franciacorta Extra Brut Rosé Cuvée Prestige 45ª Edizione** la quota di pinot nero è invece dell'80% (chardonnay 20%), sur lie per 30 mesi, con una scelta stilistica simile a quella del **Franciacorta Dosaggio Zero Rosé '61 Nature di Guido Berlucchi** (60% pinot nero, 40% chardonnay, con sosta prolungata sui lieviti di 60 mesi). Il disciplinare sembra fornire indicazioni di "minimi", che le cantine interpretano e rielaborano prolungando tempi di affinamento e incrementando l'impiego di pinot nero. Tutti i Metodo Classico presentano una accesa verticalità, con una netta amplificazione della parte sapida, a tratti salina: al palato abbondante salivazione ed effetto nettante sono protagonisti, per un risultato dinamico e a tratti dissetante. Non mancano complessità e struttura, per vini che possono essere impiegati "a tutto pasto". In tema di dosaggi, in un panorama che si esprime nel complesso verso limitazioni di apporti zuccherini, il **Franciacorta Demi-Sec Rosé di La Montina** è un prodotto diverso rispetto ai non dosati o brut, poiché presenta un residuo di circa 33/34 grammi per litro: qui la percentuale di pinot nero scende al 40% (lo chardonnay è del 60%), con una sosta sui lieviti di 24 mesi. Un vino dalla piacevole morbidezza, perfetto in abbinamento con formaggi, dolci e frutta a fine pasto.

La Valtènesi dei rosé

Fine, elegante e dalla spiccata tensione gustativa, il rosé in Valtènesi assume l'essenza propria di un territorio che, attorniato dalle Alpi e lambito dal lago di Garda, esprime con solarità e disimpegno un'anima fatta di essenzialità e sottrazione

di GIUSEPPE VALLONE



Lo "stile Valtènesi" non concentra, ma sottrae e verticalizza nel vino l'essenza di un territorio arioso e mediterraneo



Qualche mese fa il Consorzio Valtènesi e l'Ente Vini Bresciani hanno inaugurato, all'interno dell'ottocentesca Villa Galnica a Puegnago del Garda, la "Casa del Vino della Valtènesi", pensata per promuovere la conoscenza dei vini di una terra di grande tradizione e altrettanta vocazione turistica. Questa iniziativa e la misura con cui è stata realizzata, danno l'esatta cifra di cosa ambisca essere oggi la Valtènesi.

Per tracciarne un quadro esaustivo abbiamo incontrato Paolo Pasini - presidente del Consorzio Valtènesi e proprietario di Pasini San Giovanni -, Alessandro Luzzago - da trent'anni circa alla guida di Le Chiusure a San Felice del Benaco -, Loris Vazzoler e Alessandro Marzotto - rispettivamente direttore tecnico e brand and business development del Gruppo Santa Margherita, dal 2017 proprietario di Cà Maiol.

Ne è nato un coro a più voci caratterizzato da un'assonanza di visione e di intenti.

IL DISCIPLINARE, TERRA DI MEZZO

Nonostante l'innegabile capacità evocativa, specie all'estero, del nome "Riviera del Garda Classico", in questo caso è alla sottozona istituita nel 2016 che dobbiamo fare riferimento. Come ci dice **Paolo Pasini**, infatti, chi vive tra Padenghe e San Felice del Benaco è consapevole che la DOC, «in quanto contenitore di un territorio piuttosto ampio, necessita di un livello successivo di comunicazione e andrebbe usata a mo' di 'geolocalizzazione' che, nel tenerci tutti insieme, consenta a ognuno di raccontare la sua specifica identità».

Un'identità che, quanto ai vini rosé, è tradizionalmente legata al "metodo Molmenti" e all'uvaggio di groppello, barbera, marzemino e sangiovese, ma che, oggi, sta virando verso un maggior

ruolo del «figlio agronomico del territorio», come Pasini chiama il groppello, se non addirittura per una sua vinificazione in purezza.

Uva fragile e delicata, con una buccia particolarmente sottile, pruinosa e dalle sfumature violacee, il groppello riassume perfettamente l'idea che ha reso il rosé della Valtènesi così personale e riconoscibile, esprimendosi con trama sottile, acidità appena tratteggiata, tannini flessibili e saporita sapidità.

E se il disciplinare di produzione è piuttosto elastico verso la storicità di campo, la programmazione di nuovi vigneti o il reimpianto di vecchie vigne va proprio verso una maggiore diffusione del groppello. «Quando rilevammo Cà Maiol», ci racconta **Loris Vazzoler**, «riscontrammo che buona parte dei nostri vigneti in Valtènesi risaliva agli anni '70 e '80, era allevata a casarsa o sylvoz e aveva, già nello stesso filare, le quattro varietà previste per l'uvaggio. La de-

Il groppello è il vitigno identitario della Valtènesi e la sua presenza sul territorio sta aumentando





cisione di rinnovarli è stata la perfetta occasione per infittire la densità di impianto, cambiare sistema di allevamento, ridistribuire in modo più omogeneo e logico le differenti varietà ma, soprattutto, per aumentare la percentuale di groppello in vigna».

LO STILE VALTÈNESI

Gli studi in campo e in cantina, le analisi dei terreni e delle caratteristiche intrinseche delle uve, hanno tutti l'unica finalità di consolidare, esaltare e far emergere uno "stile Valtènesi" chiaro e ben definito. E se il disciplinare di produzione è un primo passo in questa direzione e la consapevolezza circa il peso del groppello all'interno dell'equazione è ormai acquisita, è proprio al binomio uva-terroir che deve guardarsi.

«Il nostro territorio» spiega Pasini «è costituito da una serie di fattori, come il lago, le Alpi, la tessitura del terreno, fino al sole mattutino, che ci indirizzano verso un'idea di sottrazione ed essenzialità, e il groppello è l'uva ideale per esprimere questo concetto», anche se accompagnato da altre uve che oggi, a differenza che nel passato, svolgono un ruolo di semplice sostegno senza rubare più la scena, né tantomeno snaturare l'essenza ultima del territorio. «Questo è lo "stile Valtènesi", che non concentra, ma sottrae e verticalizza».

Un'anima calda ma leggera che la gente di Valtènesi ha fatto definitivamente propria soltanto in tempi recenti e che, oggi, rivendica con orgoglio come elemento distintivo rispetto a qualunque altro rosé o chiaretto che dir si voglia. «Chiaretto non aiuta a identificare il nostro territorio», puntualizza **Alessandro Luzzago**, «perché identifica soltanto una tipologia, che comunque va spiegata all'estero e a volte anche in Italia e che comunque non è esclusiva della Valtènesi».

IL FUTURO? DI CERTA V'È SOLO...

LA QUALITÀ

La "filastrocca" con cui Paolo Pasini ama definire la Valtènesi ci aiuta ad affrontare l'ultima parte del nostro discorso: «la Valtènesi è un luogo che ha un figlio

HIGHLIGHTS

VITIGNI	groppello, da solo o con barbera, marzemino e sangiovese
AREALE	18 comuni, sulla sponda bresciana del Garda
CARATTERISTICHE DEL TERRITORIO	il Lago di Garda, le Alpi, i terreni morenici a tessitura sciolta
CONSORZIO VALTÈNESI	80 soci imbottigliatori
BOTTIGLIE PRODOTTE	circa 2 milioni

agronomico – il groppello – che, attraverso un metodo, viene trasformato in un vino che si chiama come il territorio».

I punti fermi, dunque, sono tre: il territorio, le uve e lo stile di un vino che, proprio attraverso il groppello, sa e deve riflettere l'ariosità, la leggerezza e l'energica luminosità del "Mediterraneo del nord". Rimane del tutto non affrontata, invece, la questione della tipologia del vino di Valtènesi e qui le sfumature, tra i diversi produttori intervistati, si fanno più evidenti.

«Se lo "stile Valtènesi" è verticalità ed essenzialità», dice Pasini «lo è a prescindere dal fatto che il vino sia rosso o rosé. E se il groppello, tra i vitigni che utilizziamo, è quello che ci aiuta di più nel raggiungere questo obiettivo, il pur prezioso discorso sull'ampelografia e sulla sua matrice autoctona deve per forza di cose cedere il passo alla valorizzazione del territorio». In altri termini, per Paolo Pasini, la Valtènesi dell'oggi e anche del domani è un «concetto di riconoscibilità territoriale, prima ancora che tipologica» così che, per quanto riguarda il rosé, potrebbe ben parlarsi,

con uno slogan accattivante, del «"Valtènesi dei rosé" o, parafrasando il celebre album dei Pink Floyd, del "Valtènesi side of the rosé"».

Di diverso avviso, su questo punto, è **Alessandro Marzotto**, che proprio di recente ha curato il rinnovamento dell'immagine di Cà Maiol: «il marchio Valtènesi è conosciuto per il rosé. Sebbene abbia notevoli margini di crescita, e anzi proprio per questo, è da qui che dobbiamo partire, facendo una scelta di campo e adottando l'equazione "Valtènesi uguale rosé", così che il consumatore, in Italia e all'estero, associ il nome del nostro territorio a questa tipologia». La pensa in sostanza così anche **Alessandro Luzzago** che, pur riconoscendo che in futuro di Valtènesi potrà facilmente parlarsi in rosso o in rosa, condivide l'odierna esigenza di «semplificare e irrobustire il messaggio comunicativo del nostro territorio», puntando dunque con convinzione su quello che, per tradizione, volumi e richiesta di mercato, è la punta di diamante della produzione valtènesina.

«LA GRANDE OPERA È QUELLA CHE HA PIÙ LIVELLI DI LETTURA»

Al di là di scelte di campo future o attuali e di scenari che potrebbero portare alla richiesta di riconoscimento di una DOCG, sta la profonda fedeltà territoriale e il chiaro stile identificabile del vino rosé di Valtènesi che, con le parole di Pasini, «come tutte le grandi opere ha più livelli di lettura», diretto com'è tanto al consumatore occasionale, che cerca il vino di totale disimpegno, quanto all'appassionato enofilo, che potrà trovare rosé profondi e longevi. «Noi», conclude Pasini, «mettiamo chiunque nelle condizioni di avere nel bicchiere il miglior Valtènesi del mondo, lasciando poi al cliente la scelta di abbracciare l'una o l'altra strada».

Nell'assoluta certezza, però, che il rosé di Valtènesi è un vino identitario, portatore di un messaggio culturale profondo. ♦



Abbiamo individuato cinque interpretazioni di rosé che, per stile produttivo e tensione al consumo, sono rappresentative dell'intero spettro espressivo del "Valtènesi dei rosé". Il **Valtènesi Chiaretto Riviera del Garda Classico Doc 29 agosto di Cobue** è espressione dell'uvaggio tradizionale, suddiviso tra groppello (30%), marzemino (30%), barbera (25%) e sangiovese (15%), e di un affinamento in acciaio che restituisce freschezza di beva e il tipico «calore senza peso». Il **Valtènesi Chiaretto Riviera del Garda Classico Doc Rosavero di Avanzi** è invece l'esempio di rosé della Valtènesi dall'anima di groppello, presente nell'uvaggio al 70%: calice sottile, di diffusa freschezza e appagante beva. Il **Valtènesi Chiaretto Riviera del Garda Classico Doc Lettera C di Pasini San Giovanni**, da groppello in purezza e affinato in clyver, è una perfetta definizione del concetto di longevità applicato al rosé di Valtènesi: materico, cerebrale e meditativo, è un vino che chiede un surplus di attenzione e disposizione d'animo, che sa ripagare ampiamente. Il **Valtènesi Chiaretto Riviera del Garda Classico Doc Rosamara di Costaripa**, invece, con 30% di marzemino a far da spalla al 50% di groppello e, soprattutto, con un affinamento di 6 mesi in barrique per il 50% della massa, è un fulgido esempio del profondo livello di lettura a cui questi vini possono ambire.

In Oltrepò la vie en rose corre lungo il sentiero del Metodo Classico

Nell'areale produttivo che vanta la maggior estensione vitata a pinot nero d'Italia, il rapporto con i vini rosa prende da sempre la strada delle bollicine Metodo Classico, a partire dalla sfida chiamata Cruasé

di **DAVIDE GILIOLI**



CLAUDIO COLOMBO

Un triangolo incastonato tra Piemonte, Emilia e Liguria, composto da 440 chilometri di colline vitate; oltre 1300 le aziende appartenenti alla filiera (includendo anche vinificatori e imbottigliatori), distribuite su 13.000 ettari e 7 denominazioni, da cui si ricavano circa 30 milioni di bottiglie tra DOC e DOCG. Sono i numeri dell'Oltrepò Pavese, che valgono quasi due terzi dell'intera produzione vinicola della Lombardia, articolata tra vitigni e tipologie anche molto diversi fra loro. Ma qual è lo spazio riservato ai vini rosé?

LA CENTRALITÀ DEL METODO CLASSICO DOCG

Secondo **Francesca Seralvo**, neo eletta presidentessa del **Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese** e al timone di **Tenuta Mazzolino**, prima ancora di parlare di strategie future, è bene fare il punto sulla situazione attuale. Negli ultimi anni il ruolo dello spumante Metodo Classico sta diventando sempre più importante per i consumatori, sia in Italia che all'estero, per cui: «è importantissimo continuare a sostenere la crescita di un prodotto come l'Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero

DOCG, che si sta sempre più affermando come una bollicina di qualità, con un'identità gustativa ben definita, legata all'eleganza del pinot nero».

Forte di una crescita (anno su anno) a doppia cifra nel periodo post Covid, la produzione di questa tipologia ha sfiorato le 600mila bottiglie nel 2023, con un potenziale futuro che può arrivare a 2 milioni nell'ipotesi in cui vi aderisse anche chi attualmente produce bollicine da pinot nero non rivendicandole in etichetta. «La grande sfida dei prossimi anni – continua la presidentessa Seralvo – è quella di rafforzare l'identità terri-

L'Oltrepò Pavese rappresenta quasi due terzi dell'intera produzione vinicola della Lombardia

toriale dell'Oltrepò Pavese su entrambi i fronti: aumentarne la riconoscibilità e la percezione di qualità fra i consumatori, trovando al contempo una coesione ancora più forte all'interno delle realtà produttive della filiera: produttori, vinificatori, imbottigliatori».

LA (DIFFICILE) SFIDA CHIAMATA CRUASÉ

Parlare di rosati in Oltrepò Pavese significa quindi concentrarsi sullo spumante Metodo Classico a base pinot nero e sulla relativa DOCG? Se pensiamo a un prodotto di fascia "premium", con



un preciso posizionamento sul mercato e volano qualitativo per la fascia più attenta di clienti, consumatori e appassionati, la risposta non può che essere affermativa e la mente si concentra su un nome ben preciso: Cruasé.

Si tratta di un marchio collettivo creato nel 2009 dal Consorzio per identificare la tipologia di rosé vinificata utilizzando unicamente uve pinot nero: un nome particolare, frutto dell'unione dei termini "cru" (parola che identifica lo stretto rapporto tra il vitigno e una specifica selezione di parcelle di territorio particolarmente vocate) e "rosé". Crua era anche il nome di un vitigno (e del relativo vino) assai diffuso in zona nel XVIII secolo.

Dopo l'euforia iniziale dei primi anni, il progetto ha trovato una serie di "resistenze", più o meno profonde, legate in particolare alla tonalità del colore utilizzato, al periodo di macerazione sulle bucce e ad altri dettagli tecnici concernenti la spumantizzazione.

In realtà, per quanto riguarda la vinificazione tal quale, il punto di riferimento resta il disciplinare del Metodo Classico, con la sola differenza che nel caso del Cruasé il periodo di affinamento minimo sui lieviti viene portato da 15 a 24 mesi. Le tipologie previste sono due: Brut e Brut Nature.

LE FUTURE MODIFICHE AL DISCIPLINARE

Sul tema delle bollicine, **Carlo Veronese**, direttore del Consorzio, ci preannuncia una serie di modifiche al disciplinare di produzione volte a migliorare la comunicazione di questo importante prodotto: la prima riguarda il nome stesso della DOCG, che dovrebbe diventare "Oltrepò DOCG Metodo Classico", con l'eliminazione, quindi, dell'aggettivo "Pavese". La sosta minima sui lieviti sarà aumentata da 15 a 24 mesi per i non millesimati e da 24 a 36 mesi per i millesimati; verrà inoltre introdotta la tipologia Riserva, con una sosta minima sui lieviti di 48 mesi. Tutto confermato, invece, per quanto riguarda la base ampelografica: pinot nero minimo 85% e 15% composto da chardonnay, pinot grigio e pinot bianco, da soli o congiunti. Infine, sarà proposta l'eliminazione della tipologia

HIGHLIGHTS

VITIGNO PRINCIPALE	pinot nero
TIPOLOGIE	Oltrepò Pavese Metodo Classico Rosé Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot nero Rosé, anche con marchio collettivo Cruasé
MATURAZIONE SUR LIE	minimo 15 mesi; 24 il millesimato e il Cruasé
BOTTIGLIE PRODOTTE	OP MC Rosé 105mila, OP MC Pinot nero Rosé Cruasé 60mila

Crémant per il Metodo Classico Rosé. «Queste modifiche saranno un'occasione per riportare l'attenzione sul marchio Cruasé – sostiene Veronese – e sensibilizzare ancor di più i produttori verso il suo effettivo utilizzo, nonché facilitare una maggiore consapevolezza del brand presso i clienti e i consumatori finali». Nessuna particolare indicazione sul colore, invece, che rimane una variabile legata allo stile di ogni singola azienda, anche tenuto conto delle enormi differenze pedoclimatiche che appartengono a un territorio così vasto ed eterogeneo.

CRUASÉ, FUTURO SIMBOLO VINCENTE DELL'OLTREPÒ PAVESE?

«Siamo pienamente consapevoli delle grandi potenzialità di questo territorio e certamente fra queste vi è quella di consacrarsi definitivamente come un punto di riferimento per la produzione di spumanti Metodo Classico di grande qualità a base pinot nero, sia esso vinificato in bianco o in rosé» ci spiega sempre Francesca Seralvo, con un lampo di orgoglio che attraversa il suo sguardo mentre ci risponde. «Se il mercato, come negli ultimi anni, confermerà questo trend positivo della domanda sui rosé, come Consorzio non possiamo non tenere in considerazione il vantaggio di poter disporre di un territorio ampiamente vocato verso questa tipologia di produzione.



Francesca Seralvo, neo eletta presidentessa del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, crede molto nel pinot nero come alfiere del territorio

Ci stiamo impegnando fin dall'inizio di questo mandato a comunicare le eccellenze dell'Oltrepò Pavese a tutto tondo e nei diversi mercati dove siamo presenti e dove intendiamo aumentare la nostra quota».

LA COESIONE DEL TERRITORIO, UNA LEVA FONDAMENTALE

La crescita dell'Oltrepò Pavese degli ultimi anni, avvertita nei numeri e nelle presenze di visitatori e addetti ai lavori sul territorio, sta passando anche da un fruttuoso ricambio generazionale, grazie alla presenza di nuovi giovani imprenditori che stanno investendo in tecnologie, comunicazione e, tema molto rilevante, in ospitalità.

Al netto di un incremento della qualità vitivinicola che è testimoniato dal crescente numero di premi e riconoscimenti per i vini oltrepadani, il miglioramento dell'immagine del territorio passa inevitabilmente da un'esperienza turistica e di accoglienza che devono fare i conti con una domanda sempre più esigente e variegata.

Dal Consorzio e dai suoi produttori traspare la chiara intenzione di coinvolgere tutti i canali di questa filiera, dalla ristorazione - in primis - alle strutture ricettive, per poter contribuire a creare un sistema Oltrepò che sia sempre più integrato in tutti i suoi attori principali. ♦



La crescita qualitativa della DOCG Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero, anche nella versione rosé, è testimoniata dal crescente numero di vini che ogni anno vengono premiati dalle principali guide di settore, a partire dalla "nostra" ViniPlus di Lombardia.

L'**Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero DOCG Extra Brut Rosé "Norema"** di **Calatronic** (Montecalvo Versiggia) riposa per 30 mesi sui lieviti, ha riflessi ramati di profumi e fragolina di bosco, timo e pan brioche, aggiungendo corpo e pienezza a un sorso fresco e sapido, con una lunga persistenza balsamica. L'**Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero DOCG Pas Dosé "Oltre il Classico Brut T5"** di **Cà di Frara** (Mornico Losana) sosta per 72 mesi sui lieviti: regala cremosità e avvolgenza al palato, dove si sviluppano note di piccoli frutti rossi ed erbe aromatiche. Chiude con ricca persistenza fruttata accompagnata da decisa sapidità. Proseguiamo con l'**Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero DOCG Brut Rosé "Moratti"** di **Castello di Cigognola** (Cigognola): 60 mesi sui lieviti giocati su una bollicina setosa e corroborante, intrisa di delicati tocchi floreali, speziati e agrumati. Lungo e sapido il finale, che vira su toni balsamici e mentolati, con richiami di cannella e zenzero. L'**Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero DOCG Brut Rosé "Saignée della Rocca"** di **Conte Vistarino** (Rocca De' Giorgi) sfoggia un color rosa tenue dal delicato ma abbondante perlage. I profumi sono coniugati sulla gamma dei frutti rossi, tra melograno, lampone e fragolina selvatica, mentre in bocca la struttura più densa e rotonda rivela l'anima del pinot nero. Concludiamo con l'**Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero DOCG Pas Dosé "MariaCristina"** de **I Gessi** (Oliva Gessi): 68 mesi sui lieviti, con note di glicine, iris, albicocca fresca ed echi balsamici. Il sorso è cremoso e avvolgente, con lungo finale sapido e agrumato.

Oltre i luoghi comuni. La serietà del Chiaretto

Il vino dell'estate? Anche, ma non solo. Sulle sponde del Lago di Garda nasce uno vino storico dell'universo rosa italiano, il Chiaretto di Bardolino, che rivela sfaccettature e complessità inaspettate

di ANNA BASILE



Il Chiaretto è il vinum clarum dei Romani, che torchiavano le uve senza macerarle, e appartiene a questo territorio per tradizione

Al calar della sera in spiaggia; a rallegrare l'aperitivo estivo; a bordo piscina chiacchierando con le amiche: nell'immaginario collettivo, le situazioni ideali per bere un calice di rosé sono sempre le stesse e cercano di veicolare un'idea altrettanto fissa che cristallizza questi vini in un concetto: vini facili da bere. Etichettati come prodotti semplici, i rosé hanno sofferto per anni i limiti di certi pregiudizi e di certe lavorazioni che li volevano come le mode e il gusto del consumatore medio li immaginavano. La loro essenza, però, è un'altra, e anche il Chiaretto di Bardolino comincia a veicolarla ai suoi consumatori. Grazie alla consapevolezza dei produttori, al legame con la tradizione della zona e all'identità del terroir, da qualche anno si è diffuso un nuovo modo di intendere i vini rosa. La prima cosa da fare è mettere da parte i luoghi comuni e cominciare a degustare con le stesse aspettative che si hanno per i bianchi e i rossi: essere pronti a tutto.

LA STORICITÀ DEL CHIARETTO

Siamo in Veneto, nell'anfiteatro morenico del Lago di Garda, in un areale che si estende a est e sud-est del lago e comprende ecosistemi eterogenei con microclimi mediterranei, continentali e montani; i suoli, ricchi di depositi alluvionali risalenti alle glaciazioni, hanno una struttura molto varia che si differenzia da comune a comune – sono sedici quelli della denominazione, tra cui Bardolino e Garda. È qui che è nato il Chiaretto di Bardolino: il primo documento in cui si parla di "chiaretto" in riferimento ai vini del gardesano è l'edizione veronese del dizionario dell'Accademia della Crusca del 1806. Ma pare che già i Romani, nelle ville rustiche della Gallia Cisalpina, utilizzassero il torchio, e non la macerazione, per ottenere vini più "chiaro" – si faceva il chiaretto già in epoca romana! Una storia lunga, dunque, che ha senso raccontare per capire che le mode c'entrano ben poco con il Chiaretto di Bardolino, tra i primi vini italiani ad aver ricevuto la DOC, nel 1968, proprio in nome della sua storicità.

LE SPERIMENTAZIONI E LA SCOMMESSA DELLA LONGEVITÀ

«Il rosato è una cosa seria». A dirlo sono innanzitutto i produttori, in questo caso **Silvia Morando**, enologa del **Pignetto**, l'azienda che, guidata dal papà Adriano, produce Chiaretto dagli anni Novanta e che oggi stupisce il mercato con un vino, Le Morandine: «Per noi produrre rosato non è una moda – continua Silvia –, è una caratteristica della nostra azienda; mio padre ha cominciato proprio con il rosato, la cui prima annata risale al 1991. Oggi produciamo tre tipologie di Chiaretto, per un totale di 15.000 bottiglie».

I numeri del Chiaretto di Bardolino sono in crescita: il Consorzio parla di una produzione annua di circa 10 milioni di bottiglie. Il disciplinare prevede tre tipologie accomunate dal colore unico, quel rosa chiaro con brillanti sfumature aranciate, dalla freschezza, e da quella tipica nota agrumata che lo differenzia dagli altri vini rosa italiani, più legati a note di frutti di bosco e fragoline.

Molti produttori stanno sperimentando le possibilità del Chiaretto di resistere all'affinamento mettendo sul mercato vini non proprio vicini alle aspettative

HIGHLIGHTS

VITIGNO PRINCIPALE	corvina veronese, fino al 95%
AREALE	16 comuni, sulla sponda veronese del Garda
TIPOLOGIE	Chiaretto di Bardolino DOC Chiaretto di Bardolino Classico DOC Chiaretto di Bardolino spumante DOC
NUMERI	100 produttori, 1000 ettari di vigneto, oltre 10 milioni di bottiglie all'anno
EXPORT	60/70%

dei consumatori. «Le sperimentazioni sono una costante del nostro – spiega ancora Silvia Morando –, è così che è nato Le Morandine, un vino che mio padre ha dedicato a me e alle mie sorelle, e che incarna tutte le potenzialità del Chiaretto». Struttura, capacità di invecchiamento, eleganza: Le Morandine è il rosé che non ti aspetti proprio perché riesce a scardinare quelle convinzioni, sbagliate e limitanti, su cui si basa l'idea di rosé. «La longevità è una possibilità reale per il Chiaretto: assaggiando Le Morandine sono in molti a non capire quello che abbiamo in mente ma noi sappiamo che le potenzialità delle uve vanno ben oltre quelle che riusciamo a immaginare».

«UNA SCELTA, NON UN RIPIEGO»

I cugini francesi, che qualcosa di vini rosa ne sanno, sono stati tra i primi a “scoprire” che il Chiaretto può essere un vino non solo capace di affrontare qualche anno di affinamento ma anche un menu stellato: **Nicolas Durif**, chef del ristorante l'Hysope, stellato Michelin a La Jarrie, nel 2016 selezionò vini rosa delle annate dal 1994 al 2021 e insieme a 10 rosé francesi c'era il Chiaretto di Bardolino Ròdon 2016 dell'Azienda Agricola Le Fraghe. «Il Ròdon è un vino che ha una forte identità territoriale», ci spiega **Matilde Poggi** della cantina **Fraghe**. «Dobbiamo abbandonare l'idea che il rosato sia solo un vino semplice, da sorseggiare a bordo piscina, in abbinamento a piatti estivi. Il Chiaretto si accompagna a svariate proposte gastronomiche oltre ad essere il vino della nostra tradizione. Fare rosato non è un ripiego: non decidiamo di produrlo quando l'annata non ci consente di fare un rosso, il rosato è una scelta, è la nostra storia, è il vinum clarum dei Romani che appartiene a questo territorio per tradizione».

I mercati internazionali continuano ad accogliere bene questi vini – tra il 60 e il 70 per cento del Chiaretto va all'estero – e i risultati della produzione degli ultimi anni fanno ben sperare anche qui in Italia: il futuro del Chiaretto non può che essere... rosa. ♦



L tour nel Chiaretto di Bardolino comincia con uno spumante, il **Chiaretto di Bardolino Spumante**

Le Voluttà Bio, Le Tende, prodotto con le uve veronesi Corvina e Rondinella, è un vino giovane, ricco di suadenti profumi freschi e floreali, di petalo di rosa e violetta, poi lampone e pompelmo rosa. Nasce nel cuore della zona classica del Bardolino, a 120 m.s.l.m., e sfoggia un perlage minuto ed elegante che rende il sorso particolarmente piacevole. Perfetto con un chirashi di salmone. Ancora freschezza e brio per il **Chiaretto di Bardolino, Cavalcina**, delicato e accattivante nel colore, sorprende con un bouquet di fiori con lievi note toliche che delineano un sorso equilibrato che però privilegia la scia sapida. Da provare con un tagliere di salumi. Rosa litchi tenue con lievi ornamenti aranciati: così si presenta **Le Morandine, Il Pignetto**: esordisce su toni speziati, vaniglia e un tocco tostato di caffè d'orzo, e poi lascia posto ai più classici risvolti agrumati di citronella e lime. Strutturato e persistente, equilibrato e fresco, morbido con una vibrante nota sapida. Elegante. Da provare con un risotto alle capesante. Corvina, Rondinella, Molinara e Negrara: è questo l'uvaggio del **Chiaretto di Bardolino Classico, Raval** che sfoggia uno smagliante rosa tenue, impreziosito da scie aranciate. Echi di pompelmo rosa e una leggera sensazione balsamica caratterizzano il ventaglio odoroso, intenso e goloso. L'assaggio è di bella struttura, fresco ed equilibrato. Chiude il **Chiaretto di Bardolino di Tenuta La Presa**: radiosa la veste rosa, un'elegante complessità di aromi freschi e fragranti incantano il naso: agrumato, con tocchi di chinotto e bergamotto, poi sentori di menta e lavanda, infine la speziatura con un suggestivo ricordo di cardamomo. L'assaggio è subito fresco ed equilibrato, gentile, con ritorni agrumati tipici. Persistente e fine: da provare con gamberoni al curry.



Nata nel 2010, il Cerasuolo d'Abruzzo Doc è la prima denominazione di origine italiana dedicata a un vino rosa

ANDREA STRACCINI

L'anima cerasa d'Abruzzo

Il vino rosa abruzzese oggi si identifica con il Cerasuolo, il cui colore sovente si discosta però dal nome: a fare ordine ci pensa l'Abruzzo Doc, che ha appena introdotto la tipologia Rosato aperta anche allo stile provenzale e a una più ampia varietà di uve

di ANITA CROCI

Se è vero che nell'ultimo decennio l'Abruzzo ha saputo far crescere e valorizzare anche l'anima bianchista del proprio vigneto, il montepulciano resta, a livello di numeri e di notorietà, il vitigno simbolo della sua fama enologica nel mondo. Un'immagine certamente legata al rosso, se con i suoi cento milioni di bottiglie annue il Montepulciano d'Abruzzo è numericamente il primo vino della regione, ma significativa è anche la produzione di Cerasuolo, con circa dieci milioni di bottiglie.

Nel 2010 il Cerasuolo ha cessato di essere una tipologia del Montepulciano d'Abruzzo per diventare la prima Doc italiana dedicata a un vino rosa. Una denominazione che negli ultimi dieci anni ha segnato un trend in crescita. Il picco del 2019 ha assestato i numeri attuali



e, dopo una lieve flessione nel 2022, l'analisi dell'Osservatorio Economico dei Vini d'Abruzzo effettuata sui dati gennaio-settembre 2023 ha rilevato un aumento a valore del 12% e a volume dell'8% circa.

I consumi indicano che quasi l'80% del prodotto viene venduto all'interno della regione, mentre l'altro 20% si divide più o meno equamente tra il resto d'Italia e l'estero: un dato significativo, che conferma quanto questa tipologia sia radicata nelle abitudini enoiche degli abruzzesi – e del turismo enogastronomico.

IL CERASUOLO, IL VINO DELLA TRADIZIONE ABRUZZESE

«In Abruzzo, un po' come in tutte le zone rurali, il vino in casa lo facevano quasi tutti e di fatto è sempre stato un Cerasuolo, in quanto il montepulciano se vinificato in rosso dà vini molto scuri e concentrati, mentre per un consumo quotidiano si preferivano vini più leggeri» ci spiega ad esempio **Giuliano Pettinella**, piccolo ma ormai noto produttore artigianale abruzzese che con il suo Tauma, appena tremila bottiglie contese a metà tra l'Italia e il mercato estero, ha scalato le classifiche di molte guide italiane. Per il vigneto ad alberello destinato a questo vino ha scelto un clone di montepulciano della Valle Peligna, ma più che i cloni «sono il sistema di allevamento, le condizioni pedologiche, la gestione del vigneto a determinare il carattere delle uve». Il momento cruciale è quello della raccolta: «in fase di maturazione faccio diversi campionamenti e analisi dei mosti. Per il Cerasuolo la vendemmia si anticipa di circa dieci giorni, ma non troppo perché si rischierebbe di avere vini inespressivi e con acidità un po' ruvide. Nelle ultime annate, soprattutto quelle molto calde, lo spazio temporale ideale per il raccolto è un range molto, molto ristretto».

