



Uniti e determinati. Si riparte

Un nuovo presidente, un nuovo consiglio regionale, volti nuovi tra i delegati così come tra i responsabili di settore. È questo il nuovo assetto di AIS Lombardia dopo l'esito delle elezioni dello scorso 9 giugno per il rinnovo delle cariche sociali che si sono svolte in tutta Italia e che, nella nostra regione, ha visto un numero consistente di Soci partecipare nei tre seggi predisposti in altrettante città.

È stata una campagna elettorale decisamente tesa e complicata e solo alle 4 del mattino di domenica 10 giugno è stato ufficializzato il nome del nuovo presidente di AIS Lombardia, come testimonia anche il video servizio che abbiamo pubblicato sul nostro canale YouTube.

Inizia, quindi, il quadriennio 2018-2022 per la regione con più Soci dell'Associazione Italiana Sommelier. O meglio, è già iniziato dopo la prima riunione del nuovo consiglio direttivo (vedi foto di copertina) che si è svolta lunedì 25 giugno all'Hotel The Westin Palace di Milano.

Eventi e corsi stanno arricchendo, come di consueto, il calendario delle iniziative di tutte le delegazioni lombarde all'insegna dello spirito di squadra, dell'organizzazione e della qualità, cardini che il neo presidente Hosam Eldin Abou Eleyoun, come ha sottolineato nell'intervista che trovate all'interno di questo numero, considera fondamentali per rendere ancora più efficiente un'offerta formativa già molto importante grazie al lavoro svolto negli ultimi otto anni.

Un caloroso "grazie", a questo proposito, va a tutti coloro che hanno dedicato tempo ed energie ad AIS Lombardia in questi ultimi anni, decisivi per la crescita dell'Associazione, a partire naturalmente dal presidente uscente, Fiorenzo Detti, che ora, libero da impegni istituzionali, continuerà a svolgere la sua attività di formatore all'interno di AIS, ma dedicherà tempo ed energie anche a curare sia su queste pagine che sul nostro sito internet - a breve andrà on line la nuova versione rinnovata nella grafica e nei contenuti - una rubrica ad hoc dedicata alla sua grande passione, vale a dire l'universo degli spirits.

Su questo numero, oltre allo speciale dedicato all'Election Day, quelli relativi all'ultima edizione della Giornata della Cultura del Vino e dell'Olio e ai Concorsi regionali che hanno incoronato i nuovi migliori sommelier della regione. E naturalmente, come di consueto, tanti approfondimenti nelle storiche rubriche così come nelle nuove che esordiscono per la prima volta.

Alessandro Franceschini

Alessandro Franceschini Direttore Responsabile

1	Editoriale di Alessandro Franceschini	52	La Cucina Lombarda I casoncelli di Andrea Grignaffini
3	Il senso delle cose di Alberto P. Schieppati	54	In giro per cose buone Oltrepò Pavese di Marco Gatti
4	Le nostre firme	56	Prodotti DOP e IGP della Lombardia Salame Cremona IGP di Laura Zaninelli
6	Election Day 2018 I risultati	60	Formaggi A "crosta lavata" di Beppe Casolo
8	Il nuovo organigramma di AIS Lombardia	62	Olio Olio e Ristorazione di Luigi Caricato
12	Intervista a Hosam Eldin Abou Eleyoun di Alessandro Franceschini	66	Birre Stile italiano di Maurizio Maestrelli
14	Concorsi AIS Lombardia Miglior Sommelier di Lombardia di Sara Missaglia	70	Detti&Spiriti L'alcol e le sue origini di Fiorenzo Detti
18	Targa AIS di Sofia Landoni	72	Tecnologia Vino & Digital di Sara Missaglia e Paolo Valente
20	Galleria Fotografica	77	Sommelier al lavoro A cura di Anna Basile e Anita Croci
22	Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio di Alessandro Franceschini	82	Vite da Sommelier di Anna Basile
26	Figli della Lombardia Enzo Bianchi di Armando Castagno	84	Mollo tutto e cambio vita di Sara Missaglia
32	Approfondimento Francia Morgon di Samuel Cogliati	88	Bloc Notes a cura di Céline Dissard Laroche
38	Mondo Vino Australia di Ilaria Ranucci	90	Nuovi Sommelier AIS
42	Territori Italiani Dolceacqua di Anita Croci		
46	Vita da Winemaker Luca D'Attoma di Paolo Valente		
49	Corsi di qualificazione per Sommelier		
50	L'abbinamento Il vino, lo chef, il piatto di Paolo Valente		

PERIODICO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA
SOMMELIER DELLA REGIONE LOMBARDIA

Hosam Eldin Abou Eleyoun
PRESIDENTE

Alessandro Franceschini
DIRETTORE RESPONSABILE

Prof. Leonardo Valenti
CONSULENTE SCIENTIFICO

Redazione:
Anna Basile, Anita Croci, Davide Gilioli, Sofia Landoni,
Céline Dissard Laroche, Gabriele Merlo, Sara Missaglia,
Ilaria Ranucci, Paolo Valente, Laura Zaninelli

Hanno collaborato a questo numero:
Fiorenzo Detti, Beppe Casolo, Armando Castagno,
Luigi Caricato, Samuel Cogliati, Marco Gatti,
Andrea Grignaffini, Maurizio Maestrelli,
Alberto P. Schieppati

Immagine di copertina:
Sonia Santagostino

Fotografie:
Alamy, Anita Croci, Fotolia, Alessandro Franceschini,
Lorenzo Iorino, Maurizio Maestrelli, Daniela Marchi,
Andrea Moretti, Matteo Rinaldi,
Sonia Santagostino, Paolo Valente

Progetto grafico ed impaginazione:
Barbara Viganò
www.babavigano.com

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

Stampa:
Grafiche Parole Nuove
Via Garibaldi, 58
20861 Brugherio (MB)

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 giorno 1 Settembre 2018
Registrato al tribunale di Milano
al n° 306 del 23 maggio 2001
Iscritto al ROC n° 19420 del 25 marzo 2010



Un po' di chiarezza non farebbe male

La realtà: nei ristoranti italiani si beve sempre meglio, ma molto meglio, di come si beveva una ventina di anni fa. Merito di miglioramento ed evoluzione qualitativa continua dei prodotti, insieme a una innegabile crescita di cultura professionale. Il livello, in molti casi, è elevatissimo. Il che ci conforta, perché è il segnale di un consolidamento di quanto scriviamo, diciamo e auspichiamo da anni.

Il rischio: a fronte del miglioramento della qualità e della sua diffusione, assistiamo ancora (purtroppo) a una certa approssimazione nel servizio, soprattutto nella ristorazione media, dove non sempre c'è il supporto autorevole di un sommelier o di un responsabile di sala. Qualche esempio per tutti: il calice di prosecco servito nel calice griffato da un produttore di Metodo Classico (o la bottiglia di Franciacorta messa nel secchiello di una Maison di Champagne. E viceversa). Per non dire di vini indicati in carta che, una volta ordinati al tavolo, vedono ritornare sommessamente l'addetto, che risponde imbarazzato al cliente: "Ci dispiace signore, l'abbiamo terminato". Così come è insopportabile leggere nomi in carta dei vini con evidenti errori di stampa: o altro ancora, come le cancellazioni a mano di etichette "non presenti in cantina" o "ci scusi, le abbiamo già ordinate ma non sono ancora arrivate". Così come fa specie (sempre meno, in verità) notare ricarichi iperbolici, inadeguati al valore e all'importanza del locale. Ricarichi che danno l'impressione di gestioni scarsamente attente al "valore vino" e alla sua corretta comunicazione/commercializzazione. Per carità, si tratta di eccezioni. Ma non per questo vanno giustificate. Anche perché, come ama spesso ripetere Angelo Gaja con un motto sequenziale, ormai diventato celebre e che non mi stanco mai di citare, bisogna: "Fare, saper fare, saper far fare, far sapere".

Ecco, credo che nella gestione del vino, dalla selezione dei prodotti in cantina fino al servizio finale al tavolo, sia fondamentale seguire queste poche, semplici regole. Sarebbe il modo ottimale per sottolineare la realtà qualitativa, che è un fatto indiscusso, ma anche per evitare ogni inutile rischio di caduta e di errore.

Alberto P. Schieppati Giornalista



CINQUE SECOLI DI STORIA
E DI GRANDI SUCCESSI.
CHI ALTRO?

5
GRAPPOLI BIBENDA

93 PUNTI
LUCA MARONI

92 PUNTI
JAMES SUCKLING

92 PUNTI
CERNILLI
DOCTORWINE

91 PUNTI
FALSTAFF

CERTIFICATO DI ECCELLENZA
MERANO WINE AWARD



CONTI ZECCA
MILLECINQUECENTOTTANTA

www.contizecca.it

Distribuito da **Gruppo Meregalli**
Via Visconti, 43 - Monza - T. 039 2301980
www.meregalli.it

Anna Basile

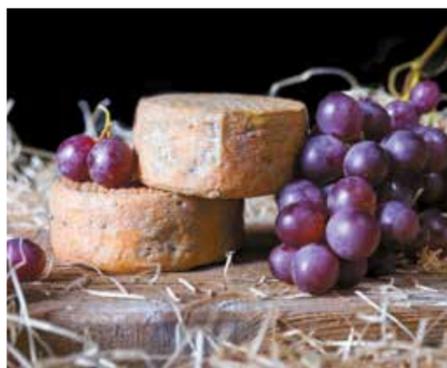
Docenti & Sommelier. Nella sua rubrica "Vite da Sommelier" Anna Basile ha intervistato quattro colleghi che nella vita, tutti i giorni, lavorano dietro la cattedra, ma che hanno deciso di mettersi in gioco in nome della conoscenza e della passione per il vino.

Luigi Caricato

Da costo a valore aggiunto. Il rapporto con l'olio non è mai stato facile per gli chef, lo sosteneva anche il grande Maestro Gualtiero Marchesi. Oggi, per fortuna, le cose stanno cambiando, anche in Lombardia. Ce ne parla il nostro esperto Luigi Caricato.

Beppe Casolo

Puzzone di Moena, Taleggio, Morlacco del Grappa, Fontina, Salva Cremasco, Gorgonzola e tanti altri. Beppe Casolo, maestro assaggiatore e vicepresidente Onaf, ci guida alla scoperta dei formaggi a "Crosta lavata", da non confondere con quelli a "Crosta pulita".



Alla scoperta dei formaggi a crosta lavata

Armando Castagno

Nati in Lombardia e fautori di alcuni dei più grandi vini italiani. Dopo aver raccontato alcuni grandi territori lombardi, Armando Castagno inaugura un nuovo filone di indagine fuori dai confini regionali, ma che con la Lombardia è comunque saldamente

ancorato. Si parte con un grandissimo protagonista: Fabrizio Bianchi di Castello di Monsanto.

Samuel Cogliati

Chi l'ha detto che Gamay fa rima solo con vini spensierati, facili e prodotti in milioni e milioni di esemplari? Il palato e la penna di Samuel Cogliati questa volta ci portano a Morgon, celebre cru del Beaujolais settentrionale, i cui vini con l'evoluzione tendono a "pinoter" e a regalarci grandi emozioni.



Il fascino del Morgon, cru del Beaujolais

Anita Croci

Sottile, intrigante, a volte più nervoso e severo, oppure più femminile e suadente. Sono molte le sfaccettature che sa regalare il Rossese di Dolceacqua, un vino che coinvolge, spesso in modo viscerale. Ce ne parla la sommelier Anita Croci, che ci regala anche una verticale di nove annate del Testalonga di Antonio Perrino, che certifica le grandi potenzialità, anche sulla lunga distanza, di questa denominazione.

Fiorenzo Detti

Ex presidente di AIS Lombardia, ma soprattutto grande conoscitore e formatore di tutto ciò che riguarda il mondo dei distillati e dei miscelati. Non poteva che essere lui, Fiorenzo Detti,



Il viaggio nel ricco e articolato mondo degli spirits

a curare una rubrica dedicata a questo complesso mondo, materia di studio durante i nostri corsi per diventare Sommelier e sempre in continua evoluzione anche nel mondo della ristorazione.

Marco Gatti

Una lettura parziale, probabilmente anche un po' troppo datata. È questo uno dei problemi che circonda da tempo l'Oltrepò Pavese, il più importante bacino produttivo della Lombardia, nonché terra di grandi materie prime e di una ristorazione sempre più all'altezza. Il giornalista Marco Gatti ci racconta cosa sta succedendo.

Andrea Grignaffini

Il contrasto tra ciò che è visibile e ciò che è invisibile, tra esterno e interno. È la "magia della pasta ripiena" quella che questa volta il giornalista e critico gastronomico Andrea Grignaffini ci descrive attraverso il suo articolo dedicato ai casoncelli, siano essi bresciani, bergamaschi o della Valle Camonica, che assumono nuove riletture grazie al lavoro di molti chef lombardi.

Sofia Landoni

La sfida tra i ragazzi delle scuole alberghiere all'interno delle quali AIS

Lombardia presta la sua opera con l'insegnamento ai corsi per diventare sommelier trova il suo compimento nell'annuale appuntamento del concorso Targa AIS. Ce ne parla la sommelier Sofia Landoni, che ha intervistato Andrea Rocco, vincitore dell'ultima edizione.

Céline Dissard Laroche

Due libri dedicati alla Champagne e al suo prodotto più celebre, uno che invece cerca di trovare denominatori comuni tra il vino e altri ambiti della nostra cultura, solo apparentemente estranei tra loro. La sommelier Céline Dissard Laroche questa volta ha recensito tre libri, i cui autori sono figure ben conosciute a tutti noi grazie alla loro collaborazione con AIS Lombardia.

Maurizio Maestrelli

Esiste uno stile birraio italiano? È una forzatura oppure ha un senso compiuto? Questa volta il giornalista e grande esperto Maurizio Maestrelli dedica il suo articolo ad un argomento spesso dibattuto, nonché foriero di polemiche, ma che ha ormai senso affrontare vista la grande presenza di produttori, nonché micro produttori, di birra presenti nel nostro paese.



Stili e identità della birra italiana

Sara Missaglia

Oltre alla cronaca associativa, che la sommelier Sara Missaglia segue sempre con grande verve ed attenzione, questa volta firma anche due approfondimenti che riguardano due argomenti decisamente stimolanti. Da una parte la storia di alcuni Soci che hanno cambiato vita a causa, o per merito, di AIS Lombardia, nonché un excursus sulla digitalizzazione in corso nel mondo del vino, insieme al collega Paolo Valente.



È valtellinese la Miglior Sommelier di Lombardia

Ilaria Ranucci

Se pensate che il cosiddetto "Nuovo Mondo" del vino significhi sostanzialmente "vini dell'enologo", sganciati da terroir e vitigni di partenza, figli solo delle mode e di tanta tecnologia, forse è giunto il momento di aggiornare i vostri appunti. La sommelier Ilaria Ranucci ci descrive nel suo dettagliato articolo quello che sta succedendo nel mondo del vino del continente australiano.

Alberto P. Schieppati

"Fare, saper fare, saper far fare, far sapere." È un motto, divenuto ormai famoso, di uno dei personaggi più travolgenti del mondo del vino italiano, vale a dire Angelo Gaja. Nel

suo consueto editoriale "Il Senso delle Cose" il giornalista Alberto Schieppati lo cita per descrivere alcune pratiche presenti, soprattutto nella media ristorazione, che andrebbero eliminate definitivamente seguendo quelle poche, ma precise, regole del famoso produttore di Barbaresco.