Secondo il disciplinare, il Cerasuolo può essere vinificato in bianco o con breve macerazione, che per qualcuno arriva fino a 24/48 ore, ma non è que-

HIGHLIGHTS

VITIGNO PRINCIPALE	montepulciano
DENOMINAZIONE DI RIFERIMENTO	Cerasuolo d'Abruzzo Doc
BOTTIGLIE CERASUOLO DOC PRODOTTE	oltre 10 milioni all'anno, 80% consumate in regione
ALTRI VINI ROSA	Doc Abruzzo Rosato (dal 2023)
GLI SPUMANTI	Doc Abruzzo Spumante Rosé (marchio collettivo Trabocco se da uve autoctone)

sto il solo discrimine per l'ampia gamma cromatica che si evidenzia nelle bottiglie in commercio: Giuliano è della prima scuola, eppure il Tauma ha proprio il colore delle cerasse. Il motivo? «È determinato dall'uva, perché il montepulciano ha di suo tantissimi antociani, che nel frutto si concentrano ulteriormente quando si lavora con un basso carico per pianta; inoltre, io applico una pressione medio bassa con una pressa verticale, diverso sarebbe con pressature pneumatiche molto soffici».

LE DIVERSE ANIME DEL ROSÉ IN ABRUZZO

Il tema cromatico divide i tradizionalisti da chi vira sullo stile provenzale, modello di riferimento del mercato globale. Molte aziende dedicano quindi al Cerasuolo più di un'etichetta, per abbracciare i diversi stili.

«Di movimento rosa si parla molto, ma in Italia ancora stenta a decollare veramente» afferma **Davide Acerra**, responsabile della comunicazione del **Consorzio Tutela Vini D'Abruzzo**. «Il modello francese fa sì che il pubblico di non addetti ai lavori

sia impreparato di fronte a colori più intensi, per cui spesso identifica il Cerasuolo come un rosso scarico o giovane, per questo occorre fare promozione e informazione».

In questi anni il Consorzio sta portando avanti un lavoro di valorizzazione del vino abruzzese, con interventi sostanziali anche sui disciplinari, che il Mipaaf ha definito “modello Abruzzo”: una ridefinizione del sistema vitivinicolo ispirato soprattutto ai principi di semplificazione e identità territoriali e vinicole. Tra queste, l'introduzione delle quattro appellazioni provinciali Colline Teramane, Colline Pescaresi, Terre de L'Aquila e Terre di Chieti, da abbinare necessariamente alle menzioni Superiore e Riserva. In futuro, anche l'individuazione delle UGA fino alla singola menzione vigna.

In questa ridefinizione va visto anche l'inserimento della tipologia Rosato nella Doc Abruzzo: permette di affiancare al montepulciano diverse varietà di uve, anche bianche aromatiche, ma soprattutto abbraccia un'ampia gamma cromatica del rosa e può accogliere diversi stili produttivi, lasciando al Cerasuolo il suo colore, che si sta pensando di blindare con un preciso pantone. «L'obiettivo che ci siamo posti è far diventare il Cerasuolo il “vino rosso” di domani: in un mondo che richiede vini rossi sempre più snelli e più freschi, a causa del cambiamento climatico che ha alleggerito il gusto, il Cerasuolo rispecchia perfettamente questi requisiti e può diventare veramente una risorsa per la produzione regionale».

La regione non ha una tradizione spumantistica, ma le sue uve sono vocate alla tipologia. Gli spumanti (inclusi i rosé) elaborati con Metodo Charmat erano già previsti dalla Doc Abruzzo del 2010, che includeva molti vitigni. Nel 2020 si aggiunge il marchio collettivo Trabocco, riservato a quelli elaborati da sole uve autoctone, che per il rosé si traduce in montepulciano. Un modo ancora più fresco di declinare questo straordinario vitigno. ♦



L'icona aziendale è il Trebbiano, ma che dire di fronte alla sensibilità con la quale Francesco Paolo declina in rosa le uve di montepulciano? Il **Cerasuolo d'Abruzzo Doc** di **Valentini** fermenta spontaneamente in grandi botti di rovere, dove matura un anno prima di affinare a lungo in bottiglia, non filtrato. Il colore è cerasuolo e la complessità dei sentori annuncia un sorso profondo e di sublime spessore.

Restiamo a Loreto Aprutino con il **Cerasuolo d'Abruzzo Dop Fosso Cancelli** di **Chiara Ciavolich**, da salasso: il contatto con le bucce è di 12/24 ore in piccoli vasi di cemento fino all'avvio della fermentazione spontanea, quando parte del mosto viene prelevata e conclude la fermentazione in anfore di terracotta, dove matura sulle fecce fini fino ad aprile. Il vino è color lampone, la frutta si arricchisce di aromi eterei e il sorso è ricco di struttura e personalità.

Fermentazione spontanea e nessuna filtrazione anche per il teatino **Terre di Chieti Igp Rosato Biologico FS** di **Feudo Antico**, che dopo breve criomacerazione vinifica in bianco, parte in acciaio e parte in barrique di terzo passaggio e di essenze diverse. Il colore è un fulgido rosa salmone, il frutto è croccante e il sorso lievemente tattile arricchisce l'estensione gustativa di rintocchi erbacei.

Ben diverso il **Cerasuolo d'Abruzzo Doc Chiamami Quando Piove** di **Vini Valori - Gruppo Masciarelli** - prodotto nel cuore delle Colline Teramane secondo i principi di un'avanguardia tecnologica al servizio dell'ambiente. Vinificazione in bianco e maturazione in acciaio per un color rosa salmone, molto fresco e avvolgente, eccellente per equilibrio e progressione agrumata.

Torniamo sulle colline pescaresi dove, oltre a un eccellente Cerasuolo d'Abruzzo di stampo tradizionale, **Paride D'Angelo** declina il suo montepulciano nell'esuberante **Tuttacoccia Ai Tempi Miei**, uno spumante brut rosé Metodo Martinotti. Il colore è rosa pallido, gli aromi delicatamente fruttati e floreali con una vena agrumata e un sorso fresco-sapido tutto da bere.

Il volto rosé del Salento

La storia dei vini rosé pugliesi è, contemporaneamente, antica e recente. Se la produzione di questa particolare tipologia di vini in Puglia, e in particolare nel Salento, è perlomeno centenaria, è solo nell'ultimo ventennio che ha raggiunto le luci della ribalta

di **GABRIELE MERLO**



La moda lo relega spesso a un consumo estivo e "di annata", ma in Salento il rosato si beve tutto l'anno e un po' di affinamento in bottiglia non può che perfezionarne l'equilibrio.

Se fino a qualche anno fa si associava l'enologia pugliese soprattutto a vini rossi violacei nel colore e corposi nella struttura, ottenuti da uve primitivo e negroamaro surmature, oggi il mercato premia sempre di più i vini rosa che sanno unire, in un perfetto connubio, struttura, equilibrio e bevibilità.

In questo scenario enologico il Salento è l'assoluto protagonista. Una terra in cui ogni estate si riversano da tutto il mondo milioni di turisti che vogliono godere delle acque cristalline dei suoi mari, rilassarsi al sole e al vento tra gli

ulivi e divertirsi nei ristoranti e locali alla moda che si affacciano sui tramonti del Mar Ionio e invitano al brindisi con calici di ottimo rosato: sono questi i primi consumatori e ambasciatori.

La diffusione della viticoltura in Puglia risale alla colonizzazione della penisola da parte degli antichi greci che piantarono le prime viti di negroamaro, nero di troia, malvasia nera, che, assieme al primitivo, sono le principali varietà di uva a bacca rossa coltivate oggi. Tuttavia la storia commerciale dei vini rosa è più recente e il primo imbottigliamento risale solo alla metà del secolo

scorso. «Il Five Roses è stato il primo vino rosato imbottigliato in Italia, con la vendemmia 1943» ci racconta **Piernicola Leone de Castris**, erede della **Leone de Castris**, la più antica e famosa cantina salentina produttrice del vino icona tra i rosati di questa terra, il Five Roses, da uva negroamaro in purezza. «Mio nonno Piero ha realizzato questo prodotto in una tenuta chiamata in famiglia "Cinque Rose" perché per molte generazioni si erano avuti cinque figli. Nel gennaio 1944, in occasione di un incontro, l'ufficiale americano Charles Poletti di base a Brindisi degustò il vino

e, trovandolo eccellente, fece un ordine per le truppe che erano nel territorio. In seguito chiese di dare un nome in inglese. Essendo impossibile reperire delle bottiglie in quanto tutte le vetrerie avevano sede nel centro-nord Italia, per quella prima annata furono utilizzate bottiglie da birra degli eserciti alleati».

VITIGNI E VINIFICAZIONI

«L'uva negroamaro rappresenta il vitigno principe del territorio – continua Piernicola –. Si è dimostrata adatta, nella sua versatilità, per creare differenti ottime tipologie: vini rossi e rosati



giovani, spumanti, vini rossi per grandi riserve. Le sue caratteristiche, che la rendono perfetta per rosati di grande qualità, sono molte. La sua spina acida, sempre sopra i valori medi, e il basso contenuto in tannini, consentono, insieme ai terreni argillosi del Salento, di far esprimere aromi, freschezza, salinità, equilibrio e grande piacevolezza. Il tutto, logicamente, deve essere seguito in vigna e in cantina, sia per quanto riguarda l'epoca di raccolta delle uve, che il contatto delle bucce con il proprio mosto in fase pre-fermentativa».

È appunto il processo di vinificazione la vera e propria sfida enologica in questi territori arsi dal sole. Preservare l'acidità del vino ed evitare l'ossidazione sono sempre stati i due punti focali con cui rapportarsi per chi si accinge a produrre vini di qualità, le pressature lievi e brevi periodi di macerazione dei vini rosati hanno sempre aiutato in tal senso.

Il grande e compianto enologo pugliese Severino Garofano una volta definì il rosa salentino come "il vino di una sola notte", poiché in questo territorio il tradizionale metodo di produzione del vino è storicamente eseguito con una macerazione tra le dodici e le ventiquattro ore, che consente di estrarre non solo i sentori fruttati, ma anche tannini e polifenoli che danno al vino un colore più intenso e maggior longevità e struttura.

«Per quanto riguarda il metodo di vinificazione, la nostra azienda ha un'impostazione molto tradizionalista e rispettosa del territorio» ci spiega questa volta **Giovanni Calò**, che condivide assieme al fratello Fernando la proprietà dell'**Azienda Michele Calò e Figli**, fondata dal padre a Tuglie a metà degli anni Cinquanta. «I nostri due rosati Mjère e Cerasa sono ottenuti con il metodo di vinificazione "a lacrima", il mosto è ottenuto non attraverso la pressatura delle uve ma utilizzando lo sgrondo delle stesse». Le uve, una volta diraspate, vengono messe nei classici fermentini in cemento e dopo un contatto di 20-24 ore, si procede alla svinatura solo del mosto fiore che rappresenta circa il 30% del pigiato. «La restante par-

HIGHLIGHTS

VITIGNI PRINCIPALI	negroamaro, primitivo, malvasia nera di Lecce, uva di Troia, bombino nero e susumaniello
DOC	Salice Salentino Rosato Doc
IGT	Salento Rosato IGT Puglia Rosato IGT
PUGLIA ROSATO IGT	114.781,66 ettolitri (dati 2021)
SALENTO ROSATO IGT	79.442,08 ettolitri (dati 2021)

te della resa che deriva dalla pressatura è, per noi, uno scarto di lavorazione. Questa tecnica viene utilizzata solo e unicamente per valorizzare il rosato, al contrario della pratica del "salasso" che viene impiegata principalmente per concentrare il mosto favorendo quindi la produzione di un vino rosso».

LE ESIGENZE DEL MERCATO

Il mercato dei rosati salentini negli ultimi decenni non ha subito grandi mutazioni o sconvolgimenti. «Le aziende storiche hanno sempre creduto nelle potenzialità dei rosati e, in particolare modo, di quelli ottenuti da uva negroamaro – ci racconta ancora Piernicola Leone de Castris –. Nel tempo, assieme a noi, alcune realtà locali si sono impegnate nel valorizzare questa tipologia che ha una sua peculiare attitudine nel territorio salentino». «Purtroppo – aggiunge Giovanni Calò – anche il mondo del rosato salentino si è fatto ammaliare dalla possibilità di conquistare nuovi mercati esteri e ha perso, in alcuni casi, la propria identità. Molti lo hanno snaturato scimmiettando pessime imitazioni provenzali. Aziende come le nostre

sono saldamente ancorate a un modo di fare rosato fortemente tradizionale. La Puglia è una piccola regione e il Salento è ancor più piccolo per poter competere nei mercati mondiali, a maggior ragione se si vogliono imitare altre denominazioni perdendo la propria identità».

IL NODO DELLE DENOMINAZIONI

A proposito di denominazioni, sebbene in Salento esistano storiche e molteplici Denominazioni di Origine come Nardò, Alezio, Leverano, Galatina, Copertino e via discorrendo, la maggior parte dei produttori preferisce ricorrere alla generica Indicazione di Origine Salento IGT. Perché? «A mio avviso, le DOC del nostro territorio sono troppo frazionate, piccole e poco strutturate, a eccezione della denominazione Salice Salentino che ha una storia a sé – sostiene Giovanni Calò –. Aggiungo che il nome e il marchio "Salento" a livello commerciale sono decisamente più riconoscibili».

«Credo che molti produttori si siano indirizzati verso l'IGT Salento anche per ricordare il percorso del nostro vino – continua Piernicola de Castris –. Per quanto ci riguarda, abbiamo una variegata produzione di rosati IGT e Doc Salice Salentino Negroamaro. Abbiamo iniziato a produrre il vino a Salice dalla vendemmia 1954 e in gran parte grazie al nostro lavoro, negli anni Settanta del XX secolo è nata la DOC Salice Salentino».

I rosati del Salento sono vini che affascinano per il colore intenso, profondo e la brillantezza nel calice: si sposano in maniera eccellente con i piatti della cucina tradizionale pugliese a base di pesce, verdure e formaggi freschi. Durante i pasti, in Salento, si è sempre bevuto rosato tutto l'anno, tuttavia oggi la moda lo relega spesso a un consumo prettamente estivo e solo "di annata", come avviene in Provenza. Moda che non appartiene all'essenza del rosato salentino, in grado di esprimere meravigliosi sentori e perfetto equilibrio anche dopo due, tre, cinque anni dalla vendemmia e lo rendono, senza ombra di dubbio, un'eccellenza del nostro patrimonio enologico. ♦



Salice Salentino è la Denominazione di Origine Controllata che a livello regionale esprime, storicamente, il maggior numero di vini rosati di qualità. Il **Salice Salentino Doc Rosato Five Roses** di **Leone de Castris**, da uve negroamaro vinificate in acciaio, come abbiamo visto, rappresenta una pietra miliare della storia del Salento in rosa.

Un altro grande esempio di negroamaro rosato proveniente da questa denominazione è il **Salice Salentino Doc Le Pozzelle** di **Candido**, dagli ammaliati sentori di rosa e fragolina di bosco e la proverbiale sapidità gusto-olfattiva data dalla terra rossa salentina.

Severino Garofano è stato per decenni il deus ex machina dell'enologia pugliese e il suo **Salento Igp Rosato Negromaro Girofle**, della cantina di famiglia **Garofano Vigneti e Cantine**, ora gestita dai figli, è la massima espressione in rosato del territorio di Copertino: è macerato per circa 20 ore e vinificato solo in cemento.

Spostandoci di qualche chilometro in direzione Gallipoli incontriamo il paese di Tuglie, qui e nella confinante Alezio, hanno sede due delle più importanti cantine che hanno fatto del rosato il loro vanto produttivo.

Il **Salento Igp Rosato Cerasa** di **Michele Calò e Figli**, è il primo e più celebre vino rosato "moderno" con vinificazione tradizionale "a lacrima" e affinamento in acciaio e barrique non tostate. A contendere lo scettro per il miglior rosato di questo territorio a pochi passi dalle più celebri e incantevoli spiagge salentine è il **Salento Igp Rosato Mazzi** di **Rosa del Golfo**, negroamaro e malvasia nera di Lecce vinificati in legno di rovere dai suggestivi ricordi fruttati e speziati.

A spasso per il mondo alla ricerca dei rosé

Per celebrare i rosé e tutto il loro potenziale, ve ne raccontiamo sette, spaziando tra diversi Paesi, stili, storie e vitigni

di **ILARIA RANUCCI**

- CALIFORNIA
- NUOVA ZELANDA
- AUSTRALIA
- LONG ISLAND
- ARGENTINA
- OREGON



L vino rosé, nell'immaginario collettivo, è un vino scacciapensieri e facile, un vino di ingresso, quasi per "non esperti". Spesso non ci si sofferma sulle sue origini, o su dove o perché venga bevuto, né tantomeno si parla di terroir. È curioso parlare in questa rubrica di rosé del Nuovo Mondo, perché sono vini che vivono la somma di due pregiudizi: una tipologia facile e una provenienza geografica commerciale e poco legata al terroir. Impossibile negare che ci sia un fondo di verità, almeno guardando ai grandi volumi. Però ci sono, come sempre, svariate eccezioni, anche al di fuori dell'Europa.

I Paesi del Nuovo Mondo hanno certamente molto da dire quando si parla di rosé. La top 10 dei Paesi produttori di questa tipologia, infatti, comprende certamente gli Stati Uniti, che hanno una lunga tradizione nella produzione di vini rosa, ma anche Sud Africa, Cile e Australia. Alcuni Paesi del Nuovo Mondo sono tra quelli che hanno mostrato una crescita della produzione di rosé decisamente vorticoso: Nuova Zelanda e Cile hanno registrato tra il 2011 e il 2020 un aumento di oltre il 50%. La

Francia, naturalmente, regna incontrastata per la sua lunga tradizione: è francese, infatti, una bottiglia su tre di rosé prodotta e bevuta a livello globale.

Guardando agli stili produttivi, il rosé è tradizionalmente stato, con limitate eccezioni, un completamento di gamma, o una produzione residuale, guidata da esigenze economiche (utilizzare tutte le uve) e commerciali (differenziare e coprire un altro segmento). Ci sono anche nel Nuovo Mondo moltissimi rosé convenzionali e commerciali, e molti vecchio stile, mutuati dai rossi e con residuo zuccherino.

Uno dei fenomeni che ha accompagnato la recente crescita del rosé è la tendenza alla diversificazione, lasciando così spazio a vini decisamente più ambiziosi, fenomeno che riguarda anche i Paesi del Nuovo Mondo, che hanno una grande potenzialità, pur essendo partiti di recente. Nella maggior parte dei casi hanno comunque poche tradizioni e regole molto poco prescrittive. Questo consente di scegliere quali uve coltivare e che stile adottare, producendo in questo modo rosé più identitari, espressivi, spesso in linea con l'attuale trend di riscoperta dei vitigni minori.

Un grande del pop

SUTTER HOME WHITE ZINFANDEL



Quando **Bob Trinchero** di Sutter Home, nel 1971, annata relativamente fredda per la California, si è posto il problema di dare maggiore concentrazione ai propri rossi, ha iniziato a produrre un leggero rosé da salasso. Lo scopo era di ottenere un rosso migliore, e il rosé era di fatto un sottoprodotto. La bassa aspettativa sul potenziale del vino ha fatto sì che per il primo anno non sia neanche stato commercializzato. Era disponibile solo nella sala degustazione della cantina. Quello che poi è diventato l'ormai mitico white zinfandel, riprendendo una tradizione già documentata nell'800, doveva chiamarsi Oeil de Perdrix, il nome dato in passato agli champagne rosé, per onorare il modello di riferimento, i delicati rosé francesi. White zinfandel era scritto in piccolo sulle vecchie etichette, per spiegare in inglese di cosa si trattava.

Nel 1975 la svolta, puramente dovuta al caso: la fermentazione bloccata lasciò nel vino un leggero residuo zuccherino, facendone il perfetto emulo dei "vini coca-cola" portoghesi allora più famosi. Grande successo di pubblico: è cominciato un fenomeno, che ancora oggi vede ogni anno oltre 20 milioni di bottiglie vendute.

Guardando alla Francia

TOURNON MATHILDA VICTORIA ROSÉ



Chi produce vino spesso ama le sfide. Ogni annata presenta nuove difficoltà e poco margine di errore. Non stupisce quindi che ci siano molti produttori consolidati in Europa che hanno cercato nuove opportunità altrove, portando competenze e conoscenza degli stili del Vecchio Continente.

Anche nella produzione di rosé ci sono diversi casi di "espatriati di lusso". Uno di questi è un mito del Rodano, **Michel Chapoutier**, che dal 1997 ha una tenuta anche in Australia, il Domaine Tournon.

Anche se un rosé da grenache prodotto da Michel Chapoutier fa pensare al Rodano, la "Victoria" che compare nel nome di questo vino non è altro che il nome dello stato australiano in cui si trova il Domaine. "Mathilda", invece, ha una connotazione molto più domestica, dato che è il nome della figlia di Michel.

Pur negli adattamenti necessari – difficilmente in Francia c'è il problema di tenere lontani i canguri - l'approccio produttivo del Domaine Tournon è quello stesso, biodinamico, adottato da Chapoutier nelle altre sue proprietà. Il risultato è un vino, non prodotto in tutti gli anni, ultima annata il 2021, scarico di colore e introverso, distante anni luce dai rosé di pronta beva che viene da associare alla rilassata e solare Australia.

I vitigni italiani come moda e sperimentazione

CHANNING DAUGHTERS
HOME FARM VINEYARD LONG ISLAND
ROSATO DI REFOSCO



I vitigni italiani sono decisamente di moda e uno dei tratti più interessanti del Nuovo Mondo del vino è appunto la libertà di esplorare. Per questo non è difficile trovare vitigni italiani provenienti da territori ristretti nei posti più impensati e scelti per ragioni anche diversissime, per passione ma anche per esplicita e scientifica ricerca. E questo vale anche per i rosé.

In questo caso chi raccoglie la sfida è un produttore di Long Island, che produce anche negli Hamptons, celebre luogo di vacanza dei newyorkesi benestanti. Il luogo fa inevitabilmente venire voglia di bel tempo e di rosé, e in effetti **Channing Daughters**, come altri nella

zona, ne produce diversi, addirittura sette, nonostante un clima caldo che non aiuta a preservare l'acidità che dona a questa tipologia. Lo chiamano il programma "Molti Rosati": comprende anche rosé da due vitigni italiani, lagrein e appunto il vitigno friulano refosco. Uno dei blend include anche una piccola percentuale di teroldego. Il Rosato di Refosco è un vino chiaro e luminoso, giocato sul frutto, che fa solo acciaio ed è prodotto con una pressatura molto leggera, per domare lo spirito rustico e per niente modaiolo del vitigno.

Il rosé Australian style

CIRILLO 1850 ANCESTOR VINE
GRENACHE ROSE



Elizabeth Gabay descrive molto bene le caratteristiche di un rosé stile australiano: prodotti tradizionalmente con il metodo del salasso, da uve rosse ben mature, relativamente carichi di colore, improntati sul frutto, con alcol moderato e spesso un leggero residuo zuccherino. Fatti

per essere bevuti gioiosamente quando ancora giovani.

Pur essendo spesso i rosé australiani, nella natura prorompente, dei rossi in miniatura, l'estrazione meno spinta, ove ben gestita, si presta comunque a valorizzare i vitigni e il territorio. Anche in Australia oggi si trovano rosé interessanti, da varietà differenti e luoghi impensati e, come negli altri Paesi, in diversi stili, adottati in parte per scelta commerciale e in parte per propensione e passione.

La peculiarità del rosé di Cirillo Estate è che, date le premesse, tutto ci si aspetterebbe tranne che parlare della vigna di grenache forse più vecchia al mondo. Per sapere la data di impianto basta leggere l'etichetta: 1850. Ancestor è il nome dato dalla Barossa Old Vine Charter alle vigne di oltre 125 anni. L'aspirazione dichiarata è lo stile europeo, basato sull'eleganza, per un vino pensato anche per invecchiare.

L'Argentina e il suo malbec

SUSANA BALBO SIGNATURE ROSÉ



Come in altri Paesi del Nuovo Mondo il "vecchio" modo di fare rosé in Argentina era in assemblaggio, per produrre vini semplici con un residuo zuccherino. Da allora si sono evolute sia le tecniche produttive, verso l'uso del salasso e del rosé da breve macerazione, che gli stili, con

una maggiore precisione e una esplicita scelta enologica orientata verso rosé leggeri e freschi o più di corpo e profondi. Per questi ultimi si presta molto il vitigno rosso di punta in Argentina, il malbec, che è il principale riferimento anche per il rosé.

Susana Balbo è stata più volte presidente di Wines of Argentina ed è una figura iconica nel Paese, a partire dal fatto che nel 1981 è stata la prima donna in Argentina a laurearsi in enologia. Dopo 20 anni di esperienza in diverse cantine, nel 1999 ha fondato una cantina di proprietà nella Valle de Uco, a Mendoza, che oggi gestisce con i figli.

Indiscutibile l'esperienza di Susana con malbec e torrontes, come anche l'impostazione, incentrata sulla qualità, e l'attenzione estrema ai dettagli. Per la linea Signature ha scelto di abbinare al malbec il pinot nero, in un uvaggio mirato a far atterrare il malbec verso un peso più lieve, una veste più estiva e uno stile sorprendentemente provenzale.



Declinazioni di pinot nero

TWO RIVERS ISLE OF BEAUTY ROSÉ



L'avvento dell'era del rosé in Nuova Zelanda è recente, con una crescita significativa prevalentemente dopo il 2000. Prima poco o nulla, almeno di interessante. L'identità dei rosé neozelandesi è ancora in evoluzione, e nella maggior parte dei casi il rosé rimane una declinazione meno intensa del rosso prevalente nella zona di produzione. Si stanno comunque delineando anche dei trend: a nord il rosé da merlot, più pieno e di corpo, e a sud quello da pinot nero.

La tipologia ha condiviso la crescita e sperimentazione del pinot nero neozelandese, con personalità variegata e approcci introvabili nella vecchia Europa, come rosé da assemblaggio di pinot nero e sauvignon blanc o uvaggi di pinot nero e arneis. Nel rosé Isle of Beauty al pinot nero si uniscono due varietà del Rodano, syrah e viognier.

Non a caso, dato che il fondatore di Two Rivers, **David Clouston**, ha fatto leva sulle sue esperienze di vinificazione in Europa, e precisamente in Corsica. Amata al punto da chiamare il suo rosé "l'isola della bellezza", guardando da Marlborough al Mediterraneo e scegliendo uno stile solare, improntato alla purezza del frutto. Non è detto che Corsica e Nuova Zelanda siano davvero lontane!

E perché non in anfora?

A.D. BECKHAM, "AMPHORA"
WILLAMETTE VALLEY PINOT GRIS



Anche se l'Oregon è famoso per l'energia e l'innovazione dei suoi produttori, non è da molto che la tipologia rosé beneficia della loro maggiore attenzione, soprattutto parlando di rosé nella versione ferma e non spumante. In ogni caso, contrariamente alla California, il

rosé è stato subito prodotto a prescindere dall'esigenza di concentrazione dei rossi, e quindi espressamente disegnato.

I produttori dell'Oregon hanno speso da subito la ricerca di un rosé più ambizioso e non per le masse, complici i vitigni di riferimento, il difficilissimo pinot nero, ma anche il pinot grigio. Sempre comunque nel proprio individualismo, per cui a pensarci bene non è troppo sorprendente che **Andrew Beckham**, dalla professione di ceramista, abbia poi deciso di produrre vino, realizzando in proprio anche i contenitori di fermentazione e affinamento in terracotta.

Tra le sue creazioni anche un pinot grigio, prodotto nelle anfore casalinghe, di colore carico tendente più al rosa che all'orange. Del resto è fermentato e affinato in anfora per undici mesi e in parte con permanenza sulle bucce. E per non farsi mancare nulla riposa anche in legno di acacia. Uomo lungimirante, oltre che originale, perché è stato il primo produttore commerciale di anfore da vino del Nord America. ♦

I vincitori del premio *Enozioni a Milano* 2024



Uno chef stellato marchigiano, maestro indiscusso della cucina di mare ma con un passato da sommelier di successo. Un giornalista milanese che dopo anni di sci, calcio e vela si è dedicato alla cucina ideando un congresso diventato un punto di riferimento assoluto a livello internazionale. Una produttrice di vino siciliana che ha dato spessore all'imprenditoria femminile della sua regione con linguaggi comunicativi inediti, frutto del dialogo tra vino, arte e musica.

Alla sua VI edizione, l'annuale premio che AIS Lombardia dedica a tre personaggi che hanno nobilitato il mondo dell'enogastronomia con il loro saper fare è stato assegnato a tre protagonisti di riferimento del mondo della ristorazione, del giornalismo e della produzione vinicola. Conosciamoli meglio.

ONSTAGESTUDIO

MORENO CEDRONI

Classe 1964, conduce la Madonnina del Pescatore di Marzocca di Senigallia e il Clandestino di Portonovo.

PAOLO MARCHI

Classe 1955, è giornalista professionista dal 1982 e dal 2005 è ideatore e curatore di Identità Golose.

JOSÉ RALLO

Classe 1964, amministratrice delegata e rappresentante, insieme al fratello Antonio, della quinta generazione di Donnafugata.



MORENO CEDRONI, lo chef con il pallino del vino

È stato Miglior Sommelier delle Marche nel 1996, oltre che relatore, naturalmente al terzo livello. Appassionatissimo di vino, le drink list dei suoi ristoranti non deludono mai per varietà e profondità

di **FRANCESCA CIANCIO**

L mondo di Moreno Cedroni è liquido. Non solo perché è da tutti riconosciuto come uno dei più bravi chef al mondo in fatto di cucina di pesce – da lui si possono mangiare filetti di tartaruga, marmellata di anemoni o fegato di delfino – ma anche perché il vino, per formazione, passione e lavoro, ha sempre accompagnato la crescita e la notorietà delle sue insegne: la Madonnina del Pescatore, due stelle Michelin, la Salumeria Ittica Anikò e Clandestino Susci Bar, le prime due a Senigallia, la terza a Portonovo, in provincia di Ancona. Il premio Enozioni a Milano 2024, assegnatogli da AIS Lombardia, è un riconoscimento quasi alla carriera, perché lo chef marchigiano ha tagliato il nastro dei suoi primi quarant'anni di attività.

Lo ha messo in bella mostra in vetrina – ci dice – perché è una vera opera d'arte ed è un premio di cui va fiero. La targa è anche l'occasione per ripercorrere con lui il suo rapporto con il vino. «Sono stato uno studente AIS attento e appassionato – racconta Cedroni – tanto da diventare campione regionale. Ho tentato anche la gara nazionale per diventare mi-

glior sommelier italiano, ma a quel punto, come nel classico gioco delle sliding doors, la passione per la cucina è stata più forte e ho iniziato seriamente con la ristorazione».

La Madonnina del Pescatore apre nel 1984, la prima stella arriva nel 1996, la seconda dieci anni dopo. È anche relatore in alcuni corsi AIS, soprattutto è forte sul terzo livello che, *ça va sans dire*, è dedicato all'abbinamento cibo-vino. «La mia materia era il pesce, ma osavo anche sui dolci. Proponevo pairing con gelato o cioccolato, forse un po' troppo avanti per i tempi».

Oggi tutta la squadra che fa capo allo chef Cedroni è passata per i corsi AIS, brigata di cuochi compresa. Lo stile stesso della cucina ha risentito positivamente delle conoscenze in fatto di vino. «Studio personalmente gli abbinamenti – continua Cedroni – e capita di inventare un piatto partendo dal calice o può essere una nota olfattiva presente in un vino ad accendere la suggestione per un ingrediente da mettere in una ricetta. È un mondo che mi ispira molto quello del vino».



Culture ante litteram della cucina giapponese, Cedroni sa che il vino può non essere l'unica bevanda da portare in tavola. Di nuovo c'è il trend, ovvero la presenza, nelle carte del beverage, di proposte alternative, a cominciare dalle opzioni no alcol: «Apprezzo la possibilità di avere una scelta analcolica. Non condivido invece quelle liste prive totalmente di alcol. L'alternanza tra le due invece può aiutare ad apprezzare la proposta gastronomica che, indubbiamente, può risultare faticosa con troppi calici in tavola. C'è da dire che l'introduzione di certe referenze – penso al kombucha – aiuta anche sul fronte costi. A patto, s'intende, di essere onesti sui ricarichi».

La carta dei vini del ristorante Madonnina del Pescatore è giustamente un vanto dello chef marchigiano. Ci sono oltre sessanta pagine dove più che al numero di referenze si è puntato alla profondità. Sono infatti diverse le verticali dedicate a singole aziende: molte di queste sono marchigiane – il bianco è il vino più presente nonché il più richiesto – con delle vere e proprie chicche come le venti annate di Verdicchio dei Castelli di Jesi di Villa Bucci. Lo

Capita di inventare un piatto partendo dal calice o può essere la nota olfattiva presente in un vino ad accendere la suggestione per un ingrediente

Champagne ha un posto di riguardo – oltre sei pagine. «Alla Francia si deve molto, sempre – sottolinea Cedroni – quindi tante bollicine ma anche Borgogna e Alsazia bianchi, ma amo molto anche la Mosella. In Italia mi muovo tra Friuli Venezia Giulia, Alto Adige, Piemonte bianco e Sicilia. Una delle ragioni per cui la mia drink list è famosa è poi la doppia pagina di Porto, un vecchio amore di gioventù – feci anche un master AIS sull'argomento – la più vecchia Doc al mondo, 1856. In qualunque posto io vada, se lo trovo, lo scelgo sempre volentieri». ♦



PAOLO MARCHI «È il momento di essere attenti a non prendersi troppo sul serio»

Il giornalista e fondatore di Identità Golose descrive il panorama dell'enogastronomia in Italia e si rivolge agli addetti ai lavori: «Siate disubbidienti»

di BARBARA GIGLIOLI

«**S**cegliere qualcuno che con il proprio lavoro ha dato lustro al mondo del vino e del cibo di qualità» Con questa motivazione, prima o poi, che Paolo Marchi, fondatore di Identità Golose, dovesse vincere il premio Enozioni a Milano di AIS Lombardia era solo una questione di tempo. In un serrato botta e risposta, come è giusto che sia con un giornalista di lungo corso, abbiamo cercato di indagare il profondo rapporto che lega vino e cibo, un matrimonio capace di celebrare entrambe le parti in un equilibrio di sapori e in un guizzo dei sensi.

Cosa significa aver ricevuto un premio come quello di Enozioni a Milano?

Sono felice e stupito. La mia vita è per il cibo. «Identità Golose» è la mia creatura di cui vado più fiero, perché ha dato un palcoscenico ai cuochi italiani e ha attirato attenzione per quelli stranieri.

Come è vista la cucina italiana all'estero?

Si guarda poco cosa c'è nel piatto. Si dà per scontato che la tradizione ci dica tutto. Noi siamo forti non solo per il cibo, ma anche per la convivialità che sta attorno a esso. Abbiamo la pizza, la pasta, i risotti. Vent'anni fa

mancava un posto dove si parlasse di questo. C'erano tante fiere per il vino, ma non per il cibo.

Molta più attenzione alla bottiglia che al piatto. Dunque.

Assolutamente. Il vino è sempre stato tenuto in grandissima considerazione.

I giornalisti enologici sono spesso molto più preparati di quelli del cibo. Il critico gastronomico non analizza troppo la tecnica, ma il piacere finale. Cosa diversissima per il vino, dove il godimento c'è sì, ma non è il parametro. Se sei un esperto, spesso utilizzi la sputacchiera. E poi nel vino il linguaggio è comune.

Com'è arrivato il vino a Identità Golose?

Ci siamo arrivati per vie collaterali. Quando ti siedi a tavola, mangi e bevi. Devo ringraziare Cinzia Benzi per l'ottimo e indispensabile lavoro che fa a Identità sul mondo del vino. Sai, come spesso succede, se c'è la passione di una singola persona si aggiunge alla collettività qualcosa.

Credi molto nella squadra tu, vero Paolo?

Assolutamente sì. Questo premio è stato dato al progetto Identità, non a me. Noi facciamo di tutto per essere completi. Quello che ci piace fare è raccontare il vino sorridendo. Un approccio diverso, perché spesso la necessità di essere competente porta a essere serio in questo ambiente.

Cosa deve fare un sommelier oggi?

È il momento di essere molto attenti a non prendersi troppo sul serio. Bisogna puntare a un servizio divertente, in cui si sorride di più. I giovani sono bravissimi nel fare questo. C'è il vino sì, ma ci sono sempre più bevande analcoliche come la kombucha che entrano nei ristoranti, il vino senza alcol. Questo rende l'attività del sommelier molto più importante e varia perché deve conoscere più aspetti del mondo del bere.

Tu sei uno dei massimi promotori della cultura del buon cibo e del buon vino in Italia, un pioniere. Come è cambiato il mondo della comunicazione gastronomica in questi anni?

Secondo te cosa si potrebbe migliorare?

Può migliorare se si ha una maggiore coscienza storica del mondo della ristorazione. Troppi influencer pensano che tutto sia iniziato con Instagram. Oggi si possono esprimere più persone. Spesso però interessa solo apparire e manca professionalità. Non c'è più spirito critico, si va in un posto solo perché se ne è già parlato, magari perché ha la stella.

Io preferisco leggere di posti meno conosciuti, che ho scoperto io o qualche collega.

A Identità Golose inviti chef da tutto il mondo che tengono le loro lezioni. È un vero e proprio momento formativo. Quest'anno il tema era la disobbedienza. Quanto è stato importante essere disobbediente per creare ciò che hai creato?

È stato tutto. Io a scuola ho sempre studiato solo ciò che volevo, seguivo le mie passioni. Volevo fare il cuoco ma non avevo le basi, uguale per il fotografo. Però sapevo scrivere, ho avuto questo intuito sulle cose. Amavo la cucina e volevo cercare di capire perché il cuoco facesse le cose in un certo modo.

Ma la tua disubbidienza qual è stata?

Cercare giovani talenti, non parlare bene solo dei fuori classe. Lo sport mi ha fatto girare il mondo e io ho sempre voluto conoscere i cuochi di quei posti. Siate disobbedienti!

Occorre una maggiore coscienza storica del mondo della ristorazione. Troppi influencer pensano che tutto sia iniziato con Instagram

Com'è affrontato il tema del vino all'interno del Congresso?

Dovrebbe essere ancora di più approfondito, però la complessità di questo tema ci ha limitati. Di sicuro è sbilanciato sul cibo. Ci sono già così tanti eventi sul vino, che stiamo ancora cercando un modo per affrontarlo in una maniera che sia all'altezza del nostro livello gastronomico. Stiamo puntando anche sui drink. È appena uscita la nostra guida su Pizza e cocktail. Poi abbiamo la newsletter Bollicine, pubblichiamo articoli sul vino. Insomma, pian piano.

Secondo te quale direzione sta prendendo il mondo dell'alta ristorazione?

Temo che rispetto a quello che è stato il covid, ciò che sta succedendo in Ucraina e in Medio Oriente debba preoccupare molto. Il rischio è che avremo un divario ampio tra una fascia altissima e un'offerta popolare più diffusa. Andrà in crisi la fascia a metà. Adesso spesso anche nei ristoranti medi viene proposta la degustazione, non può essere così. Sta prendendo infatti piede la pizza, perché si può spendere meno per una cena di qualità. Le cose sono cambiate, ahimè. Un tempo c'erano i super ricchi e poi i gastronomi vigorosi. Ora non è più così. I nostri ponti avranno sicuramente meno coraggio. ♦

JOSÉ RALLO e la voglia di imparare sempre

L'importanza della formazione continua e dei buoni maestri. Nel suo caso, i genitori Giacomo e Gabriella. A tu per tu con una delle manager più importanti del mondo del vino italiano

di **FRANCESCA CIANCIO**



Un premio è un nuovo punto di partenza e mai uno di arrivo. Così la pensa José Rallo, Amministratore delegato e co-titolare dell'azienda vitivinicola Donnafugata insieme al fratello Antonio. Alla produttrice siciliana infatti è andato il premio Enozioni a Milano 2024 di AIS Lombardia. José mette tutte le targhe in fila e devono essere tante – e le attribuisce a un lavoro di squadra, pensando già alla prossima perché dice – bisogna meritarselo una a una.

Quest'anno l'imprenditrice compie sessant'anni ed è in azienda da più di trenta. Il sorriso è sempre lo stesso, così come sempre vivace è la palette di colori che indossa. Non solo un vezzo, ma una scelta strategica e precisa: portarsi la Sicilia addosso, farla vedere e non solo sentire nei vini. D'altronde, tutti le riconoscono grandi competenze comunicative, in parte naturali, in parte studiate in modo meticoloso. Sue sono le idee delle degustazioni multisensoriali tra musica e vino – José è una raffinata cantante

jazz – l'organizzazione degli eventi legati a Cantine Aperte e Calici di Stelle (le aziende a marchio Donnafugata accolgono quasi 30mila visitatori l'anno), le mostre a Villa Necchi Campiglio a Milano sulla nascita delle iconiche etichette del brand e poi le collaborazioni con famose firme della moda, Dolce&Gabbana su tutte.

L'idea che José offre della sua isola è quella di una terra accogliente, che sa fare impresa, dove il ruolo della famiglia e del passato conta. Nel caso dei Rallo parliamo di 170 anni di storia, che oggi si traducono in aziende sparse in tutta la Sicilia: dalla natura estrema di Pantelleria alle antiche cantine di Marsala, passando per la viticoltura di montagna dell'Etna e per le terre del Cerasuolo di Vittoria, fino alle colline di Contessa Entellina dove tutto ha avuto origine. Il tutto, per un totale di 488 ettari. Prima di scegliere l'azienda di famiglia ha lavorato in società internazionali di consulenza manageriale (è laureata in Economia e Commercio presso l'U-

Mia madre è un'anima libera, mio padre uno spirito femminista impensabile per i tempi. Mi hanno insegnato l'autostima, a impegnarmi e credere in quel che facevo

iversità Sant'Anna di Pisa). Studi ed esperienze professionali che l'hanno portata a essere la prima donna membro del CdA del Banco di Sicilia su nomina di Unicredit. Vanta anche il titolo di Cavaliere dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana, conquistato nel 2009 e, tra i suoi ultimi incarichi, c'è quello di consigliere di amministrazione del FAI - Fondo Ambiente Italiano.

Milano è una città che ama e la Lombardia è il primo mercato regionale per Donnafugata in termini di fatturato. «Qui ho assaggiato per la prima volta il Ben Ryé con la pizza – racconta sorridendo José – perché è un posto dove c'è sperimentazione, e dinamismo. Da quando sono consigliere FAI ho avuto modo di visitare luoghi inaspettati. Non è una città grigia come molti ancora pensano. Ho anche un posto del cuore, che è il Museo del Novecento, ogni volta imparo qualcosa visitandolo». L'appren-

dimento è una parola che torna spesso nelle chiacchiere con la viticoltrice e il tempo della formazione è continuo, per lei e per i suoi collaboratori: «Da quando sono entrata in azienda non ho mai smesso di dedicarmi alla conoscenza dell'analisi sensoriale dei vini; mi sono dedicata al mondo digitale, ma anche al controllo di gestione. Mi occupo di team building, in cui coinvolgo sociologi e psicologi. Oggi siamo circa 250 persone, la coesione tra noi è fondamentale».

Case history perfetta nel racconto della formazione targata Donnafugata è quella di **Pietro Russo**, l'enologo del brand, che ha conquistato il titolo di Master of Wine qualche mese fa. Un percorso iniziato nel 2014 che coinvolse anche José Rallo: «Abbiamo condiviso il primo master – ricorda la produttrice – e lì mi resi conto che Pietro faceva sul serio. Sono stati dieci anni di studio intenso ma l'azienda lo ha appoggiato fin dall'inizio».

Ogni buona formazione ha dei maestri e quelli di José sono stati i genitori, Giacomo e Gabriella Rallo: «Mi hanno insegnato l'autostima. A impegnarmi, ma anche a credere in quello che facevo. Mia madre è un'anima libera e mio padre ha avuto uno spirito femminista impensabile per i tempi. Ho cambiato tanti ruoli in azienda, questo mi ha permesso di non annoiarmi mai».

L'ultima e forse più importante sfida per chi si occupa di agricoltura è quella della sostenibilità in cui lei e il fratello Antonio sono impegnati da anni: «Pantelleria in particolare è il nostro laboratorio di biodiversità. Un ecosistema perfetto e fragile dove c'è l'alberello pantesco, patrimonio immateriale dell'Unesco, il giardino pantesco, tra i luoghi FAI, l'opera dei muretti a secco che ripristiniamo di continuo. A suggello di tutto questo è arrivata la bottiglia leggera per il nostro zibibbo fermo, il Lighea: cento per cento vetro siciliano per 410 grammi di peso e il tappo *Nomacorc Ocean*, ottenuto riciclando plastica raccolta in mare». ♦

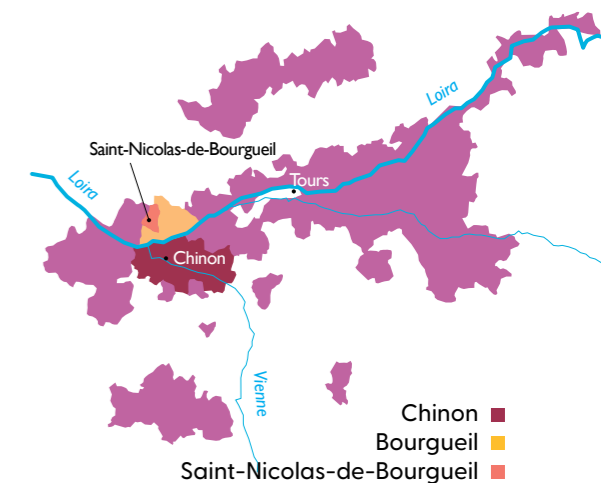
Come altri vitigni che si affacciano speculari in altre regioni della Loira, in Touraine, il *Jardin de la France*, è il cabernet franc ad accendere i campanilismi di qua e di là del Grande Fiume



Chinon e Bourgueil Anima del cabernet franc in Touraine

Tra i vitigni viaggiatori, e quindi internazionali, è probabilmente uno dei più noti per via della sua versatilità e generosità

di **SAMUEL COGLIATI GORLIER**



La Loira si diletta a rimandarsi lo stesso vitigno da sponda a sponda, come in un leggiadro scambio a badminton. Accade con il sauvignon blanc nel Centre-Loire, con lo chenin blanc a monte di Tours e a valle di Angers, con il melon de Bourgogne tra Angers e Nantes. Sorge talora una sorta di rivalità, un campanilismo più o meno strisciante, tra Rive droite e Rive gauche del corso d'acqua più lungo di Francia. Un confronto che fa leva su sfumature di terroir, sui microclimi o su propensioni socio-culturali per un certo tipo di vinificazione.

Questo palleggiare di viti tra una riva e l'altra del *fleuve royal* si riscontra anche tra Tours e Saumur, là dove la Vienne, il suo più generoso affluente, si abbandona alla supremazia del Grande fiume, immettendosi nel suo alveo e conferendogli oltre 200 metri cubi di acqua al secondo.

Questo territorio dall'aspetto dolce e delicatamente ondulato è detto anche le *Jardin de la France*. Qui il cabernet franc ha messo radici, dando la stura a un'incessante tenzone tra due importanti settori viticoli: quello di Bourgueil, lungo la riva settentrionale della Loira e quello di Chinon, lungo il corso della Vienne.

CABERNET FRANC IN FUGA SOLITARIA

Questa nostra perlustrazione fa perno su una singola cultivar. Accade spesso in Loira, dove la logica del monovitigno è assai più radicata che in altre regioni di Francia, come ad esempio il Rodano, la Champagne, la Provenza o il Bordolese. Proprio l'Aquitania è l'altro grande comprensorio che ospita il cabernet franc. Ma, diversamente da quanto avviene a Pomerol o a Saint-Émilion, dove assai rara è l'evenienza in cui sia vinificato da solo, prediligendo al contrario l'assemblaggio, in Turenna questa nobile varietà è usualmente lavorata come monovitigno. Questa ghiotta opportunità dà l'occasione di soppesare il potenziale qualitativo ed espressivo di quest'uva, troppo spesso soffocata dall'ingerenza di altri "colleghi", primo tra tutti il merlot.

OLTRE LA VARIETALITÀ

Come spesso a cospetto di consolidate identità territoriali, non si parla di cabernet franc per indicare un grande rosso di Touraine. Qui la logica culturale (ed espressiva) travalica quella biecamente varietale per approdare a una dimensione enografica preponderante. Parlate dunque di Chinon, di Bourgueil e di Saint-Nicolas-de-Bourgueil. I vini di queste AOP

Il cabernet franc

Probabilmente originario del Sud-ovest francese, o forse dei Paesi Baschi, il cabernet franc è una specie ampelografica abbastanza vigorosa, idonea in particolare ai suoli argilloso-calcarei. Si adatta bene anche ai suoli sabbiosi, a patto di risparmiargli un pesante stress idrico (eccesso normalmente evitato in Loira e nel Bordolese). In Loira alcuni vignaioli lo chiamano gergalmente *bretou*, a sottolineare la sua origine secondaria, essendo giunto in Anjou e in Turenna nel Medioevo, transitando dal sud della Bretagna.

È dunque una varietà affine ai climi temperati, piuttosto freschi, dove non faccia difetto l'acqua. Attenzione tuttavia al marciume, cui è piuttosto sensibile!

Il franc non rientra tra le cultivar più popolari, poiché il suo potenziale tecnologico (zuccheri e acidità) risulta abbastanza modesto, così come contenuto è quello fenolico. Non è dunque il caso attendersi da lui un'imponente dotazione organica né vini di particolari corpo e struttura. Questi limiti sono anche il suo punto di forza, perché al suo meglio sa dare vini delicati, eleganti, modulati.

È una varietà relativamente

tardiva (seconda epoca di maturazione), il che ne rende complessa (e talora deludente) la raccolta, tipicamente nelle annate fresche e piovose. Il franc dimostra così un rapporto di amore-odio con il clima oceanico, di cui apprezza ma al contempo teme la mitezza. Come che sia, in questa logica di «I can't live with or without you», si è sempre tenuto stretto allo spazio atlantico, da Irouléguay a Libourne, dalla Vandea alla Turenna, appunto. E qui ha sempre dimostrato di esprimere il suo meglio, tradendo al contrario la propria vocazione nei climi caldi.

I 31 cloni ufficialmente approvati in Francia sono stati tutti selezionati lungo la direttrice oceanica; dieci di essi in Loira. Dal punto di vista genetico, va annotata la sua parentela (anche etimologica) con il cabernet-sauvignon, di cui è uno dei due genitori (l'altro è ovviamente il sauvignon blanc).

La sua fortuna commerciale, in crescita costante dal Secondo dopoguerra in poi, ha fatto registrare una battuta d'arresto nell'ultimo decennio.

Degli oltre 32 mila ettari piantati in Francia, circa la metà si trova proprio nella Loira, dov'è nettamente il vitigno più diffuso.



La città fortificata di Chinon si trova in posizione strategica, sovrastante il corso della Vienne

che, non me ne voglia il campanilismo locale, possiedono una certa somiglianza stilistica e gustativa, saranno difficilmente confondibili con un franc bordolese o basco, a riprova che il vero marcatore identitario del nettare di Bacco è (o dovrebbe essere) il luogo, e non la cultivar.

Non stupitevi quindi se non trovate note vegetali – l'infiammato peperone! – in un rosso della Loira. Se dominanti, le metossipirazine sono un indicatore di una maturazione incompleta. Casomai, questi riconoscimenti erbacei sono la spia delle cosiddette “piccole annate”.

RIVE GAUCHE

A questa longitudine la riva sinistra della Loira coincide al tempo stesso con il corso della Vienne. La città di Chinon (8 mila abitanti) è il perno del territorio viticolo. Fortificata in epoca antica, forse dai Galli, di certo dai Merovingi, è sempre stata appannaggio di poteri forti (conteali o regi) in virtù della sua strategica posizione sovrastante il fiume.

Lo Chinon rosso (esistono anche minoritarie versioni rosata e bianca) è tradizionalmente considerato il *vin de soif* per antonomasia tra i rossi regionali. Fresco, guizzante, morbido (i francesi usano l'agget-

tivo souple, che significa morbido ma anche agile!), pimpante, lo Chinon è il rosso da bere giovane a temperatura di cantina (mi raccomando: servitelo a 13-14 °C)! Certo. Ma nulla vieta che, tra le giuste mani (ad esempio Alliet, Baudry o Lambert, vedi sotto), sappia trarre dalla lito-pedologia argilloso-calcareo collinare la forza per strutturarsi, caricarsi fenolicamente e offrire un profilo gustativo tannico, estrattivo, propenso all'evoluzione. Quanto? Otto-dieci anni senza timore; anche oltre per i più strutturati.

Viceversa, lo Chinon di pianura è votato a un'espressione giovanile più immediata, il più delle volte venata di note erbacee che rimandano a una lettura più varietale e meno terragna.

RIVE DROITE

Sull'altro fronte della Loira, la sponda destra, ossia settentrionale, si è costituita una seconda entità vitivinicola strettamente legata al franc. È l'areale di Bourgueil e Saint-Nicolas-de-Bourgueil.

Questo territorio presenta analogie geografiche con quello di Chinon, e anche i vini denotano delle somiglianze. Il centro da cui la viticoltura locale avrebbe preso l'impulso è l'abbazia benedettina di Bourgueil, di cui si ha traccia fin dal lontano anno

L'Aop Chinon

Nata nel 1937, l'appellation Chinon è riservata ai vini fermi: rossi (86% della produzione), rosati e bianchi. Si estende oggi su quasi 2.400 ettari e 26 comuni su entrambe le sponde della Vienne, i più rilevanti dei quali sono appunto Chinon e Cravant-les-Coteaux.

L'Aop è dotata di due macro-terroir piuttosto ben distinti: i coteaux, versanti collinari (perlopiù esposti a sud, a 70-110 metri di quota), dalla matrice argilloso-calcareo, talora argilloso-siliceo, con sottosuolo gessoso (tuffeau), danno vini robusti, corposi, longevi; le terrasses forniscono i vini della sottostante piana alluvionale fluviale (30-40 m s.l.m.), di matrice prevalentemente sabbioso-ciottolosa. Sono

di norma più fluidi e scorrevoli, talora verdeggianti.

Oltre al paradigmatico cabernet franc, il rosso e il rosato possono eventualmente far ricorso a un saldo di cabernet-sauvignon (non oltre il 10% in vigna e non oltre il 49% nell'assemblaggio, evenienza rara).

La resa massima in vigna è di 9.500 kg/ha, in cantina di 55 hl/ha (derogabili a 67). I vini sono sempre secchi (zuccheri <2 g/l) e la malolattica svolta. A riprova della percezione comune di un rosso facile e immediato, quasi equiparato a un novello, lo Chinon può essere venduto già il 1° gennaio dopo la vendemmia.

Circa 200 aziende producono una media di 12 milioni bottiglie l'anno.



990. Dal suo clos la vite si sarebbe poi irradiata per colonizzare, secolo dopo secolo, sia il versante collinare sia il bassopiano ai suoi piedi.

Rispetto allo Chinon, di cui comunque emula nel tempo il successo di pubblico (in particolare a Parigi), il Bourgueil è considerato in genere appena più incline all'invecchiamento, con una maggior fermezza di sapore e forse un'accennata austerità. In realtà, distinguere gustativamente uno Chinon da un Bourgueil è un'impresa improba. Come sottolinea giustamente qualche produttore locale, la segmentazione in questo settore della Turenna è stata fatta per comparti latitudinali e geografico-amministrativi, mentre avrebbe dovuto essere realizzata su base geologico-altimetrica. Anche a Bourgueil e dintorni si riscontra infatti una porzione di vigneto ancorata

Le vigne collinari conferiscono al cabernet franc doti di struttura e longevità nei vini

A dominare le vigne resta oggi solo uno dei due mulini per il grano costruiti nel XVII secolo dagli abati di Bourgueil

a un declivio piuttosto ripido e una porzione nella parte più bassa, di diversa petrografia. E anche qui la distinzione è di solito probante in termini gustativi: vini più densi e strutturati dalla parte collinare, più sottili e aciduli dalla piana fluviale.

Quanto alla differenza tra le due Aop, è del tutto campanilistica: sin dal 1958 i vignaioli di Saint-Nicolas pretesero e ottennero, a insaputa dei colleghi di Bourgueil, di poter beneficiare anche dell'appellation Bourgueil, quasi fosse una soluzione di ripiego. L'annosa e turbolenta vicenda ha generato malumori ricorrenti, ma non è mai stata rivista ufficialmente. Risultato: a Saint-Nicolas si può produrre Saint-Nicolas e Bourgueil, a Bourgueil solo Bourgueil. La distinzione organolettica tra i due? Improbabile da difendere. ♦

Le Aop Bourgueil e Saint-Nicolas-de-Bourgueil

Entambe varate nel 1937, queste due appellations d'origine sono quanto meno sorelle, se non gemelle siamesi. Costituiscono un continuum territoriale, esteso da est (Bourgueil) a ovest (Saint-Nicolas), lungo lo stesso versante a nord della Loira. Nella parte alta (70-80 metri), il terreno è prevalentemente argilloso-siliceo-gessoso; nella parte sottostante (più vasta, compresa tra 40 e 60 metri di quota) è più argilloso, quasi pianeggiante; più in basso ancora, il territorio alluvionale

(sabbia e ciottoli) più recente e vicino al corso della Loira. Se Bourgueil possiede un discreto borgo (dove si trova l'abbazia primigenia), il centro abitato di Saint-Nicolas è poca cosa.

Bourgueil consta oggi di circa 1.200 ettari, Saint-Nicolas di poco più di 1.000. La loro produzione complessiva si avvicina ai 20 milioni di bottiglie l'anno.

In entrambi i casi, come per Chinon, dal 1962 il franc può essere affiancato da un massimo di 10% di cabernet-sauvignon in

vigna (e sempre minoritario nell'assemblaggio).

I parametri relativi alle rese sono appena più restrittivi di quelli di Chinon: la resa massima in vigna è di 8.500 kg/ha per Bourgueil e 9.000 kg/ha per Saint-Nicolas, in cantina rispettivamente di 55 e 58 hl/ha (derogabili a 65 e 67). I vini sono sempre secchi (zuccheri <2 g/l) e la malolattica svolta. Il vino può essere messo in commercio già il 15 dicembre dell'anno della vendemmia.

UNA MANCIATA DI PRODUTTORI

Ecco alcuni dei domaines più significativi di queste tre denominazioni d'origine

Domaine Alliet
37500 Cravant-les-Coteaux
+33(0)2.47.93.17.62
Philippe e Pierre Alliet gestiscono una bella tenuta a Cravant-les-Coteaux: 18 ettari di vigna coltivati con metodo biologico. In cantina predominano le botti grandi. I loro Chinon sono di fattura assai precisa e accurata, classicheggiante, con un'estrazione misurata, tesa a valorizzare il passo felpato della trama tannica e la balsamicità aromatica di un cabernet franc sempre colto a piena maturità. Mano sicura e compostezza. Nei primi anni di vita, scaraffateli in decanter.

Domaine Bernard Baudry
37500 Cravant-les-Coteaux
bernardbaudry.com
Dopo un lungo apprendistato al fianco del celebre enologo Jacques Puisais, Bernard Baudry crea la sua azienda viticola a Cravant nel 1975. Un successo eclatante: i 2 ettari degli esordi sono diventati 32, tra il paese originario e Chinon. Suo figlio Matthieu lo affianca da tempo. Come altre autorevoli aziende locali, i Baudry puntano all'espressione parcellare dei loro vini, distinguendo tra

cuvée da calcare, da silice e da sabbie ciottolose. Dal 2006 lavorano in biologico. Tra i loro deliziosi Chinon rossi la palma spetta forse alla "Croix Boissée", eccelsa espressione del calcare micaceo dei versanti collinari esposti a sud, dove il franc raggiunge condizioni ottimali. Dopo due anni di barrique affina ancora nove mesi in cemento prima di andare in bottiglia. Un vino raffinato e potente, setoso, talora un po' estratto, capace di affrontare un'evoluzione ventennale. Chapeau!

Domaine Catherine et Pierre Breton
37140 Benais
domainebreton.net

Il domaine affonda le sue radici nel 1886. Un secolo dopo Pierre abbandona la cantina sociale locale e vinifica i suoi primi vini. Catherine lo affianca qualche anno dopo. Nel '90 il passaggio al bio. Poi un successo crescente. Frutto di un'agricoltura rispettosa e di una vinificazione senza additivi, tutti i vini rispondono a un desiderio di grandi libertà e spontaneità espressive. Tra i Bourgueil 2021 spicca "La Dilettante": brillante, di entusiasmante sapidità, preciso e beverino, è una bottiglia deliziosa. Molto piacevole il "Trinch": fresco, leggiadro, acidulato, più semplice. L'"Avis de vin fort" 2021 è un rosso più semplice e meno a fuoco, da bere in modo disimpegnato. Più che convincente anche lo Chinon 2021 "Les Beaux Monts", da terroir argilloso-calcarei, appena affumicato, suadente, setoso e finissimo. Il Bourgueil "Les Perrières"

è selvaggio ma suadente, pieno, rotondo, profondo. I vini Breton sono una garanzia di autenticità per gli amanti del... breton!



Domaine de la Chevalerie
37140 Restigné
domainedelachevalerie.fr
Quasi quattro secoli di storia, in casa Caslot. Oggi Laurie, Emmanuel e Stéphanie portano avanti un'azienda di 33 ettari la cui qualità è riconosciuta dagli appassionati. In vigna: selezioni massali, fitoterapia e preparazioni biodinamiche. In cantina: lieviti indigeni, vinificazioni lente, solfitazioni ridotte all'osso. Tutti i vini – sia le cuvées parcellari di terroir sia quelle "estemporanee" – sono affidabili e gustosi, in genere leggeri, con una certa raffinatezza.

Domaine de la Cotelleraie
37140 Saint-Nicolas-de-Bourgueil
www.domaine-cotelleraie.fr
Gérald Vallée ha ereditato dal padre Claude l'ardente passione per la vigna e per il vino. I 27 ettari complessivi della tenuta sono coltivati da oltre vent'anni

in agricoltura biologica. Quale che sia la cuvée prescelta, la fermentazione alcolica avviene sempre spontaneamente e la vinificazione in legno grande o piccolo. Nessuna chiarifica né filtrazione. I Saint-Nicolas-de-Bourgueil hanno carattere, presenza e bevibilità. La versione "Pigeur fou", vinificata senza solfiti aggiunti ma con uve non diraspate, denota una personalità più spiccata e selvaggia di altre.

Domaine Béatrice et Pascal Lambert

37500 Cravant-les-Coteaux
chinonlambertbio.com
La vicenda di Béatrice e Pascal Lambert è quella di altri pionieri di Chinon, partiti quasi dal nulla. Quando si insediano a Cravant, nel 1987, hanno a disposizione poco più di 4 ettari di vigneto, una Renault 4, un cane e... una roulotte. La caparbiata della coppia, affiancata oggi dal figlio Antoine e da fedelissimo braccio destro Éric, ha avuto la meglio di tutte le difficoltà, e oggi l'azienda si è assestata su circa 26 ettari. La dimensione adatta per seguire tutto direttamente, tramite un'équipe di dieci persone, e al contempo sperimentare in sede di vinificazione. Bio in vigna, senza additivi enologici in cantina, lo Chinon Lambert esprime forza, carattere, potenza, spesso con un tannino gagliardo. Tra le loro cuvées, "Harmonie" (affinata in anfora) è linfatica, fine, precisa, seducente; "Chêne Vert" (in barrique e giara) dimostra spessore, slancio e persistenza. Rossi che meritano di invecchiare.



Il vino del Monte Bianco

Un vitigno autoctono e identitario, le viti a piede franco che abbracciano le pergole basse, il Monte Bianco che domina il paesaggio: poche bottiglie ma tanto carattere, dalle vigne più alte d'Italia

di ANITA CROCI

Alzi la mano chi, sentendo parlare di Valle d'Aosta, non pensi subito alle montagne. Il suo perimetro montuoso schiera infatti tutti i “quattromila” delle nostre Alpi Occidentali: il massiccio del Gran Paradiso, del Monte Rosa, del Cervino e del Monte Bianco. Proprio alle sue pendici nasce un vino bianco che di certo non è tra i più conosciuti, non fosse altro per i numeri davvero esigui – poco più di duecentomila bottiglie annue e appena sei produttori – ma senza dubbio tra i più interessanti e identitari del panorama vinicolo italiano: il Blanc de Morgex et de La Salle, dal vitigno *pré blanc*.

IL TERRITORIO

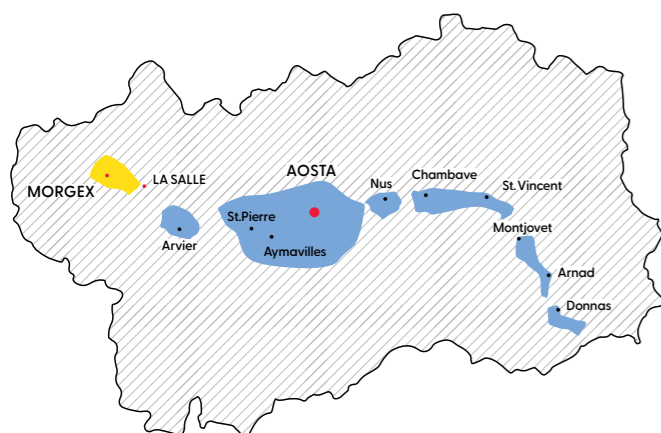
Siamo in Valdigne, estremità dell'Alta Valle a ridosso del confine francese e, più precisamente, nel suo capoluogo Morgex e nel confinante La Salle. Non serve essere enoappassionati per restare affascinati dal panorama viticolo, che si affaccia tra le case per poi imporsi compatto, inerpandosi su per i pendii fino a cedere il passo a conifere e pascoli, le viti ricurve sulle pergole basse che sostengono i tralci ordinati; sventa sparuto qua e là un arbusto di salice bianco, materia prima per le legature.

Morgex – in patois *meurdzie* “mucchio di pietre” – è posto in posizione pianeggiante a 920 metri di quota, attraversato dalla Dora Baltea. La Salle sorge invece su un pianoro più elevato rispetto al letto del fiume, che nella valle determina il confine naturale tra *Envers*, la destra orografica, esposta a nord e dove prospera il bosco e *Adret*, la sinistra orografica, esposta a sud: è questo il versante vitato, che si estende tra l'alveo del fiume e i 1.300 metri di altitudine; le vigne terrazzate di Morgex sono infatti le più alte d'Italia e tra le più alte d'Europa.