Paolo Valente

È uno degli autori di alcuni dei vini più iconici e rappresentativi del panorama vitivinicolo italiano, nonché produttore lui stesso. Paolo Valente intervista il winemaker Luca D'Attoma. Non solo:



Vino & Digital: lavori in corso

la sfida dell'abbinamento è forse il tema che più ci appassiona. Seduto ai tavoli del ristorante Daniel Canzian, Paolo si è confrontato con il noto chef per trovare la soluzione migliore all'accompagnamento di un Lambrusco Mantovano.

Laura Zaninelli

Il territorio lombardo è ricco di prodotti Dop e Igp, molti più di quanto probabilmente crediamo e pensiamo esistano, e quasi sempre nascondono tradizioni tutte da scoprire. Con questa nuova rubrica esordisce sulla nostra rivista la sommelier Laura Zaninelli che ha deciso di iniziare dal Salame Cremona Igp.



ELECTION DAY 2018

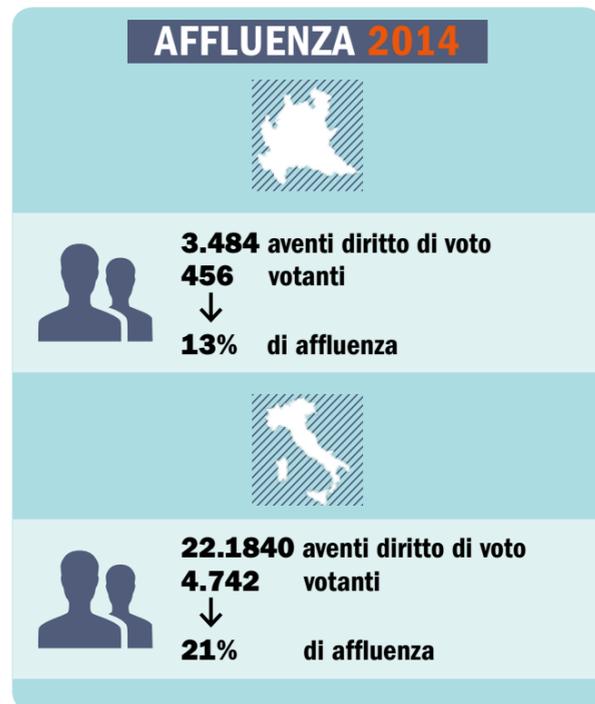
I RISULTATI

Lo scorso 9 giugno si sono svolte le elezioni degli organi sociali dell'Associazione Italiana Sommelier. Un momento importante che, con cadenza quadriennale, consente ai Soci di eleggere i rappresentanti che avranno il compito di guidare, sia a livello nazionale che regionale, la più importante Associazione di Sommelier d'Italia.

Con il nuovo Statuto i Soci sono stati chiamati a votare i Consiglieri Nazionali e i Revisori Legali Nazionali, i Presidenti Regionali e i Consiglieri Regionali a loro collegati, l'Organo di Controllo Regionale, i Consiglieri Regionali su

base di Delegazione.

In Lombardia il Consiglio Direttivo ha istituito per la prima volta 3 seggi elettorali - Brescia, Lecco (Garbagnate Monastero) e Milano - per consentire al numero più ampio possibile di Soci di poter agevolmente esercitare il proprio diritto di voto. Il nuovo Consiglio Regionale eletto dal voto del 9 giugno si è riunito per la prima volta lunedì 25 giugno a Milano presso l'Hotel Westin Palace, definendo i componenti del nuovo Comitato Esecutivo Regionale e nominando i Delegati Provinciali e i Responsabili di settore.



PRESIDENTE REGIONALE ABOU ELEYOUN Hosam Eldin 998 voti - Eletto	CONSIGLIERI REGIONALI COLLEGATI AGNELLI Roberta • BOLANDRINI Elia GARERI Benedetto • RONZONI Rossella VALENTE Paolo	CANDIDATI NON ELETTI MONDINI Fabio Antonio - 744 voti <i>Consiglieri regionali collegati</i> ANTONINI Ivano • CELSA Marco • MELE Alessandro NARDIN Michela • RINALDI Giorgio
CONSIGLIERI REGIONALI SU BASE DI DELEGAZIONE BERGAMO MASCHERETTI Luigi 39 voti • Eletto TELI Enrico • 7 voti BRESCIA CACCIA Alessandro • 241 voti COMO VISMARA Paolo • 89 voti	CREMONA - LODI MARINONI Attilio 24 voti • Eletto BIFFI Marcello • 4 voti LECCO PENATI Ronnie Simone 54 voti • Eletto CRIPPA Corrado • 24 voti IOCCO Andrea • 0 voti MANTOVA BORTOLOTTI Giovanni Luigi • 82 voti MILANO PROVENZI Francesca • 290 voti	MONZA BRIANZA GIULIANI Gianluca • 262 PAVIA CREMONESI Elisa 50 voti • Eletta AGUZZI Carlo • 17 voti SONDRIO SCARAMUZZI Luigi 39 voti • Eletto BASCI Andrea • 14 voti VARESE LATTUADA Serena • 41 voti

CANDIDATI ALL'ORGANO DI CONTROLLO REGIONALE
GUETTA Guido - 769 voti - Eletto
BERGAMINI Valerio - 731 voti - Eletto
FOGLIO Riccardo - 531 voti - Eletto
CASSANELLI Roberto 395
TRIDA Daniele 233

CONSIGLIERI NAZIONALI (risultano eletti i primi nove)	REVISORI LEGALI (risultano eletti i primi tre)
MAIETTA Antonello 4512 BALDASSARRE Giuseppe 4320 CAROSSO Mauro 4125 BELLINI Roberto 3695 RINALDI Giorgio 3295 CORNELII Manuela 3201 BONERA Nicola 3193 RICCIARDI Marco 3105 GUERCILENA Francesco 2859	DETTI Fiorenzo 2655 VISENTIN Marco 2605 SIMONELLA Graziano 2542 PALOMBELLA Gaetano 2472 PAGLIA Renato 2262 LEVI Alberto 2034 STARACE Marco 1806 MOLINO Luca 1435 TOMASSONI Giovanna 1181
FARINA Germano 4830 COLELLA Chiara 3472 LUCHETTI Giovanni 3111	GUETTA Guido 2217 MURER Renato 1847 CASSANELLI Roberto 1003 CETRULLO Giuseppe 444 TRIDA Daniele 392 DI TURI Leonardo 354

Il Presidente e il nuovo Comitato esecutivo

Tutti i nuovi membri del Consiglio Regionale e i Responsabili di Settore per il quadriennio 2018-2022

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

VICEPRESIDENTE AIS LOMBARDIA



Alessandro Caccia

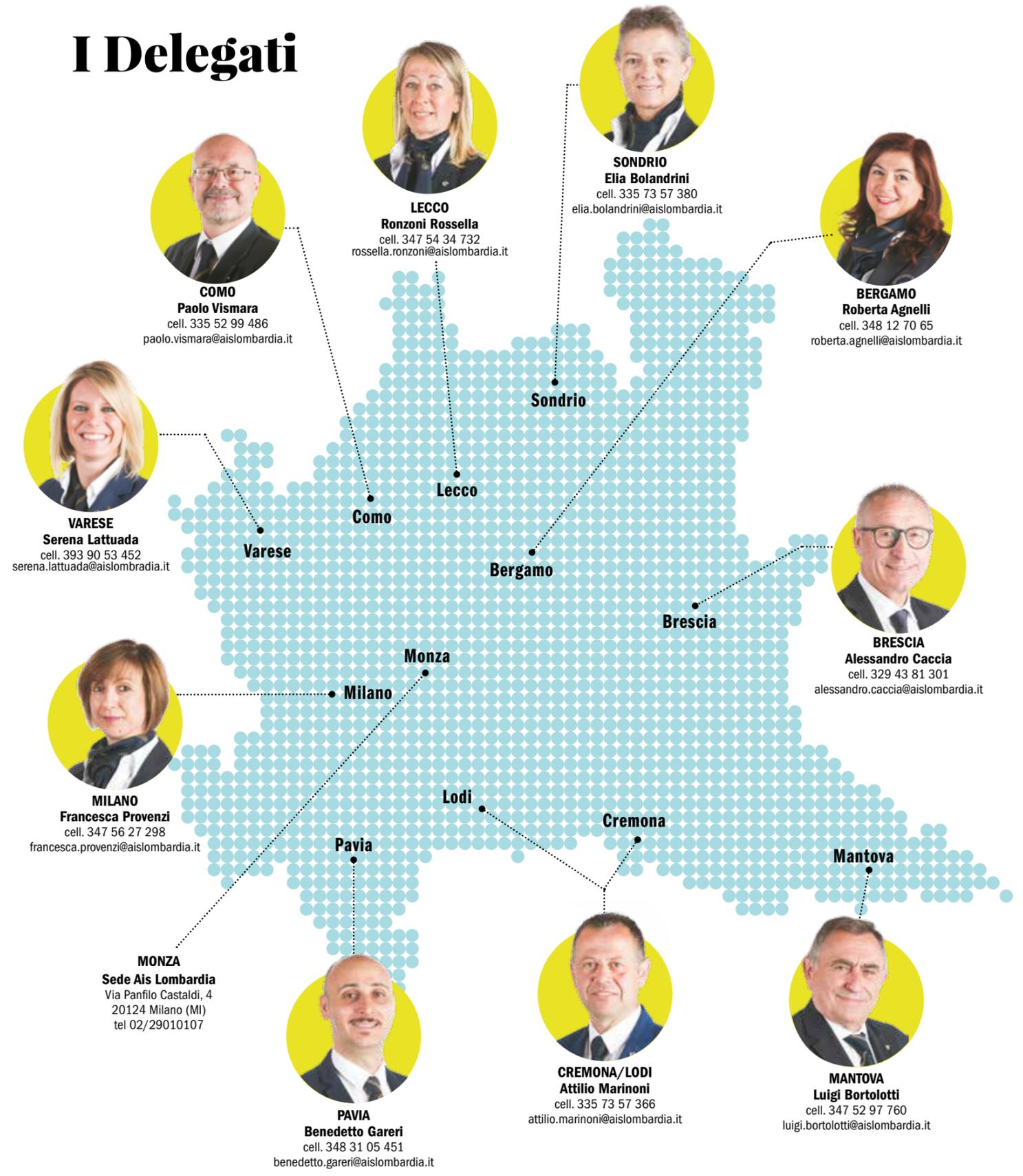


Luigi Bortolotti



Rossella Ronzoni

I Delegati





Revisori legali

PRESIDENTE REVISORI



Guido Ascer Guetta

C/o Studio Pirola
Via Vittor Pisani 16/20
20124 Milano MI
Cell. 348/5854440
Tel. 02/669951
guido.guetta@studiopirola.com



Valerio Bergamini

Via Villorosi 88
21019 Somma Lombardo (VA)
tel 0331/25268
cell. 347 26 64 401
valerio@studiobergamini.net



Riccardo Foglio

Studio: Via Vittorio Veneto 2/A,
26025 Pandino (CR)- tel.
0373/284173
fax 0373/228776
r.foglio@consulenzaprofessionale.com



IL NEO PRESIDENTE AIS LOMBARDIA

Hosam Eldin: «Organizzazione, qualità e lavoro di squadra»

IDEE, SPUNTI E STIMOLI DEL NUOVO PRESIDENTE DI AIS LOMBARDIA.
«CRESCEREMO E CI DIVERTIREMO TUTTI INSIEME»

➤ ALESSANDRO FRANCESCHINI

«Sono stati 8 anni intensi ed entusiasmanti quelli vissuti all'interno della Delegazione di Milano, ma ora inizia un altro percorso che sono sicuro ci riserverà grandi soddisfazioni». È decisamente ottimista e molto determinato il neo presidente dell'Associazione Italiana Sommelier della Lombardia, eletto dai Soci lombardi lo scorso 9 giugno.

La storia di Hosam Eldin Abou Eleyoun, dal punto di vista sia umano che professionale, è probabilmente nota alla maggior parte di chi legge, vuoi per i tanti anni trascorsi all'interno dell'Associazione - Socio AIS dal 2001, sommelier dal 2003, Direttore di Corso dal 2005 - vuoi per i riconoscimenti attribuitigli in questi anni, culminati con l'assegnazione alla delegazione di Milano, da lui condotta a partire dal 2010, dell'Ambrogino d'Oro nel 2016, e che gli sono valsi articoli e interviste su quotidiani nazionali.

«Probabilmente apparirà scontata l'affermazione, "Sarò il presidente di tutti", ma è comunque bene ribadirla all'inizio di questo nuovo quadriennio. Perché lavorerò per tutti, anche per coloro che alle ultime elezioni hanno espresso una preferenza differente».

QUAL È IL PRIMO OBIETTIVO, PIÙ STRINGENTE, DA PORTARE AVANTI?

«Voglio applicare immediatamente quello che è stato il mio slogan durante la campagna elettorale: "fare squadra rende unici". Un approccio che, d'altronde, ha caratterizzato il nostro lavoro a Milano in questi anni. È una filosofia, un metodo di lavoro, che ha consentito

di tirare fuori il meglio da parte di tutti i tanti colleghi sommelier che collaborano con ruoli e posizioni differenti all'interno dell'Associazione. Questo significa anche che metteremo a disposizione delle Delegazioni tutto il meglio che sino ad ora è stato visto all'opera solo in alcune città».

CONCRETAMENTE, COSA SIGNIFICA?

«Molte delle iniziative, che comunque fin dall'inizio sono state sempre aperte a tutta l'Associazione, ma che venivano svolte solo a Milano, riscuotendo consenso e successo, verranno portate in tutte le Delegazioni. Dai grandi eventi e grandi banchi di assaggio, dai corsi di formazione rivolti a chi desidera affrontare l'esame da Degustatore all'aggiornamento per i Relatori attuali e quelli che desiderano diventarlo. Sono tutti progetti che a Milano sono realtà da anni, momenti associativi unanimemente riconosciuti come utili e preziosi per la crescita di ognuno di noi, ed ora devono essere messi a disposizione di una comunità che è sempre più grande ed esigente. In questo modo la squadra lombarda diventerà ancora più forte perché porteremo direttamente a casa dei Soci il meglio che siamo in grado di offrire».

DI FATTO IL CONCETTO DI SUSSIDIARIETÀ ESPRESSO DAL TUO PREDECESSORE, FIORENZO DETTI, VERRÀ APPLICATO A LIVELLO REGIONALE

«Sì, e non è certo un segreto, perché ho sempre sostenuto sin dall'inizio questo programma. A Milano in tutti questi anni si sono avvicinati relatori di grande livello che ci hanno consentito di ideare format molto

apprezzati dai Soci. Ho chiesto loro la disponibilità ad andare come in una sorta di "tournée" in tutta la Lombardia. Il punto è che dobbiamo ragionare sempre più come AIS Lombardia: in questo modo possiamo agevolare dal punto di vista economico le delegazioni più piccole dando loro l'opportunità di crescere, creando interesse e curiosità in chi non si è ancora avvicinato all'Associazione e al contempo consolidando quella di coloro che già frequentano le Delegazioni».

UN APPROCCIO CHE RIGUARDERÀ ANCHE I CORSI PER DIVENTARE SOMMELIER?