I suoli sono di origine morenica e differenziano per maggiore o minore presenza di sabbie e materiali alluvionali: più abbondanti a La Salle, dove i terreni sono più profondi e meglio approvvigionati di acqua; più magri e con maggiore scheletro a Morgex, dove si riscontrano anche pendenze maggiori.

Il clima è tipico montano, rigido e secco, ventilato e con importanti escursioni termiche giorno-notte. Significativa l'insolazione, che beneficia dell'altitudine, della scarsa nuvolosità e del basso grado di inquinamento atmosferico.

Ci troviamo al limite della fascia vegetativa per la vite, dove solo un vitigno si è rivelato in grado non solo di prosperare, ma di fare delle avversità climatiche il fondamento della propria grandezza: l'eroico *pré blanc*.



Un territorio peculiare caratterizzato dall'imponente presenza del Monte Bianco, l'altitudine e l'esposizione a sud affacciata sulla Dora Baltea

Le vigne si inerpicano su per i pendii fino a cedere il passo alla roccia e al bosco



IL VITIGNO

Dei 38 vitigni idonei alla coltivazione in Valle d'Aosta, il prié blanc è il solo autoctono a bacca bianca. In passato era coltivato in tutta la regione, complantato con altre varietà e utilizzato come uva da tavola o per tagliare i rossi; vinificato in purezza solo a Morgex e La Salle, un po' perché in altura esprime quelle caratteristiche che a quote più basse non rivela, un po' perché le aspre condizioni climatiche qui escludevano altre varietà. Punto di forza, un ciclo vegetativo molto breve: il germogliamento tardivo lo espone meno al rischio delle non infrequenti gelate tardo primaverili – ma non lo lascia indenne, come avvenne nel 2017 con la perdita del 100% della produzione – mentre la maturazione precoce consente di vendemmiare prima del sopraggiungere della neve. Punto debole: il rischio di marciumi, per via

UN GRANDE VINO DAI PICCOLI NUMERI

NUMERO DI PRODUTTORI

6

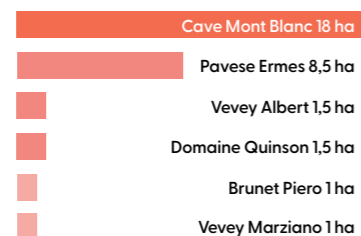
PRODUZIONE ANNUA

207.000 bottiglie

SUPERFICIE TOTALE

30 ettari circa

così suddivisa



degli acini dalla buccia tenera e sottile, stretti nella compattezza del grappolo; anche se, in generale, le temperature rigide e le brezze lo proteggono dalle ampelopatie.

Le caratteristiche ambientali, inoltre, non permettono alla fillossera di completare il ciclo biologico. Le viti, quindi, sono pressoché tutte franche di piede, esprimendo così le caratteristiche proprie e intrinseche del vitigno stesso. Questo comporta ulteriori vantaggi: la propagginazione, che permette di allevare preventivamente dei tralci “di riserva” che, quando andranno a sostituire una fallanza, avranno età già mature, in senso proprio e genetico; la propagginazione del materiale originario: il fatto che a vivaio siano presenti due cloni – tendenzialmente, un po' più produttivo uno, un po' più spargolo l'altro – è questione più formale che sostanziale, perché ciascuno riproduce da sé la propria vigna, che sia attraverso propaggine o selezionando le marze. L'assenza di portainnesto determina anche viti molto vigorose: occorre non lasciare troppe gemme ma nemmeno troppo poche, per via della bassa fertilità.

IL SISTEMA DI ALLEVAMENTO
Il tradizionale sistema a pergola bassa (50-140 cm) nasce anche dal vantaggio di poter lasciare i tralci lunghi senza intervenire troppo presto. La pergola inoltre contrasta le forti raffiche di vento, garantisce maggiore stabilità della struttura in caso di abbondanti nevicate e consente di limitare i danni delle gelate, sfruttando la capacità del terreno e della struttura stessa di immagazzinare calore il giorno e cederlo nelle ore notturne. Un vantaggio che oggi va gestito con attenzione, in quanto, con le piogge improvvise e i grandi caldi che creano umidità, l'uva ha bisogno anche di ventilazione; occorre quindi sfogliare opportunamente per far circolare l'aria e lavorare costantemente l'erba. Per questo nel tempo le pergole si sono alzate un pochino, permettendo di lavorare un po' più agevolmente. A sorreggerle, palature in legno, in pietra o in cemento: tendenzialmente in legno a La Salle, perché il bosco era più prossimo alle vigne; in pietra, per lo stesso motivo, a Morgex, mentre il cemento è più diffuso nei nuovi impianti.

“VERONELLI, SE LEI DOVESSE SALVARE UN VINO BIANCO, UNO SOLO, DA UNA CATASTROFE COSMICA, QUALE SCEGLIEREBBE?”. SENZA ESITAZIONE: IL BLANC DE MORGEX DI ALEXANDRE BOUGEAT, ABATE.

La più antica testimonianza di viticoltura locale è un lascito del 1291, che parla di una vigna donata alla plebania di Morgex, ma fino alla metà del Novecento il vino non ha una sorte molto diversa da tanti altri luoghi d'Italia: in un'agricoltura di sussistenza, le famiglie coltivano la vigna insieme a cereali e verdure, per fare vino e grappa destinati al consumo domestico o alle

LA CUVÉE DES GUIDES

Un progetto nato nel 2003 grazie alla collaborazione tra La Cave Mont Blanc e la Società delle Guide Alpine di Courmayeur, nell'ottica di una sinergica valorizzazione vino-territorio. Inizialmente con un laboratorio di spumantizzazione in quota, ai 2590 metri del Rifugio Franco Monzino allo Chatelet, percorrendo le quasi tre ore di sentiero a piedi per garantire la sopravvivenza dei lieviti. Dopo diciotto mesi di affinamento le bottiglie venivano introdotte nei seracchi del ghiacciaio del Brouillard, per congelare i sedimenti prima della sboccatura. Nel 2015 viene completata la Sky Way del Monte Bianco, che entra a far parte del progetto ospitando una più spaziosa cantina di spumantizzazione al Pavillon du Mont Fréty, la prima stazione della funivia, a 2173 metri. La Cuvée des Guides oggi è un brut nature che sosta almeno 36 mesi in queste peculiari condizioni di altitudine, pressione atmosferica e temperatura. Ogni anno ne vengono prodotte mille bottiglie numerate e commercializzate in un caratteristico cofret realizzato da artigiani valdostani.



Don Alexandre Bougeat, che con il suo Blanc de Morgex ha dato vita alla denominazione. Immagine tratta dal libro L'Abbé Alexandre Bougeat di Lorena Isabellon, Veronelli Editore 2002

locali osterie. La svolta arriva proprio dal piccolo vigneto parrocchiale, quando nel 1946 giunge a Morgex, fresco di nomina, don Alexandre Bougeat: è a lui che si deve la nascita del Blanc de Morgex et de La Salle.

Originario della Val d'Ayas, già vicario a Saint-Vincent con una parentesi da esule in Svizzera, fu un uomo sensibile e intelligente, di vasta cultura e grande umanità, solare e scherzoso; mise tutto se stesso al servizio di una comunità lacerata dalle miserie belliche, al punto da vincere la diffidenza dei parrocchiani verso quello che, al tempo, era considerato uno straniero. Si adoperò in molti ambiti per la collettività, ma segnò soprattutto la storia del suo vino. Con lungimiranza aveva infatti individuato nelle potenzialità vitivinicole un elemento di crescita economica e sociale per il territorio, che potesse ancorare la comunità alle proprie radici. Grazie alle conoscenze agrarie ed enotecniche affinò le vinificazioni, ad esempio raccogliendo l'uva in cassette da 3 chili e vinificandola in cantina e non all'aperto come si usava allora; il suo Blanc de Morgex iniziò a circolare negli ambienti ecclesiastici e la fama non tardò ad arrivare. Soldati e Veronelli furono suoi estimatori e nel 1966 la RAI gli dedicò un servizio televisivo, decretandone la fama internazionale. Pensò anche alle infrastrutture, prodigandosi nel progetto di allargamento viario “Strada delle vigne” per raggiungere i vigneti più elevati.

Scompare prematuramente nel 1972, ma i viticoltori locali hanno ormai raccolto i suoi insegnamenti e cominciano a imbottigliare i propri vini, usando agli inizi tutti la stessa etichetta, per fare massa critica e far capire che il prodotto continuava a esistere. Nascono anche le prime forme di associazionismo: l'associazione dei viticoltori di Morgex e quella di La Salle, che poi si fondono; in seguito, nel 1983, rispondendo all'impossibilità dei viticoltori più piccoli di produrre vino autonomamente, viene fondata la cooperativa: la Cave Mont Blanc, che oggi rappresenta circa settanta soci e quasi due terzi del vigneto Doc.

LA DENOMINAZIONE

La Valle d'Aosta riconosce una sola denominazione di origine controllata "Valle d'Aosta" o "Vallée d'Aoste", che abbraccia l'intero territorio regionale. In questi termini fu la prima in Italia, nel 1985. Invero, la prima Doc valdostana la ottenne il Donnas nel 1971 seguito, l'anno successivo, dall'Enfer d'Arvier; ma, nell'ottica di un migliore coordinamento, si preferì puntare sull'identità regionale. All'epoca, infatti, la produzione era suddivisa, numericamente e territorialmente, tra le sei cooperative, e la comunicazione risultava più semplice di quanto non appaia ora.

La Doc (o, dal 2012, Dop) "Valle d'Aosta" o "Vallée d'Aoste" può infatti essere accompagnata da diverse indicazioni, anche combinate tra loro: vitigno, colore, tipologie di vinificazione; oltre, ovviamente, alle menzioni geografiche: Donnas, Arnad-Montjovet, Chambave, Nus, Torrette, Enfer d'Arvier e Blanc de Morgex et de La Salle. Il tutto, per un totale di oltre 30 sotto-denominazioni. Il Valle d'Aosta Blanc de Morgex et de La Salle è prodotto esclusivamente dal vitigno prié blanc. L'eventuale menzione vendemmia tardiva (o *vendange tardive*) è riservata ai vini ottenuti da uve sottoposte a parziale appassimento naturale sulla vite, mentre l'indicazione spumante (o *mousseux*) può essere utilizzata per designare i vini ottenuti esclusivamente per rifermentazione naturale in bottiglia e con permanenza sui lieviti di almeno 9 mesi, nelle tipologie che vanno da demi-sec a pas dosé.



La pergola bassa è il sistema di allevamento tradizionale, che garantisce stabilità contro il vento e le abbondanti nevicate e consente di limitare i danni delle gelate

I PRODUTTORI

Cave Mont Blanc

Strada Des Iles, 31
11017 Morgex
+39 0165 800331
info@cavemontblanc.com
www.cavemontblanc.com

Azienda Vitivinicola

Ermes Pavese

Strada Pineta, 26
11017 Morgex
+39 346 7516098
info@ermespavese.it
www.ermespavese.it

Maison Vevey Albert

Strada Villair, 67
11017 Morgex
+39 347 4351738
mariovevey@vievini.it

Crotta de la Meurdzie di Vevey Marziano

Via del Convento, 1
11017 Morgex
+39 345 9100123
info.veveymarziano@gmail.com

Azienda Vitivinicola

Brunet Piero

Via Valdigne, 119
11017 Morgex
+39 328 2248470
pierobrunet@hotmail.com

Domaine Quinson

P.zza Principe Tomaso, 8
11017 Morgex
39 0165 809499
+39 335 371193;
+39 393 9073372
info@domainequinson.it
www.cafequinson.it



IL VINO

Il vino nella versione ferma è sicuramente la tipologia più diffusa. Il colore è giallo paglierino e, come già osservava don Bougeat, anche a piena maturazione mantiene sfumature verdognole senza virare all'ambrato. In gioventù i profumi esprimono la freschezza della frutta a polpa bianca, delle erbe, della mandorla fresca; tipicamente fresco anche il sorso, tendenzialmente sapido e arricchito nel tempo da una complessità minerale.

Lo spumante e il passito sono invece prodotti recenti, per quanto la combinazione vitigno-territorio risulti molto vocata per entrambe le tipologie. Per quanto riguarda gli spumanti, la sosta sui lieviti di 24/36 mesi è attualmente la tendenza più diffusa per combinare finezza ed espressività del vitigno, per quanto non manchino ottime eccezioni. La vendemmia tardiva, un tempo realizzata con la tecnica degli *eiswein*, oggi è ben difficile da praticare per via di un inverno che arriva sempre più tardi, costringendo a lasciare l'uva in vigna molti mesi, con il conseguente rischio di marciumi e stress per la pianta, oltre al danno economico di una produzione millimetrica; qualcuno preferisce quindi un meno rischioso appassimento in cassetta, che però la denominazione attualmente non contempla.

I CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il generale innalzamento delle temperature non ha infatti risparmiato queste

montagne. In parte, gli effetti sono stati positivi. Ad esempio, la Cave Mont Blanc è pronta a commercializzare le prime 50 (!) bottiglie di spumante rosato, da quando, nel 2010, ha iniziato una piccolissima coltivazione sperimentale di un vitigno autoctono a bacca rossa, il roussin de Morgex: oggi l'innalzamento delle temperature estive gli consente di arrivare a maturazione, anni addietro impensabile. Riguardo il prié blanc, dobbiamo ricordare che molti anni fa il vino raggiungeva gradazioni alcoliche troppo basse per ipotizzare una conservabilità nel lungo periodo (motivo per il quale fino a metà Novecento nessuno aveva pensato di imbottigliarlo o commercializzarlo), mentre negli ultimi dieci anni arriva anche a 12-12,5%, conferendo una struttura che permette di prevedere lunghi e interessanti affinamenti, e questo senza aver perso la caratteristica acidità.

Di contro, questi caldi ne complicano la coltivazione, oltre che per i motivi già espressi, anche perché un germogliamento precoce induce maggiori rischi di gelate primaverili, e una vendemmia anticipata (a inizio settembre anziché alla fine o a inizio ottobre, come vent'anni fa), in caso di piogge, può esporlo a marciumi, per via delle temperature più alte anche di notte.

A parziale rimedio, si stanno compiendo attente stime per elevare la quota altimetrica fino a 1.500 metri, ma la valutazione rischi-benefici è questione di non semplice soluzione. ♦

VINO SANTO TRENTINO sacro e profano

Non nasce tra le mura di abbazie, conventi o monasteri, ma è figlio della tradizione e di una comunità, che lo “spreme” in un rito collettivo, per mantenere vive la storia e la memoria del territorio della Valle dei Laghi

di SARA MISSAGLIA

L 23 marzo 2024 presso la cantina Pravis si è svolto il rito collettivo della spremitura della nosiola: si tratta della quattordicesima edizione. Le uve in appassimento vengono “spremute” da un torchio in presenza di una comunità in festa, che ne assaggia il nettare, condividendo calici ed emozioni. C’è qualcosa di sacro nel vedere sgorgare le prime gocce: la magia dell’attesa, il colore e il profumo del mosto. Tutto rigorosamente *live*. Così **Mario Leveghi**, Gran Maestro della Confraternita della Vite e del Vino di Trento, che dà il via alla cerimonia: «La spremitura del Vino Santo non è una semplice ricorrenza. Ha una sua religiosità, perché il Vino Santo è un’uva, una valle e una comunità. È il passito dei passiti, il “mito”, come spesso viene definito. Se pensiamo che la certificazione della sua nascita è intorno al 1822 nella Cantina di Toblino, questo vino rappresenta un’identità enologica e territoriale arrivata sino ai giorni nostri. In quegli anni quasi tutte le famiglie tenevano il Vino Santo come un elemento curativo e ricostituente». Il rito

Il Vino Santo Trentino nasce ufficialmente nel 1822 nella Cantina di Toblino, riflesso di un’identità enologica e territoriale tramandata nelle famiglie



della spremitura delle uve appassite è una liturgia collettiva che parla di amore per la propria terra, di gesti e di tradizioni: la Settimana Santa è al centro di tutto questo, celebrata con la manifestazione DiVinNosiola, diventata da qualche anno il punto di incontro tra comunità locale, *wine lover* e turisti.

IL VITIGNO

Il Vino Santo Trentino nasce da uve nosiola, unico vitigno nativo a bacca bianca della regione. Ne sono rimasti in queste zone circa 50 ettari, pari al 50% dell'intera superficie regionale dedicata alla nosiola, di cui solo quattro dedicati al Vino Santo, con una forma di allevamento a pergola trentina. Guai a confonderlo col Vinsanto: altri vitigni, altre località, altre tradizioni. Ci troviamo in un areale molto particolare, all'incrocio tra il Lago di Garda e le Dolomiti di Brenta: qui soffia un vento mite che arriva dal bacino lacustre, l'Ora, che, nella Valle dei Laghi tra i comuni di Toblino e Sarche, contribuisce alla formazione di un microclima particolare per l'allevamento di queste uve. Il vento rappresenta un volano termico importante rispetto alle zone attigue, mantenendo

La Valle dei Laghi è un areale caratterizzato da un particolare clima legato soprattutto a una cadenzata alternanza dei venti, condizione determinante per l'appassimento delle uve



ROMANO MAGRONE

ventilazione costante ed escursioni termiche. Acidità garantita, assommata all'amplificazione dei profumi. «La vegetazione intorno ai vigneti è tipica del clima mediterraneo: olivi e lecci, palme, lavanda, piante aromatiche testimoniano la particolarità climatica di queste zone», ci racconta **Alessandro Poli**, Presidente dell'Associazione Vignaioli Vino Santo Trentino Doc, produttore con l'Azienda Agricola Francesco Poli. I venti più freschi provenienti invece dalle Dolomiti consentono il mantenimento di una acidità particolarmente distintiva che, insieme alla sapidità, ne fa un vino privo di stucchevolezza. L'energia solare fa il resto, mantenendo la terra viva grazie ad una biodiversità che appartiene a queste valli. Una buccia molto sottile, ma la fragilità si sublima: l'uva ha necessità di tanto sole, in quanto la maturazione a livello fenolico, aromatico e tecnologico deve essere perfetta, per consentire zucchero e aromi indispensabili. In vigna vengono selezionati solo i grappoli spargoli, dotati di acini grossi e distanziati tra loro. Raccolti manualmente, vengono riposti direttamente sulle *aréle*, tavole di legno simili a graticci, una volta realizzate con le canne di bambù dei laghi: lì



La nosiola è il solo vitigno a bacca bianca nativo della regione

I grappoli più spargoli e con acini grossi vengono riposti sulle *aréle*, tavole di legno simili a graticci, dove riposano diversi mesi



ROMANO MAGRONE

riposano per molti mesi in locali ventilati naturalmente grazie ad ampie aperture. Si tratta dell'appassimento più lungo al mondo, in cui gli acini vengono attaccati dalla muffa nobile. Come per i grandi vini passiti dolci del mondo, dal Sauternes al Tokaji, la *Botrytis Cinerea* regala al vino note aromatiche uniche e preziose. «La muffa nobile si sviluppa nella parte finale dell'appassimento, all'interno dell'acino, che assume toni ambrati che virano al blu. È questo il momento per realizzare la pigiatura», precisa sempre Alessandro Poli. Durante la Settimana Santa dopo la pigiatura, che è una vera e propria torchiatura dal momento che l'acino ha perso una parte importante della componente liquida, la concentrazione zuccherina è altissima, intorno ai 400 grammi di zucchero per litro. «Dal punto di vista analitico abbiamo in pratica due mosti: mentre un mosto in vendemmia può avere una concentrazione pari a 200-250 g/l di zucchero, qui l'abbiamo doppia», commenta Alessandro Poli. La fermentazione in acciaio, attivata da lieviti spontanei, è molto lenta e può durare anni, arrestandosi con i primi freddi invernali e riprendendo ogni volta con il tepore primaverile, procedendo a fasi e seguendo



ROMANO MAGRONE

Dopo l'appassimento le uve vengono torchiate, avendo perso gran parte dei liquidi



Per DiVinNosiola 2024 l'Alleanza Slow Food, che vede collaborare cuochi e piccoli produttori, ha realizzato piatti ad hoc in abbinamento sia alla versione in bianco della nosiola che al Vino Santo



il percorso delle stagioni, arrivando anche ad abbracciare tre annate. Segue un lungo processo di maturazione in legno, in botte o in barrique, preferibilmente di acacia e di rovere, e di affinamento in bottiglia, che sfiora i dieci anni. Il tempo è un alleato preziosissimo, in appassimento, come in affinamento.

IL VINO SANTO

Il Vino Santo Trentino non ha fretta, come tutto ciò che è prezioso: fa del tempo un alleato strategico, tanto è vero che solo durante il periodo pasquale le uve vengono vinificate. Esiste quindi un legame profondo e antico tra il Vino Santo Trentino e il rituale religioso. Secondo un'altra interpretazione questi vini sembrerebbero invece avere un'origine greca, per la precisione dell'isola di Santorini: qui xantos significa giallo, ad indicare il colore dorato di questi vini. Dall'oro all'ambra, per arrivare al mogano, il Vino Santo mantiene nel colore una vivacità senza tempo e, anche dopo mezzo secolo, regala sensazioni uniche. Un potere seduttivo e ammaliante: la bottiglia conserva come un piccolo scrigno un bouquet straordinario e di grande eleganza, con possibilità di tenuta estremamente prolungate nel tempo. Un vino immortale, come amano definirlo da queste parti.

I PRODUTTORI

Oggi l'attività dei produttori del Vino Santo Trentino, Denominazione di Origine Controllata, viene tutelata dall'Associazione Vignaioli Vino Santo Trentino Doc, che annovera sei cantine. Sono le aziende agricole Gino Pedrotti, Fratelli Pisoni, Giovanni Poli, Maxentia, Pravis e Francesco Poli. Un



Nelle varie sfumature che vanno dall'oro, all'ambra, fino al mogano, il Vino Santo mantiene nel colore una vivacità senza tempo anche dopo decenni trascorsi in bottiglia, dove acquisisce un fascino straordinario



I PROFUMI DEL VINO SANTO TRENINO per quanto il tempo ne arricchirà il bouquet in modo esponenziale e variegato, alcuni sentori si identificano comunemente come caratteristici



gruppo di vignaioli "duri e puri", verrebbe da dire, che mantengono viva l'espressione di un mondo che non è rurale ma è comunità. Durante DiVinNosiola aprono le loro cantine non solo per le degustazioni, ma per raccontarsi con l'orgoglio e la fierezza di chi conosce il valore di ciò che fa.

LA CASA CAVEAUX

La Casa Caveaux del Vino Santo di Padergnone conserva gelosamente la storia del Vino Santo Trentino. Qui si trovano le *arêle* storiche per l'appassimento dove è stato recuperato un antico appassitoio appartenente alla famiglia di Rebo Rigotti, il celebre genetista e agronomo che ha dato il suo nome al Rebo, vitigno a bacca nera da incrocio merlot x teroldego, da cui si ottiene il Reboro, un vino rosso passito secco di grande pregio. In questo museo enologico sono custodite bottiglie storiche di Vino Santo, contenitori in vetro che favoriscono il riconoscimento dei profumi (troviamo albicocche disidratate, nocciole, zenzero candito, frutta secca), carte geografiche multimediali per riconoscere il posizionamento dei vigneti e pannelli didattici che ne raccontano la particolare vinificazione: un luogo esperienziale, moderno e, al tempo stesso, ricco di storia che, attraverso voci, suoni, immagini, profumi e degustazioni testimonia la tradizione dell'appassimento in Trentino e racconta di una comunità che si è sviluppata intorno al Vino Santo.

PRESIDIO SLOW FOOD E DIVINNOSIOLA

Il Vino Santo Trentino è uno dei pochi vini ad essere stato riconosciuto come Presidio Slow Food: l'Associazione dei

Cuochi dell'Alleanza, che ha dato vita ad una partnership importante con i piccoli produttori, in collaborazione con Slow Food e per DiVinNosiola 2024 ha chiesto a sette cuochi la preparazione di piatti in abbinamento alla Nosiola come vino secco e al Vino Santo. E così scopriamo lo *Sma-cafam* (letteralmente "schiacca fame"), una sorta di torta salata rustica su fonduta di formaggi di malga del Lagorai, presidio Slow Food, così come i *Bigoi* con le sarde del Garda. Molto interessante l'abbinamento del Vino Santo con la mousse di fegato di agnello. **Tommaso Martini** di Slow Food Trentino Alto Adige: «la nosiola nel *food & wine pairing* è sempre vincente ed è un vitigno amatissimo dai Cuochi dell'Alleanza e dai cuochi vicini a Slow Food. La sua versatilità permette di coprire tutto il menù: con la sua freschezza e la sua acidità, in presenza di una gradazione alcolica contenuta tra i 12 e i 13 gradi in volume, la nosiola ben si abbina alle paste ripiene, al pesce di lago, al vegetale, ai legumi e ai cereali, dimostrando una rara ampiezza di impiego. Con il Vino Santo Trentino l'abbinamento al dolce sembra essere il più immediato, ma in realtà sono sorprendenti gli abbinamenti con i formaggi a latte crudo o con del paté di fegato».

Sembra oro, oro liquido, perché questo è il suo colore: un'intensità di profumi con una nota acida e sapida che conferisce personalità. Un vino che ha le radici nella storia ma incredibilmente giovane. Fresco e minerale, magnetico e vibrante: sensazioni gustative che sembrano ricordare la voce di Nausicaa e che, al pari di Ulisse, ti catturano i sensi, portandoti in un universo di benessere. ♦

Luca Formentini: il suono del vino

Il dominus di Selva Capuzza, la cantina a pochi chilometri dal Lago di Garda che vinifica esclusivamente uve native della propria terra, si racconta senza riserve, partendo proprio dai suoi sogni di giovane musicista, che a tutto pensava fuorché di fare vino

di SARA MISSAGLIA



Sostenibilità
ambientale e
sociale al centro
delle scelte
di Luca Formentini

Change the picture, si direbbe oggi: cambio di scena. Un gesto apparentemente banale può instillare il dubbio e dare forma a un'idea geniale: a volte una nota, una corda della chitarra, il titolo di un giornale letto di fretta, un fazzoletto che cade, possono cambiare il destino. E il percorso muta. A volte per pochi metri ma, in altri casi, è per sempre. Inutile chiedersi "come sarebbe andata a finire se...": le sorprese e le coincidenze, gli incontri inaspettati e le imprevedibili casualità spalancano porte diverse. Sli-

ding doors, porte scorrevoli, esattamente come il titolo del celebre film diretto da Peter Howitt. Caso, destino, karma: ma a volte non ci sono alibi, nulla di soprannaturale se non la capacità terrena e concreta di assecondare segnali e, come in una partitura musicale, cogliere le vibrazioni e lasciarsi condurre, facendosi rapire e sorprendere dagli eventi.

LA STORIA

Luca Formentini ha 55 anni: la sua storia e quella della sua famiglia si intrecciano con quella dell'azienda. Selva

Capuzza, ma anche Hirundo, marchio nato nel 1908 e legato alla migrazione delle rondini (Hirundo in latino significa rondine) proprio nei pressi della collina di San Martino della Battaglia. I primi ricordi di Luca sul vino risalgono agli inizi degli anni '70: sono pensieri legati all'infanzia, quando bambino giocava nel piazzale dell'azienda tra le cassette dove venivano ammonticchiate le bottiglie, allora vuoti a rendere, per il lavaggio e l'imbottigliamento. Un grande Lego, con cui giocava simulando castelli e costruzioni avveniristiche. Il grissino

intinto nel vino diluito con l'acqua era quanto di più trasgressivo facesse in campo vinicolo: il primo assaggio a casa di amici, un ricordo che non dimentica, un sapore pungente per quella che era la bocca di un bambino. L'azienda di cui oggi è a capo prende il via nel 1917, quando il papà del suo bisnonno inizia ad occuparsi di vino, acquistandolo per confezionarlo nelle damigiane da consegnare nelle diverse osterie della zona: «ricordo quando alle elementari, a inizio anno durante il canonico giro di presentazione, ogni alunno raccontava

che cosa facessero i genitori. Quando fu il mio turno calò il silenzio: allora avere una famiglia che si occupava di vino non aveva nulla a che vedere con l'idea che abbiamo oggi. Ai giorni nostri il vino è una professione estremamente affascinante e socialmente qualificante, allora era un mestiere popolare e umile, molto legato a una consuetudine di pensiero che non vedeva il vino associato a una estetica del piacere e del bello o a un interesse nei confronti di quella che oggi consideriamo un'esperienza culturale. Io nel mezzo ci sono cresciuto».

LA VISIONE

Figlio di enologo, lui che enologo non è, critica e confligge fortemente il contatto paterno e familiare con la tecnica del vino. La visione che Luca ha del vino arriva da un mondo sensoriale nella sua unicità e nella sua personalizzazione, che s'impone su un fronte diametralmente opposto al significato per un tecnico, che individua invece nella degustazione caratteristiche oggettive. Intensità, impegno psicologico e capacità di interpretazione stridono contro un mondo fatto di certezze, competenze



Diventare la quarta generazione della cantina non è stato un percorso semplice né scontato, a tratti contrastante, ma abbracciandolo Luca ha saputo esprimere con successo la propria essenza

assolute e giudizio. E lo sfrido fa inevitabilmente scintille. Da queste sponde Luca è partito, con una valigia piena di domande e senza risposte, valutando più e più volte l'ipotesi di occuparsi di vino: «non avevo un esempio che in famiglia mi potesse stimolare perché mio padre era sempre molto impegnato. Non vedevo quindi nel fare vino una soluzione particolarmente comoda. Lo vedevo come un lavoro molto impegnativo non solo dal punto di vista del tempo, ma per gli aspetti relazionali, per la gestione dei rapporti con i collaboratori, i clienti o i rappresentanti, che allora venivano chiamati viaggiatori. Non avevo di fronte a me l'idea di un lavoro facile e comodo. E con questo ho iniziato a misurarmi». Luca si è chiesto a più riprese se davvero volesse rappresentare la quarta generazione della famiglia.

LA MUSICA

A 11 anni Luca inizia a sentire una fortissima attrazione nei confronti della musica, amore trasmesso dalla madre, che aveva sempre valorizzato il trasporto emozionale di questa dimensione in tutte le sue espressioni. Musica che è, prima ancora, scrittura e lettura: scrivendo Luca non fa caso al confine tra testo musicale e prosa o poesia letteraria. Anche gli studi al liceo linguistico e delle lingue abbinate alla letteratura e alla musica lo portano "oltre": passione, scoperta,



sperimentazione, ma anche fragilità rispetto agli amici musicisti più talentuosi o determinati che sembrano già decisi nell'intraprendere questo percorso. Luca non ama la musica ripetuta o di altri: vuole fare la propria e non ha interesse a diventare uno strumentista. A quel punto il bivio: far diventare la musica la principale fonte del proprio reddito, nella consapevolezza che occorre una grande dose di fortuna per poter essere sempre libero di fare la musica che ama, oppure vivere di lezioni, rischiando di saturarsi in un ambito verso il quale non ha interesse.

Si sente diviso anche dal punto di vista emotivo: la musica che ama è quella di ricerca, sperimentale, ambient, contemporanea, di cui forse solo ai giorni nostri si inizia a parlare e ad apprezzare. I tempi non sono maturi e Luca teme che, con la sua musica, possa addirittura arrivare a perdere credibilità nel mondo del vino, contaminandolo con immagini e suoni complessi e ai più incomprensibili. «È così che ho cominciato a diventare strano. La mia credibilità come produttore di vino rischiava di essere danneggiata da questi aspetti». Decide allora di tenere

separati il suo essere musicale e la sua attività di produttore, per proteggere se stesso e l'azienda di famiglia. Tuttavia, l'equilibrio è precario e per Luca non mostrare la sua doppia anima a tratti è logorante. Adesso è diverso: il tema vino-musica oggi sembra essere diventato non solo inflazionato, ma anche banale e strumentalizzato: tutti ne parlano, tutti lo vogliono. Ma pochi ne conoscono realmente la portata. E proprio adesso che Luca potrebbe sfruttare questa connessione, mantiene invece per certi versi riserbo e diffidenza verso tutto il fashion system. C'è un'integrità connaturata al suo essere, un'assoluta incapacità di dialogare con chi alza il volume. Lui che ama l'unicità dei mondi cui sente di appartenere, non si ritrova nell'associazione immediata musica-vino: il senso di rispetto e la capacità di ascolto e di accoglienza interiore delle esperienze lo rendono insofferente e guardingo nei confronti di semplificazioni e approcci banalizzanti. Non cede alla tentazione di seguire le mode: una storia di non omologazione, che è anche quella della sua azienda. «Dietro ognuno dei vini che produciamo c'è un motivo, che nasce nel momento in cui ho deciso di provare a essere la quarta generazione della cantina. Mi rendo conto però che il mestiere, così come altri lo facevano, non sarei stato in grado di farlo. E questa era una delle cose che mi spaventava».

LA RI-PARTENZA: RICOMINCIO DA ME

Luca osserva non solo il padre ma anche i colleghi per capire da chi possa imparare, e fatica a trovare un punto di riferimento. E allora parte dai fondamentali, dalla necessità di trasparenza: nella scelta del nome "Selva Capuzza" individua il centro di gravità del proprio equilibrio, in una zona selvatica ed elevata. Decide di raccontare i suoi vini in un modo diverso, lavorando per sottrazione e cominciando proprio da loro: «siamo qui, volevo un luogo identitario e onesto, in un'azienda che ha la fortuna di essere in un punto in cui si sovrappongono tre denominazioni, ed è importante quindi per me farle tutte al meglio». Hirundo è quindi per Luca un brand fuori contesto e non collocabile (oggi dedicato solo alla linea spumanti).



Poi lavora sulle etichette e punta all'essenzialità: «volevo che dall'etichetta si capisse l'intenzione del vino, che non è quella di impressionare, ma di lasciare spazio all'essenza, al vino contenuto. Dietro ad ogni vino nasce un'idea di etichetta che si collega con quello che è il vino stesso. Il primo legame è quello dei cerchi concentrici, legati all'immagine del tempo in connessione con la natura e con il ciclo vitale delle piante». Quasi un'intuizione: il cerchio è vita, in un percorso di evoluzione e di cambiamento. Il re è nudo: Luca non accetta la cecità voluta di fronte a quello che considera un percorso onesto e non si riconosce in orpelli stilistici sovrastrutturali, che considera caricaturali. Non c'è logica commerciale, ma un tema di lealtà che Luca ha soprattutto con se stesso. «L'etichetta scura del Campo del Soglio è buia: questo vino funziona se ti avvicini con curiosità e apertura. Io sono qua, sembra dirti. Poi ti accoglie e si apre. La natura tende al buono e io mi affido. Solo così si trova la migliore soluzione». Vini leali con le ali: da qui arriva l'anima profondamente green di Luca Formentini, che si dota di un codice di autodisciplina per mettere al centro l'ambiente e la comunità. Salva il San Martino della Battaglia da uve tuchi ad alto rischio di estinzione: la buccia sottile, la bassa acidità e la breve curva di maturazione lo rendono un vitigno fragile in vigna e delicato in

cantina, esigente di cure e affamato di attenzioni.

LA SOSTENIBILITÀ

A metà degli anni Novanta, quando lavorava da qualche anno in azienda, osservando casualmente un pacchetto di corde per la chitarra, dove le bustine di plastica che le contenevano erano state ridotte per via dell'impatto ambientale, Luca ha un'intuizione, e la musica fa ancora la differenza. «In quel momento si attiva l'interesse per la sostenibilità, e cerco una risposta alla domanda: che impronta lascio quando produco?», continua Luca. La sua idea di sostenibilità parte dal pedale del pianoforte che allunga la nota, il pedale del sostegno che evita che la nota venga frenata dal feltro: la natura sta all'interno del cerchio delle sue etichette. Luca è ancora in itinere: c'è fermento, non c'è traguardo. I contrasti e la dialettica accesa con le generazioni che lo hanno preceduto hanno dato spinta, energia e senso alle sue scelte, consentendo di differenziarsi da modelli in cui non si riconosceva. In lui da anni non c'è più alcun senso di preoccupazione o di inadeguatezza: i numerosi premi ricevuti e gli attestati di stima non lo hanno cambiato. È felice della sua strada, del suo vino e della sua musica. Sempre in divenire. Note di fondo, applausi: fatti più di occhi luminosi, di emozioni e di sorrisi che di mani. ♦

Massimo Azzolini: la passione per il Metodo Classico non ha frontiere

Franciacorta, Trentino e Brasile. Massimo Azzolini, classe 1967, arriva alla consulenza dopo due lunghe esperienze in azienda e unisce la passione per il vino (e per le bollicine) a quella per l'olio

di PAOLO VALENTE

Raccontaci la tua storia professionale.

Nasco ad Ala, nel basso Trentino, studio Enologia a San Michele all'Adige e, nel 1989, divento enologo.

Il giorno dopo mi chiama il prof. Attilio Scienza e mi propone di andare a seguire una micro-vinificazione a Casale del Giglio. Quasi non faccio in tempo a finirli che mi telefona Maurizio Zanella e mi dice che "i treni bisogna prenderli quando passano". L'occasione era quella di collaborare con la nuova realtà franciacortina Guarischi, sui terreni di proprietà della contessa Camilla Maggi Martinoni. Accetto e resto in Franciacorta per nove vendemmie, dal 1990 al 1999. Il lavoro è molto interessante perché alcune vigne avevano piante molto vecchie e si riuscivano a produrre delle bollicine veramente di qualità.

Ma non ti fermi qui.

No. Nello stesso periodo inizio a collaborare, a Gavi, con Morgassi Superiore, La Mesma e Tenuta Santa Seraffa. Fac-

cio la vita del pendolare perché la mia famiglia è rimasta in Trentino. Nel 1997 nasce mia figlia Angelica e il pendolarismo diventa sempre più complicato. Nel 1999 nasce anche mio figlio e la cosa diventa insostenibile. Mi propongono un incarico da direttore a Madonna delle Vittorie in zona Arco e Torbole; accetto e rimango per sedici anni.

Hai quindi abbandonato la consulenza?

No, ho voluto però sempre mantenere un giorno alla settimana dedicato alle consulenze, per il mio divertimento e per avere una visione a tutto tondo; il lavoro da consulente è diverso da quello in cantina.

Con il cambio di proprietà di Madonna delle Vittorie lascio il mio incarico e amplio le consulenze. Inizio a collaborare con Valperto degli Azzoni che vuole fare un Metodo Classico di montagna, con i Dolomis, tre giovani imprenditori che hanno sette ettari di vigneto sopra Trento, in collina, con viti di chardonnay di quasi 40 anni. Poi ancora con Maso Salim



MATTEO BRIDA ROLLI

Massimo Azzolini si occupa di vino e di olio, in Italia e oltreoceano, dividendosi tra importanti consulenze e produzioni proprie



MATTEO BRIDAROLI

Il vino è un bene voluttuario, ragionando da consumatore penso che per produrlo non si abbia diritto di inquinare il mondo

e altri ancora, tra cui Cantina della Volta: Christian Bellei, bravo enologo, mi ha chiesto di dargli una mano.

Hai anche dei vigneti di proprietà

Nel tempo ho acquistato pezzi di terreni abbandonati nella Valle dei Ronchi, sopra Ala, a 650 m s.l.m. Ho accorpato piccole parcelle, bonificato il terreno e adesso ho tre ettari che coltivo per avere uno chardonnay base spumante. Non ho mai iniziato una produzione indipendente perché è troppo complicato dal punto di vista burocratico.

Gestisco, inoltre, con altri soci, l'azienda Delbò sui Colli Piacentini dove coltiviamo otto ettari di vigneto e produciamo alcuni vini sia da vitigni autoctoni che internazionali.

Tu ti occupi anche di olio. Come è nata questa passione?

Quando ero in Franciacorta conobbi Gino Veronelli perché aveva suggerito il nome, Le Solcaie, a un vino della contessa Camilla Maggi. Durante il periodo in Madonna delle Vittorie, Gino Veronelli, che era un genio, decide di spendere le sue conoscenze per fare un olio monocultivar denoccolato. Un progetto semplice ma affascinante: ogni produttore avrebbe dovuto avere un suo piccolo frantoio ed evitare di utilizzare grandi frantoi ottenendo oli simili

l'uno all'altro. Veronelli sperava in una carta degli oli per i ristoranti in modo da abbinare l'olio più appropriato ad ogni portata.

Così mi sono comprato, con degli amici, un oliveto sul lago di Garda e faccio l'olio per me e per quelli che lo capiscono. Un olio, per esprimersi al meglio, deve essere un equilibrio tra fruttato, piccante e amaro. Alla massa dei consumatori l'amaro non piace e il piccante fa tossire. Bisogna così fare un olio che non sa di nulla.

Invece il mio olio è fruttato, piccante e amaro. Gino Veronelli voleva che ognuno si facesse il suo frantoio e così abbiamo fatto.

Ad un certo punto sono arrivate anche le consulenze all'estero.

Sì. Quando lavoravo in Franciacorta ero anche consulente di Majolini che aveva un progetto in Venezuela. Il clima sociale non era dei migliori: troppa disparità. Vedevo una villa cintata con filo spinato e all'interno automobili di lusso mentre il resto della popolazione viveva nelle capanne. Lì, chi aveva i soldi comperava e beveva i grandi vini francesi e quindi non aveva senso fare un progetto di viticoltura di qualità per ottenere un vino di lusso.

Fare qualità significa fare un vino genuino, che nasca in vigna da uve sane e che si beva con appagamento e soddisfazione

Ora sei impegnato in Brasile, com'è nata questa collaborazione?

È nata grazie all'olio e alla segnalazione che una capo-pannel ha fatto ad un imprenditore di San Paolo che voleva produrre, oltre all'olio, un Metodo Classico di alta qualità nelle sue terre nella regione di Rio Grande do Sul. Abbiamo fatto le cose per gradi: a gennaio scorso abbiamo fatto la prima vinificazione e a luglio faremo il tiraggio della prima annata di produzione.

L'impostazione che voglio dare è quella di fermentare lo chardonnay in legno vecchio; il problema, che tutti sappiamo, è reperire le botti vecchie; già non è facile qui da noi figuriamoci in Brasile. L'obiettivo, ambizioso, è quello di essere i numeri uno sia con l'olio (cosa già riuscita) che con il vino.

Come è considerato il mondo del vino italiano?

L'immagine che hanno dell'enologo e del vino italiano è molto bella, molto positiva: ci ammirano.

Nel Rio Grande do Sul intorno al 1880 i tedeschi colonizzarono la parte di pianura; una decina di anni dopo fu la volta degli italiani che si dedicarono alla coltivazione della parte di montagna. Girando per i villaggi, a volte, sembra di essere sulla Strada del Vino di Termeno con tante piccole cantine e vigneti ben tenuti. In Brasile se hai voglia di lavorare c'è davvero tanta possibilità. Numerosi enologi brasiliani hanno studiato in Italia, a San Michele e non solo. L'operaio invece non ha molta formazione ma è attento e ha voglia di imparare.

A livello agronomico quali sono le più grandi differenze rispetto all'Europa?

Per quanto riguarda i parassiti, in Brasile non c'è la presenza della mosca dell'olivo e non esiste la flavescenza dorata sulla vite. Le malattie fungine invece sono presenti, anche se dipende molto dalla zona.

Da punto di vista agronomico, i terreni sono tutti di origine granitica e quindi non c'è melma o fango; l'acqua è limpida e la possibilità di irrigare è facilitata.

I terreni sono relativamente giovani, hanno novanta milioni di anni e non sono mai stati fruttati intensivamente. La parte coltivata a vigneto ha il pH un po' basso e quindi acido; occorre intervenire con il carbonato di calcio per rendere l'ambiente più consono alla coltivazione della vite.

Cosa ne pensi del regime biologico?

Nella mia professione seguo aziende sia convenzionali che biologiche. Entrambe danno risultati interessanti dal punto di vista qualitativo. Faccio fatica a dire cosa, in assoluto, sia meglio.

Se ragiono come semplice consumatore credo che, essendo il vino un bene voluttuario, per produrlo si debba essere rispettosi e non si ha il diritto di inquinare il mondo. Le aziende devono sacrificare una parte della loro redditività per non inquinare.

Dal punto di vista professionale devo dire che per fare un vino biologico di qualità uguale a quella di uno convenzionale si spende di più; quindi, il tutto diventa sostenibile se puoi farti pagare di più il vino altrimenti il conto economico non regge.

Quali sono il vitigno e il vino che preferisci?

Il vitigno più grande è il pinot nero ma personalmente bevo champagne e prediligo lo chardonnay in purezza che cresce sul gesso, fermenta nel legno, matura quindici, venti anni. Quando lo assaggi senti quella nota di burro, di pasticceria, di bello che ti emoziona.

Cosa significa per te fare qualità?

Vorrei darti la risposta leggendo il bicchiere. Siamo in due, si stappa una bottiglia e alla fine di un'ora la bottiglia è finita e la mattina dopo, alle sei e mezza, di alzi per andare al lavoro e sei perfetto, bello come il sole. Fare qualità significa fare un vino con un intervento minimale di solfiti, partire da uva sana, da un prodotto genuino già di suo, uva coltivata secondo i migliori metodi. Bere un vino che ti appaga e ti dà soddisfazione.

Più vigna o più cantina?

Più vigna. Nel mio percorso in tanti mi hanno detto che un vino bianco può anche essere fatto in cantina ma il rosso deve arrivare dalla campagna. Non puoi fare un buon vino rosso senza la giusta maturazione dei vinaccioli, con raspo ancora verde, con un'uva matura solo a livello degli zuccheri ma non dei polifenoli. Quindi dico: più campagna e rispetto di quello che si porta dalla campagna in cantina. Poi certamente ci vuole la tecnologia anche in cantina.

L'enologo è un piccolo chimico?

L'enologo vero, oggi, non è un piccolo chimico. Se parti da una materia prima di qualità l'enologo interpreta, con i lieviti e i batteri, la nascita di un grande vino. ♦

Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP

Nelle profondità delle maestose Alpi, tra pittoresche valli e cime innevate, si trova un tesoro gastronomico poco conosciuto ma unico. Una gemma culinaria prodotta da secoli in Valle d'Aosta, che ha ricevuto il marchio di Denominazione di Origine Protetta dall'Unione Europea

di **GABRIELE MERLO**

La produzione del Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP ha le sue radici unicamente nel territorio del piccolo comune di Saint-Rhémy-en-Bosses. Immerso nel verde di declivi boschivi, a circa 1600 metri di quota, Saint-Rhémy-en-Bosses è l'ultimo villaggio della Valle del Gran San Bernardo, situato ai piedi dell'omonimo Colle, al confine con la Svizzera. Per la sua particolare posizione, lungo una delle arterie di comunicazione più importanti d'Europa, la Via Francigena, è stato, sin dal Medioevo, teatro d'incontro e a volte scontro tra popolazioni diverse ma anche transito di pellegrini e personaggi illustri, ragion per cui una comunità di canonici agostiniani decise di edificare una chiesa e un ospizio dove accogliere i passanti, dare loro cibo e alloggio e soccorrerli in caso di necessità. Ben presto signori, vescovi, papi e la stessa popolazione del piccolo borgo, si accorsero dell'importanza dell'opera di assistenza offerta dai monaci e concessero beni e donazioni, tra cui figurano cosce di suino. Il primo dato certo che ne attesta la



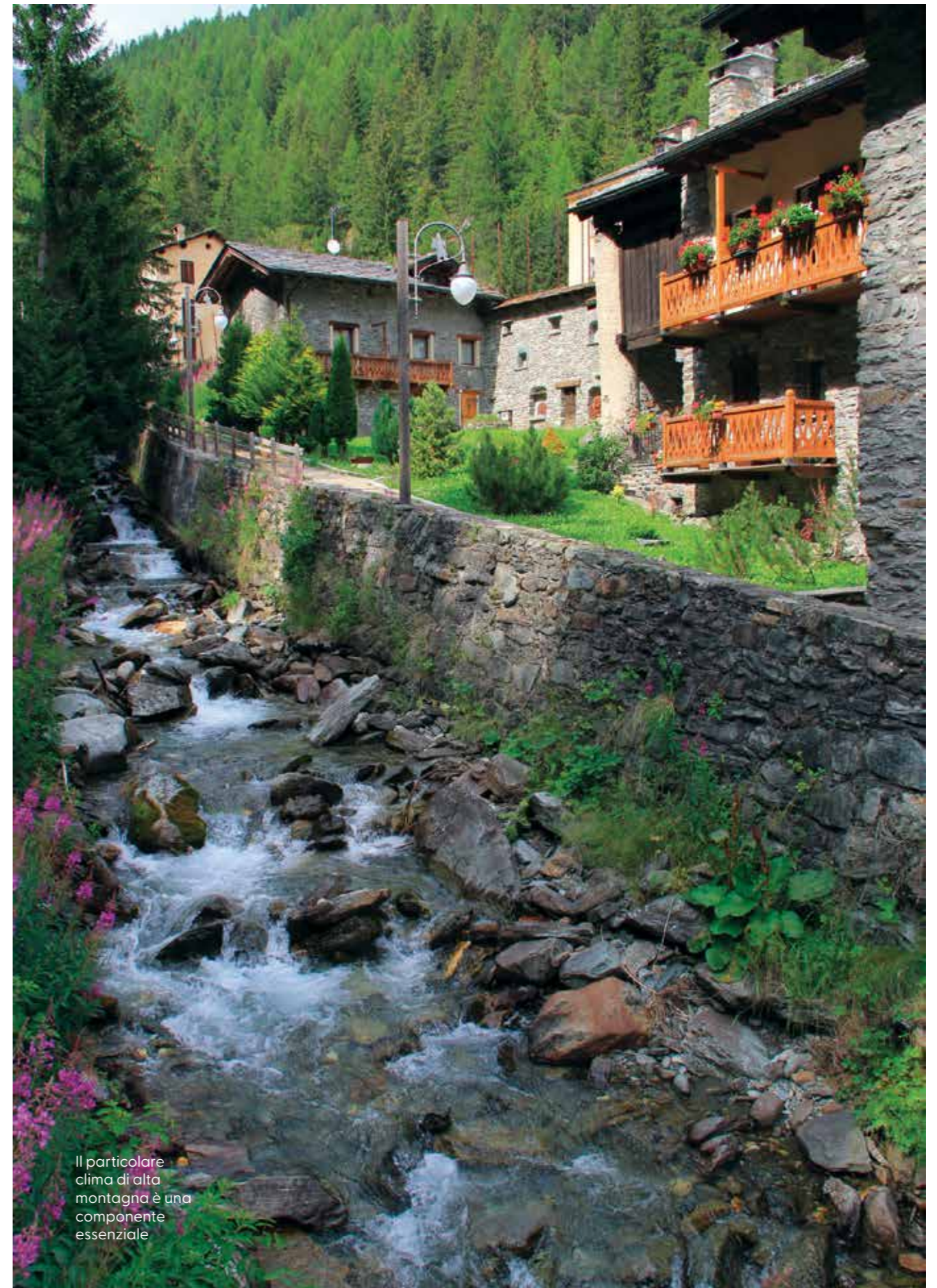
Denominazione di Origine Protetta dal 1996

produzione si ritrova nei Contes de l'Hospice du Grand-Saint-Bernard del 1397, dove sono espressamente citate le *tybias porci* prodotte nel territorio di Saint-Rhémy-en-Bosses. Una produzione, quella del Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP, arrivata fino a noi senza sostanziali varianti grazie alla passione della piccola comunità di Saint-Rhémy-en-Bosses.

MATERIA PRIMA DI PRODUZIONE

Per la produzione del Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP si utilizzano esclusivamente cosce di suino pesante italiano: animali di peso superiore ai 160 kg, di età non inferiore ai nove mesi e provenienti da allevamenti situati nel territorio delle regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna.

Le cosce di suino, attentamente selezionate, vengono inizialmente sottoposte a refrigerazione e rifilate per togliere grasso e cotenna in eccesso. Trascorse 24 ore vengono salate a secco, con aggiunta di aromi naturali: pepe in grani e macinato, salvia, rosmarino, aglio, ginepro, timo, alloro, erbe e bacche autoctone.



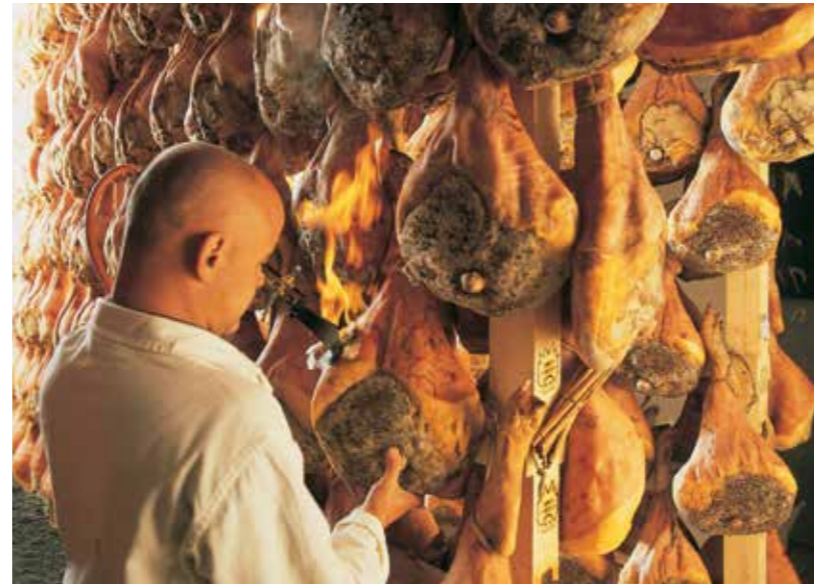
Il particolare clima di alta montagna è una componente essenziale

ne; qualsiasi tipo di additivo è espressamente vietato.

Nei venti giorni successivi la salatura, le cosce vengono più volte massaggiate per favorire la fuoriuscita di siero e sangue e lasciate a riposare. La maturazione si svolge in ambienti freschi igienicamente controllati, in grado di simulare gli ambienti di maturazione storici e tradizionali: cantine umide, fienili o camere del prosciutto. In seguito, le cosce vengono lavate, asciugate e messe a stagionare. Per evitare l'ossidazione, la testa del femore e le superfici esposte vengono ricoperte con sugna e pepe macinato grossolanamente. Il periodo di stagionatura si protrae da un minimo di 12 mesi sino a 30 mesi, in luoghi freschi in grado di riprodurre l'ambiente dei *rascard*, tipiche costruzioni in legno delle case rurali, aventi un pavimento coperto da un letto di fieno cambiato con frequenza regolare. Al termine della stagionatura, sui prosciutti idonei che superano tutti i rigorosi controlli, viene apposto il marchio a fuoco della denominazione.

CARATTERISTICHE E GASTRONOMIA

Il Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP ha un peso minimo di 7 kg; ha forma semi-presata e mantiene il piedino, che deve presentarsi inclinato di almeno 30 gradi per rendere il prosciutto riconoscibile. La coscia è legata con una corda che passa per un foro praticato nella parte superiore del gambo. La cotenna è di colore giallo paglierino, liscia nella parte esterna e pieghettata nella parte interna della coscia. Al taglio, il colore della fetta è tenden-



Una sola azienda e meno di 3000 prosciutti all'anno

zialmente rosso intenso; il lardo è sodo e brillante, talora con sfumature rosa sull'esterno. Il gusto è delicato e lievemente sapido, con una punta di dolce e sottofondo aromatico, dal delicato finale di fieno e di selvatico.

Il Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP si esprime al meglio se tagliato a fette molto sottili, preferibilmente a mano, e servito con il tradizionale pane nero di segale. Ottimo anche l'accostamento di questo prosciutto con il burro di montagna, il miele e le noci.

IL RAGGIUNGIMENTO DELLA DENOMINAZIONE

Per l'ottenimento della Denominazione fu fondamentale il lavoro di Edi Avoyer, allora

Dove assaggiarlo?

Il Comune e la Proloco di Saint-Rhémy-en-Bosses partecipano a diverse manifestazioni per far conoscere le caratteristiche del prodotto. Nel piccolo comune alle pendici del Gran San Bernardo, si tiene a metà luglio il **Jambon Day**, manifestazione gastronomica dedicata al "Re dei Crudi", mentre il 13 agosto si svolge **Percorso in Rosso**, un indimenticabile viaggio nel mondo dei sapori, il cui fil rouge è proprio il colore rosso dei prodotti in degustazione, tutte eccellenze enogastronomiche della Valle d'Aosta. Tra dicembre e gennaio al Castello di Bosses si organizza **Il Re è Crudo**, una serie di serate di degustazione con verticali e orizzontali di prosciutto.



sindaco di Saint-Rhémy-en-Bosses, Ivo Colé e Bruno Fegatelli, che hanno permesso al "jambon" di avere una dignità. Il progetto parti a metà anni Novanta con una società costituita tra comune e produttori privati. In particolare Bruno Fegatelli, oggi titolare dell'unica azienda di produzione, la De Bosses, può essere considerato il padre della rinascita del Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP; tra i suoi ultimi grandi progetti, la costruzione dello stabilimento di produzione, iniziata nel 2022 e che dovrebbe essere conclusa entro la fine di quest'anno.

Tra le numerose qualità che hanno permesso al Vallée d'Aoste Jambon de Bosses di ottenere la Denominazione di Origine Protetta nel 1996, troviamo da un lato l'ambiente con

il particolare microclima di alta montagna, dall'altro la produzione artigianale e la tecnica tramandata nei secoli e alla quale la comunità è ancora profondamente legata. L'antico metodo di lavorazione mantiene inalterate le virtù di questo prosciutto crudo unico e raro, essendo la produzione limitatissima, meno di 3000 cosce all'anno.

Il Vallée d'Aoste Jambon de Bosses DOP è dunque molto più di un semplice prosciutto crudo. Rappresenta l'espressione raffinata di una cultura, il sapore di un'antica tradizione, il valore di un piccolo ma importante angolo della Valle d'Aosta, perché, come diceva il celebre poeta e pittore inglese William Blake: «Quando uomini e montagne si incontrano, grandi cose accadono». ♦

JAMBON A SORRENTO

Ricetta di Gianni di Lella tratta da www.ambasciatorideltgusto.it

PROCEDIMENTO

1. Unire le due le farine e aggiungere il lievito di birra e circa il 90% dell'acqua. Impastare e lasciare riposare per almeno 5-6 minuti
2. Aggiungere il sale e la restante acqua, l'impasto dovrà avere una consistenza elastica e omogenea
3. Versare l'olio extravergine d'oliva e lasciar lievitare per almeno 3-5 ore
4. Stendere l'impasto e cuocerlo in forno a 220 gradi per circa 15 minuti
5. Appena sfornata la pizza aggiungere la mozzarella di bufala, a pezzetti grossolani strappati direttamente con le mani e sopra porre lo Jambon de Bosses DOP con delle zeste di limone e qualche cucchiaino di senape in grani.

INGREDIENTI

Per l'impasto

- 180 grammi di farina 00
- 20 grammi di farina di segale
- 3 grammi di sale
- 4 grammi di olio EVO
- 2 grammi di lievito di birra fresco
- 80 grammi di acqua

Per il condimento

- 80 grammi di Mozzarella di Bufala Campana DOP
- 80 grammi di Valle d'Aosta Jambon de Bosses DOP
- senape in grani q.b.
- zeste di limone q.b.

L'ABBINAMENTO

La tradizione partenopea incontra una rarità valdostana, un'unione tra mare e terra capace di emozionare con una preparazione solo apparentemente semplice ma che regala molteplici e complesse sensazioni gustative. L'aromaticità è senza dubbio particolare e decisamente distinguibile, l'impasto con farina di segale,

la cottura al forno, la mozzarella di bufala, il limone, la senape e, sua maestà, lo Jambon de Bosses, sprigionano un ventaglio aromatico indubbiamente sfaccettato, a cui si accompagnano persistenza gustativa e una lieve speziatura. La succulenza è piacevolmente avvertibile così come grassezza e tendenza dolce in equilibrio con sapidità e una punta di tendenza amarognola. Sensazioni ben distinguibili al palato che richiamano un vino dotato certamente di freschezza e sapidità, nonché di struttura e persistenza, e di un avvolgente e stuzzicante perlage. Uno spumante Metodo Classico capace di amplificare l'aromaticità e fondersi con la succulenza della mozzarella e del prosciutto crudo. La Valle d'Aosta, nell'ultimo decennio, sorprende sempre di più per la produzione di spumanti Metodo Classico di ottima qualità, principalmente provenienti dalla sottozona Blanc de Morgex et de La Salle. Vini ottenuti dal vitigno portabandiera di questo territorio, il prié blanc, coltivato a mille metri di altezza in pergole basse, che si distingue, con le sue caratteristiche acido-sapide, per

la produzione spumantistica. Tra le molteplici eccellenze di questo piccolo angolo a pochi chilometri dal Monte Bianco abbiamo scelto il **Vallée d'Aoste Doc Blanc de Morgex et de La Salle Metodo Classico Brut Nature Cuvée du Prince di Cave Mont Blanc de Morgex et de La Salle**. Un Metodo Classico di prié blanc in purezza il cui vino base fermenta in botti grandi di rovere e larice. Il vino riposa successivamente sui lieviti per almeno 72 mesi. Uno spumante complesso e di sottile finezza che esprime delicate e avvolgente sensazioni di frutta matura come mela golden, frutta esotica e agrumi canditi, poi note di miele di taglio, croissant, menta e mineralità calcarea. Al palato è vivacemente fresco e di stuzzicante sapidità, non mancando di morbidezza e corpo. Decisamente lunga persistenza declinata su sentori di cedro e viennoiserie. Uno spumante di carattere e struttura capace di accompagnare con eleganza e gradevolezza lo Jambon a Sorrento.



La rinascita e riscoperta del gaglioppo

Raramente è stato preso in considerazione fra i grandi rossi del Sud Italia, ma nell'ultimo decennio ha più volte dimostrato, soprattutto nel suo territorio di elezione, il cirotano, di avere tutte le carte in regola per regalare grandi emozioni anche dopo lunghi affinamenti

di **DAVIDE GILIOLI**



Il nome gaglioppo nel dialetto locale significa “pugno chiuso”: veniva chiamato così per la forma e la compattezza dei grappoli. Gli acini sono piccoli e sferici, dalla buccia spessa e scura, ricoperta da pruina

Lgaglioppo è un vitigno a bacca nera, autoctono della Calabria, di probabile provenienza greca e diffusosi sulle coste, dove beneficia del clima mediterraneo e della buona ventilazione. Il suo nome deriva dal dialetto locale e significa “pugno chiuso”: veniva chiamato così per la forma e la compattezza dei grappoli.

Attualmente il gaglioppo è coltivato tra le province di Cosenza e Catanzaro, nella zona collocata tra la Sila e il mare. Nonostante sia la varietà più diffusa in Calabria e pressoché presente nei disciplinari di tutti i vini rossi DOC calabresi, l'areale di elezione rimane la zona di Cirò Marina (KR), l'antica Crimis-

sa fondata dai Greci, dove l'omonimo vino, krimisa, veniva esportato con successo in tutto il Mediterraneo.

Cirò DOC, la denominazione di riferimento

All'interno della DOC Cirò, nata ufficialmente nel 1969, il vitigno si trova perfettamente a proprio agio e viene allevato su terreni scistosi, sfaldatisi in strati argilloso-marnosi verso l'interno e più sabbiosi verso la costa. Il clima è estremamente secco e con estati torride lungo il litorale, mentre forti escursioni termiche e buona piovosità mantengono più fresche e verdeggianti le colline dell'entroterra.

Oggi il gaglioppo viene prodotto da oltre 200 viticoltori, con una superficie vitata di circa 2500 ettari e una produzione complessiva che supera i 4 milioni di bottiglie, nella sola DOC Cirò. All'ombra di “rivali” più famosi (come aglianico, nero d'Avola, nerello mascalese), il gaglioppo – per il tramite

della DOC Cirò, nelle versioni rosso e rosato – è in questi anni sempre più apprezzato anche nel resto d'Italia. Merito certamente delle sue qualità organolettiche, ma non solo.

Il fenomeno dei “Cirò Boys”

All'inizio degli anni Duemila, il ricambio generazionale ha dato grande impulso commerciale a questo vino, con un aumento significativo della qualità e una comunicazione più efficace. Dal 2008 un gruppo di piccoli produttori artigianali – ribattezzati bonariamente “Cirò Boys”, con un richiamo ai Barolo Boys che rivoluzionarono le Langhe una ventina di anni prima – hanno cominciato ad affermarsi nelle fiere dedicate al movimento dei cosiddetti “vini naturali”, rivendicando una produzione incentrata sul recupero agronomico del territorio e dei vitigni autoctoni (non solo il gaglioppo, quindi) ormai dimenticati. Ne nascono espressioni più schiet-

te e dalla maggiore personalità, date da una notevole riduzione dell'uso del legno (in favore di cemento e acciaio) e delle macerazioni, che non superano i 5 giorni per i rossi e le 24 ore per il rosato. «Il gaglioppo non lo si può mascherare: ha un colore scarico e un tannino deciso» ci spiega **Cataldo Calabretta**, uno dei produttori di riferimento di questa nuova filosofia. «È sempre stato così. Ammorbidirlo e concentrarlo tramite lunghi passaggi in legno, solo per rincorrere un certo mercato internazionale, è una soluzione che lo allontana dalla sua stessa natura. Noi invece cerchiamo di fare esattamente l'opposto: parliamo al mercato affinché capisca e accetti il nostro vino nella sua unicità territoriale».

Dall'uva al calice: produzione, caratteristiche organolettiche e abbinamenti gastronomici

Dal punto di vista ampelografico, il gaglioppo ha un grappolo di medie dimensioni, conico e alato. Gli acini sono piccoli e sferici, dotati di una spessa buccia scura ricoperta da pruina. In vigna, il gaglioppo resiste bene sia alla siccità sia alle gelate, sopportando anche terreni con salinità elevate, mentre è invece particolarmente sensibile all'umidità e a malattie come peronospora e oidio. La forma di allevamento tradizionale è l'alberello, che ne consente un'areazione ottimale e offre maggiore resistenza a vento e calore.