«Assolutamente sì. Vogliamo portare la qualità ovunque; per far questo bisogna che i calendari vengano armonizzati e integrati a livello regionale. Questo ci

consentirà da una parte di poter mettere a disposizione di tutte le Delegazioni molti dei più bravi ed esperti relatori che abbiamo la fortuna di avere nella nostra squadra, ma dall'altro di poter cominciare a inserire anche le nuove leve che piano piano stanno emergendo. Quest'ultimo aspetto è fondamentale perché sebbene negli anni siamo stati bravi ad aumentare il numero di Soci, ed altrettanto bravi a creare un gruppo dei Servizi preparato e all'altezza di qualsiasi situazione, abbiamo invece fatto più fatica a creare un gruppo di Relatori numericamente di altissimo livello. I corsi di formazione per diventare Relatori che negli anni abbiamo organizzato ci stanno portando dei risultati con l'abilitazione di alcuni nuovi sommelier. Ora, però, devono andare sul campo in tutta la regione e farsi le ossa: sono bravi e motivati. In questo modo riusciremo a creare un gruppo di Relatori lombardi di grande livello».

NEL TUO NUOVO TEAM DI LAVORO HAI AUMENTATO IL NUMERO DEI RESPONSABILI DI SETTORE.

«Sì e ci tengo a sottolineare un aspetto a questo riguardo. Queste figure non sono solo di aiuto al Presidente regionale, riportando direttamente a lui come è sempre stato e come sarà, ma sono e devono essere di aiuto anche a tutti i Delegati e ai consiglieri regionali. Dalla didattica all'enoturismo, passando per le pubbliche relazioni e l'organizzazione degli eventi - cito le "nuove" figure ma il discorso ovviamente vale anche per le posizioni già presenti da tempo - abbiamo scelto persone capaci e con esperienza per garantire la crescita collettiva e un servizio in più. Quando un Delegato o un consigliere avrà un problema oppure avrà bisogno di un consiglio, potrà trovare nel responsabile di settore un prezioso aiuto. Vorrei, insomma, che i responsabili di settore non fossero mere figure esecutive, ma dei consulenti interni».

UNA NOVITÀ NEL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO LOMBARDO È LA PRESENZA DI UN COMITATO ESECUTIVO. COSA FARÀ?

«Nel Comitato Esecutivo sarò affiancato dal vicepresidente Alessandro Caccia, al timone della delegazione più numerosa dopo Milano, da una delle figure più esperte presenti nel Consiglio Direttivo Regionale come Luigi Bortolotti e, infine, da una new entry, Rossella Ronzoni, neo delegata AIS di Lecco, nonché professionista di grande livello nel suo lavoro quotidiano. Il Comitato Esecutivo avrà il compito di realizzare le idee e i progetti proposti dal Consiglio Regionale. Un ruolo molto importante che consentirà di snellire il lavoro del Consiglio. Sarà a disposizione di tutte le Delegazioni e fornirà un aiuto concreto, anche operativo, quando sarà necessario».

Classe 1966, Hosam Eldin Abou Eleyoun è nato ad Alessandria d'Egitto, laureato in chimica, vive e lavora in Italia dal 1993. È Socio AIS dal 2001



Concorso 2018: a state of mind

Maggio, mese di concorsi: il 17 all'Enoteca Regionale di Cassino Po si è svolto Il Concorso per il Miglior Sommelier della Lombardia 2018. Un appuntamento irrinunciabile per molti appassionati, quest'anno con una formula nuova e decisamente avvincente

➔ SARA MISSAGLIA

La gente ama i concorsi: gare e competizioni registrano ogni anno la presenza di tanto pubblico. Non solo amici, tifosi, avversari, giurati ed esperti: anche tanti venuti per curiosità, interesse, emulazione. Il bello della diretta: sì, perché ai concorsi è sempre "buona la prima" e non esiste una seconda possibilità di dare la prima impressione. Un mix di pathos e logos, thrilling e challenging: i concorsi piacciono. Tanto è vero che a Cassino Po l'atmosfera è quella delle grandi occasioni, ed i sommelier in gara appaiono da subito concentrati: le prove con gli anni (siamo alla 18a edizione) si sono fatte più articolate, espressione di una cultura e di una professiona-

lità che punta all'eccellenza. Otto sommelier in gara, Giacomo Chierichetti, Vincenzo Coria, Andrea Gatti, Sara Lazzeri, Francesco Mastrogiacomo, Andrea Sala, Fabio Scaglione e Valeria Valdata. Presente una giuria altamente qualificata: il Presidente AIS nazionale Antonello Maietta, il Presidente AIS Lombardia Fiorenzo Detti, il Direttore Responsabile di Vinoplus di Lombardia Alessandro Franceschini, il Responsabile del Concorso Regionale Luisito Perazzo, Artur Vaso, vincitore della scorsa edizione, e Nicola Bonera, impeccabile supervisore della competizione, colui che, cronometro alla mano, tiene il tempo ed enuncia la sequenza delle prove.

Quest'anno per la prima volta la formula di gara prevede l'introduzione dei play off: quattro sommelier, superate le prove scritte, disputano una semifinale per accedere alla finale. La modalità è live: i concorrenti si muovono di fronte a tanti occhi, pronti ad osservare ed imparare. Mai giudicare perché, si sa, l'emozione può giocare qualche scherzo. Si contendono la finale in scontro diretto Andrea Sala, primo classificato nelle prove scritte, e Giacomo Chierichetti: a seguire Fabio Scaglione, che si gioca il tutto e per tutto contro Sara Lazzeri. Difficile pensare a loro come avversari: Giacomo, Andrea e Fabio arrivano dalla Delegazione di Milano, e si conoscono da una vita. Sara è invece della Delegazione di Sondrio, orgoglio della Delegata Elia Bolandrini e, nonostante la giovane età, è ormai una habituée del concorso regionale.



Si parte con un grande classico: due vini anonimi in degustazione, per spingersi sino all'individuazione della tipologia, del punteggio e del prezzo corretto, con l'indicazione di un piatto in abbinamento. Una degustazione raccontata tra scelte tecniche e personalizzazioni nella terminologia: una rilettura nobile della scheda AIS. Perfetta la temperatura di servizio, grazie al team che si occupa della gestione delle bottiglie. Si fa presto a dire sommelier: sono ragazzi che avranno degustato centinaia e centinaia di vini, in sala come professionisti e tra i banchi di apprendimento e approfondimento AIS. Ma ogni concorso ha le sue regole, i suoi riti e le sue emozioni: rimaniamo con il fiato sospeso, incantati dalla sicurezza, concentrazione e capacità di leggere ciò che hanno nel bicchiere. C'è chi parte spedito e chi timido, chi indossa la divisa da velocista e chi da maratoneta, chi mostra qualche segno di nervosismo e chi prende fiducia lungo il percorso.

Forse la prova che più incuriosisce è l'abbinamento di un menu predefinito a tre vini lombardi: tre portate, di grande effetto. Fegato grasso d'anatra, mela caramellata e tartufo nero, seguito da un carré di agnello con cipolle rosse e purea di patate: per chiudere gorgonzola, cracker al sesamo e purea di mele. Un intreccio di intensità aromatiche, piccantezze, speziature. Un tripudio di sensazioni di grande succulenza: la mente inganna, ed è come se i piatti fossero davanti a noi. Fantasia, versatilità, ingegno, assenza di omologazione: gli abbinamenti con i vini sono differenti tra i concorrenti, a dimostrazione dell'ampio bouquet offerto dalla nostra regione. Alla finale passano Andrea e Sara, terzi a pari merito Giacomo e Fabio: la giuria premia la loro sicurezza, la centratura delle scelte di abbinamento e l'argomentazione delle motivazioni. Non è un caso che i due

finalisti siano sommelier professionisti con anni di servizio in sala, nonostante la giovanissima età: Andrea in un ristorante stellato, Sara nel ristorante di famiglia nell'Alta Valtellina.

Condizione tecnica e mentale che li vede allineati, anche in quelle che rappresentano una novità per il concorso: un piatto (orzo mantecato alla zucca con lavarello grigliato e asparagi) da abbinare non solo ad un vino, ma a un tè e a una birra tra



La giuria dei concorsi: Luisito Perazzo, Fiorenzo Detti, Antonello Maietta, Artur Vaso e Alessandro Franceschini

Quest'anno per la prima volta l'introduzione dei play off con quattro sommelier a contendersi il titolo finale

quelle proposte: qui il pubblico apprende, incuriosito dalle diverse tipologie di tè (Ambootia Darjeeling, Sencha-Ma e Pu Ehr). Gran finale: come sempre al centro della sala è stato allestito un tavolo con due commensali d'eccezione, Elia Bolandrini e Massimo Carnevali, di AIS Sondrio e AIS Brescia. Una fittoria per la creazione dell'ambiente scenografico per la prova di servizio: la scelta di un vino rosso tra i due proposti.

Andrea opta per il Carmenero Ca' del Bosco 2004, Sara per il Valtellina Superiore Inferno 2008 Caven: mentre servono narrano del vitigno, della qualità del tannino, del potenziale evolutivo. Segue il riconoscimento di tre calici di distillati. Chiude la gara la prova di comunicazione: la slide proietta tre nomi, che evocano un vero e proprio patrimonio lombardo (e non solo). Rosso Cavariola, Casimiro Maule, Buttafuoco storico: tre mostri sacri, raccontati da Sara e Andrea con passione, proprietà e competenza. Non deve essere semplice per la giuria decretare il vincitore: le loro prove sono molto valide ed hanno generato ampio consenso. Alla fine è Sara Lazzeri a salire sul gradino più alto, e Andrea sfiora il podio classificandosi secondo per il secondo anno consecutivo. Sara è raggianti, è al suo quarto concorso dopo due secondi posti ed un terzo. Una vittoria fortemente voluta. Ricominciare e non mollare: la chiave per il successo passa anche da qui. ■

Concentrazione, tensione e attesa nei volti di alcuni dei partecipanti



SUL GRADINO PIÙ ALTO

Sara Lazzeri, orgoglio senza pregiudizio

SARA LAZZERI È IL MIGLIOR SOMMELIER DI LOMBARDIA 2018. DOPO DODICI ANNI, NUOVAMENTE UNA DONNA SUL GRADINO PIÙ ALTO DEL PODIO IN UNO DEI CONCORSI PIÙ SEGUITI E AMATI DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA SOMMELIER

👉 SARA MISSAGLIA

«Sono felice, felicissima, molto orgogliosa di me stessa, perché dopo quattro anni lustricati di costanza e determinazione, ho raggiunto il traguardo: la vetta più alta di Lombardia». Sono queste le prime parole di Sara dopo la proclamazione. Forse Jane Austin sorride, ma in questa competizione le quote rosa tra i vincitori non sono un fenomeno ricorrente, tutt'altro: dal 1992, prima edizione del concorso, solo quattro donne sono "le migliori". Non solo gentil sesso, molto di più. Gli occhi azzurri come il cielo di montagna, l'incarnato chiaro che non nasconde il rossore per l'entusiasmo e la gioia che solo la vittoria sa dare, il sorriso di chi ce l'ha fatta: in lei c'è tutta quella storia di montagna che è scritta nel suo Dna. Vino e onestà, avrebbe commentato Montanelli: non ce ne voglia l'Illustre, ma aggiungerei fatica e grinta, che Sara ha da vendere. Due secondi posti nel 2014 e nel 2015, un terzo posto nel 2017: ma Sara non rinuncia, la vittoria è a portata di mano. Insiste, inciampa e riparte: una bella storia di volontà. La sua terra è la Valtellina, e la storia della sua famiglia più che una pagina è un'enciclopedia AIS: sei componenti che hanno frequentato i corsi da sommelier e che lavorano nell'albergo e nel ristorante Miravalle di proprietà a Semogo Valdidentro. Fatica, perché ci troviamo tra Bormio e Livigno, inerpicati a 1500 metri di quota: andare a scuola è un problema, soprattutto quando nevicava, e a volte non basta recitare le preghiere perché

il pulmino passi a prenderti. Senza dimenticare che al terzo tornante ti senti già male. La storia parte da lontano, a testimonianza del fatto che nulla accade per caso. Sara si aggiudica nel 2008 il titolo come Miglior Sommelier Junior d'Italia: frequentava ancora la scuola alberghiera Dante Zappa di Bormio, ma aveva già le idee chiare sul suo futuro. Sorride anche se la notte prima degli esami è stata insonne: ha dormito poco più di tre ore. Vizzo tutto femminile: confessa di essersi alzata presto per farsi fare un'acconciatura speciale da sua sorella. L'occasione, d'altro canto, meritava. Anche nella spontaneità di questo dettaglio c'è tutta l'autenticità e la solidità di Sara: anche belle, siamo donne. «Ci tengo molto a ciò che faccio e voglio sempre raggiungere il massimo risultato: per questo ho imparato a gestire l'ansia e il nervosismo». Le chiediamo quale sia l'ingrediente segreto per vincere questa competizione rispetto agli anni precedenti: «L'esperienza maturata in altri concorsi mi ha aiutato nell'esposizione e nell'atteggiamento mentale. Sono riuscita a mantenere maggiore tranquillità e ad arrivare alla prova finale, quella di comunicazione, meno agitata rispetto agli anni scorsi». Una Sara in modalità zen: «Quest'anno ho cercato di prenderla con un po' più di filosofia, di divertirmi e di sorridere molto di più rispetto alle edizioni passate». È l'ultima parte della gara che l'ha sempre preoccupata: si arriva stanchi, ed un tarlo cerebrale vuole solo che finisca tutto nel più breve tempo possibile. A volte l'attesa è



Sara Lazzeri insieme ad Antonello Maietta, presidente AIS Italia e Fiorenzo Detti, ex presidente AIS Lombardia

Voglio sempre **raggiungere il massimo risultato**: per questo ho imparato a gestire l'ansia e il nervosismo

snervante, si teme l'eliminazione nelle prove intermedie, e la stanchezza appanna anche le menti più lucide. Ripartire richiede grande concentrazione. «L'ultima prova, personaggi e territori, mi ha sempre fatto grande paura: è lì che pecco». Elogio all'imperfezione, quanta umiltà: la consapevolezza del proprio limite è di per sé vittoria.

Sara lavora su se stessa e, alla fine, ce la fa: sembra proprio che la giuria l'abbia premiata nella prova finale. Una grande capacità di comunicazione e di empatia, carte vincenti soprattutto con i commensali al tavolo.

Sara dedica questa vittoria in primis ai suoi genitori: «hanno sempre creduto in me, soprattutto mio padre che non perde occasione di valorizzare tutto ciò che faccio». Il papà la chiama "la sua pòpa" e Sara, che ha 27 anni, ne va fiera: in dialetto è "bambina", ma in quel nomignolo c'è tutto l'affetto di cui un genitore è capace. E poi cita Luciana Libera, collega sommelier con cui ha condiviso il percorso di preparazione: una zia putativa, che Sara ha guardato come vero e proprio tutor.

La sua attività la vede impegnata nel ristorante di famiglia, dove è responsabile della carta dei vini, sommelier, maître e capo sala: instancabile e tentacolare, una giovane donna che ha fatto del multitasking il proprio credo quotidiano. Il suo percorso di apprendimento e prepa-

razione al concorso è partito quindi dal lì: «Mi sono preparata giorno per giorno, facendo degustazioni incrociate ai libri, ed approfittando di ogni occasione di raro tempo libero per visitare nuove cantine». «Mi ha aiutato molto l'esperienza all'estero tra il 2013 e il 2014» ci racconta Sara, «dove ho lavorato come sommelier e capo sala in due ristoranti italiani in Colorado. Diciotto mesi in cui ho avuto la possibilità di avvicinarmi a vini importanti, affinando il palato e migliorando il mio bagaglio tecnico». Sara nel suo futuro vede ancora l'azienda di famiglia, e forse l'avvio di un'enoteca: «di un certo livello», precisa Sara, sia mai che venga meno l'eccellenza.