ABBIAMO ASSAGGIATO



→ **Librandi** (Cirò Marina, KR)
Cirò Rosso Riserva DOC Duca Sanfelice 2021 (100% gaglioppo, 36 mesi in acciaio): rosso carminio con riflessi granato; naso intenso di ciliegia e susina matura, avvolte da cannella, pepe nero e liquirizia. Assaggio caldo e potente, con tannini vellutati e lungo finale con ricordi di ciliegia sotto spirito.



→ **L'Arciglione** di Cataldo Calabretta (Cirò Marina, KR)
Cirò Rosso Classico Superiore DOC 2022 (100% gaglioppo, 18 mesi in cemento): rosso carminio luminoso; naso intrigante, conteso tra ciliegia rossa matura, liquirizia e note balsamiche. Bocca di elegante struttura e tannicità, richiama la frutta matura e le spezie, chiudendo con un piacevole finale sapido e leggermente agrumato.

Da segnalare anche:
A' Vita; Tenuta del Conte; Az. Agr. Sergio Arcuri; Ippolito 1845.

Il vino che ne deriva è di colore rosso rubino intenso, di media trasparenza e che facilmente tende a virare verso il granato. Al naso offre note di frutta rossa matura, come ciliegia e marasca, oltre a sentori di violetta e di liquirizia nera. In evoluzione non è raro trovare anche tracce di spezie scure. Al sorso è caldo e strutturato, accompagnato da un tannino presente ma di buona eleganza. Il finale, generalmente piuttosto persistente, richiama la frutta rossa sotto spirito e le spezie incontrate al naso.

Gli abbinamenti

A tavola, il Cirò Rosato, con la sua freschezza, è perfetto per ricette a base di pomodoro, come il pesce spada alla ghiotta (cotto in padella con olive, capperi e pomodori) o i fileja tropeani (pasta fresca di acqua e farina – simile a lunghe tröfie – conditi con pomodoro

e basilico), ma anche con verdure, come le tipiche *vrasciole* (polpettine di melanzane pastellate e fritte in olio bollente). Un Cirò Rosso Superiore potrà invece accompagnare il *morzello* alla catanzarese (zuppa di frattaglie di vitello cotta con abbondante sugo di pomodoro) o la *cuccia* cosentina (un cous cous di grano saraceno, con bocconcini di capra e spezie).

Infine, un Cirò Rosso Riserva, con la sua maggiore struttura, sarà ideale per carni alla griglia o per la proverbiale 'nduja di Spilinga spalmata sul pane (prestando attenzione al grado di piccantezza). Con l'arrivo dell'estate, una vacanza in Calabria potrebbe essere un'ottima opzione per approfondire sul campo le caratteristiche di questo sorprendente vitigno autoctono, tra un tuffo in mare e un'escursione sulla Sila. ♦

Un progetto artigianale da sviluppare su un impianto da 80.000 ettolitri: una vera sfida anche per Teo Musso



Open Hub: la novità firmata Baladin è pronta al decollo in Lombardia

Basterà attendere l'autunno per poter assaggiare le prime birre che nasceranno in quel di Bernareggio, provincia di Monza e Brianza, nell'Open Hub, il progetto di Teo Musso che vede coinvolti altri cinque birrifici artigianali per una linea di birre alla spina tutte nuove

di MAURIZIO MAESTRELLI

Qualcosa si muove nel mondo della birra artigianale italiana. E, come spesso o quasi sempre accade, la "colpa" è di Teo Musso, pioniere del settore dal lontano 1996 con Birra Baladin e decisamente il nome più noto tra i non addetti ai lavori. Meno male, perché ultimamente qualcosa sembrava essersi rotto nell'effervescente mondo dei piccoli birrifici italiani, vuoi per una raggiunta fase di maturità, vuoi per il sospetto di un ciclo arrivato a una fase di "bonaccia", per dirla in termini nautici. Ma se le luci dei riflettori, quelli dei media almeno, si stavano affievolendo, ci ha pensato il solito Teo a riaccenderle. Prima con un equity crowdfunding da cinque milioni di euro che ha infranto tutti i record di velocità, tetto raggiunto in appena sei giorni con oltre duemila investitori, e poi con il lancio del progetto Open Hub. Di che cosa si tratta? Per spiegarlo si deve fare qualche passo indietro fino al 2017, quando Heineken Italia, tramite la sua controllata Dibeveit, acquisì il controllo del birrificio brianzolo Hibu. Portata a termine l'operazione, il leader di

mercato decise di dotare Hibu di un nuovo impianto di produzione, sito a Bernareggio (MB) e capace di produrre fino a 80mila ettolitri l'anno. Tuttavia, le cose non andarono come previsto e in capo a qualche anno Heineken cambiò idea: decise di disfarsi di Hibu, che fu riacquisito dai precedenti proprietari, e di mettere in vendita l'impianto nuovo di zecca. Impianto che, notizia recente, è stato rilevato proprio da Birra Baladin. E qui entra in gioco il progetto Open Hub. L'idea di Teo Musso, infatti, è quella di coinvolgere nelle attività produttive di Bernareggio altri birrifici artigianali, ciascuno dei quali s'impegna a produrre in loco una birra. I birrifici coinvolti sono cinque: il laziale Ritual Lab, l'umbro Birra Perugia, il marchigiano Mc-77, l'abruzzese Opperbacco e il ligure Altavia. Oltre ovviamente a Baladin. Sei birrifici per sei birre diverse da quelle che ciascuno fa nel proprio impianto e sei birre che saranno commercializzate esclusivamente in fusto per essere immesse nel mercato distributivo riservato al canale Horeca. «Le prime cotte avverranno presumibilmente tra la fine di settembre e gli inizi di ottobre», ci ha spiegato Musso, «e da novembre saremo operativi con i distributori. Distributori con i quali ovviamente abbiamo già da tempo cominciato a dialogare registrando da subito un forte interesse al progetto». Il principale punto di forza di Open Hub è abbastanza facile da intuire: offrire ai distributori un pacchetto di birre artigianali di qualità – tutti i birrifici coinvolti sono particolarmente conosciuti e apprezzati dagli appassionati – e un unico interlocutore. «Saranno birre speciali, delle quali crediamo ci sia molto bisogno, ma non troppo estreme o radicali», aggiunge Musso. «L'idea è quella di creare un'offerta che ci distingua dalle birre più comuni ma che comunque sappia parlare al grande pubblico». Se le birre sono ancora tutte da svelare, il team che seguirà le operazioni



I birrifici coinvolti nel progetto Open Hub provengono da diverse regioni d'Italia e sono, oltre a Baladin, Ritual Lab, Birra Perugia, Mc-77, Opperbacco e Altavia

quotidiane a Bernareggio è invece già in fase di costruzione con quattro almeno le figure professionali in produzione.

Open Hub ha tutte le caratteristiche per essere il classico "turbo nel motore": ci sono i nomi importanti, ci sono le birre nuove, c'è l'esclusività Horeca e c'è la maggiore facilità organizzativa. Ma Open Hub è anche un cantiere, un "work in progress". L'accordo sottoscritto dai birrifici è infatti quello di un impegno comune della durata di tre anni, rinnovabile certamente ma anche "allargabile" nel senso che Musso non esclude la possibilità che, al termine del triennio, ci possano essere nuovi ingressi nel progetto. Certo, far funzionare a pieno regime un impianto da 80mila ettolitri è una bella sfida tenendo presente che lo stesso birrificio Baladin, quasi certamente tra i più grossi nel frammentato mondo della birra artigianale italiana, ne produce circa

25mila. «Forse la più grande che io abbia mai affrontato», chiosa Teo Musso, «ma in realtà io mi sento piuttosto tranquillo al riguardo. Innanzitutto perché il progetto Open Hub sarebbe sostenibile anche con 50mila ettolitri e poi perché questi volumi rappresenterebbero comunque una goccia nel mare di birra che circola nel fuoricasa. Insomma, non stravolgeremo il mercato, ne faremo parte». E così quella che ha tutte le carte in regola per essere la "partita" più interessante del campionato della birra artigianale italiana ecco che la si gioca in Lombardia. Ma Musso guarda già oltre. «Sono talmente convinto della bontà di questo progetto e del suo successo», conclude, «che credo abbia anche delle possibilità di guardare all'estero, dove la birra artigianale italiana è da tempo conosciuta e apprezzata». In altre parole, oltre al campionato, l'Open Hub di Bernareggio punta pure alla Champions League. ♦

Le birre dei protagonisti di Open Hub

Non c'è modo migliore per conoscere un birrificio artigianale che quello di assaggiare le sue birre. Qui, naturalmente e solo per questioni di spazio, non ne potremo segnalare che una sola per birrificio, ma sarà sufficiente per capire le potenzialità dei sei protagonisti di Open Hub e pertanto l'interesse che questa operazione riveste. Iniziamo ovviamente con chi ha avuto l'idea di realizzare il progetto, ovvero il piemontese Birra Baladin. Se Teo Musso nella vita avesse creato solo **Xyauyù** e niente altro, un posto nell'Olimpo dei birrai italiani se lo sarebbe comunque guadagnato. Nata nel 2004 con l'intento di trasformare quello che è di norma un difetto della birra, l'ossidazione, in un punto di forza, Xyauyù è una birra da 14% vol che nel bicchiere si presenta "piatta" ovvero senza schiuma e senza carbonazione. Ha profumi intensi che ricordano l'uva sultanina, i datteri e i fichi secchi, una nota di salsa di soia, al palato le note aromatiche ritornano e durano a lungo accompagnate da una morbidezza quasi setosa. Un gioiellino insomma. Il laziale Ritual Lab è da anni ormai ai vertici delle preferenze degli appassionati: tutta la gamma è di indubbio valore ma noi scegliamo la **Tupamaros**: una double lpa da 8% vol "prepotente" ma anche equilibrata con note di frutta tropicale, pompelmo e un retrogusto che indugia sul balsamico e sul resinoso. Il marchigiano MC-77 ci aveva impressionato *il tempo* invece con la sua **Sofronia**, una blanche da 5% vol d'ispirazione belga per speziatura ma rivisitata con l'aggiunta di fiori d'ibisco e avena. Piacevolmente rosata, floreale al naso, leggermente acidula e rinfrescante al palato. Come MC-77 anche l'abruzzese Opperbacco è ormai una garanzia di creatività e costanza qualitativa, dal ricco catalogo peschiamo la **10 e Lode**, una quadrupel belga da 10% vol e un azzeccato blend di malti d'orzo diversi, avena e frumento. Birra ottimamente costruita, ricca e gratificante. Dall'Abruzzo ci spostiamo in Umbria dove Birra Perugia continua a mietere successi nei più diversi concorsi birrari. Una delle sue birre più vincenti è la **Calibro 7**, american pale ale da 5,6% vol e ben sette diversi luppoli in dry hopping. Il risultato è una carica aromatica avvincente e un sorso che non stanca. Chiudiamo infine in Liguria con il Birrificio Altavia e la sua **Badani**, una pilsner da 5% vol di grande eleganza e altrettanta bevibilità.



Xyauyù



Tupamaros



Sofronia



10 e Lode



Calibro 7



Badani





Ora il whisky parla anche italiano

Non solo Scozia, Irlanda, Giappone o Stati Uniti. L'Italia muove i suoi primi passi nell'affascinante mondo del whisky con la forza di una passione antica e tutto l'entusiasmo dei pionieri. È un fenomeno recente, che ha mosso i primi passi in Alto Adige ma che oggi sta facendo capolino anche in altre regioni della penisola

di MAURIZIO MAESTRELLI

Quella degli italiani, per il whisky, è una storia d'amore che dura da decenni. Grandi collezionisti, come **Valentino Zagatti** la cui collezione è finita oggi in un museo di Amsterdam, grandi selezionatori, come **Silvano Samaroli** solo per fare il nome sicuramente più famoso, rinomati importatori, come **Armando Giovanetti** i cui Macallan oggi strappano prezzi da capogiro. Alcuni autorevoli esperti affermano che il "single malt", ovvero il whisky prodotto da una singola distilleria e da una distillazione discontinua, sia praticamente una "invenzione" tricolore, nata cioè dal desiderio, da parte di alcuni preveggenti importatori italiani, di imbottigliare il contenuto di una singola botte. Sia come sia, quello per il whisky è, come dicevamo, un amore

vero e duraturo. Tuttavia in pochi avrebbero scommesso, quindici o vent'anni fa, che saremmo un giorno arrivati a parlare di whisky italiano nel senso di prodotto in Italia.

Invece, sull'onda di analisi di mercato per le quali i volumi di whisky sono cresciuti dell'8% nel biennio 2021-2022, su previsioni future tutte orientate a un ulteriore trend di crescita, sulle notizie di nuove aperture e anche di riaccensione di alambicchi in Scozia e sulla rinnovata popolarità del whisky irlandese, ecco che alcuni italiani si sono lanciati nell'impresa. Potendo contare su materia prima – cereali di qualità – e know how – molti produttori di whisky tricolore sono infatti esperti distillatori di grappa – i primi whisky made in Italy non

potevano tardare ancora troppo ad arrivare sul mercato.

Apripista di quello che solo oggi possiamo descrivere come un vero e proprio fenomeno è stata la famiglia altoatesina **Ebensperger**. Il loro primo Puni whisky ha visto la luce nel 2015, dopo un regolare e necessario (per legge) affinamento in legno. Un debutto a dire il vero passato quasi inosservato, se non ovviamente nell'ambiente dei cultori dell'argomento, ma un primo segnale che la strada del whisky nazionale poteva essere percorsa con successo. Il Trentino Alto Adige è ancora oggi in effetti la regione più vocata, per così dire, alla produzione del distillato di malto: nel 2016 ha debuttato infatti **Psenner**, distilleria nata nel 1947 per la

grappa, con il suo eRètico, un single malt maturato in botti ex sherry ed ex grappa. E lo scorso anno si sono uniti alla piccola pattuglia di "esploratori" la distilleria **Villa de Varda** che ha immesso sul mercato anche il primo rye whisky italiano, ovvero un distillato di segale, oltre a ben tre referenze di malto d'orzo e due special release commercializzate dal **Gruppo Eataly** e la distilleria **Roner**, altra grande firma nel mondo della grappa italiana, che in collaborazione con **Birra Forst** ha presentato il suo Ter Lignum, la cui caratteristica specifica consiste nel maturare in botti realizzate con tre tipi di legno differente: rovere, ciliegio e larice, una delle conifere simbolo dell'arco alpino. Sempre infine in



I volumi di whisky sono cresciuti dell'8% nel biennio 2021-2022, su previsioni future tutte orientate a un ulteriore trend di crescita

Trentino Alto Adige sembra essere in dirittura d'arrivo con il suo primo whisky, secondo le rivelazioni del solitamente ben informato Whisky Club Italia, anche la distilleria **Pisoni** di Pergolese mentre, dal Veneto, si è già fatto un nome il Segretario di Stato firmato da **Jacopo Poli** in quel di Schiavon, a due passi da Bassano del Grappa. Poli, famiglia di distillatori fin dal 1898, sul whisky aveva già cominciato a sognare e sperimentare da diversi anni, la prima distillazione è del 2013, dopo un viaggio in Scozia. Il suo Segretario di Stato – il nome è un omaggio al cardinale Pietro Parolin, anche lui di Schiavon, segretario di Stato del Vaticano proprio dal 2013 – riposa gli ultimi due anni, dopo il blend, in botti che hanno contenuto Amarone. Questo è uno degli elementi caratteristici in alcuni novelli distillatori italiani di whisky, ovvero l'uso di botti ex vino per l'affinamento. Lo fa ad esempio anche il sardo **Silvio Carta** che usa orzo locale e affina il "new make", ovvero il distillato giovane appena uscito dall'alambicco, in botti di castagno centenarie che hanno contenuto precedentemente il prodotto principe dell'azienda, la Vernaccia di Oristano. E lo fa in Toscana il giovane **Enrico Chioccioli Altadonna** il quale, insieme a fratello e sorella, dopo aver fatto conoscere la sua Winestillery con

MICHELE ROZZETTO



gin, vermouth, bitter e vodka ha annunciato il primo whisky alla fine dello scorso anno. Un whisky maturato in barrique che hanno contenuto i SuperTuscan che la sua famiglia, il padre è il celebre winemaker Stefano Chioccioli, produce nella zona del Chianti Classico; tra l'altro un whisky per il quale, merita di essere evidenziato, Chioccioli ha creato una piccola distilleria in pieno centro storico a Firenze.

Se il legame con il vino o la vinaccia sembra legare diversi produttori, c'è anche chi è arrivato al whisky partendo dalla birra. Emblematico il caso di **Strada Ferrata**, distilleria nata da un birrificio della Brianza, il Railroad Brewing di Seregno. Il 2024 è l'anno anche del debutto del loro primo whisky, avendo iniziato a distillare nel 2021, ma nel frattempo si sono già fatti conoscere con i loro New Make originali e, recentemente, con tre release di "whisky non ancora whisky", non avendo ancora compiuto i tre anni d'invecchiamento imposti dalla legge, ma interessanti per l'impiego di malti d'orzo differenti e legni d'affinamento diversi: malto Monaco e legno che ha contenuto un vino passito nel primo



MOLING HELMUT PHOTOGRAPHY

Molti produttori provengono dal mondo della grappa, altri da quello vino o della birra. Una caratteristica di numerosi distillatori italiani di whisky è proprio l'affinamento in botti che hanno già ospitato particolari vini



caso, malto affumicato e botti che hanno contenuto birra nel secondo e malto torbato e botti ex bourbon nel terzo. Come Strada Ferrata è nato con la birra anche **Exmu**, birrificio agricolo di Sassari che fin dall'inizio della sua avventura aveva messo nel "mirino" anche la possibilità di distillare il mosto di cereali, peraltro da loro coltivati.

Una pattuglia insomma, non ancora un esercito, ma se a questi pionieri del whisky italiano aggiungiamo i "lavori in corso" come in Veneto **Bottega**, in Piemonte **Bordiga**, in Liguria **Molino Sassello** e in Toscana **Nannoni**, che il suo whisky a dire il vero lo ha già messo in commercio, il futuro sembra abbia delle buone prospettive. È il mercato del resto che lo chiede e così come nell'ultimo decennio si sono moltiplicati all'inverosimile i gin italiani, oggi la bussola del mercato sta chiaramente segnalando un ritorno in auge per il whisky. Certo, a differenza del gin, il nobile distillato di malto richiede maggiori investimenti e maggior tempo, ma la sfida è stata raccolta e nei prossimi anni sarà sicuramente interessante seguirne le vicende. ♦

Gli assaggi



Segretario di Stato di Jacopo Poli



InQuota Mountain Rye Whisky di Villa de Varda



Ter Lignum di Roner e Birra Forst

Troppo presto ovviamente per dare giudizi definitivi sui whisky italiani. Impossibile trovare lunghi invecchiamenti e il blasone, i marchi di whisky, se lo costruiscono in decenni se non in intere generazioni. Tuttavia, avendo potuto assaggiare qualche campione tra quelli presenti sul mercato, le prospettive sono buone, a volte entusiasmanti. Svelta su tutti il **Segretario di Stato** di **Jacopo Poli**: distillazione artigianale discontinua a bagnomaria, cinque anni di invecchiamento, 43% vol e tutto il sapere che la famiglia Poli si tramanda di generazione in generazione. Un whisky sicuramente intenso, generoso, ricco di note che vanno dal fruttato al cioccolato e quel cenno di spezie che lo rende vibrante e accattivante. Così come risulta accattivante l'**InQuota Mountain Rye Whisky** di Villa de Varda, 43,2% vol, con la ruvidità della segale ammansita e ben integrata dalle note più dolci di vaniglia e di biscotto integrale e un fruttato che riporta alle mele renette. Infine, complesso e dal bouquet articolato risulta essere il **Ter Lignum**, 40% vol, nato dalla collaborazione tra **Roner** e **Birra Forst**, nel quale le note fruttate che ricordano la prugna matura sfumano in un tocco balsamico che alleggerisce il sorso.



Etivaz AOP

Un concentrato di aromi per entrare in intimo contatto con lo straordinario ambiente delle Alpi svizzere del Vaud

di **BEPPE CASOLO**

Si parla spesso dell'esterofilia tipica degli italiani, ma sui formaggi non è così. C'è infatti una scarsa propensione a scoprire le produzioni casearie straniere e normalmente il consumatore si limita a provare un numero ridotto di formaggi provenienti dall'estero, reperibili negli empori della grande distribuzione, poco selezionati e solo quando proposti a prezzo ridotto. Chi, invece, si imbatte in boutique specializzate, che selezionano e raccolgono i capolavori dell'arte casearia, ha la possibilità di scoprire produzioni raffinate, realizzate con materia prima di qualità elevata e affinate con stagionature spesso particolari e molto accurate. Prodotti francesi ma non solo. La Svizzera, ad esempio, è un Paese di grandi tradizioni casearie, dove l'attenzione alla qualità produttiva si coniuga con un'assoluta perizia nella stagionatura delle produzioni.

La varietà dei formaggi è dovuta, come per il Nord Italia, alla particolare orografia. Le montagne che solcano il territorio, separando le valli, hanno consentito di consolidare l'affermazione delle produzioni locali, caratterizzate da territori, pascoli, animali, usanze, influenze, diversi fra loro.

UN FORMAGGIO MOLTO INTERESSANTE, MA POCCHISSIMO CONOSCIUTO IN ITALIA

L'Etivaz AOP (*Appellation Origine Protégée*) è prodotto nel Cantone di Vaud nella Svizzera Francese, il cui capoluogo è Losanna. La denominazione deriva dal piccolo omonimo villaggio alpino di Etivaz. La produzione del formaggio, realizzata unicamente in alpeggio, avviene nel periodo tra il 10 maggio e il 10 ottobre in chalet ad una altitudine tra i 1000 e i 2000 metri.

Gli animali si alimentano del pascolo dell'alpe. È bandito l'uso degli insilati, mentre è consentita l'integrazione con alimenti complementari concentrati. Il latte della mungitura serale può essere parzialmente decremato, prima di essere aggiunto a quello della mattina successiva. Viene lavorato crudo direttamente nel luogo di produzione, utilizzando una caldaia di rame, riscaldata con fuoco a legna.

Per avviare la lavorazione sono utilizzati innesti di batteri lattici aziendali (lattoinnesto) o fermenti selezionati rigorosamente locali, che devono essere approvati dalla cooperativa che raccoglie i produttori di questo formaggio.

L'Etivaz AOP è prodotto a partire da latte crudo, attraverso una coagulazione che prevede l'uso di caglio animale. Una volta formata, la cagliata viene rotta in piccoli frammenti della dimensione del chicco di grano, utilizzando la "lira", un attrezzo che ricorda l'omonimo strumento musicale. Seguono il riscaldamento ad una temperatura elevata (fino a 57° C), l'estrazione della massa con un telo di lino e la messa in forma. ◆

Per facilitare lo spurgo del siero, il formaggio è sottoposto ad una pressatura della durata di almeno 20 ore. La successiva salatura può essere manuale o anche per immersione in salamoia.

Una volta poste le forme su assi di abete rosso, si procede con l'ulteriore strofinamento della superficie con sale.

Dopo 7 giorni le forme, del peso che può variare da 15 a 35 kg, sono trasferite in magazzini di grandi dimensioni con capacità di almeno 3000 forme. Sono luoghi indispensabili per ottenere la maturazione adeguata con temperature tra i 10 e i 16° C e un'umidità tra il 90 e il 95%. Qui i formaggi vengono costantemente rivoltati e trattati con spugnature di acqua e sale, promuovendo la formazione di una morchia superficiale che caratterizza in modo importante l'evoluzione del formaggio, sia per quanto riguarda la struttura, che le tipiche caratteristiche gusto-olfattive. Dopo 5 mesi può iniziare la commercializzazione, che di norma prosegue fino ad oltre un anno.

Esiste poi una selezione definita Etivaz Rebibes AOP, che prosegue la stagionatura in posizione verticale per almeno 30 mesi.

LE CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE

La cura prestata alla realizzazione dell'Etivaz è evidente già quando si osserva la forma intera, che appare di colore marrone con riflessi rossicci e la trama della tela; poi al taglio si apprezza la pasta di colore uniforme tra l'avorio carico e il giallo paglierino, con un sottocrosta di modeste dimensioni di un paglierino appena più carico. A occhio di pernice le rarissime occhiature presenti.

La pasta si presenta dura, compatta, poco elastica, leggermente deformabile e nel contempo abbastanza rigida. Dopo averla spezzata, quando la si porta al naso e poi in bocca emergono una serie di aromi con un'intensità elevata che ci trasporta altrove. Note lattiche di burro sciolto, frutta di tropicale, nocciola, leggero tostato, caramella mou, qualche nota animale, di brodo di carne, di verdura lessa e per finire una leggerissima sensazione affumicata, che ci riporta alla cottura della cagliata sul fuoco di legna.

Di grande piacere la struttura in bocca, la consistenza della pasta, che dopo un morso inizia a fondersi lentamente lasciando percepire una struttura leggermente ruvida e la presenza di alcuni cristalli di tirosina. Un'armonia gustativa dove la dolcezza conferita dalle importanti note lattiche si combina con il sale superandone di poco l'intensità; non sono presenti sensazioni acide e amare, che lasciano il posto ad un po' di umami.

Le gradevoli sensazioni avvolgenti non si concludono presto, ma si prolungano continuando a percepire un ventaglio aromatico davvero ampio. ◆

L'ABBINAMENTO DI... Luisito Perazzo



Tra Svizzera e Lombardia



L primo vino che consigliamo per l'abbinamento con una versione di Etivaz con parziale periodo di maturazione non può che essere svizzero: è una versione delicata di **Pinot Noir 2022** di Domaine La Satyre: ha un colore rosa chiaro con profumi floreali e agrumati, a cui si aggiungono sfumature minerali che richiamano l'aromaticità del formaggio, sapore e precisione sapida del vino bilanciano la tendenza dolce in un quadro piacevole e armonioso.

Se pensiamo, invece, ad un vino lombardo, possiamo attingere dalla Valtènesi con un **Riviera del Garda Classico Rosamara 2022** di Costaripa, da uve grolla a cui si aggiungono altre varietà della denominazione: è un vino aperto e godibile, dalla veste attraente con il bouquet di piccoli frutti e il sorso incisivo e avvolgente per un connubio sicuro.

Con il **Médinette 2021** del Domaine Louis Bovard, "le roi du Chasselas", ci troviamo di fronte a un altro vino del territorio di origine del nostro formaggio, questa volta ideale in abbinamento alle note lattiche dell'Etivaz più maturo e con una struttura vigorosa; agrumi e note esotiche del vino insieme a una struttura grassa eppur minerale, sono in grado di sostenere egregiamente lo spicchio.

Rimaniamo sempre in territorio vedese per bilanciare l'Etivaz Rebibes da lunga stagionatura: compattezza della pasta, aromaticità tostata, timbro sapido e decisa persistenza si abbinano perfettamente al **Dézaley Les Gradins Grand Cru 2016**, da uve chasselas, di Domaine Etienne & Louis Fonjallaz. Domaine de Mermetus consente un ulteriore abbinamento con il **Clos de Nant 2019**, ottenuto dal vitigno plan robert, un antico clone di gamay perfettamente adattato al terroir di Lavaux; un aroma iniziale di frutta rossa matura scortata da note pepate e un equilibrio di bocca sospeso tra un tannino stabile e il tratto minerale, sono ideali con questo formaggio saporoso, consistente e succulento.

Infine, torniamo nella nostra Lombardia: il **Capriano del Colle Rosso Riserva degli Angeli 2018** di Lazzari da uve marzemino, merlot, cabernet sauvignon e sangiovese, è l'ultima proposta.



Immaginare un design oleario bello, funzionale, etico e sostenibile? Si può

La bellezza della forma con cui vestire una bottiglia è importante, non soltanto per un fatto puramente estetico, ma anche ai fini della vendita

di **LUIGI CARICATO**



A ttrarre il cliente, soprattutto nel panorama odierno, sempre più inflazionato dai tanti oli in commercio, diventa un passo necessario da compiere. Lo stesso consumatore è attratto da qualcosa in grado di colpirlo pure sul piano emotivo. Si ripete un po' quello che è accaduto con il vino a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta: la svolta è avvenuta con la qualità del prodotto ma anche con la qualità dell'abbigliamento. Lo stesso processo che si è verificato con il vino si sta ora ripetendo con l'olio, con la differenza che l'olio parte da un prodotto diverso, più complesso e stereotipato. Svecchiare il modo di presentare l'olio extra vergine di oliva è gioco forzato obbligatorio: serve anche a far percepire il giusto valore da assegnare a un alimento utilizzato per decenni dal canale distributivo quale prodotto civetta, a tutti gli effetti una commodity. Ecco allora, in questa logica, l'importanza di puntare sul design. Non a un design freddo, fondato solo sull'oggetto in sé, ma su qualcosa che sia bello,

funzionale, etico e sostenibile nel medesimo tempo. Penso alla funzionalità del contenitore: riuscire ad aprire bene la bottiglia, senza particolari sforzi, versando l'olio attraverso un tappo che non faccia fuoriuscire nessuna goccia e da cui sia facile dosare anche la quantità necessaria; ammirare un'etichetta suggestiva che sia nel contempo "parlante" (un'operazione difficilissima, considerando che gli obblighi di legge rendono l'etichetta un campo minato).

Si scopre così che comunicare attraverso l'etichetta è davvero fondamentale. Faccio un esempio: alla undicesima edizione del contest di design "Forme dell'Olio" si è imposta all'attenzione l'etichetta dell'olio Bianchini, dove, per migliorare l'esperienza d'uso e garantirne la qualità, è stato inserito un bollino termovirante che segnala quando la temperatura oltrepassa i 20° C. Inoltre, sempre su questa scia virtuosa, è da segnalare il fatto che tra gli operatori oleari vi sia oggi una sensibilità di gran lunga differente rispetto al passato, per cui si sta puntando moltissimo anche

sull'alta qualità della carta autoadesiva, con etichette antimacchia sempre intonse, scelte con gran cura, considerando che una bottiglia d'olio ha in media una durata di oltre 15 giorni nell'ambito del consumo domestico. La grande novità è in un trattamento specifico, non plastico, che si aggiunge alla carta fungendo da barriera protettiva. Da qui, a seguire, vi sono altre interessanti, e per certi versi uniche, innovazioni, come quella introdotta dai fratelli Mantova, con l'olio spray. Loro sono stati dei pionieri: avvalendosi della tecnologia *bag on valve*, hanno realizzato una serie di flaconi con differenti referenze, sotto l'unico brand *Sprayleggero*. Qualcosa di veramente inedito, a testimonianza di una rivoluzione significativa nell'impiego dell'olio. In cosa consista questa novità è presto detto. Intanto in una riduzione dei consumi d'olio di circa il 90%, dal momento che un flacone da 250 ml corrisponde all'equivalente di circa tre litri di una normale bottiglia, il che non è male, anche perché, seppure gli extra vergini siano di per sé molto buoni, gustosi e salubri, la quota di grassi da assumere è bene comunque tenerla sotto controllo, senza mai eccedere. In secondo luogo, il contenitore prescelto protegge al meglio l'olio dall'aria e dalla luce. Inoltre, sul piano propriamente tecnico-funzionale, con il sistema dello spray (da tener presente: senza il ricorso a propellenti e additivi), anche gli oli più amari e piccanti, proprio in quanto vengono nebulizzati, si rivelano adatti a ogni impiego, in quanto non si perde mai l'effetto condente e la freschezza dell'olio, senza però interferire con i sapori degli altri alimenti: non si ha, insomma, l'effetto coprente tipico degli

oli dalle peculiarità sensoriali più marcate. Infine, una curiosità, quanto a efficienza: "ogni secondo di spruzzo – precisano i Mantova – eroga 1,8 ml/1,7 g (15 Kcal) di olio, ovvero la quantità sufficiente a condire ogni pietanza".

Proseguiamo. Di ulteriori esempi di design utile ne abbiamo tantissimi. Sempre al contest "Forme dell'Olio" 2024, si è imposto l'extra vergine spagnolo "Phenomenal", dell'azienda Cielo y Terra Olive, che non è soltanto un impareggiabile esempio di design d'alto livello, ma l'espressione di una grande efficacia comunicativa senza precedenti, puntando sull'alto contenuto in polifenoli attraverso una narrazione essenziale quanto incisiva. Perché, alla fine, quando si parla di design, non si fa riferimento a qualcosa di indecifrabile ed evanescente, ma a qualcosa di molto concreto e utile, incentrato necessariamente su una giusta visione etica e sostenibile, che non deve mai venir meno in qualsiasi progetto di design. Devono essere questi, infatti, i punti fermi cui ispirarsi quando si decide di vestire un prodotto unico qual è l'olio extra vergine di oliva. Per alcuni decenni si era invece perso di vista il valore di un alimento così speciale. Speciale perché la scienza medica lo ha elevato giustamente al ruolo di "nutraceutico", essendo un alimento sano, adatto per una salutare dieta quotidiana. Speciale, inoltre, anche perché, paradossalmente, non è stato mai del tutto pienamente compreso nel suo valore reale, essendo stato per troppo tempo svilito sul piano commerciale e relegato al ruolo di prodotto commodity. Non è così, l'olio oggi racconta tutta un'altra storia, tutta un'altra identità. ♦

IL CARRELLO DEGLI OLI



Masserie di Sant'Eramo
Santeramo in Colle (Bari)
"Joy"; olive Ogliarola barese. Fruttato erbaceo dai sentori di mandorla e dai richiami floreali freschi e puliti, è elegante e fine al palato, di buona fluidità e persistenza nelle note amare e piccanti sempre ben dosate.



Oleificio Bartolomei
Montecchio (Terni)
monocultivar **Leccio del Corno**. Fruttato erbaceo dai sentori di mandorla verde e mela, al palato ha buona fluidità e armonia di amaro e piccante, il gusto di carciofo e una piacevole punta piccante in chiusura.



Terre dell'Etruria
Donoratico (Livorno)
"Poesia", Igp Toscano; olive Maurino. Fruttato erbaceo dai netti richiami alla mandorla verde e al carciofo, si apre morbido e dolce al palato, con amaro e piccante progressivi, ben dosati e persistenti.



Fratelli Mantova
Broccostella (Frosinone)
"Spray", mix di varie cultivar di olive. Fruttato erbaceo, verde, dai sentori freschi e puliti. Al palato ha gusto di carciofo e altri ortaggi, è morbido ed equilibrato, con amaro e piccante ben dosati per l'effetto di nebulizzazione.



La cucina argentina

Gli argentini mangiano carne tutti i giorni e quindi la cucina di questo meraviglioso Paese vede questo alimento come il protagonista principale. Tipologie? Carne bovina in prevalenza, ma anche ovina, di pollo o di maiale

di PAOLO VALENTE

L'Argentina, uno dei Paesi più estesi al mondo, occupa la parte meridionale del continente Sudamericano e si estende per quasi 3700 chilometri di lunghezza. La sua storia è strettamente legata all'immigrazione: è il Paese che ha accolto il maggior numero di uomini e donne provenienti dall'estero, in particolare dall'Europa. Tra loro, oltre tre milioni di italiani, in parte poi rientrati in patria. Ancora oggi i cittadini di origine europea sono la maggioranza della popolazione. La cucina, conseguentemente, ha subito l'influsso delle culture gastronomiche europee, spagnola e italiana in primis. La vastità del territorio e la diversità dei climi hanno fatto il resto, influenzando le colture e le abitudini alimentari.

I PIATTI DELLA TRADIZIONE ARGENTINA

L'*Asado*, che letteralmente significa "arrostito", è il piatto più conosciuto all'estero. Si tratta di carne cotta alla brace utilizzando uno dei diversi sistemi: "a la parrilla", su una griglia orizzontale o "al spiedo" oppure "a la cruz", il metodo più tradizionale che prende il nome dalla forma del sostegno di ferro che sorregge la carne e che viene piantato nel terreno. «Ogni casa ha la sua *parrilla*» ci racconta **Lola Macaroff**, cuoca argentina da anni residente a Milano, a proposito del rito domenicale dell'*asado*. «Normalmente è presente in giardino; se una casa non ha il giardino, sul balcone, se non c'è nemmeno il balcone si va a casa di qualcuno che ha il giardino e si fa l'*asado*. Da noi, alla dome-

nica, ci troviamo tra parenti e amici stretti, magari due, tre famiglie riunite e facciamo l'*asado* tutti insieme».

L'*asador* ha un ruolo fondamentale: è colui che ha la responsabilità della brace e della cottura delle carni. Le donne, normalmente, preparano i contorni: manioca bollita, vari tipi di insalate, patate e verdure. Il tutto viene portato in tavola e ognuno si serve prendendo dai vassoi quello che preferisce. «In Argentina la carne la mangiamo ben cotta» afferma ancora la cuoca argentina relativamente alla cottura: la lenta cottura garantisce una crosticina esterna, mentre internamente rimane morbida e succulenta.

In settimana si mangia in modo più semplice, con un piatto unico. Magari un *Guiso* ovvero uno stufato con carne, verdura, cipolle, pomodori, peperoni e spezie. È un piatto tipico del Nord del Paese, preparato soprattutto

LE BEVANDE TRADIZIONALI

La bevanda nazionale argentina è il *Mate*, un infuso caldo di erba mate che viene essiccata e sminuzzata. Si utilizza in accompagnamento sia a cibi salati che dolci. L'Argentina è anche uno dei maggiori produttori di vino al mondo. La vite fu introdotta dai coloni spagnoli verso la metà del Cinquecento; il vitigno allora coltivato, localmente chiamato *criolla*, nel corso dei decenni iniziò a dare origine alle prime varietà locali, che solo verso la metà dell'Ottocento furono affiancate da varietà francesi, italiane e spagnole. Fino agli anni Novanta del Novecento, il vino argentino veniva consumato solo sul mercato interno: si trattava per lo più di vini di bassa qualità spesso venduti sfusi. In quegli anni ci si rese conto però quanto fosse facile, grazie ai terreni e al clima, ed economicamente vantaggio-

Qualche indirizzo utile

DON JUAN

Via Altaguarcia, 2
Milano

PATAGONIA

Via Ippolito Nievo, 7
Corbetta

MATAMBRE

Via Maglio del Rame, 5
Bergamo

mente vantaggioso, produrre Malbec. Arrivarono così investimenti dall'estero e la superficie vitata aumentò arrivando a oltre duecentomila ettari. Il vino argentino iniziò così ad essere distribuito in tutto il mondo grazie anche al suo ottimo rapporto qualità/prezzo.

Mendoza è l'area più importante con circa tre quarti dell'intera produzione. I vigneti impiantati alla base della catena montuosa delle Ande arrivano fino a 2000 m s.l.m.; i terreni sono poveri, ricchi di scheletro e di calcare. Il consumo di vino pro-capite si è ridotto drasticamente negli ultimi 20 anni anche a causa della crisi economica. Il Malbec, considerato vino pregiato, viene consumato prevalentemente nelle feste o nelle grandi occasioni; il Cabernet è invece un vino più accessibile e gli adulti lo bevono volentieri, di solito a cena e nei fine settimana. Gran parte dei giovani preferisce invece la birra. ♦



Il Mate viene tradizionalmente consumato nel Calabash, una zucca, essiccata e scavata



Il **Botticino DOC Più de la Tesa** di Noventa grazie alla sua buona struttura, alla freschezza e alla sapidità finale, racchiude le caratteristiche necessarie per reggere l'abbinamento con i piatti della cucina argentina.

Il **Buttafuoco dell'Oltrepò Pavese DOC Buttafuoco Storico Vigna Sacca del Prete** di Fiamberti, dopo una lunga macerazione, riposa in legno per 30 mesi: la sua struttura e la complessità aromatica che si dipana nella lunga persistenza ne fanno un prodotto ideale da abbinare all'*asado* e all'*estufado*. Spaziando fuori dalla Lombardia, l'**Amarone della Valpolicella DOCG Marne 180** della Cantina Tedeschi, con le sue note speziate e fruttate e la sua robusta struttura, riesce a interagire elegantemente con la succulenza delle carni e a reggere l'aromaticità della cottura alla griglia. Infine, ovviamente non può mancare un abbinamento con un vino argentino: è il **Malbec** in purezza di **Terrazas de los Andes**, un vino pieno e carnoso che, forse grazie proprio a questa sua caratteristica, trova nella carne il suo abbinamento perfetto.





In cagnone e alla pilota

Il ris in cagnun e il riso alla pilota sono due storiche e classiche preparazioni lombarde che esaltano una delle più famose materie prime della regione

di ANDREA GRIGNAFFINI

Sin dalla metà del 1400, il prodigioso cereale d'Oriente, *Oryza sativa*, inizia ad essere coltivato nelle terre dei signori del Po, là dove le risaie assumono dimensioni tali da delineare nuovi paesaggi e inaugurare redditizi mercati, mentre nasce quel filone gastronomico del Nord Italia di cui il riso è indiscusso protagonista. Resistente ai tempi e alle mode, tra i piatti storici più antichi, l'appetitoso riso in cagnone è tipico di Lombardia e Piemonte. Il *ris in cagnun* – dal milanese “cagnun” larva d’insetto che la forma e il colore del chicco cotto richiamano – è un primo piatto sostanzioso condito con burro nocciola e aglio, salvia e formaggio grattugiato, la cui ricetta appare per la prima volta in un testo del 1658, “Brevità di scalcheria” di Francesco Cherubini; di umili origini, vanta numerose varianti definite dagli ingredienti reperibili nelle campagne in cui si è diffuso. In comune a tutte, la cottura del riso (ideali il Baldo o l’Arborio) che va bollito e scolato lasciando i chicchi ben separati, e la preparazione del suo condimento, realizzato soffriggendo una testa di aglio in abbondante burro insaporito con la salvia. I lombardi

completano il piatto spolverizzando generosamente con Grana, mentre la tradizione biellese prevede un passaggio ulteriore, arricchendolo di due formaggi locali, toma stagionata e Maccagno, da sciogliere, ridotti a tocchetti, nel riso ancora caldo. E c’è anche una variante ligure, rossa e saporita grazie all’aggiunta del concentrato di pomodoro e alla salsiccia sbriciolata e rosolata, mentre unico nel suo genere è il riso in cagnone di Altare, paesino dell’entroterra savonese, che ha ottenuto la DeCo; il riso bollito, aromatizzato con limone grattugiato e mescolato a burro, formaggio e uova diventa il composto per una ghiotta torta salata da cuocere in forno. E non manca una contemporanea rivisitazione gourmet; Antonio Guida, chef dell’hotel Mandarin Oriental Milano, si discosta dalla ricetta originale per la tecnica di cottura, prevedendo, come si farebbe per un risotto, la tostatura dei chicchi con olio, alloro e uno spicchio d’aglio cui segue la graduale aggiunta di brodo. Il riso, mantecato con burro di Normandia, Castelmagno, Parmigiano e salvia, viene servito su una crema di riso alle erbe e completato da verdure saltate, insalatina di erbe e fiori, polvere di lamponi.

Spostandoci nel Mantovano, dove si coltiva elettivamente il Vialone nano, intramontabile è il piatto principe della tradizione locale, una rustica prelibatezza che giunse a spiccare sui nobili banchetti dei Gonzaga, protagonista di un’annosa quanto gustosa diatriba che parte dal suo stesso nome: riso o risotto alla pilota? Un dilemma cristallizzato dalle due città che se ne disputano la paternità, visto che la DeCo del 2010 di Castel d’Ario lo riconosce come “riso alla pilota” mentre Villimpenta ha depositato nel 1990 la ricetta del “risotto alla Villimpentese”. Pacifico per tutti è che il riso dei piloti o pilador – così si definivano gli operai che lavoravano il cereale negli impianti dette pile – va bollito (in origine, in un grosso paiolo di rame) con pari quantità d’acqua per circa 10 minuti; poi, a fiamma spenta, il tegame si copre con un canovaccio e un coperchio pesante, il riso cuocerà per assorbimento senza diventare coloso. Nondimeno, si converge sul condimento a base di “pistume”, carne suina non troppo magra macinata grossolanamente condita con sale, pepe e aglio – che a Villimpenta, mentre rosola nel burro, si sfuma forse con più di vino rispetto a Castel d’Ario. Uniti riso e condimento, che come ricorda la ricetta contenuta nella *Cucina mantovana di principi e di popolo* del 1963 di Gino Brunetti, se fatto “alla maniera dei piloti” deve contemplarsi in quantità ben cospicue, si mescola con vigore per un risultato rigorosamente sgranato, mai mantecato. Si prosegue cospargendo con Grana in abbondanza, facoltativo è il “puntel” (rinforzo) di braciola o costina di maiale, cotte in teglia o grigliate. E se affine è la ricetta di un’altra antica specialità, il risotto al tastasal, alter ego veronese del riso alla pilota, nella reinterpretazione moderna dello chef Tano Simonato, patron del ristorante milanese Tano Passami l’Olio, la preparazione originale si arricchisce di profumi e freschezza con l’aggiunta di rondelle di asparagi appena sbollentati, aneto e un filo di olio EVO. ♦

L'ABBINAMENTO DI... Nicola Bonera



Un'immagine sgranata di grande fascino

IL gioco di parole si collega alla tipica metodologia di cottura che lascia i chicchi di riso ben sgranati, in modo da assaporarne appieno la tendenza dolce e percepirne chiaramente la consistenza. Sono proprio questo sfumato ricordo dolciastro e la masticabilità, che generano salivazione, gli elementi primari per costruire un piacevole abbinamento; la biforcazione tra condimento “di magro”, con aglio, burro, salvia e formaggio, oppure “irrobustito” da carne di maiale, cioè l’impasto fresco del salame, o addirittura braciola o costine, definirà le caratteristiche accessorie che il vino dovrà possedere.

Freschezza, sapidità ed effervescenza costruiranno un’alleanza irresistibile, la netta tendenza dolce si troverà di fronte a corazzata e dovrà lentamente sfumare. Una lieve tannicità, o in alternativa un’alcolicità ben presente, collaborerà a stemperare la salivazione generata dalla masticazione e la notevole untuosità dei condimenti.

Le province meridionali della Lombardia sono ben note per la produzione di vini frizzanti o spumanti, bianchi, rosati o rossi. L’ampio bacino e le numerose versioni proposte permetteranno al consumatore goloso di trovare il vino perfetto: nel mantovano i vini da lambrusco, compreso l’autoctono grappello Ruberti, magari con un lieve residuo zuccherino, saranno ideali per la ricchezza del condimento, mentre l’Oltrepò Pavese e i vini da croatina, Bonarda DOP oppure no, avranno quel giusto brio per detergere adeguatamente e creare lo stimolo per un ulteriore boccone. Se salvia e aglio avranno un ruolo ancor più rilevante, anche la grazia di un Metodo Classico potrà esaltarne l’aromaticità.

1 Provincia di Mantova IGP Lambrusco Zara Red – Corte Viazza, realizzato con Metodo Charmat, lambrusco grappello Ruberti 40%, lambrusco salamino 40%, ancillotta 20%

2 Bonarda dell’Oltrepò Pavese Garzoncello Scherzoso – Alziati Annibale, vino frizzante da uva croatina

3 Metodo Classico Pas Dosé Domm Cuvée Enrico Riccardi – Nettare dei Santi, realizzato con uve chardonnay 80% e pinot nero 20%, nella zona di San Colombano al Lambro



Iginio Massari. Alla costante ricerca della perfezione

Dalla Pasticceria Veneto di Brescia al resto d'Italia. Un talento da fuoriclasse, ma sorretto da dedizione e ferrea disciplina professionale

di MARCO GATTI

«La soddisfazione è l'inizio del crollo professionale. È soddisfatto solo chi non vuole più progredire». In queste poche parole, il segreto della sua straordinaria avventura. A parlare così è Iginio Massari, classe 1942, una carriera costellata di successi, da anni autentica stella della pasticceria e figura di caratura internazionale che fa onore all'Italia per la stima che gode in tutto il mondo, dove è considerato uno dei più grandi pasticceri di sempre.

Nato a Brescia, madre cuoca e padre direttore di una mensa, Massari è cresciuto con il fascino di colori e profumi delle cose buone. A 16 anni, dopo aver lavorato qualche mese in un panificio del centro della sua città, va in Svizzera, dove sta quattro anni, acquisendo le basi di pasticceria e cioccolateria. Qui gode del privilegio della umanità e sapienza del Maestro Claude Gerber. Concluso il suo percorso di formazione, rientra in Italia. Un serissimo incidente stradale lo costringe a una forzata immobilità, ma la sua voglia di fare lo vedono comunque al fianco del signor Barzetti, noto industriale alimentare, che, pur di averlo in squadra, lo manda a prendere ogni giorno dal fratello Luigi.

Inizia un percorso che lo porterà, prima, alla Bauli, dove arricchisce le sue conoscenze sulle paste lievitate. Poi a Brescia, quale responsabile e capopasticcere dei Fratelli Cervi. Quindi, dal 1969, per due anni, alla Star di Agrate come dirigente tecnico del settore artigianale e industriale. Il 1971 è l'anno della svolta. Con la moglie decide di aprire a Brescia la Pasticceria Veneto. È l'inizio di un cammino che gli varrà la fama di più grande Maestro Pasticcere italiano nel mondo, con il merito di aver saputo elevare la cultura della pasticceria italiana alla sua massima espressione. «Il cibo non dev'essere

solo buono, ma dev'essere bello, elegante e coinvolgente». Questa la sua filosofia. Che vive nelle boutique del gusto che ha inaugurato, e che oltre a Brescia, dove ha sede la Pasticceria Veneto, vedono le sue pasticcerie con l'insegna Galleria Iginio Massari, presenti anche a Firenze, Milano, Roma, Torino e Verona. E a cui sono ispirate le sue creazioni, definite da uno stile unico, dove convivono arte e scienza, sensibilità e conoscenza tecnica, rigore e passione. La sua pasticceria è un connubio di creatività, attenta selezione delle materie prime, cura "maniacale" del dettaglio. Tra i suoi capolavori, due su tutti: gli ormai iconici e celeberrimi panettone e colomba, che a Natale e Pasqua sono contesi dai gourmet di tutti i continenti, e che portano la sua firma, caratterizzandosi per il sapiente bilanciamento tra tradizione e innovazione. Autentico punto di riferimento per i colleghi del panorama dell'Alta Pasticceria mondiale, il Maestro Massari è anche entrato nel cuore del grande pubblico, grazie alla sua capacità di parlare alla gente, attraverso interviste e partecipazioni a trasmissioni televisive. Personalità forte e umana allo stesso tempo, dopo una lunga carriera costellata di successi, con oltre 300 tra concorsi vinti, premi e riconoscimenti nazionali e internazionali. Massari, affermatosi per talento senza eguali, dedizione e ferrea disciplina professionale, continua a stupire e a essere di esempio soprattutto per le nuove generazioni, perché, invece di cullarsi sugli allori, è tuttora impegnato in innumerevoli progetti, cui lavora per il futuro, in primis quelli dedicati al miglioramento della cultura dei pasticceri artigiani. Con una curiosità e una volontà di migliorarsi ogni giorno che fanno invidia a un esordiente. E la sua lezione più importante è forse questa: non smettere mai di ricercare la perfezione. ♦



► Approvata la "Legge Massari" che istituisce la figura di Maestro dell'arte della cucina italiana

Dopo il sì della Camera, lo scorso aprile il Senato ha approvato la "Legge Massari". Dagli anni Novanta, infatti, il Maestro Pasticcere bresciano dialoga con il governo per una norma che riconosca e tuteli gli artigiani più meritevoli del mondo del food, come già avviene in altri Paesi. La legge istituisce la figura di Maestro dell'arte della cucina italiana, riconoscendo ufficialmente i mestieri di pasticcere, chef e artigiano del cibo. Ogni anno il Presidente del Consiglio premierà un rappresentante per ogni settore - gelateria, pasticceria, cucina, vitivinicoltura, olivicoltura e arte casearia - individuato da una giuria di professionisti presieduta da Massari. Tra i requisiti, almeno quindici anni di comprovata esperienza nel settore di riferimento, casellario giudiziario immacolato, tasse e contributi in regola.



Dalla Pasticceria Veneto di Brescia, l'iconica arte del Maestro Massari è approdata in numerose città e, grazie all'e-commerce, raggiunge tutto il mondo. Indispensabile il supporto della figlia Debora, anche lei Maestro Pasticcere, che ha contribuito molto allo sviluppo del brand



Ingredienti e valore energetico: anche per i vini le indicazioni in etichetta

Il Regolamento UE n. 2117 del 2021 adegua anche il vino e i prodotti vitivinicoli aromatizzati alle norme comunitarie: fornire ai consumatori informazioni sugli ingredienti e nutrizionali semplici e codificate

di PAOLA MARCONE

«**M**editate gente, meditate!». Questo era l'appello che negli anni Ottanta Renzo Arbore rivolgeva ai consumatori in una famosa campagna pubblicitaria, promossa per far conoscere le diverse qualità della birra mentre uno slogan finale recitava: "Birra. E sai cosa bevi!", a garantire lapidariamente affidabilità e trasparenza sul contenuto del prodotto.

Sono passati una quarantina di anni da allora e quello che un tempo era un brillante messaggio promozionale che rassicurava il consumatore sulle caratteristiche di una bevanda alcolica, con lo sguardo di oggi sembra essere la preistoria di tutte le politiche comunitarie che hanno accolto la necessità sempre più crescente per i consumatori di avere informazioni precise, facilmente comprensibili ma soprattutto legalmente garantite sul contenuto e la

qualità dei prodotti acquistati.

Questo praticamente in ogni settore merceologico, non ultimo quello alimentare, vino compreso, dove le esigenze di tutela anche dal punto di vista salutistico hanno imposto nell'ultimo decennio una spinta decisiva alle politiche regolatorie dell'Unione Europea.

Nell'ambito enogastronomico, infatti, il percorso normativo comunitario, partito alla fine degli anni Settanta, ha visto un significativo traguardo con la pubblicazione nel 2011 del Regolamento n. 1169, relativo alla fornitura di informazioni ai consumatori (FIC), anche se nel documento le bevande di grado alcolico superiore a 1,2% vol erano state esentate dal riportare in etichetta la lista degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale, "viste le specificità delle bevande alcoliche" ed essendosi ritenuto opportuno "invitare la Commissione ad analizzare ulteriormente i requisiti riguardanti le informazioni per tali prodotti".

Il frutto di questo lavoro di approfondimento, durato praticamente un decennio, è stato oggi definito nel Regolamento UE n. 2117 del 2021, che ha introdotto anche per i vini prodotti dopo l'8 dicembre 2023 l'obbligo di dichiarare in etichetta il valore energetico e l'elenco degli ingredienti.

Il che significa che sono esclusi dalla nuova disciplina solo i vini che a quella data già abbiano soddisfatto tutti i requisiti e le regole di etichettatura previsti dalle precedenti norme e che quindi possono continuare ad essere immessi sul mercato fino ad esaurimento delle scorte.

Per tutte le nuove produzioni, invece, è scattato l'obbligo di informativa, che permetterà ai consumatori di sapere cosa bevono e, eventualmente, di meditare sulle proprie scelte.

LE POLITICHE COMUNITARIE ALLA BASE DELL'ETICHETTATURA DEGLI ALIMENTI

La protezione dei consumatori costituisce uno degli obiettivi cardine del sistema legislativo dell'Unione Europea, tanto che il trattato sul suo funzionamento stabilisce che l'Unione deve contribuire a garantirne un livello elevato che tenga conto della salute dei consumatori e assicuri il loro diritto all'informazione, anche perché, come sottolineato nel Regolamento FIC del 2011, "le scelte dei consumatori possono essere influenzate, tra l'altro, da considerazioni di natura sanitaria, economica, ambientale, sociale ed etica".

La legislazione alimentare europea, quindi, fonda le proprie radici sul principio generale per cui ai consumatori deve essere permesso di compiere scelte consapevoli in relazione agli alimenti che consumano, prevenendo qualunque pratica in grado di indurre in errore.

Il percorso che ha portato alla normativa attuale ha preso il via dal riavvicinamento delle legislazioni degli Stati membri

a partire dalla fine degli anni Settanta, sino ad arrivare negli anni Novanta a una disciplina unitaria sull'etichettatura nutrizionale dei prodotti alimentari, ad eccezione, come detto, delle bevande con gradazione superiore a 1,2% vol.

Il Regolamento FIC del 2011 costituisce un aggiornamento di questo sistema regolatorio, con il dichiarato intento di razionalizzare la normativa, "di agevolarne il rispetto e aumentare la chiarezza per le parti interessate, modernizzandola allo scopo di tenere conto dei nuovi sviluppi nel settore delle informazioni sugli alimenti".

Anche l'esigenza di dare maggiore impulso alle strategie sanitarie e di sostenibilità ambientale messe in campo dall'Unione Europea ha indubbiamente avuto un peso rilevante sulle scelte regolatorie che pongono in posizione privilegiata il diritto del consumatore all'informazione.

Il nuovo regolamento è entrato in vigore lo scorso 8 dicembre. Solo i vini prodotti prima ne sono esentati e possono essere commercializzati fino a esaurimento scorte

Nel 2018 (in Italia dal 1 dicembre 2023 e anche per i vini) è stato, infatti, introdotto l'obbligo di etichettatura ambientale degli imballaggi, proprio con lo scopo di facilitare la raccolta, il riutilizzo, il riciclaggio e fornire una chiara informazione ai consumatori sulla destinazione degli imballaggi stessi a fine vita, mentre per quanto riguarda le indicazioni nutrizionali sin dal 2007 il Libro Bianco della Commissione Europea dedicato all'approfondimento degli aspetti sanitari connessi all'alimentazione, al sovrappeso e all'obesità segnalava come l'etichettatura nutrizionale fosse uno dei metodi principali per informare i consumatori sulla composizione degli alimenti, soprattutto con riferimento a elementi come i grassi saturi, gli zuccheri o il sodio.

Sul punto quindi il Regolamento FIC del 2011 chiarisce come la presentazione obbligatoria sull'imballaggio di informazioni sulle proprietà nutritive abbia il preciso scopo di "supportare azioni dietetiche in quanto parte delle politiche

sanitarie pubbliche”.

Da qui, la necessità di obbligo di leggibilità del testo informativo (compresi carattere, colore e contrasto) ma anche comprensibilità del messaggio (“È quindi opportuno che l’etichetta rechi il termine «sale» invece del termine corrispondente della sostanza nutritiva «sodio»), mentre per quanto riguarda la presenza di additivi alimentari, coadiuvanti tecnologici e altre sostanze con effetti allergenici o di intolleranza scientificamente dimostrati o prodotti (come potrebbero essere il lattosio o i solfiti) è richiesto obbligo di specifica segnalazione.

In coerenza quindi con l’intento di fornire al consumatore finale le basi per effettuare scelte nutrizionali consapevoli per mezzo di informazioni semplici e ovviamente prive di contenuto che possa indurre in errore, il Legislatore europeo ha anche introdotto la possibilità, in via aggiuntiva e facoltativa, di indicare il valore energetico e le quantità di

La dichiarazione nutrizionale in pillole



■ deve indicare in quest’ordine: valore energetico, grassi (di cui saturi, ...); carboidrati (di cui zuccheri, ...); proteine; sale;

■ riporta valori medi secondo specifiche indicate dal Legislatore anche con soglie di tolleranza;

■ è in formato tabella se lo spazio è sufficiente o è utilizzato uno strumento digitale, altrimenti ha formato lineare;

■ nei casi in cui il valore energetico o la quantità di sostanze nutritive siano trascurabili indica diciture tipo “contiene quantità trascurabili di...” riportate immediatamente accanto alla dichiarazione nutrizionale. In caso contrario, deve indicare tutti gli elementi obbligatori anche quando il loro tenore è pari a zero.

sostanze nutritive con forme o simboli grafici oltre a parole o numeri. Attualmente la regolamentazione non è però ancora riuscita a raggiungere un’armonizzazione ed è quindi lasciata ai singoli Stati membri, che hanno adottato diverse grafiche semplificate (come il Nutri-Score, sviluppato in Francia, o la Nutrinform Battery italiana).

Ad ogni modo oggi il quadro normativo non può prescindere dalle politiche interdisciplinari comunitarie come quelle del Green Deal, presentato nel 2019 per una transizione verde e il raggiungimento della neutralità climatica entro il 2050, e del piano Farm to Fork predisposto per la transizione del sistema alimentare verso la sostenibilità mediante 27 misure, legislative e non, da attuare entro il 2030.

Proprio in quest’ottica quindi anche il settore vitivinicolo ha dovuto dare seguito all’approfondimento a suo tempo richiesto dalla Commissione europea per dare adeguata informazione nutrizionale e di ingredienti ai consumatori, tenendo anche conto delle varie risoluzioni del Parlamento volte a ridurre i danni derivanti dal consumo di alcol, segnatamente tra i giovani e i soggetti vulnerabili.

LE PARTICOLARITÀ DELL’ETICHETTATURA NUTRIZIONALE DEI VINI

Dopo che il Regolamento FIC del 2011 aveva escluso le bevande di grado alcolico superiore a 1,2% vol dalle dichiarazioni nutrizionali e di ingredienti, nel 2017 la Commissione Europea aveva ipotizzato che gli operatori del settore potessero autoregolamentarsi mediante la presentazione entro un anno di un’apposita proposta.

Le associazioni di settore, tuttavia, pur indicando nell’etichetta elettronica la strada per adempiere all’informativa da rendere ai consumatori, chiesero che fosse un atto legislativo a dettare norme vincolanti per i produttori, in modo da perseguire più efficacemente gli obiettivi prefissati dalle politiche comunitarie già espressi in via generale per tutti gli alimenti.

Del resto, anche nella consultazione pubblica che la Commissione Europea ha avviato tra il Dicembre 2021 e il Marzo 2022 per sondare l’opinione in vista di una prossima revisione del Regolamento FIC, una percentuale che varia dal 67 al 94% degli interessati di diverse categorie (cittadini, operatori di settore, referenti istituzionali) ha confermato di essere fortemente d’accordo sull’opportunità di un’etichettatura delle bevande alcoliche in linea con la generalità dei prodotti alimentari.

Con il Regolamento n. 2117 del 2021 quindi anche il vino e i prodotti vitivinicoli aromatizzati hanno oggi l’obbligo di fornire dichiarazioni sugli ingredienti e nutrizionali secondo quanto già previsto dal Regolamento FIC.



La lista degli ingredienti in pillole

* per Ingrediente si intende “qualsiasi sostanza, compresi gli additivi alimentari, utilizzata nella fabbricazione o nella preparazione di un prodotto alimentare e presente nel prodotto finito anche se in forma modificata”;

* per Additivo Alimentare si intende “qualsiasi sostanza abitualmente non consumata come alimento di per sé e normalmente non utilizzata come ingrediente caratteristico di alimenti, con o senza valore nutritivo, la cui aggiunta intenzionale ad alimenti per uno scopo tecnologico (anche organolettico) nella fabbricazione, nella trasformazione, nella preparazione, nel trattamento, nell’imballaggio, nel trasporto o nel magazzinaggio di tali alimenti, abbia o possa presumibilmente avere per effetto che

la sostanza o i suoi sottoprodotti diventino, direttamente o indirettamente, componenti di tali alimenti o altrimenti influiscano sulle caratteristiche di tali alimenti. Il termine non include i “contaminanti” o sostanze aggiunte agli alimenti per mantenerne o migliorarne le qualità nutrizionali”;

* per Coadiuvante Tecnologico si intende “una sostanza o un materiale, eccetto le apparecchiature o gli utensili, non consumata come ingrediente alimentare in sé, utilizzata intenzionalmente nella trasformazione di materie prime, alimenti o loro ingredienti, per rispettare un determinato obiettivo tecnologico in fase di lavorazione o trasformazione e che può dar luogo alla presenza non intenzionale ma inevitabile di residui o di suoi derivati nel

prodotto finito anche se in forma modificata”;

* la classificazione come additivi alimentari o coadiuvanti tecnologici è fatta in base alla funzione tecnologica (per esempio antiossidante, conservante, correttore di acidità, stabilizzante, sequestrante, attivatore di fermentazione, chiarificante, antischiuma, enzima);

* i residui non sono considerati ingredienti; additivi ed enzimi alimentari sì;

* i coadiuvanti tecnologici devono essere dichiarati solo se provocano allergie o intolleranze e possono essere ancora presenti nel prodotto finito;

* i lieviti utilizzati come coadiuvanti tecnologici non devono essere elencati

come ingredienti, le manno-proteine di lieviti; essendo utilizzate come additivo, si.

* il mosto d’uve concentrato, il mosto d’uve concentrato rettificato e il saccarosio devono essere compresi fra gli ingredienti, quando usati per dolcificazione/arricchimento;

* il termine “uve” è utilizzato per indicare le uve/il mosto d’uve utilizzati come materie prime;

* la lista degli ingredienti è preceduta dalla parola “ingredienti” elencati in ordine di peso decrescente, così come registrato al momento del loro uso nella produzione; gli ingredienti che costituiscono meno del 2% del prodotto finito possono essere elencati in un ordine differente, dopo gli altri ingredienti.

Tali informazioni inoltre devono seguire la normativa specifica sulla presentazione delle indicazioni obbligatorie da rendere in etichetta per i vini e quindi devono figurare sul recipiente nello stesso campo visivo delle altre indicazioni obbligatorie e in modo da poter essere lette simultaneamente con caratteri indelebili.

Considerato tuttavia lo specifico spazio utilizzabile sull’etichetta applicata alla bottiglia, il Regolamento consente ai produttori, in via di eccezione rispetto agli altri alimenti, di limitare il contenuto della informativa in etichetta al solo valore energetico, espresso utilizzando il simbolo ‘E’, e di mettere a disposizione la dichiarazione nutrizionale completa con l’elenco degli ingredienti in formato digitale per mezzo di un apposito link o QR code da indicare, questo sì, in etichetta.

Il tutto, però, sempre a condizione che venga evitata qualsiasi raccolta o tracciamento dei dati dei consumatori che

accedono alle dichiarazioni e che non si approfitti del mezzo per dare informazioni a scopi commerciali.

La facoltà di ricorrere al formato elettronico è comunque esclusa per le sostanze che provocano intolleranze o allergie, trattandosi di informazioni da riportare necessariamente in etichetta.