La tabella di marcia che si è data prevede il concorso nazionale per miglior sommelier e ancora studio. Un proposito su tutti: «buttarmi un po' di più». Non abbiamo dubbi che farà così. Un consiglio per i giovani sommelier che desiderano cimentarsi con un concorso di questo tenore? «Credere in se stessi, questa è la cosa che davvero conta.

Ognuno ha il suo percorso ed i suoi tempi: mi ci sono voluti quattro anni per vincere, ma non per questo non mi sento all'altezza di altri che hanno tagliato il traguardo al primo tentativo. Determinazione, passione e costanza per me sono i requisiti fondamentali per riuscire. Non solo nel vino ma nella vita». Volli, sempre volli, fortissimamente volli: l'Alfieri applaude. ■

Targa AIS 2018 premia le giovani promesse del vino lombardo

SOFIA LANDONI

Per loro, il mondo del vino è una nuova scoperta. È un elemento misterioso e affascinante, che vale la pena conoscere sempre più approfonditamente. Sommelier e grandi appassionati di domani, curiosi e coraggiosi di oggi: questi sono i 10 ragazzi che hanno partecipato al concorso regionale Targa AIS il giorno 19 maggio 2018 presso l'Enoteca Regionale Lombarda di Cassino Po, in Oltrepò Pavese. Loro, studenti degli Istituti Alberghieri lombardi, hanno preso parte nel corso dell'anno scolastico al progetto di istruzione sulla cultura del vino che AIS Lombardia svolge nelle strutture aderenti. Hanno incontrato il mondo del vino, in modo più o meno casuale, e si sono lasciati coinvolgere in una passione che, come tutti i wine-lover sanno bene, è una meravigliosa strada senza ritorno.

Giunto alla sua VI Edizione, il concorso Targa AIS si propone come riconoscimento di una particolare preparazione, ma



Andrea Rocco, vincitore del concorso Targa AIS, studente dell'Istituto Falcone di Gallarate (VA)

al tempo rappresenta uno sprone per tutti quei ragazzi che hanno il desiderio di approcciarsi in modo sempre più professionalizzante al settore della ristorazione ed al mestiere del Sommelier.

E quindi eccoli qua, questi 10 studenti provenienti da altrettanti Istituti Alberghieri della Lombardia, pronti a mettersi in gioco con un concorso pensato appositamente per il livello scolastico, ma condotto con estrema serietà. La commissione incaricata di esaminare le loro competenze e la loro attitudine è stata la stessa che ha valutato, in un secondo momento, il Miglior Sommelier di Lombardia 2018. La moderazione del concorso è stata affidata alla guida attenta di un altro fuoriclasse del vino italiano, il campione nazionale 2010 Nicola Bonera.

Al termine della prova scritta, i tre candidati che hanno totalizzato il punteggio più elevato si sono sfidati a colpi di degustazione di un solo calice, con tanto di

esposizione orale che ha spaziato dalle nozioni geografiche a quelle storiche del vino italiano.

Ad aggiudicarsi l'ambito premio è stato Andrea Rocco dell'Istituto Falcone di Gallarate (VA). Ampia conoscenza, proprietà di linguaggio e capacità espositiva, sicuramente una giovane promessa della sommelierie regionale. Secondo e Terzo classificato sono stati rispettivamente Valentin Polonio, dell'Istituto Vespucci di Milano, e Federico Berni dell'Istituto De Filippi di Varese.

Andrea Rocco, la sommelierie nel cuore

«Il mio interesse per il vino è nato quasi casualmente: è stato il mio professore a spronarmi, in terza, a tentare il concorso nazionale junior come Miglior Sommelier d'Italia; non sono riuscito a vincerlo, ma grazie a questa esperienza è nato il mio forte interesse per il vino e il desiderio di conoscerlo ancora di più. Da allora ho maturato una sempre maggior conoscenza fino ad oggi». Andrea Rocco, vincitore del premio Targa AIS nella sua edizione 2018, è giunto al quinto anno di Istituto Alberghiero e sogna per il suo futuro una strada nel mondo del vino. «Mi piace conoscere il vino, saper distinguere un buon vino e diventare, in futuro, capace di

consigliare la clientela. Quello che mi affascina di più è la degustazione perché mi permette di capire come è fatto un vino». Quando lo si interroga circa i progetti per il suo futuro sorride, dicendo che prima è necessario superare gli esami di maturità. Ma poi rivela la sua grande determinazione, forte nel desiderio di imparare tutti i segreti del servizio per poter diventare un bravo Sommelier, anzi, il migliore. «Mi guarderò intorno nel mondo del lavoro; vorrei innanzitutto frequentare il terzo livello e poi continuare su questa strada». Ci rivedremo al concorso dei più grandi? Sorride e gli occhi brillano: «Proveremo sicuramente». S.L.

PALMARES

I vincitori del titolo di Miglior Sommelier di Lombardia e del Concorso Targa AIS

Miglior Sommelier di Lombardia

1992
Cataldi Giuseppe e **Tarantola** Amalia

1993
Rota Camillo

1994
non disputato

1995
non disputato

1996
Bernardo Enrico

1997
Scarpitti Fabio

1998
Lovrinovich Sergio

1999
Ravagnati Luca

2000
Soardi Katia

2001
Antonini Ivano

2002
Bonera Nicola

2003
Angioletti Savino

2004
Perazzo Luigi

2005
Corocher Ivan

2006
Rosola Sabrina

2007
Grassi Marco

2008
non disputato

2009
Pola Manoel

2010
non disputato

2011
Riva Emanuele

2012
Goatelli Gianluca

2013
non disputato

2014
Gastaldi Filippo

2015
Telemaco Calandrino

2016
Montini Andrea

2017
Vaso Artur

2018
Lazzeri Sara

Concorso Targa AIS

2013
Ribolzi Elena

2014
Premoli Silvia

2015
Manganaro Mattia

2016
Zoccarato Katia

2017
Zanetti Jacopo

2018
Rocco Andrea

Un banco di assaggio con i vini lombardi presso l'Enoteca Regionale ha fatto da contorno alla giornata dedicata ai concorsi

LORENZO IORINO



Molti i Soci che hanno assistito sia all'Assemblea Regionale e poi ai due concorsi della giornata



Sono stati otto quest'anno i sommelier che si sono cimentati nelle articolate e complesse prove scritte



I quattro semifinalisti poco prima di affrontare le prove finali. Una nuova formula dinamica e apprezzata



Vino & Olio a Sirmione

È stata la Rocca Scaligera di Sirmione ad ospitare l'VIII Edizione della Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio.

Più di 1000 persone hanno affollato i cortili per degustare i vini e l'olio del Garda grazie al servizio della squadra di sommelier della Delegazione AIS di Brescia. In mattinata pubblico attento e numeroso alla tavola rotonda

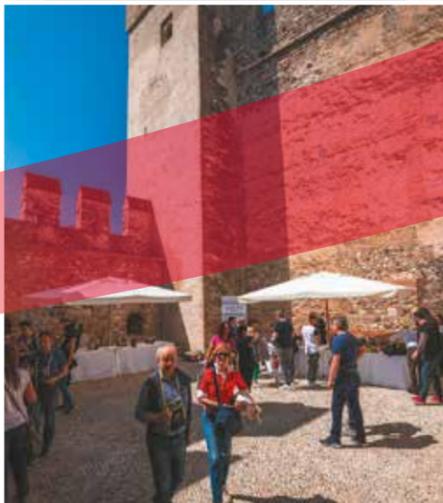
 ALESSANDRO FRANCESCHINI

 MATTEO RINALDI

Nella bellissima, e sempre affollatissima, cittadina di Sirmione sul Lago di Garda, si è tenuta un'edizione particolarmente ricca di contenuti della "Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio", ormai tappa fissa primaverile all'interno del calendario delle attività istituzionali dell'Associazione in tutta Italia. L'VIII edizione in Lombardia si è aperta con una tavola rotonda dal titolo "Il vino e l'olio nella civiltà italiana"

all'interno della quale hanno preso la parola professionisti ed esperti come Nicoletta Giordani, Direttore Area Archeologica Grotte di Catullo e Castello Scaligero di Sirmione, con una ricostruzione storica sul ruolo di questi due alimenti dall'antichità ai nostri giorni; Massimo Ferasin, funzionario agrario del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e forestali ICQRF Lombardia, che ha illustrato l'antico ruolo "sanitario" del vino nonché la prima legge che ha regolamentato il mondo dell'olio; Andrea

Bertazzi, vicepresidente del Consorzio di Tutela Olio Extra Vergine di Oliva Garda Dop, che ha raccontato le caratteristiche più importanti del famoso olio del Lago di Garda; Carlo Alberto Panont, direttore del Consorzio Garda Doc, che ha descritto i cambiamenti avvenuti negli ultimi anni all'interno della denominazione Garda Doc che rappresenta oggi circa 10 milioni di bottiglie prodotte in due regioni, Veneto e Lombardia. ■



FABRIZIO BIANCHI

Da Gallarate a Monsanto: quasi un destino



La vigna Il Mulino grazie alle sue caratteristiche pedoclimatiche è un luogo ideale per la produzione del Cabernet Sauvignon



Fabrizio Bianchi

LA NASCITA DI UN GRANDE NOME DI RIFERIMENTO DEL PANORAMA VITIVINICOLO ITALIANO E DI UN VINO, IL NEMO, CABERNET DI AUTENTICO RESPIRO CHIANTIGIANO

ARMANDO CASTAGNO

Con questo numero di *Viniplus*, inauguriamo una nuova rubrica. Gli ingredienti sono quelli di sempre: territori, storie, persone, sogni, progetti, vini. Ma con una chiave di lettura particolare: dopo aver indagato in verticale un buon numero di vini di Lombardia, ci dedicheremo all'analisi di bianchi e rossi prodotti in altre regioni d'Italia da "figli della Lombardia".

Il primo della serie è un mito vivente: Fabrizio Bianchi, unanimemente considerato un protagonista della stagione del "Rinascimento" del vino italiano, grazie a quanto di straordinario progettato e realizzato al Castello di Monsanto, in comune di Barberino Val d'Elsa, in uno dei luoghi più belli

l'Università dopo due anni per lavorare con lui. A Gallarate, trent'anni prima, era nato e si era sviluppato un centro tessile e ricami di prim'ordine, inizialmente con capitale svizzero. Era un polo all'avanguardia: ricordo che si usavano delle macchine da cucire gigantesche, lunghe anche più di quindici metri, che sfornavano tessuti e sete ricamate di elevata qualità, che le grandi case internazionali di moda cercavano e pagavano bene».

E IL VINO?

«Io passavo da piccolo le vacanze dagli zii, vicino Tortona, dietro la città di Gavi. Mio nonno aveva fatto lì una vigna coi soldi della famiglia e di uno zio monsignore: io partecipavo alla pigiatura dell'uva sin dall'età di quattro anni, coi miei cugini. Ci divertivamo come matti, e da lì penso mi siano nati la passione e l'amore per il vino e il suo mondo. Per l'agricoltura tutta, direi. Poi le esigenze dello studio mi impedirono di continuare questa specie di rito, e ricordo che già nei miei anni di scuole medie non partecipavo più alle vendemmie».

TORNIAMO AI SUOI VENT'ANNI.

«Come detto, lasciai la Cattolica e saltai sul treno del tessile, per così dire; mi impegnai da lì in avanti nell'azienda di mio padre. Ci rimasi per qualche tempo, fino al 1960, cioè all'altezza dei miei 22 anni. L'attività andava alla grande e faceva dei buoni utili, così mio padre decise di investirli in qualcos'altro, e pensò al settore agricolo».

E ANDASTE A CERCARE IN CHIANTI.

«No. Andammo a cercare in Sardegna».

IN SARDEGNA?

«Vicino Carloforte, a Calasetta. Avevamo dei parenti lì. C'erano queste vecchie vigne di Carignano, e c'era una cantina locale, una cosa enorme da 50 mila ettolitri, che lo produceva: papà pensò inizialmente di rilevarla, ma poi cambiò idea, credo per la posizione dell'azienda praticamente sulle scogliere. Si limitò a comprare un ettaro di terreno edificabile per farci un villino, che poi non abbiamo mai costruito: tuttora non abbiamo che questo terreno, lì. Senza villino».

E IN TOSCANA COME CI SIETE FINITI?

«Ci finirono i miei, non io. Fu in occasione di un viaggio di qualche giorno in occasione di un matrimonio di cugini a Poggibonsi, poco tempo dopo. Grazie alla curiosità di mia madre, mi raccontarono, si parlò di agricoltura; le mostrarono un podere fuori Poggibonsi che era in vendita a prezzo basso – quattro milioni e mezzo di lire - da parte di due anziani. Era il periodo dello spopolamento di quelle campagne: la fine della mezzadria induceva i contadini ad andare a lavorare in fabbrica, e non lontano da lì si andava sviluppando un polo industriale importante: Poggibonsi stessa, Certaldo, Colle di Val d'Elsa. Nel podere c'erano una casa colonica, dieci ettari di terreno con qualche vite e qualche ulivo, e del promiscuo; e poi c'erano tre vacche e due scrofe. Che fossero dieci ettari ci rendemmo conto solo

del Chianti Classico. Seguiamo insieme questo suo racconto, regalatici all'inizio del mese di agosto del suo ottantesimo anno di età in impeccabile accento milanese. A proposito: auguri di cuore.

LEI È LOMBARDO DI NASCITA.

«Sì. Sono nato a Gallarate nel 1938 da padre toscano e madre di sangue toscano-piemontese, che erano passati in Lombardia per esigenze familiari. Ho fatto tutte le mie scuole lì, poi sono andato alla Cattolica a Milano per frequentare Scienze Economiche. Nel 1946, mio padre Aldo Bianchi lasciò l'impiego per avviare una sua piccola azienda tessile, e io lasciai

NEMO

Castello di Monsanto

LA VERTICALE 2013-1988

2013

Inaugura la degustazione un vino magnifico, di media intensità al colore e con un naso splendidamente articolato ed elegante, del tutto esente da lasciti erbacei varietali e al contrario di compiuta maturità. Vi si inseguono rimandi alla ciliegia e al legno di rosa sul veemente vapore balsamico tra la menta, l'eucalipto e l'anice che fa da sfondo. Al sorso ha una signorile compostezza e una tattilità setosa; la sensazione generale di classe è rilanciata quando ci si rende conto della nonchalance con cui porge e dipana un volume estrattivo rilevante e una eccezionale varietà, fino alla raffinata uscita. Uno dei migliori Cabernet italiani, da un millesimo positivo; scontato prevedergli un futuro radioso, in continua evoluzione lungo un arco di tempo che potrebbe valicare i vent'anni.

2012

Laddove il 2013 esprime classe, il 2012 suggerisce profondità. A partire dal colore, più cupo e concentrato, questa edizione del Nemo rivela una maturità spinta delle uve, tradotta anche in una decisa traccia alcolica che si coglie nitidamente sin dal profumo. Descrittori utilizzabili: mirto, inchiostro di china, violetta, carbon dolce, timo, kirsch. Al sorso è vasto e potente, ricco di estratti e con un formidabile slancio sapido a chiudere. Rosso estroverso, interessante da raccontare sebbene episodico nella verticale dal punto di vista aromatico. Volendogli muovere un paio di piccole censure, difetta appena di dettaglio e articolazione, e il finale è un po' asciugato dal lascito dei legni.

2010

Colore compatto ma dai chiari riflessi rubino. Il profumo ha definito carattere chiantigiano: rimandi di terra, tartufo nero, alloro e violetta contornano il nucleo fruttato di ciliegia matura; l'insieme denuncia una maturazione delle uve nulla meno che perfetta, e la sensazione è rilanciata dalla dinamica del sorso, tutto in finezza, vellutato nella tessitura, calibrato nel tannino e irrorato a metà dello sviluppo da una sferzata acida. Finale fruttato e con cenni di catrame caldo e tabacco; tenace persistenza "di gola". È un vino ormai assestato, dopo un esordio che rammentiamo difficile, incordato e contratto; la forza d'urto del Cabernet è oggi ingentilita da elementi di matrice territoriale; ha almeno altri quindici anni di positiva evoluzione davanti a sé.



NEMO

Il Nemo viene prodotto con solo uve cabernet sauvignon coltivate nella vigna "Il Mulino" a 260 metri di altitudine a partire dal 1976. La prima annata prodotta è del 1982



in un secondo tempo, misurandoli: all'atto della vendita ce ne avrebbero calcolati e fatti pagare otto e mezzo! Mia madre e mio padre comprarono così il podere senza chiedermi nulla; io non avevo nemmeno idea di dove fosse Poggibonsi. Della Toscana conoscevo solo San Gimignano, dove avevamo dei parenti, e Livorno, dove era nato mio padre; e per la verità non avevo un'idea precisa nemmeno di come funzionasse la mezzadria. Mi avvidi presto, però, che il podere era troppo piccolo per metterci un fattore a lavorare, perché sarebbe costato più di quanto avrebbe potuto rendere la fattoria».

QUINDI ANDARONO GIÙ I SUOI?

«No. Mio padre non ne volle mai sapere: diceva che aveva fatto tutto mia madre. Del resto lui era livornese, era rimasto a Livorno fino ai 14 anni di età, e la terra non lo attirava affatto. Al contrario di mamma, che era invece nata a Novi Ligure da famiglia in parte toscana, e nell'agricoltura era sempre vissuta. Fatto sta che per prima cosa vendettero le vacche e le scrofe coi maialini: ci recuperarono qualcosa come due milioni e mezzo (ride). Io parlai con mia madre di quel podere, e convenimmo che la via più semplice per iniziare fosse tornare alla pastorizia: comprammo cento pecore e assumemmo un pastore grossetano, il quale non

aveva alcuna voglia di far fare loro il formaggio, come noi gli avevamo chiesto, ma in compenso in capo a un anno e mezzo le pecore erano diventate duecento».

NON SI TRATTAVA DEL CASTELLO DI MONSANTO.

«Di una parte. Il resto arrivò l'anno dopo, grazie all'informazione che ci fornì uno zio. Sapemmo da lui che c'era la possibilità di prendere una fattoria di proprietà della Chiesa, di un monastero di suore per la precisione, che confinava con il "poderino" di cui sopra. Lo andammo a vedere: era stupendo, ma inutilmente in vendita da due anni. Visitammo la casa, salimmo alla terrazza, e restammo interdetti davanti all'incredibile panorama: si vedevano distintamente le torri di San Gimignano. Questo, credo, bastò a convincere mio padre a comprare la fattoria: la casa e il panorama della Val d'Elsa, più che la possibilità di una fiorente attività agricola. Mia madre beveva poco, ma io penso avesse un palato eccezionale per il vino. Assaggiò il rosso prodotto in questi poderi dai mezzadri, e si accorse che lì veniva fuori un prodotto diverso dal consueto, qualcosa di strutturato, profondo e austero, mai pronto da giovane: da buona piemontese, considerò positiva quell'attitudine. Il resto è storia credo nota. Con la vendemmia 1962 iniziammo a produrre da solo il Chianti Classico del Vigneto Il Poggio, e dal 1964 mettemmo a dimora vigneti in tutti questi luoghi dalla vocazione particolare, puntando a produrre dei vini che l'assecondassero».

SI OCCUPÒ LEI DI SEGUIRE QUESTA NUOVA INTRAPRESA?

«Per forza. Solo che era davvero scomodo. La superstrada Firenze-Siena venne ultimata solo nel 1966, quindi io facevo su e giù da Gallarate e nell'ultimo tratto percorrevo la Cassia. Non si arrivava mai. Fino al 1992 ho seguito tutte e due le aziende, quella tessile – che c'è ancora e continua a fare qualità: di trecento aziende gallaratesi del settore che erano, ne saranno rimaste venti, ma una è la nostra – e quella viticola. Nel 1992 lasciai l'azienda tessile ai figli, e mi dedicai interamente al Castello di Monsanto, alle sue etichette che intanto si erano fatte onore: il Sangiovese dalla vigna di Scanni, nato nel 1974; il Chianti Classico dal vigneto Il Poggio (1962); e ancora il Chianti Classico annata e Riserva; lo Chardonnay che porta il mio nome da uve del primissimo "poderino", quello delle pecore; il cabernet sauvignon che si chiama Nemo, e così via. Mi aiutò mia figlia Laura, che avrebbe inizialmente voluto fare l'avvocato, e che per quello ha studiato, ma che invece scelse intorno al 1989 di stare con me a Monsanto».

PER LA NOSTRA VERTICALE ABBIAMO SCELTO, PER L'APPUNTO, IL NEMO, IL CABERNET SAUVIGNON DI MONSANTO. COME NACQUE L'IDEA DI PRODURLO, E PERCHÉ? E CHE SIGNIFICA IL NOME?

«Parto dall'ultima domanda, quella sul nome. Feci assaggiare a Milano, nell'enoteca di Angelo Solci, le prime annate sperimentali del Cabernet a grandi assaggiatori: piacque a pochi; qualcuno lo stroncò. In diversi mi consigliarono di lasciar perdere. A me il vino piaceva un sacco, invece: Nemo sta quindi per nemo propheta in patria. Quanto all'idea della sua produzione, questa fu collocata alla metà degli anni Set-

2007

Acceso di bagliori, che illuminano un manto nerastro. Il bouquet fa presagire la struttura del vino, la sua individualità: latitano elementi di freschezza, e al contrario si colgono insistiti accenti salini, iodati e minerali. Il frutto, maturo con giudizio, è meno esuberante di quanto non sia la nota eterea-alcolica, che tende a debordare con l'aumento di temperatura del vino: il mirto (liquore) prende il posto della macchia, il rosolio della rosa. All'assaggio c'è coordinazione, il tannino è saporito, la freschezza dimessa, la salinità arretrata senza ostacoli; la foga alcolica finisce per dominare le sensazioni post-deglutitive, dedicate al diffondersi di un calore diffuso, piacevolmente rétro; rimane però la percezione di un rosso in qualche modo incompleto.

2006

C'è un tocco surmaturato nel profilo olfattivo di questa edizione: un tono appena "animale" che sfuma di rusticità un insieme scultoreo. Per il resto, il frutto è anch'esso scuro e dolce (prugna, uva di Corinto), e manca il dettaglio presente in altre annate della stessa decade. In bocca, tuttavia, si riscatta: la densità è al servizio di una dolcezza che coinvolge anche il tannino; la vampa alcolica dell'epilogo non inficia un profilo di una certa nitidezza. Strano vino, interlocutorio al naso ma ottimo da bere, in cui convivono l'indole rudemente muscolare dei 2006 di Toscana e un'anima più gentile e graduale. Difficile precisarne i limiti evolutivi, ma secondo noi è oggi – e per i prossimi cinque-sette anni – molto vicino al suo meglio. Trovandolo, non servitelo sopra i 18 gradi.

2004

Ha un colore irrealmente giovanile, ancora con riflessi rubino e persino un bagliore porpora. Al naso apre il vaso di Pandora, tra rimandi fruttati di cassis e visciola, floreali di rosa rossa, speziati di cannella, suggestioni mentolate e minerali in via di disvelamento in 20' di bicchiere; quello cui si assiste è un suggestivo gioco di chiaroscuri. In bocca è un velluto: entra morbido e svolge poi il suo tema con la calma dei grandi, fino a un'uscita lunga ed espressiva. Il perfetto equilibrio tra tannino e freschezza qualifica il sapore almeno quanto la precisa citazione retrofattiva degli aromi e il senso di spazialità che ne promana. Strepitoso parto di una vendemmia indimenticabile in zona, è ancora assai "indietro"; e può probabilmente tenere altri 15 anni almeno.

2001

Profilo magro ed essenziale, con un naso giocato soprattutto sulle varie declinazioni del

registro "minerale", e con qualche elemento di evoluzione; il frutto è indistinto, e si affaccia con l'aerazione una componente erbacea, ma "secca", simile all'odore della saggina, del fieno essiccato. Una bocca salatissima e rigorosa, anche per la forte corrente acida che la percorre e l'astringenza tannica, conferma l'impressione di un vino in cui il frutto, e in generale le componenti morbide, si è quasi eclissato, lasciando il "terzo tempo" della sua evoluzione nelle mani delle parti dure e scabre.

1999

Delle sette annate più giovani della verticale, è quella il cui bouquet ha più nitide componenti erbacee, più chiare timbriche boisé, e in assoluto la più verosimile citazione degli archetipi médocains; netti la grafite, il sottobosco, la soia e il legno di cedro, a far da sfondo a un quadro fruttato che ha ancora polpa e vitalità. L'assaggio lo ascrive al novero dei classici bordolesi italiani del 1999, rossi cioè dall'ardente prestanta alcolica e dallo sviluppo rarefatto, in debito di tensione, alle volte un po' compiaciuto. Chiude su richiami di catrame caldo e caffè torrefatto, estendendo le sensazioni con una certa cautela. Non tra i più suggestivi della verticale per complessità, eppure lo riteniamo vino con qualche ulteriore margine di manovra dal lato evolutivo.

1997

Annata come noto generosa nella Toscana centrale, ma più irregolare di quanto sia stato raccontato, amatissima oltreoceano e detestata dai puristi di casa nostra. In realtà esistono bottiglie interessanti del 1997 in regione, e questa è una: la silhouette virile, severa, classica e grintosa degna di un Léoville-Barton si dipana tra cenni di ciliegia, fumo, eucalipto, liquirizia e terra umida, e rilancia la sua qualità al sorso, austero ma continuo. Lo sfoggio di classe e misura prosegue in un contesto di equilibrio generale: ne abbiamo ammirato la grana del tannino e la quieta rivelazione del sapore, fino a uno stupendo epilogo di impressionante energia sapida. Una gradita sorpresa, da bottiglia il cui tappo aveva tenuto in modo perfetto.

1995

Un rosso di solida tempra, cui il passare degli anni sta smussando spigoli che ricordiamo essere stati acuti, in gioventù. Bella e assai complessa la trama aromatica costruita in 23 anni, giocata tra cenni fruttati di ciliegia e persino mela rossa, spezie tostate, piretro, corteccia, tabacco biondo; e c'è ancora grinta



Sabbia e galestro, due elementi che caratterizzano la composizione dei terreni della vigna Il Mulino

tanta, allorché cominciavano a far parlare di sé i primi esempi di cabernet di Toscana, come il Sassicaia e il Tignanello. L'attenzione del mercato internazionale si andava svegliando su questa tipologia, e io pensai di tentare. Scelsi il vigneto detto Il Mulino – che c'era davvero: un corso d'acqua ne muoveva le pale – e nel 1976 vi piantai il cabernet sauvignon. La prima annata del Nemo fu la 1982».

COME VIENE REALIZZATO?

«Il Nemo è un single vineyard, come detto. All'inizio e per molti anni il vino si chiamava, per la precisione "Nemo-Vigneto Il Mulino", che è il nome catastale esatto dell'appezzamento, ma che non possiamo più scrivere in etichetta, perché vietato dalle norme sulle IGP. La vigna è a circa 260 metri di altitudine, e insiste su terreni vari, misti di elementi sabbiosi e di galestro; è un luogo perfetto per il cabernet sauvignon. L'uva di questa vigna mediamente viene raccolta ai primi di ottobre, stando attenti a evitare il calo dell'acidità negli acini, che può essere, e qualche volta è stato, repentino. Fermenta ormai da diversi anni in tini non cilindrici, ma troncoconici in acciaio, con déléstage; la macerazione dura circa 20 giorni; poi va in barrique, da sempre tutte nuove: ci rimane circa 18 mesi, poi segue un affinamento in bottiglia piuttosto lungo, di almeno altri due anni. In genere il Nemo esce prima dell'estate del quinto anno, insieme o poco dopo il Chianti Classico Il Poggio. Ne produciamo circa 10.000 bottiglie, poche considerando che il vigneto è tre ettari e mezzo di estensione; ma la resa si va contraendo ormai anno dopo anno, per l'età delle piante. Una parte, circa un ettaro, l'abbiamo già estirpata; stiamo per reimpiantarla il prossimo anno, sempre con il cabernet sauvignon».



Aldo Bianchi, nel 1960, stregato dalla bellezza della terrazza del Castello di Monsanto, comprò la proprietà lo stesso anno. Nel 1962 il figlio Fabrizio vinifica le uve del vigneto Il Poggio

A seguire, le nostre impressioni di assaggio relative a tredici annate del Nemo, dalla 2013 appena entrata in commercio alla lontana – e straordinaria – 1988; le bottiglie provenivano dalla cantina storica del Castello di Monsanto.

Il vino ci ha molto colpiti, sotto vari aspetti: è prima di tutto un prodotto di estrema finezza, sobrio come da tradizione e vocazione delle vigne e delle persone di Monsanto. Nessuna bottiglia presentava il minimo segno di ossidazione, mostrando anzi la difficoltà – passateci l'espressione – del tempo stesso a scalfirne la fisionomia. Lungi dall'appiattirsi sulle classiche note varietali del Cabernet, termine che spesso sottintende una maturazione incompleta delle uve, il Nemo sembra muoversi sul crinale tra un'anima a sangue freddo di matrice bordolese e una più emotiva di carattere chiantigiano. Non abbiamo invece rilevato elementi di carattere "californiano", nonostante questo sia stato all'epoca in qualche modo cercato, o almeno tenuto in considerazione, stante la barocca avvenenza e la forza di seduzione delle bottiglie da Napa o da Sonoma che Fabrizio e gli amici d'allora erano soliti assaggiare, e spesso ammirare, a Milano.

Ultima nota per il nome, che come da racconto di Fabrizio Bianchi non prende spunto dal pesce della Disney Pixar, ma dal proverbio latino "nemo propheta in patria". A verticale ultimata, e una volta constatata la forza espressiva di questo rosso relativamente poco noto in Italia, riflettevamo che "Nemo" potrebbe a buon diritto riferirsi ad un altro detto latino, ciceroniano: "Nemo vir magnus sine aliquo adflatu divino umquam fuit", cioè "nessun grande uomo c'è mai stato senza una qualche ispirazione divina". Forse neanche alcun grande vino, a pensarci bene. ■

da vendere all'assaggio, non esattamente accomodante per via del graffio acido e della stretta tannica sempre incisiva, ma ormai decisamente più facile da bere e da godere di qualche anno fa. Il finale, di nobile contegno, è lungo ed esteso. Grande bottiglia, che si può ancora tenere in cantina.