In definitiva, quindi, le nuove norme allineano il vino ai prodotti alimentari ma, consentendo l’utilizzo di strumenti digitali, dovrebbero rendere agevole per i produttori il dare indicazioni e al contempo riuscire a garantire il sostanziale rispetto del diritto all’informazione del consumatore.

Diritto che ormai anche nel mondo del vino è sempre più di rilievo, perchè conoscere metodi produttivi e ingredienti utilizzati non solo permette di valutare la qualità del vino ma consente ai consumatori anche di considerarne l’impatto sulla sostenibilità ambientale e sulla propria salute. ♦

VINO & PODCAST:

una questione di linguaggio, scrittura e target

Da tempo il mondo del vino si sta confrontando con la cosiddetta audible revolution. Ma come affrontare questo nuovo media in modo centrato e professionale, in base agli obiettivi da raggiungere?

di RAFFAELE CUMANI



Negli ultimi anni capita sempre più spesso di ascoltare le grandi storie del vino non solo nei nostri wine bar preferiti, ma anche e sempre di più sui nostri dispositivi mobile. La parola *podcast*, unione dei termini *iPod* e *broadcast*, ha fatto la sua comparsa nel 2004, ma è soprattutto negli ultimi anni che questi contenuti hanno cominciato a rappresentare una nuova occasione di racconto, diffusa ed efficace, grazie anche all'affermarsi di nuove soluzioni tecnologiche e piattaforme distributive che rispondono alla sempre crescente fame di contenuti digitali.

Si tratta di produzioni audio originali di vario tipo, spesso di natura seriale, fruibili *on demand* in rete. Sono cioè gli ascoltatori a decidere cosa e quando ascoltare. Il fenomeno si iscrive nella tendenza a occupare "la dieta" media degli utenti in modo sempre più pervasivo: se video e parole scritte hanno bisogno della nostra attenzione visiva, l'audio può invece essere fruito anche mentre stiamo svolgendo altre attività. A tutti noi, infatti, sarà certamente capitato di viaggiare per i territori vitivinicoli italiani o scegliere la prossima bottiglia da degustare, ascoltando una calda voce narrante durante un percorso in auto o mentre cuciniamo la nostra cena.

L'*audible revolution* sta toccando sempre più settori e anche il mondo del vino non è rimasto indifferente. I tentativi di raccontarlo sono stati molteplici con approcci e produzioni molto diverse fra loro, dalla riproposizione delle news, all'intervista, all'approfondimento, alla didattica, all'esplorazione di territori e cantine.

COINVOLGERE "SENZA AULICITÀ"

Su **Vinonews24**, rivista online dedicata alle news del vino, nel 2020 nasce un podcast improntato totalmente proprio sulle notizie, una sorta di giornale radio in pillole. «Quando è partito il progetto Vinonews24, è nato in modo naturale anche il podcast per rendere le notizie più fruibili» ci spiega **Federica Borasio**, redattrice e podcaster della testata. «L'idea era quella di spogliare l'articolo di ogni componente istituzionale. Le news su podcast si sono prefigurate come uno strumento interessante per andare a colpire un pubblico diverso da quelli

Federica Borasio di Vinonews24 suggerisce un racconto scevro dai toni aulici, che sappia coinvolgere l'ascoltatore



VINO NEWS24
IL PODCAST DEL VINO ITALIANO

che tradizionalmente leggono le notizie: chi ascolta è tendenzialmente più giovane, curioso, formato e predisposto all'apertura verso il mondo del vino». La fruizione di un podcast, secondo Federica Borasio, è infatti più informale, diretta e pensata per persone che ascoltano quando ne hanno voglia. «L'ascolto può essere però distratto, bisogna quindi parlare in modo più coinvolgente per mantenere alta l'attenzione dell'ascoltatore. Spogliarsi innanzitutto di aulicità. L'audio ti permette di raccontare delle storie, perché il vino non è solo tecnica, si può raccontare anche in modo più romantico coinvolgendo i protagonisti facendogli raccontare il vino. La direzione che abbiamo intrapreso oggi è proprio quella di approfondire».

L'IMPORTANZA DELLA SCRITTURA E DEGLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE DA RAGGIUNGERE

Graziano Nani, wine blogger e creativo, oggi content lead di Chora Studio, divisione di **Chora Media**, prima podcast company italiana, punta sulla centralità del coinvolgimento e le possibilità di approfondimento. «Un podcast, in termini di battute scritte, è un super *long form*, qualcosa che sarebbe lunghissimo da leggere ma in cui l'audio ti permette una fruizione più leggera e soprattutto non dedicata. Puoi ascoltare anche

mentre fai altro. In particolare, sull'approfondimento l'ascolto aiuta moltissimo chi consuma il contenuto. Aumenta il coinvolgimento con la scelta delle musiche, si crea un livello di intimità molto alto, uno spazio riservato e diretto tra chi ascolta e chi parla».

È però importante ragionare sugli obiettivi della scrittura di un podcast. «In generale, quando produci un progetto editoriale ragioni per obiettivi e per pubblici cui rivolgerti. Lo stesso vale per i podcast. Ad esempio, il progetto "La Retroetichetta" nasceva del 2021 per parlare di comunicazione del vino insieme a **Jacopo Cossater** e **Francesco Minetti**. Volevamo portare tre punti di vista: il giornalista, il consulente e il creativo/blogger. Un talk per addetti ai lavori, che non scrivi ex-ante, ma dove devi lasciare spazio alla spontaneità. Oggi "Vino vicino" nasce invece con presupposti differenti: raccontare in pillole di pochi minuti i vini che troviamo nel nostro quotidiano, fornendo anche nozioni didattiche. Che differenza c'è ad esempio tra Chianti e Chianti Classico? Come nasce il Barolo? Perché non spiegare questi concetti a tutti? La scrittura sarà perciò semplice, utilizzando termini non tecnici. Anche l'appassionato ripassa, lavorando



Che cosa comunicare e a chi rivolgersi, questi i cardini dell'impianto di un podcast, parola di Graziano Nani di Chora Media



DANIELE CIRUOLO



così su due target differenti. La comunicazione, anche quella del vino, è un ecosistema in cui aggiungere il podcast agli altri touchpoint. Per chi come noi lavora anche con partner, il senso è creare storie insieme al committente in un modello in cui le aziende si rendono abilitatrici di un contenuto di valore che possa far riflettere sui valori da comunicare aggiungendo i podcast al panel dei mezzi a loro disposizione».

IL TARGET, IL LINGUAGGIO, IL TONO DI VOCE

E proprio con Chora Media **Ca' del Bosco** ha realizzato "Vite nel bosco", storia della famosa *maison* della Franciacorta, un bell'esempio di racconto pensato e prodotto per il mezzo, arricchito anche dalla presenza di testimonianze e voci di grande valore. «Siamo partiti dall'idea di dare un taglio diverso al racconto del vino per un pubblico appassionato, nella convinzione che comunicare solo ai tecnici potesse rivelarsi un errore» ci racconta **Maurizio Zanella**, fondatore e presidente dell'azienda franciacortina, ripercorrendo la genesi del progetto. «Questo, in molti casi, spaventa il consumatore che vuole bere con attenzione ma in maniera gioiosa. Partendo da questa autoanalisi, volevamo incuriosire il consumatore con una storia vera. E per raccontarla il

podcast ci sembrava lo strumento adeguato. Ci siamo sentiti un po' pionieri nell'utilizzare uno strumento nuovo e questo ci ha fatto ragionare sull'importanza di trovare un partner che potesse accompagnarci a livello tecnico-narrativo. La collaborazione con Chora Media ha fatto sì che un racconto unico fosse ascoltabile da tutti. Il primo assunto infatti deve essere capire a chi ti rivolgi, quindi utilizzare un linguaggio appropriato e un tono di voce giusto. Abbiamo cercato di arrivare al grande pubblico senza *technicality* enologiche».

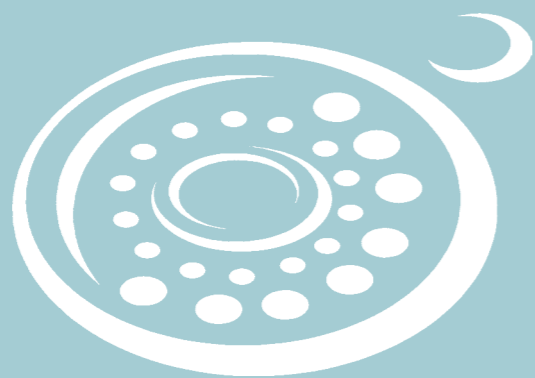
La scrittura anche nei podcast è fondamentale, ma ha caratteristiche diverse rispetto agli altri media. «In passato avevamo realizzato anche video importanti, che non hanno però la stessa capacità di calarsi nel contenuto – continua Zanella –. Con l'audio l'utente si mette le cuffie e decide di ascoltare volontariamente quel contenuto. Una scelta immersiva: si decide, si sceglie e in più ci si isola perché si vuol comprendere a fondo i contenuti come in una chiacchierata. Si guadagna in termini di possibilità di approfondimento. Lo svantaggio è, però, il numero di ascoltatori, ancora limitato. Per questo è importante realizzare podcast che non invecchino, in modo che nel tempo lo stesso contenuto possa essere ascoltato da un numero crescente di utenti».

Una storia vera, raccontata con emozione. Così nasce Vite nel Bosco, il podcast sulla storia della famosa *maison* franciacortina

UNO STRUMENTO IN PIÙ PER IL MONDO DEL VINO, MA DA STUDIARE CON PROFESSIONALITÀ. Coinvolgimento dell'utente e intimità, unite alla straordinaria possibilità di approfondimento di temi anche complessi come quelli del mondo del vino. I podcast stanno entrando sempre più nella nostra quotidianità di winelovers, proiettando l'ascoltatore in una dimensione di fruizione riservata e di grande vicinanza a chi racconta. Sembrano queste le chiavi del successo di prodotti che puntano sempre più su scrittura e produzioni di altissimo livello, la cui immediatezza e facilità di ascolto sono frutto di un impianto studiato millimetricamente. Ma alla specificità del mezzo si aggiunge, come per tutti gli altri media tradizionali, la necessità di porre la propria attenzione ai pubblici a cui ci si rivolge e al tono di voce da utilizzare. Ancora una volta, parlando di comunicazione del vino, è importante la consapevolezza di chi siamo e a chi vogliamo parlare, ogni nuova opportunità non prescinderà da questa riflessione iniziale.

Quello che è certo però è che oggi cantine e wine expert hanno una chiave in più di racconto efficace e pervasivo per far sentire la propria voce da affiancare ai molteplici strumenti della comunicazione digitale e tradizionale già in loro possesso. ♦





**Apri le porte
dell'Associazione Italiana Sommelier
a una persona a te cara
regalando la tessera o un corso
per sommelier AIS!**



Per informazioni contatta **AIS Lombardia**
sede@aislombardia.it
tel. 02 29010107

sommelier al lavoro

a cura di
Anna Basile e Anita Croci





Obicà
Food Hall 7° Piano
Rinascente Milano
Piazza Duomo
02 8852453
duomo@obicà.com

Orari di Apertura:
lunedì/sabato: 9 - 00
domenica: 9.30 - 00
Aperitivo: tutti i giorni
dalle 17 alle 20

Farheen Bibi Assenally

«Sono una persona disciplinata e precisa. Mi piace portare a termine un compito alla perfezione: il rituale della stappatura, per esempio, va fatto seguendo tutti i passaggi. Non si può essere approssimativi». Determinazione e rigore: ecco il segreto di **Farheen Bibi Assenally**, sommelier ventinovenne originaria delle Isole Mauritius. La sua carriera comincia a Expo, dove ha scoperto «quanto può essere sfaccettato il mondo del vino». Sei mesi di incontri, narrazioni e confronto: «non so se ho dato di più o se ho ricevuto

di più da questa esperienza: la bilancia oscilla ma credo che il risultato sia nel mezzo, è stato uno scambio tra me, il vino e le migliaia di persone che ho incontrato e con cui ho esplorato il paesaggio enoico italiano». Nel 2016 Bibi si iscrive ai corsi per sommelier AIS e dopo due anni ha il diploma. Comincia a collaborare con la delegazione di Milano entrando nel gruppo servizi: «i banchi di degustazione, i corsi e la vicinanza ai colleghi della squadra mi hanno insegnato tantissimo. Fare significa imparare, soprattutto se hai accanto relatori e relatrici che ti ispirano

con la loro professionalità e ti invogliano a conoscere di più». Poi è iniziato anche il percorso per diventare degustatrice. «Sì. Durante un banco dedicato al malbec ho capito che avrei dovuto approfondire la tecnica di degustazione: mi sono allenata per mesi con maestri come Luisito Perazzo. Ho studiato, assaggiato, esplorato l'universo che c'è in un calice. L'esame è stato impegnativo, ma ce l'ho fatta».

Bibi ha continuato a lavorare durante gli studi in AIS: «Obicà Duomo Rinascente, Pasticceria Marchesi 1824, DG Martini, Langosteria

Bistrot, Terrazza Triennale: ognuna di queste esperienze è stata illuminante per la mia formazione. La passione per il vino era lì in attesa di trovare la giusta collocazione lavorativa, ma io continuavo a perfezionare tutto il resto: relazionarmi con gli altri, affinare l'intuito per prevenire problemi, gestire la sala. La mia vera palestra per il vino è stato il ristorante Terrazza Triennale. Il sommelier mi lasciava consigliare i clienti, proporre abbinamenti o suggerire un calice. Ora che sono tornata in Obicà come sommelier e hospitality manager faccio tesoro di tutto quello che ho appreso».

Tra masterclass e degustazioni, Bibi si destreggia tra clienti di ogni tipo. «Italiani esigenti, turisti che vogliono godersi le guglie del Duomo, stranieri che vengono in Rinascente per fare shopping e passano per un bicchiere. Le richieste sono tante e io sono diventata brava a capire quelle di ognuno». Un vino in particolare che ami consigliare? «Il passito di Pantelleria Abraxas di Tenute Scudieri, un vino che conquista per la freschezza e la struttura morbida e armoniosa. Mi piace proporlo con la caprese di cioccolato fondente e lamelle di mandorle di Obicà. Un abbinamento da manuale». A proposito di manuali, non avrai mica smesso di studiare? «Per niente! Ho da poco terminato il corso per sostenere l'esame di relatore per la lezione sui vini passiti, liquorosi e aromatizzati. Non si finisce mai di imparare».

di Anna Basile

Tra le citazioni più abusate di Albert Einstein c'è quella che le opportunità si rivelino proprio nel mezzo delle difficoltà. Capita così che nell'annus horribilis 2020, con il Covid-19 che ha messo in crisi diversi comparti lavorativi e in particolare quelli del settore Horeca, molti lavoratori si siano ritrovati a scontare un forzato tempo libero, che per alcuni si è rivelata l'occasione di approfondire vecchie passioni e sondare nuove opportunità lavorative. È il caso di **Simone Bonacina**, ventunenne all'epoca, un diploma all'alberghiero con specializzazione in pasticceria ma con la vocazione, come dice lui, «a saltare al di là del bancone», ovvero in sala. «Improvvisamente mi sono ritrovato in cassa integrazione e ho voluto investire quel tempo nello studio. Ero già appassionato di birra e sono partito da lì, poi è arrivato il vino».

Neodiplomato sommelier nel 2023, un'occasione fortuita lo porta a incrociare il percorso di un'altra giovane ma storica realtà: il ristorante RetroBottega, la proposta ristorativa della Salumeria Macelleria Beccalli di Costa Masnaga, inaugurato proprio nel febbraio 2020. Dieci tavoli per un massimo di trenta coperti e la possibilità, su prenotazione, di cenare nella storica cantina a volte. «Anni fa è stata proprio la ristrutturazione della cantina e la conseguente consapevolezza del suo valore storico e culturale a dare l'impulso – anche



Simone Bonacina

Salumeria Macelleria Beccalli

Via XXV Aprile, 58 - 23845 Costa Masnaga (LC)
031 855068 - 377 0860651 - info@macelleriabeccalli.it

Orari di Apertura: Macelleria, Salumeria, Enoteca: martedì/sabato 7:30-12:30, 15:30-19:30

Ristorante: lunedì 12:00-15:00, martedì/sabato 12:00-15:00, 19:00-22:00

pratico, viste le condizioni di umidità e temperatura pressoché costanti – di affiancare alla bottega l'enoteca, seguendo le inclinazioni del titolare, che è enologo e sommelier».

Con queste premesse il ristorante pare la chiusura del cerchio, per divulgare una filosofia che Simone, maître e sommelier, coltiva e abbraccia pienamente. «Oggi,

proporre piccole produzioni artigianali di qualità che siano peculiari di uno specifico territorio sembra andare incontro a una moda, ma per noi, semplicemente, riflette quello su cui la Macelleria ha sempre fondato la propria identità». Circa settemila etichette per una carta prevedibilmente a trazione rossista: «Tante declinazioni del nebbiolo, dalla Valtellina all'Alto Piemonte alle Lan-

ghe; ma anche una vasta scelta di vini toscani per andare incontro a chi non rinuncia al binomio fiorentina-Chianti Classico». Se l'Italia quota la maggiore, non mancano certamente gli Champagne, ma la proposta estera offre ben più vasti orizzonti. «Romania, Ungheria, Slovenia, Croazia, Slovacchia ... mi appassiona l'Est Europa, il fatto che siano spesso territori estremi dove produrre vino, anche dal punto di vista pedoclimatico. Mi piace raccontarli e farli conoscere, sono prodotti che stupiscono i clienti e anche me stesso». Il Dna da pasticciere non tradisce: «Amo molto i vini dolci e in particolare quelli da uve bottrizzate, soprattutto i Tokaji, ma in generale mi piacciono i vini sapidi e profondi, con spiccate componenti minerali o salmastre che li rendono territoriali e identitari. In Italia, ad esempio, penso alla Vernaccia di Oristano o alla Malvasia di Bosa».

La cucina del ristorante, dove gli chef riflettono le proprie esperienze stellate giocando tra marinature e abbinamenti, permette a Simone di spingere anche sulla selezione in miscita, che varia settimanalmente. «In questo periodo proponiamo un Albana di Romagna con maturazione sulle bucce e passaggio in anfora abbinato a un risotto con ibisco e quinto quarto, che sta piacendo molto, mentre per i formaggi gioco sullo stesso vitigno, però surmaturato e bottrizzato, sempre con un passaggio in anfora».

di Anita Croci

Cambiare prospettive, allestire scenari diversi e imbastire nuovi racconti: la missione di Giulia e Luigi Cataldi Madonna con **Il vino è rosa** sembra essere quella di offrirci un originale punto di vista, una trasmutazione della consolidata struttura della storia culturale e sociale del vino.

Luigi, filosofo, e Giulia, enologa, sono padre e figlia, entrambi impegnati nell'azienda di famiglia Cataldi Madonna che inizia la attività nel 1920 con il barone Luigi Cataldi Madonna, quattro generazioni fa. Nel 1990 subentra il nipote Luigi che prosegue il progetto familiare nell'abruzzese zona viticola di Ofena, dove oggi insieme alla figlia Giulia si producono vini esclusivamente con vitigni autoctoni e tradizionali quali montepulciano, pecorino e trebbiano.

Gli autori, attraverso una mole notevole di dati storici, artistici, scientifici ed enologici ci guidano in un progressivo e convincente percorso di emancipazione del "vino rosa", superando i condizionamenti che lo hanno relegato a una posizione minore per restituirgli una collocazione primaria, da capostipite della produzione vinicola.

La storia e il senso comune vengono ribaltati per ridare al "rosa" un ruolo importante, che Luigi e Giulia raccontano e rivendicano a partire dal nome che – ad evitare distorsioni e dissimulazioni – *"non è rosato, né tantomeno rosé ma semplicemente rosa perché questo è il nome del suo colore"*.

Il "rosa" non è figlio di un Dio minore, anzi per secoli ha dominato per qualità e

Think pink

Attraverso un'appassionata argomentazione che guarda alla storia quanto al futuro, Giulia e Luigi Cataldi Madonna rivendicano l'emancipazione del vino rosa *"non rosato, né tantomeno rosé... perché questo è il nome del suo colore"*

di **CÉLINE DISSARD LAROCHE**



IL VINO È ROSA

Giulia e Luigi Cataldi Madonna
© 2024 Topic

223 pagine
ISBN 979 12 81608 02 3
25 euro

quantità, per storia e cultura nella produzione vinicola. Nel Medioevo il vino è rosa. Nel Rinascimento, nel Settecento il vino è rosa. *"Per sette secoli e per tutti gli autori di cenacoli il colore del vino con cui Gesù inizia gli apostoli al mistero eucaristico è il rosa"*, spiegano gli autori. Il vino rosso, cui oggi assegniamo superiorità e nobiltà, altro non è che un derivato ottocentesco del rosa.

A cadere sotto l'appassionata argomentazione dei Cataldi Madonna sono i luoghi comuni e i conformismi ai quali ci siamo comodamente abituati. Il rosa non è un mix imbastardito di rosso e bianco ma, invece, è intimamente ibrido, ha una natura straordinariamente "bipolare": può essere prodotto come se fosse un bianco, ma da uve rosse; oppure come se fosse un rosso, ma senza completare la fermentazione con le bucce...

In conclusione, i Cataldi Madonna portano le loro speranze e la nostra attenzione verso il futuro: *"il vino rosa grazie al suo canone libertario promette dinamismo e innovazione. La sua natura bipolare e la sua versatilità procedurale sono più adatte a rompere gli schemi (...) bere rosa potrebbe essere il segno di una nuova mentalità in formazione (...) noi crediamo che oggi il vino rosa abbia la possibilità di rivoluzionare ancora una volta il mondo del vino..."* Una rivoluzione, o almeno un cambiamento, che il vino rosa può innescare proprio perché ha un volto doppio; come il dio Giano, per gli antichi protettore dell'uva e della semina, il rosa è bifronte, conosce il passato e guarda al futuro. ♦

Fare libri sui grandi vini non è facile. Si rischia la celebrazione, l'inciampo sui toni aulici. Fare un libro sul più rappresentativo dei Sauternes, lo Château d'Yquem è ancora più difficile e rischioso: come si può non sbagliare quando più che di un vino devi parlare di un mito, più che una storia hai da narrare un'epica, più che un'esperienza sensoriale hai da raccontare leggendarie degustazioni da mille e una notte?

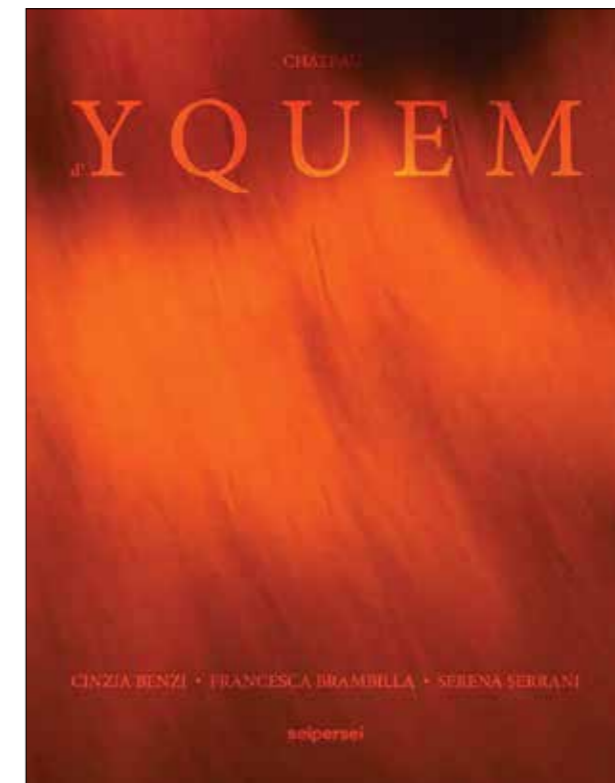
Cinzia Benzi, ideatrice, curatrice e autrice dei testi, assieme alle fotografe Francesca Brambilla e Serena Serrani e all'illustratore Gianluca Biscalchin, con passione e competenza, ha corso il rischio ed ha dedicato al leggendario monumento dell'enologia francese il volume **Château d'Yquem**, edito da Seipersei.

L'autrice, già firma di Identità Golose nonché esperta di vini e vitivinicoltura francese, indaga con competenza e completezza i quattro secoli di storia del "leggendario nettare". Una storia che comincia nel 1593 quando Jacques de Sauvage acquisisce i diritti tenutari del castello "Château d'Yquem" in Nuova Aquitania. Nel 1795, Françoise Joséphine de Sauvage d'Yquem sposa il Conte Louis Amédée de Lur Saluces dando il nome alla famiglia che ha condotto l'azienda fino al 1999, quando il nobile vino di Sauternes entra a far parte del colosso finanziario LVMH insieme ad altri marchi del lusso. Ma il primato dello Château d'Y-

Dedicato al vino dolce più famoso del mondo

Non è semplice trattare un vino che la storia nei secoli ha già incastonato nel mito, ma Cinzia Benzi vi si avvicina con garbo, coadiuvata da una poderosa ed efficace sezione fotografica

di **CÉLINE DISSARD LAROCHE**



CHÂTEAU D'YQUEM

Cinzia Benzi, Francesca Brambilla, Serena Serrani
© 2023 Seipersei

173 pagine
ISBN 97912811741466
60 euro

quem non teme rivali: nel 1855, quando l'imperatore Napoleone III chiese di redigere una classificazione dei migliori vini della regione di Bordeaux per l'Esposizione Universale di Parigi, lo Château d'Yquem ottenne una categoria a sé, "premier cru supérieur", un primato che resiste ancora oggi.

Scorrendo le pagine del libro, oltre a conoscere le figure storiche e all'avanguardia che hanno reso la cantina una delle più famose del mondo, il lettore può anche arricchirsi con dati più tecnici sulle modalità produttive o di vinificazione. Ma la monografia che gli autori dedicano al re dei vini dolci non si limita a ricordarne la storia e l'evoluzione; grazie alla poderosa sezione fotografica con le immagini di Brambilla e Serrani, interpreti di talento della food photography italiana, l'opera di Cinzia Benzi getta uno sguardo attento sul presente e, ulteriore valore aggiunto, introduce tutte le condizioni per un possibile futuro. A completare questa prima opera corale scritta in lingua italiana segnaliamo le illustrazioni di Gianluca Biscalchin che ci propongono un ulteriore punto di vista.

Un lavoro di redazione attento che onora la leggenda senza indulgere alla retorica, alleggerendo il peso della nobile epopea con il vivido ritratto di persone e di storie che costruiscono la meraviglia di un vino, di un patrimonio incommensurabile di cultura, di sapere, di bellezza. ♦

Il Presidente e il Comitato esecutivo



**PRESIDENTE
AIS LOMBARDIA**

Hosam Eldin Abou Eleyoun

SEDE AIS LOMBARDIA
Via Panfilo Castaldi, 4
20124 Milano (MI)
tel 02/29010107
fax 02/29012378
sede@aislombardia.it
presidenza@aislombardia.it
hosam.eldin@aislombardia.it
Cell.: 348 29 01 281

COMITATO ESECUTIVO REGIONALE



Alessandro Caccia
VICEPRESIDENTE
AIS LOMBARDIA



Luigi Bortolotti



Rossella Ronzoni



Fabio Scaglione

CONSIGLIERI REGIONALI

Luigi Mascheretti luigi.mascheretti@aislombardia.it
Francesca Provenzi francesca.provenzi@aislombardia.it
Luigi Scaramuzzi scaramuzziluigi@tiscali.it
Tiziano Tosetti tiziano.tosetti@telecomitalia.it
Flavio Urbani flaurb@gmail.com

REVISORI LEGALI

Roberto Cassanelli roberto@robertocassanelli.com
Elena Demarzani elenademarzani@demarzia.it
Massimo Piacentini m.piacentini@consulenzaprofessionale.com

RESPONSABILI DI SETTORE

Sebastiano Baldinu Curatore Guida Viniplus, referente Vitae sebastiano.baldinu@aislombardia.it
Amalia Della Gatta Eventi e pubbliche relazioni amalia.dellagatta@aislombardia.it
Paola Marcone Consulenza legale paola.marcone@aislombardia.it
Rossella Ronzoni Amministrazione e Bilancio rossella.ronzoni@aislombardia.it
Luigi Bortolotti Degustatori degustatori@aislombardia.it
Antonio Erba Rapporti con le istituzioni antonio.erba@aislombardia.it
Massimiliano Pace Servizi servizi@aislombardia.it
Fabio Scaglione Logistica fabio.scaglione@aislombardia.it
Alessandro Caccia Didattica alessandro.caccia@aislombardia.it
Alessandro Franceschini Comunicazione alessandro.franceschini@aislombardia.it
Luisito Perazzo Concorsi luisitoperazzo@yahoo.it
Marisa Carelli Istituti alberghieri marisa.carelli@aislombardia.it
Ilaria Ranucci Enoturismo enoturismo@aislombardia.it

I Delegati



COMO E LECCO
Rossella Ronzoni
cell. 347 54 34 732
rossella.ronzoni@aislombardia.it



SONDRIO
Elia Bolandrini
cell. 335 73 57 380
elia.bolandrini@aislombardia.it



BERGAMO
Roberta Agnelli
cell. 348 12 70 65
roberta.agnelli@aislombardia.it



VARESE
Matteo Tunisi
cell. 335.7357387
matteo.tunisi@aislombardia.it



MILANO
Fabio Scaglione
cell. 334.3117618
fabio.scaglione@aislombardia.it



MONZA
Antonio Erba
cell. 335.6286743
antonio.erba@aislombardia.it



PAVIA
Miriam Precisvalle
cell. 347.0145500
miriam.precisvalle@aislombardia.it



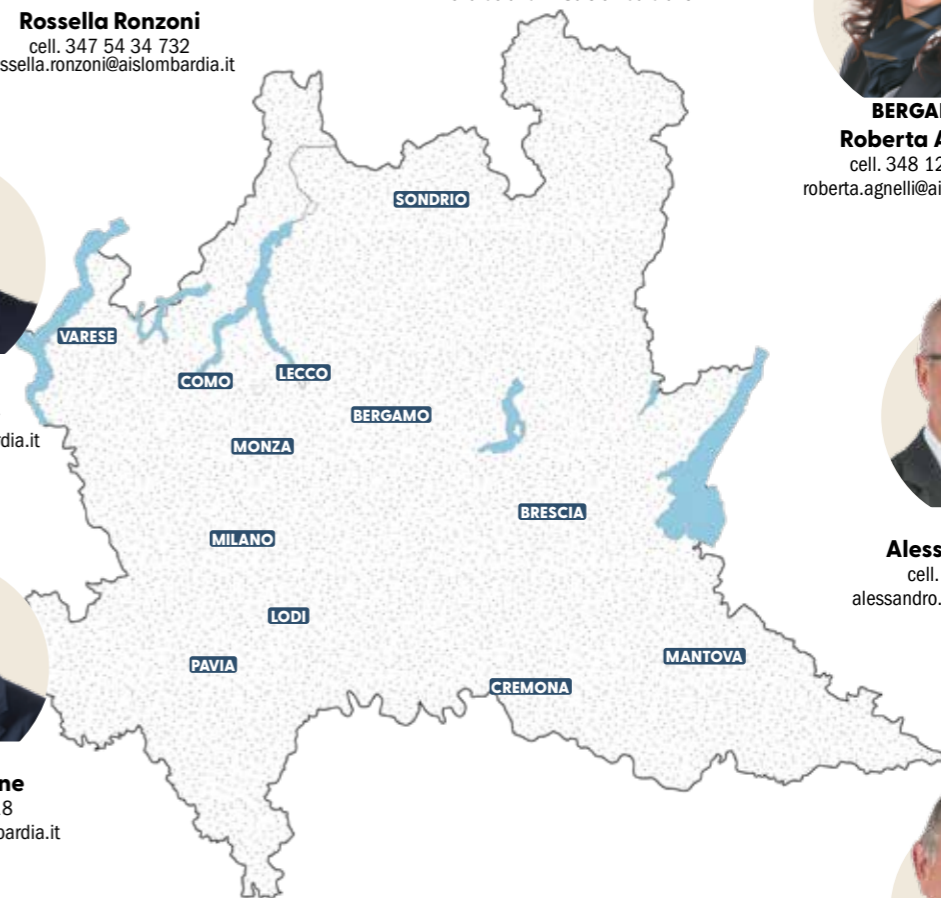
CREMONA/LODI
Maurizio Milani
cell. 338.8740292
maurizio.milani@aislombardia.it



BRESCIA
Alessandro Caccia
cell. 329 43 81 301
alessandro.caccia@aislombardia.it





MANTOVA
Luigi Bortolotti
cell. 347 52 97 760
luigi.bortolotti@aislombardia.it



Seguici sui nostri social

 www.facebook.com/aislombardia

 www.instagram.com/aislombardia

 www.youtube.com/user/AisLombardia



APERITIVO NONINO THAT'S AMARO!



Amaro Nonino Quintessentia®
ghiaccio / ice
'bollicine' a piacere
sparkling wine at pleasure
fetta di arancia bionda
a slice of blonde orange

BEVI RESPONSABILMENTE
DRINK RESPONSIBLY

www.grappanonino.it

#APERITIVONONINO

COLORANTI
100%
VEGETALI



 **NONINO**
Distillatori in Friuli dal 1897
120 anni
delle Distillerie Nonino