1993

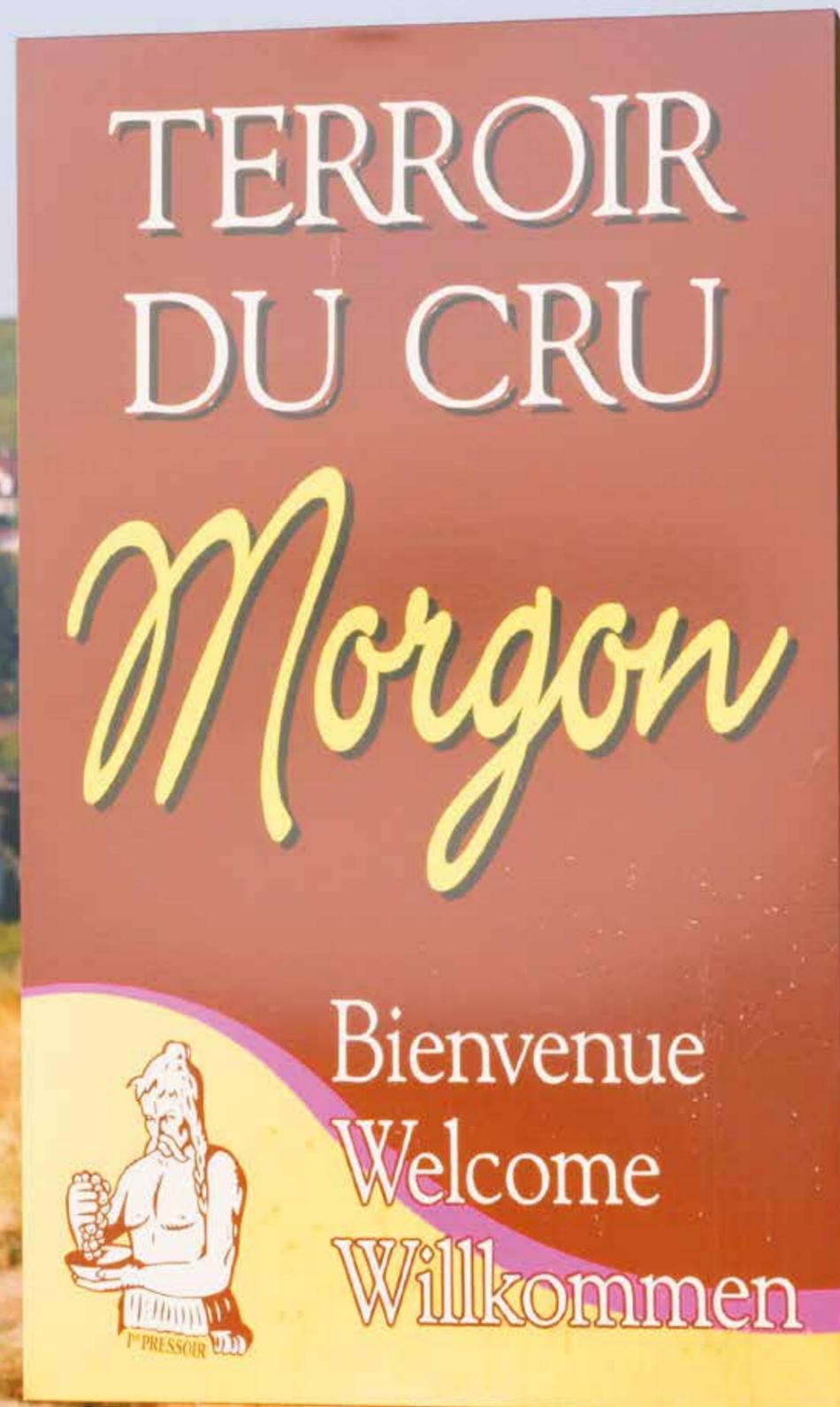
Considerando la fama un po' anodina del millesimo, la sorpresa della verticale. Ha un naso ormai interamente terziario, davvero affascinante, che spazia senza la minima deviazione ossidativa tra sensazioni ferruginose, di cuoio, spezie, bergamotto e rosmarino. La bocca è tonica, affilata, ben ritmata dal tannino un po' austero e da una verace asprezza; il finale torna a proporre suggestioni minerali. Non è un'edizione delle più morbide, ma ha carisma e un bel tocco; pare all'apice.

1990

Annata leggendaria e quindi assaggio molto atteso; esito tuttavia non proprio eroico. C'è tanta morbidezza quanta se ne desidera nei toni dolcissimi e lattinosi del profumo, esitante su richiami di frutta rossa in confettura e un che di speziato; manca un po' di complessità. Sensualità e souplesse anche al sorso, privo di una vera e propria dinamica, e con la freschezza acida in posizione mimetizzata, periferica. Anziché allungare, il finale tende perciò a "sedersi", indugiando su svenevoli dolcezze gliceriche ed estrattive; è talmente soave in fondo che sembra quasi (ma è sensazione ingannevole) avere ancora un lascito di zucchero residuo. L'uscita è invece nettamente la più amarostica del lotto.

1988

Capolavoro di proporzione e classe, dal colore vitalissimo e dal naso francamente ipnotico: pare un vino di quindici anni più giovane. Il cabernet sauvignon in vesti principesche: nel bellissimo bouquet, arduo da descrivere, si colgono una traccia floreale (rosa canina) e un vero talento per trasformarsi all'aria: ecco via via accenti di melagrana, finocchietto selvatico, calce, humus, tartufo nero, una punta di ruggine. La bocca è tuttora coesa, pura, né esile né robusta, assai più succosa e meno ruvida del previsto; l'epilogo regala un senso di dilatazione, di rarefazione, e sfuma con lentezza sciogliendosi nel sale. Una bottiglia di memorabile eleganza da un millesimo che ormai è pacifico vada annoverato nella regione tra i più grandi del ventesimo secolo.



MORGON

Irresistibile “nobiltà popolare”

UN PICCOLO BALUARDO DELLA LOGICA
VITIVINICOLA ARTIGIANALE.
ALLA SCOPERTA DEL GAMAY CHE SA INVECCHIARE

☞ SAMUEL COGLIATI

Si fa presto a dire Beaujolais, ancor più a dire Gamay. Un po' meno a dire Morgon. Non soltanto perché il nome della regione viticola è, nel bene o nel male, assai più celebre e diffuso nel mondo di quello del suo cru principale: 65 milioni di bottiglie l'anno a fronte di soli 6,2 milioni sono una bella differenza, ma ciò che più distingue le due denominazioni di origine non sono tanto i volumi quanto la diversa attitudine gustativa, la prospettiva e la completezza della struttura.

UNA DECLINAZIONE SPECIFICA

Va innanzitutto chiarito che Morgon è Beaujolais, ma il Beaujolais non è affatto automaticamente Morgon. Solo il 7% del vigneto regionale (circa 16.000 ettari) può fregiarsi di quest'ultima denominazione. La logica è topografica: Morgon è infatti una delle appellations comunali o sovracomunali del Beaujolais settentrionale. I francesi le chiamano “cru”, per quanto questa dicitura possa risultare discutibile, a causa della loro considerevole superficie. Morgon si estende infatti su oltre un migliaio di ettari vitati (ma anche gli altri cru Aop ricoprono centinaia di ettari: gli adiacenti Fluerie, Regnié e Chiroubles, oltre a Moulin-à-Vent, Juliéna, Chénas e Saint-Amour a nord, Brouilly e Côte-de-Brouilly a sud). Il concetto che regge la nozione transalpina di cru – ovvero una specificità e un'omogeneità di terroir (geologia, clima, mesoclima, morfologia, ecc.) – potrebbe essere messo parzialmente in dubbio, in questi casi. Nondimeno il legislatore ha ritenuto questi territori sufficientemente coerenti da avallarne l'ambizione a differenziarsi

Il cru Morgon si trova nel comune di Villié-Morgon, nel settore centro-settentrionale del Beaujolais

La denominazione d'origine

Il cru Morgon occupa 1.127 ettari vitati nel comune di Villié-Morgon, nel settore centro-settentrionale del Beaujolais: l'areale ritenuto più qualitativo, su cui ricadono infatti anche tutti gli altri cru.

Dal punto di vista geologico il terroir è connotato da una matrice prevalentemente granitica e scistosa, ma anche argilloso-calcareo. Proprio gli scisti, ricchi di manganese, generano degradandosi suoli argillosi ad alta vocazione viticola (tra di essi la celebre collina del Py). Si tratta di suoli poveri e drenanti, ampiamente vocati alla viticoltura. La povertà delle terre contribuisce al contenimento delle rese di produzione, uno dei grandi crucci della viticoltura e del vitigno locali, il vigoroso gamay. Il disciplinare prevede comunque un rendimento massimo di 56 ettolitri/ettaro (con deroghe annue fino a 61 hl/ha, in caso di annate generose).

L'altitudine dei vigneti è compresa tra 220 e 480 metri circa, variabilità che condiziona sia il profilo gustativo dei vini sia la data di vendemmia, più tardiva per le vigne elevate.



Sul piano climatico il Beaujolais si situa al crocevia tra residue influenze oceaniche, tendenze semi-continentali e strascichi di elementi mediterranei capaci di risalire la valle del Rodano. Le estati possono in effetti rivelarsi assai calde.

Il vitigno principale è il gamay (bacca nera e succo bianco), che può essere affiancato da cultivar bianche: chardonnay, aligoté e melon de Bourgogne (ormai rare ma storicamente presenti nel Beaujolais), a patto però che la loro distribuzione in vigna sia promiscua al gamay e non ecceda il 15% del totale. Una normativa che riflette l'antica propensione locale per la disposizione dei ceppi in foule, ovvero in ordine sparso anziché in filari, con potatura ad alberello e alte densità di viti per ettaro (il disciplinare impone almeno 6.000 piante/ha, ma spesso si raggiungono concentrazioni più che doppie).

In fase di vendemmia la cernita delle uve è obbligatoria. Il grado alcolico naturale minimo è di 10,5% e i vini devono essere secchi (zuccheri <3 g/l) al momento della commercializzazione, autorizzata dal 15 marzo dopo la vendemmia.



Stele alla memoria dei vigneroni di Beaujolais a Morgon



dalla generica denominazione d'origine regionale. E questo sin dall'inizio: Morgon fu insignito del titolo di Aoc a sé stante nel lontano 1936, contestualmente alla creazione dell'appellation Beaujolais. Un attestato che coronava un millennio di storia viticola, se è vero che le prime testimonianze scritte della viticoltura locale risalgono all'anno 956.

IN PRINCIPIO FURONO CHAUVET E LAPIERRE

Morgon sfugge in parte all'assetto che regola buona parte della struttura produttiva del Beaujolais: il négoce. La maggioranza delle bottiglie regionali è infatti commercializzata da grosse maisons che vinificano uve, oppure affinano o imbottigliano vini acquistati presso viticoltori. Nomi come Jadot e soprattutto Georges Dubœuf (questa casa acquista da 300 fornitori e vende in 120 Paesi quasi un quarto della produzione regionale!) incarnano da tempo, in Francia come all'estero, l'immagine stessa del Beaujolais (sia esso "normale" o nouveau). Nonostante alcuni meriti nella diffusione dei vini regionali, quest'attività commerciale ad ampio spettro ha contribuito nel tempo a dare del beaujolais l'immagine di un vino basico, di scarse pretese, tutt'al più goliardico ma assai standardizzato. Per i più si tratta di una tipologia imbrigliata nelle maglie di una vinosità elementare, fatta di aromi fruttati (esteri) estemporanei, ma incapace di invecchiare. Succube di

I più grandi Beaujolais tendono a "pinoter", ad assumere con l'evoluzione tonalità gustative che li avvicinano ai nobili pinot noir di Borgogna

un successo commerciale che, negli anni Ottanta e Novanta, non ha certo giovato all'accuratezza produttiva, l'identità del Beaujolais ha dunque finito per collimare con quella del suo peggior vino novello.

Chi conosce la regione sa invece che è capace di dare vini fini, golosi, fragranti, ma anche sorprendentemente longevi, soprattutto quando provengono dai migliori terroir vinificati con perizia. Sono l'esempio più luminoso della tendenza dei più grandi beaujolais a "pinoter", ovvero ad assumere con l'evoluzione tonalità gustative che li avvicinano ai nobili pinot noir di Borgogna. Morgon – e alcuni suoi lieux-dits più quotati, tra i quali spiccano la Côte du Py e Javernières – ha indubbiamente questo potenziale. Due secoli or sono André Jullien scriveva nella sua celebre Topographie che i vini di Morgon «durano a lungo e finiscono sempre bene». Con i suoi 400 vinificatori, che detengono il 40% delle vendite dirette, Morgon rimane dunque un piccolo

baluardo della logica vitivinicola artigianale, che fa da contrappeso all'industria.

Forse meno nota è l'opera, in verità cruciale, di un gruppo di vignaioli che, a partire dai primi anni Ottanta, intraprese un lavoro di emancipazione del vino dall'imperante modus operandi dell'epoca, dominato da un'enologia correttiva molto pesante. Seguendo le intuizioni e gli insegnamenti dell'enologo e studioso Jules Chauvet, la cosiddetta "banda Lapierre" incarnò un nucleo di veri e propri pionieri dei vini "naturali". Al centro di quel movimento e di quella riflessione, il tentativo di affrancarsi quasi del tutto dall'uso dei solfiti, ma anche la predilezione per pratiche coerenti con questo approccio, dall'utilizzo dei soli lieviti indigeni per la fermentazione al rifiuto dell'alterazione dei parametri enologici. Il tutto, ovviamente, partendo da uve sane e mature. A guidare questo gioioso manipolo di vignaioli "sovversivi" fu proprio Marcel Lapierre, affiancato da altre personalità di rilievo, quali Jean Foillard e Jean-Paul Thévenet. È così che,

La selezione delle aziende

Jean Foillard

69910 Villié-Morgon
tel. +33(0)4.74.04.24.97
www.leclachet-foillard.com
Importato in Italia
da Caves de Pyrène (Alba)

Jean Foillard è uno dei punti di riferimento assoluti di Morgon. In oltre trent'anni di vitivinicoltura si è imposto per la sua cura delle vigne e per la precisione della vinificazione. Se il Morgon "base" è un ottimo rappresentante della denominazione – sia nella versione "domaine" sia in quella "négoce", da uve acquistate –, le sue cuvées di vertice sono incontestabilmente la "Côte du Py" e la "3,14" (prodotta con le più vecchie viti del medesimo lieu-dit), probabilmente quanto di meglio sia possibile reperire in zona.

Il Morgon 2016 (versione "négoce") è un vino di schioccante leggerezza e bevibilità, che non rinuncia a una vinosità fresca e propositiva. La Côte du Py 2016 possiede più classe e carattere: appena aspra nell'impatto, ma intessuta di un ordito educatamente ed



elegantemente minerale (grafite), sa occupare con autorevolezza la bocca senza pesare. Vino dal fruttato cristallino, sgargiante, pieno e rigoroso. Puro piacere, per un fagiano o un pollo ruspante arrosto.

M. Lapierre

Domaine des Chênes
69910 Villié-Morgon
tel. +33(0)4.74.04.23.89
www.marcel-lapierre.com
Importato in Italia
da Velier (Genova)

Marcel Lapierre, scomparso nel 2010, ha lasciato l'azienda di famiglia in buone mani. Oggi sono la moglie Marie e il figlio Mathieu a perpetuare con coerenza



l'impostazione impressa al vigneto (bio dal lontano 1981!) e alla vinificazione (il meno interventista possibile, con un uso dei solfiti assai limitato, fermentazioni spontanee e senza filtrazione). I vini offrono un profilo immediato, goloso, franco, spigliato e molto

spontaneo. Il Morgon 2016 rivela polpa, delicatezza nella lieve e linfatica trama tannica, il tutto avvolto in una confortevole morbidezza; la bevibilità è poderosa nonostante i 13 gradi alcolici. Chiude sulla liquirizia e la scorza di arancia amara. Da abbinare a un antipasto di roast-beef all'inglese con insalata russa.

Joseph Chamonard

Corcelette, 69910 Villié-Morgon
tel. +33(0)4.74.69.13.97
g.chanudet@wanadoo.fr
Importato in Italia
da Sarfati (Milano)*

Jean-Claude e Geneviève Chanudet lavorano i loro 4,5 ettari vitati in regime di agricoltura biologica (non certificata) dagli anni Ottanta. Il Morgon proviene da vecchie viti, piantate nell'immediato Dopoguerra su un terroir scistoso. La vinificazione è classicamente beaujolaise, con una macerazione semi-carbonica e una fermentazione spontanea, affidata ai lieviti indigeni. L'unico



additivo enologico impiegato sono i solfiti, in dosi "omeopatiche". L'affinamento avviene in buona parte in legno grande.

Il Morgon del domaine Chamonard è tra i più affidabili in circolazione per finezza, fragranza e spontanea leggiadria. Nelle annate migliori sa anche invecchiare in maniera prodigiosamente raffinata, come dimostra ad esempio il 1998, oggi arrivato a fine corsa ma ancora di straordinario fascino.

* *Trasparenza sul conflitto d'interessi: l'autore desidera segnalare che svolge attività di consulenza professionale per Stefano Sarfati.*

Jean-Paul Brun Domaine des Terres Dorées

565 route d'Alix, 69380 Charnay-en-Beaujolais
tel. +33(0)4.78.47.93.45
contact@terresdorees.fr
Importato in Italia
da Teatro del vino (Calenzano)

L'azienda di Jean-Paul Brun si trova "fuori zona", ovvero a Charnay-en-Beaujolais, e copre ormai oltre 40 ettari in varie denominazioni, tra cui un ettaro a Morgon.

L'approccio viticolo è poco invasivo e tendenzialmente ecologico da lungo tempo; le vinificazioni sono affidate ai lieviti indigeni.

Il Morgon 2016 ha un'impostazione vinosa piuttosto diretta, ma sostenuta da una vena odorosa dolce, frutto dell'affinamento. Non gli manca finezza. Dallo stile piuttosto classico, merita ancora un anno o due di bottiglia.

ALTRE AZIENDE NOTEVOLI:

Jean-Marc Burgaud,
Damien Coquelet, Jean-Claude Desvignes, Château des Jacques,
Jean-Paul Thévenet.

nella recente storia vinicola francese, Morgon si configura come un centro di irraggiamento delle tendenze alternative alla vinificazione invasiva convenzionale.

LA VINIFICAZIONE BEAUJOLAISE

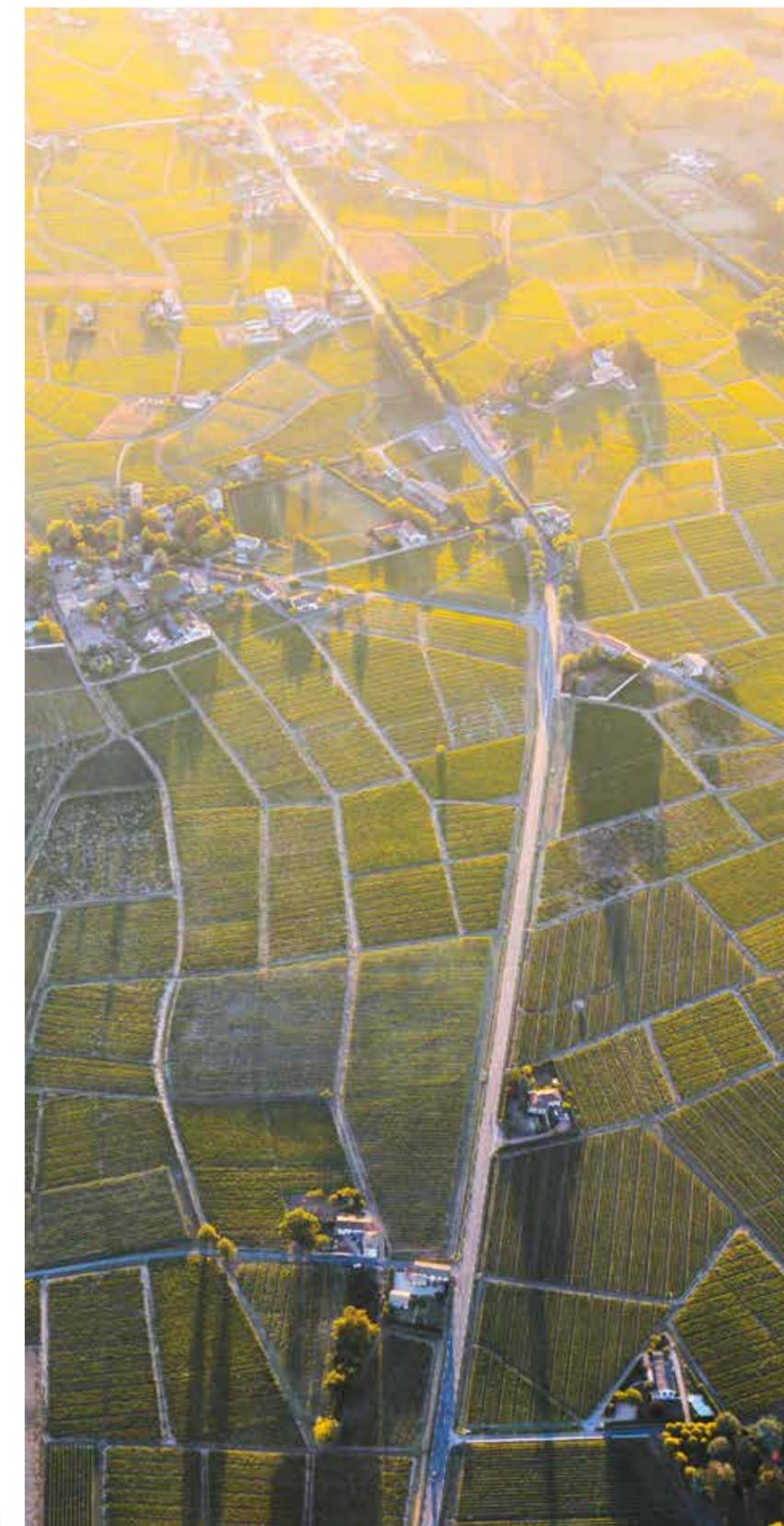
La cosiddetta vinificazione beaujolaise può dare adito a grossi equivoci. Si può infatti essere facilmente tratti in inganno e pensare che si riassuma banalmente nella macerazione carbonica: la macerazione di grappoli interi non diraspati e non pigiati, contestuale alla fermentazione intracellulare di tipo enzimatico anziché affidata ai lieviti, il tutto svolto in vasche saturate di CO₂. La procedura così descritta corrisponde invece allo schema della produzione dei novelli, ma nella realtà la vinificazione del Beaujolais (e a maggior ragione del Morgon) è più sfumata e articolata. Il metodo è infatti di solito una cosiddetta "semi-carbonica", ovvero una convivenza dei due tipi di fermentazione, con la prevalenza di una macerazione tradizionale, e senza saturazione del vaso vinario con anidride carbonica. Solo una parte del raccolto è dunque vinificata con sistema carbonico, oppure questa metodologia corrisponde

Degustare un morgon
rappresenta una nuova,
inattesa esperienza
gustativa, che ci farà
dire: «**non chiamatelo
Beaujolais: è Morgon!**».

unicamente a una breve fase iniziale del processo, che prosegue in modo più classico. Si conciliano così facendo impatto gustativo immediato e fruttato con la maggiore struttura data da un'estrazione fenolica tradizionale. Fondamentale sono comunque la lentezza del processo e il controllo rigoroso della temperatura (sotto i 25 °C), al fine di non estrarre dai raspi le componenti vegetali più acri.

DALLA CANTINA AL BICCHIERE

L'incontro di questo particolare terroir, del talento (troppo spesso sottovalutato) del gamay e della sensibilità di questo tipo di vinificazione messa a punto nei decenni rivela la classe cristallina che può nascondersi dentro una bottiglia di Morgon. Un nettare che unisce una vena vinosa di immediata golosità a una insospettabile capacità di invecchiare (anche 15 o 20 anni!), assumendo allora toni e movenze assai più aristocratiche: note speziate e orientali, un frutto trasfigurato ma preservato nella sua purezza, una presenza tattile al contempo delicata e tonica, presieduta dalla delicatezza del tannino e dal garbo di un'acidità gentile. Ci troveremo allora dinanzi a una nuova, inattesa esperienza gustativa, che ci farà dire: «non chiamatelo Beaujolais: è Morgon!».





Filari di vite nella
Barossa Valley

L'Australia del vino tra stereotipi e cambiamento

**UN UNIVERSO IN TRASFORMAZIONE CHE SI STA AFFRANCANDO DAI PARADIGMI ENOLOGICI
DEL RECENTE PASSATO VALORIZZANDO IL PROPRIO PATRIMONIO AMPELOGRAFICO**

Guardare il mondo del vino Australiano dall'Italia è come guardare un continente dall'oblò di una navicella spaziale. Se ne conoscono spesso pochi tratti, se ne bevono pochi vini, pochi ne hanno visitato le cantine.

Molti, quindi, gli stereotipi, soprattutto legati al concetto di "vino del nuovo mondo", quindi tecnologico, fatto dall'enoologo e destinato a palati "parkerizzati", culturalmente portati a prediligere "vini frutta", bombe alcoliche spesso abbondantemente marcate dal legno.

ILARIA RANUCCI

In realtà basta avvicinarsi per trovare una realtà che recentemente ha sperimentato una grande dinamicità, a partire da una storia che, pur non vantando le radici monastiche medievali di prestigiose zone della vecchia Europa, va indietro di due secoli e mostra un percorso di evoluzione identitaria e socio-culturale per niente banale.

L'ETEROGENEITÀ DELLE ZONE VINICOLE

La storia del vino australiano è fatta di cambiamenti, riscoperte, diverse anime e molto orientamento al futuro. Con realtà e vini diversissimi. Per questa ragione vedere tutto sotto uno stesso brand, Wine Australia, non sempre porta a comprendere la realtà del territorio. Sbagliatissimo pensare che ci sia "il" vino australiano.

In effetti si tratta pur sempre di un continente la cui estensione è pari a oltre venticinque volte quella dell'Italia. Ci sono cantine ormai praticamente in tutti gli stati, dal caldo Queensland a nord alla fredda Tasmania a sud. E persino nel Northern Territory, nel clima semi arido di Alice Springs, oltre 400 km a nord dell'Ayers Rock. Una distanza tra sud e nord quindi di quasi 3.000 km. Sono molte, quindi, le variabili che entrano in gioco, determinando la varietà dei prodotti vitivinicoli.

Basta pensare al fatto che molte denominazioni sono vicine all'oceano e non protette da rilievi montuosi. Da qui l'influenza dei venti, dal deserto e dall'oceano, e delle correnti oceaniche, che rendono alcune delle principali denominazioni, ad esempio la McLaren Vale in South Australia, un vero e proprio mosaico di microclimi diversi. Inoltre, benché il continente abbia pochi rilievi montuosi o collinari, anche l'altitudine gioca un ruolo. Ad esempio, la viticoltura del Queensland

sfrutta le alture della Granite Belt, che arrivano a oltre 1000 metri. E nella Barossa Zone l'altitudine è uno dei fattori differenzianti tra la Barossa Valley e la vicina Eden Valley, i cui vigneti arrivano fino a 500 metri, e sono quindi meno protetti dai venti.

C'è persino una notevole varietà geologica, incrementata da fenomeni importanti di erosione di suoli di ere anche molto remote. Alcune zone vitivinicole, celebri tra tutte Barossa Valley e Eden Valley, hanno suoli tra i più antichi al mondo, del periodo cambriano e pre-cambriano, vecchi di oltre 500 milioni di anni. Ma abbondano anche suoli formati da rocce

sedimentarie molto più recenti, del terziario e quaternario, come la celeberrima terra rossa di Coonawarra. E ci sono anche denominazioni su suoli vulcanici, come Mount Gambier, denominazione della Limestone Coast, nell'Australia del Sud.

Anche il parco vitigni, che sembra semplice ed è dominato da poche varietà, di cui le prime 5 rappresentano il 75% della produzione, è in realtà profondo. Già nel 1833, quello che molti considerano il padre della viticoltura australiana, James Busby, portò dall'Europa oltre 350 varietà di vite. Nel tempo, senza le restrizioni attuali all'importazione di materiale vegetale, vari produttori si sono procurati in Europa le viti. Celebre il Dr. Christopher Penfolds, che nel 1844 portò con sé barbatelle di Grenache dal Rodano. Cloni spesso ormai scomparsi in Europa. Tutto per arrivare al giorno d'oggi con un patrimonio ampelografico di assoluto rispetto che conta alcuni dei vigneti più vecchi al mondo, insostituibili.

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA "DEMOCRATIZZAZIONE" DEL VINO

Preso atto che l'Australia del vino è un mondo complesso, per capirlo, con le sue crisi e i suoi successi, è fondamentale anche ricordare come, tolte le poche denominazioni storiche che hanno continuativamente prodotto vino dall'Ottocento, l'impianto dei vigneti si poggi spesso su terreni appositamente scelti in base alle conoscenze scientifiche contemporanee e non storicamente dediti alla viticoltura. Questo approccio ha due risvolti: uno positivo che ha permesso di dare piena espressione alla tipica individualità australiana, un altro più controverso

L'Australia è patria di molte innovazioni tecnologiche protagoniste degli ultimi decenni, come il maggiore uso dell'acciaio, il controllo delle temperature, il bag-in-box

che ha fatto sì che talvolta i vini australiani venissero giudicati come "creati a tavolino" con obiettivi meramente commerciali.

In Australia non sono mai mancate le competenze scientifiche legate al vino, tanto che il continente vanta una delle principali scuole di enologia al mondo, l'Università di Adelaide. Non a caso è dall'Australia che sono partite molte innovazioni tecnologiche degli ultimi decenni, dal maggiore uso dell'acciaio e del controllo delle temperature all'uso del bag-in-box, dei tappi a vite e dei trucioli di legno. Innovazioni che, in positivo, hanno portato a una sorta di "democratizzazione del vino" all'interno di paesi non tradizionalmente consumatori con l'immissione in commercio di vini tecnologicamente integri, studiati per piacere, a basso costo unitario e facili da capire dal consumatore meno esperto che riesce a trovare etichette molto gradevoli direttamente sugli scaffali della distribuzione moderna. Un esempio? I critter wines, i famosi vini con etichette che raffigurano simpatici animalini, sono stati un fenomeno planetario: il più celebre, Yellow Tail, è frutto dell'ingegno di una famiglia di immigrati italiani, i Casella.

I PRO E CONTRO DI UN SUCCESSO MONDIALE

Il successo riscosso dal vino australiano tra la fine del ventesimo secolo e l'inizio del ventunesimo, è stato, se vogliamo,

Dolceacqua: l'essenza del paesaggio

Una piccola denominazione di confine dove il viaggiatore attento respira ancora echi occitani, che ha scelto una lingua, il vitigno rossese, per raccontare il proprio territorio, equilibrio sublime di asperità e dolcezza.

ANITA CROCI

Prima DOC della Liguria nel 1972, il Rossese di Dolceacqua è stata anche la terza denominazione d'Italia a inserire nel disciplinare le Menzioni Geografiche Aggiuntive o, come preferiscono chiamarle qui, "Nomeranze". La centralità del connubio vitigno-territorio, essenza di tutti i grandi vini, non

è sfuggita al disciplinare, che prevede si possa indicare in etichetta il solo nome Dolceacqua, seguito dall'eventuale toponimo. Una scelta finalmente recepita da molti produttori, doverosa presa di coscienza in una terra ancora agli albori di quel processo, altrove già storia secolare, di esclusivizzazione e identificazione nel proprio vino.

Il vitigno rossese infatti è diffuso

in tutta la provincia di Imperia fino al savonese, dove rientra nella DOC Riviera Ligure di Ponente, mentre fuori regione il Rossese bianco è esclusiva della DOC Langhe. Può quindi essere considerato autoctono della Liguria occidentale, dove giunse proveniente dalla Grecia attraverso il porto di Marsiglia: non è un caso che il solo vitigno col quale abbia strette attinenze genetiche sia il provenzale tibouren, votato però alla produzione di rosati. Se ne contano cloni diversi, anche se ormai in disparimento per la netta superiorità qualitativa di quello di Dolceacqua, così denominato perché per la descrizione ampelografica del vitigno venne scelto un esemplare che si trovava in questo comune, in località Borgonuovo.

Il rossese è un'uva delicata, soggetta a colatura e acinellatura, dalla buccia sottile e poco pruinosa, particolarmente sensibile a malattie come oidio e peronospora; la precocità del germogliamento lo espone inoltre alle gelate primaverili, che nel secolo scorso erano assai frequenti. Non



Vigna Arcagna con vista su Dolceacqua

■ ■ ■
«**ROSSESE**
DI DOLCEACQUA»
O «**DOLCEACQUA**» DOC

VITIGNO
rossese, minimo 95%
TIPOLOGIA
Rosso; se Superiore non può essere immesso al consumo prima del 1° novembre dell'anno successivo a quello della vendemmia.

AREALE
i Comuni di Dolceacqua, Apricale, Baiardo, Camporosso, Castelvittorio, Isolabona, Perinaldo, Pigna, Rocchetta Nervina, San Biagio della Cima e Soldano, nonché la frazione Vallecrosia Alta, del comune di Vallecrosia, e quella di Mortola Superiore, S. Bartolomeo - Carletti, Ville, Calandri, S. Lorenzo, S. Bernardo, Sant'Antonio, Sealza, Villatella, Calvo-S. Pancrazio, Torri, Verrandi e Calandria di Trucco del comune di Ventimiglia, e quella parte del territorio del comune di Vallebona che è situata sulla riva destra del torrente Borghetto.
Non sono ammessi i fondovalle o altitudini maggiori dei 600 metri.

è difficile immaginare il crollo di quei tremila ettari vitati che si contavano a inizio Novecento, dietro il miraggio di una nuova economia ben più gestibile e redditizia, dalla quale la zona ha preso il nome di Riviera dei Fiori. Una parziale meteora, il florovivaismo, bruciata presto dalla concorrenza nordeu-

più di nicchia considerate le rese effettive, dove i limiti di legge sono un'utopia. Uno sguardo al paesaggio rivela la difficoltà e la peculiarità di questo territorio, dove le vigne sono incastonate tra scenari rupestri dominati da macchia mediterranea e ulivi. Muretti a secco abbracciano colline con pendenze

Elemento chiave nella magia del territorio, la luce scolpisce la sacralità di un paesaggio aspro e fragile, l'estremo ponente ligure, sospeso nella sua anima mediterranea e alpina insieme. Mare e montagna si trovano uno di fronte all'altra, compressi, simbiotici e opposti; un dualismo che, ben oltre la geografia, permea la storia e il carattere delle sue genti.

Brecce tra questi due mondi, la Val Nervia e la Val Verbone si sviluppano perpendicolari al mare lungo il corso degli omonimi torrenti e ospitano il cuore della denominazione, che comprende quattordici comuni, incluse le frazioni collinari di quelli costieri. Le Alpi liguri lambiscono il mare da est a ovest, determinando nello spazio di pochi chilometri un clima da mediterraneo a temperato-continentale che, insieme alla presenza attiva dei venti e alle differenti esposizioni, crea estrema variabilità tra le vigne affacciate sulla costa e quelle dell'entroterra. La varietà geologica è un altro fattore determinante: diversi tipi di flysch, marne e arenarie scistose di origine marina, lo-

La luce scolpisce la sacralità di un paesaggio aspro e fragile, l'estremo ponente ligure, sospeso nella sua anima mediterranea e alpina insieme

ropea che, se ha lasciato fantasmi di serre a scempio di un paesaggio magnifico, ha il merito di aver portato strade, elettricità e tutti quei servizi indispensabili a dare linfa all'entroterra che languiva in un'agricoltura di sussistenza.

Idati più recenti evidenziano segni positivi per la viticoltura, ma i numeri sono ancora esigui: una trentina di produttori che si dividono circa cinquanta ettari di Dolceacqua DOC. Volumi ancor

medie elevate, talvolta vertiginose, creando terrazze che spesso accolgono un solo filare; anche dove gli accessi sono meno impervi, la meccanizzazione resta limitata, considerata anche la forma di allevamento tradizionale del rossese: l'alberello. L'età media del vigneto raggiunge i cinquant'anni, con numerose punte ultracentenarie che ancora distillano esigui frutti, messaggi atavici di radici sprofondate chissà dove sublimati in grappoli da carezze di luce.

Il simbolo di Dolceacqua, il suo ponte medioevale a schiena d'asino, costruito sulle rovine del precedente nella prima metà del secolo XV e ritratto da Claude Monet nel 1884



LE 33 NOMERANZE DEL DOLCEACQUA DOC

COMUNE DI CAMPOROSSO: Brunetti, Giuncho, Migliarina, Monte Curto, Pian del Vescovo, Terrabianca

COMUNE DI DOLCEACQUA: Arcagna, Armetta, Aurin, Casiglian, Morghe, Pevereli, Pozzuolo, Rosa, Ruchin, Tramontina

COMUNE DI PERINALDO: Alpicella, Brae, Curli, Negi, Savoia

COMUNE DI SAN BIAGIO DELLA CIMA: Berna, Luvaira, Novilla, Posaù

COMUNE DI SOLDANO: Beragna, Bramusa, Ferenghé, Fulavin, Galeae, Pini

COMUNE DI VALLECROSA: Santa Croce

COMUNE DI VENTIMIGLIA: Sette Camini



calmente chiamato "sgruttu"; Conglomerati di Monte Villa, ciottoli arrotondati più o meno cementati di matrice sabbio-marnosa; Argille di Ortovero, depositi sabbio-argillosi del pliocene. Solo per citare le varianti dominanti, spesso presenti in combinazioni intermedie.

Di fronte a tante variabili pedoclimatiche, la decisione di introdurre nel disciplinare le MGA risponde alla necessità di ancorare in modo più dettagliato il concetto di qualità del vino alla peculiarità del suo effettivo luogo di origine. Quelle riconosciute sono 33, non sempre rivendicate in etichetta, tanto piccole sono alcune produzioni da dover vinificare insieme vigne diverse;

non hanno tra loro una gerarchia qualitativa come i cru francesi ma, allo stesso modo, riflettono una reale eterogeneità di esposizioni, suoli e microclimi, recepita dalla viticoltura locale già in tempi molto antichi. Uno studio presentato nel 2015 dallo storico del territorio Alessandro Giacobbe e da Filippo Rondelli, proprietario dell'azienda Terre Bianche, ha rilevato che a fine Ottocento nell'areale di produzione attuale fossero documentati ben 1.300 (!) toponimi legati al vigneto, con etimologie anche prelatine.

Il Dolcecacqua oggi è rappresentato egregiamente da diversi produttori, compresa la cooperativa agricola, ma negli anni più difficili per il vino italiano a richiamare l'attenzione di personaggi come Soldati e Veronelli è stato il lavoro serio, faticoso e appassionato di alcuni grandi uomini. Giobatta Mandino "Cane", scomparso nel 2016, è riconosciuto da tutti come il padre del Dolcecacqua, perché fu il primo negli anni Settanta a credere fermamente nelle potenzialità del rossese. Asciutto nel fisico e nei modi, gentile nell'animo, quasi un personaggio uscito da un libro di Francesco Biamonti, vinificò per anni in una chiesa sconsecrata di



Le terre bianche dei calanchi di Terrabianca

proprietà della sua famiglia, a Dolcecacqua. Senza dimenticare figure importanti come Mario Maccario, Claudio Rondelli, Enzo Guglielmi, Emilio Croesi, Renato Amalberti, Arnaldo Biamonti e, last but not least, Antonio Perrino "Testalonga", vera icona del Dolcecacqua oggi.

La sua prima bottiglia è targata 1961, un Dolcecacqua ante litteram. Da allora Nino, che dal 2015 lavora

insieme alla nipote Erica, non ha cambiato il suo modo di fare vino; le restrizioni di certe etichette, le distrazioni delle mode, non lo hanno mai sfiorato. Grande qualità in vigna e massima semplicità in cantina, dove l'uva viene pigiata con i piedi, non diraspata e vinificata in botti di rovere esauste, dove fermenta e matura fino alla vendemmia successiva, quando raggiunge la bottiglia senza

chiarifiche né filtrazioni, solo gli opportuni travasi e una lieve solfitazione. Un autentico vin de garage per artigianalità, numero di bottiglie e dimensioni della cantina.

Il risultato? Un Dolcecacqua onirico, di eleganza, carattere e coerenza estremi, capace di rivelare l'essenza di un paesaggio metafisico e assoluto che appare interiorizzato nel vino. ■

VERTICALE TESTALONGA 2004-2016

NOMERANZE

unione di Arcagna, Casiglian e - fino al 2007 - Pozzuolo

VALLATA

Nervia, comune di Dolcecacqua

ESPOSIZIONE VERSANTE

Est

ALTITUDINE

320-420 m Arcagna; 170-330 m Casiglian; 420-560 m Pozzuolo

MATRICE GEOLOGICA

Flysch di Ventimiglia

» 2004

Granato-aranciato vivido e trasparente. Una coltre balsamica di eucalipto, canfora e legno di cipresso schiude a note speziate di cardamomo e pepe bianco, salsedine, arabica e liquirizia; ampio ventaglio di erbe aromatiche; gelsomino, lavanda, agrume e piccoli frutti rossi macerati. Scintillante il sorso, di sferzante salinità, che si distende sulla rotondità del tannino finissimo e rilancia lungamente tutta la componente aromatica.

» 2005

Granato-aranciato, profondo e luminoso. In evidenza la componente fruttata di arancia amara e chutney di fragole speziate insieme alla moltitudine di erbe aromatiche; poi fiori bianchi dolci, tabacco biondo, tè nero e resina di pino. L'ingresso è sapido e dolcemente fruttato, di media freschezza, con ritorni pacati di liquirizia e caffè.

» 2006 magnum

Aranciato, discreta trasparenza. Trementina, canfora, menta piperita, capper, tabacco e curcuma; aromatiche, fiori secchi, sesamo e mandorla. Una nota acetica confonde il tutto e marca anche la bocca, che tradisce stanchezza e chiude con sentori di tisana alle erbe.

» 2007

Granato intenso, lieve velatura. Mora di gelso e melograno; oliva al forno, ginepro, erbe aromatiche; eucalipto, humus di foglie, note ematiche. Strutturato, più sferico che sapido. Compresso. Domina la frutta con ritorno di umami e karkadè. Ultima annata a ospitare le uve della vigna di Pozzuolo.

» 2009

Granato brillante. Vivace e intenso l'impatto fruttato di ciliegia matura e clementina; una sfilata di erbe aromatiche, succo di pomodoro, carruba, pepe rosa, legno di sandalo, glicine, rosa rossa e sbuffi iodati. Deciso, pieno e caldo il sorso, che riporta potente un'eco fruttata di ciliegia sotto spirito, rosa rossa e ibisco; saporito e dolce il bel tannino di buccia. Estivo e mediterraneo.

» 2011

Rubino, lievi riflessi granato. Il bouquet è una declinazione croccante del colore rosso: arancia sanguigna, rosa, the, pepe, rossetto; contornati dalle consuete erbe aromatiche, noce moscata, macchia mediterranea, tabacco dolce. Caldo e sapido, morbido e di struttura. Eccellente la corrispondenza che riporta echi di pomodoro secco e origano.

» 2013

Rubino lucente. Mora di gelso, ribes e melagrana; canfora, fieno, eucalipto, resina e legno di cipresso. Bocca di spessore, un po' frenata da un tannino che presenta qualche asperità. Annata fresca, forte acinellatura dei grappoli, che ha spinto a utilizzare solo il 30% dei raspi.

» 2015

Rubino fitto e luminoso. Rosa canina, tiglio e caprifoglio; evidenti l'agrume e le erbe aromatiche, tra le quali spicca la menta. Ancora canfora e resina. Eleganza e freschezza incastonano un tannino brillante di peso e precisione. L'agrume ritorna con echi di anice stellato a sancirne l'animo nobile, ancora non del tutto svelato. Prima annata prodotta a quattro mani.

» 2016

Rubino vivace e concentrato. Croccante al naso. Pêche de vignes, visciola, arancia amara; magnolia e iris; erbe aromatiche di menta, maggiorana, timo; melissa, ruta e rabarbaro; cardamomo, tè matcha e pepe bianco. Asciutto, di grande freschezza, progressione e persistenza. Giovane e molto promettente.

È il territorio che fa la differenza

LUCA D'ATTOMA E LA QUALITÀ DEL VINO TRA TERRITORIO E VITIGNO

PAOLO VALENTE

COME È NATA LA PASSIONE PER IL VINO?

«Vivevo in campagna e, fin da piccolo, sono sempre stato molto attratto dal vino. Poi con il vino c'era una sorta di frequentazione... a quei tempi per merenda i bambini mangiavano pane, vino e zucchero. Oggi è impensabile. Poi, crescendo, ho seguito il consiglio di mio zio, Renzo D'Attona, trasferitosi dalla Toscana alla Lombardia, il quale si occupava di viticoltura; mi consigliò di fare la Scuola di Enologia. Approdai quindi a Conegliano. Diciamo comunque che già nel DNA era previsto che avrei dovuto preoccuparmi del vino, anzi no, occuparmi di vino. Uno deve preoccuparsi solo se ne beve troppo».

COME HA INIZIATO LA SUA CARRIERA PROFESSIONALE?

«Dopo gli studi e una serie di esperienze in varie realtà, ho iniziato la mia attività di libero professionista negli anni Novanta. Ero molto giovane ma già determinato e con delle idee che con il tempo si sono rivelate molto chiare. Avevo tanta volontà e soprattutto curiosità per scoprire tante cose nuove non essendo io figlio d'arte. Mi sono messo in gioco e mi sono ispirato ai grandi vini di Bordeaux e a Giacomo Tachis. Per noi enologi toscani Tachis è stato come un padre. Era un ottimo blender, forse non un enologo in chiave moderna».

IN CHE SENSO?

«Il lavoro che faccio con i miei collaboratori è per il 60% in vigna e solo il rimanente 40% in cantina. Oggi l'enologo deve essere molto preparato anche in agricoltura se vuole sfruttare al massimo le potenzialità dell'azienda in cui opera e delle vigne. Deve conoscere perfettamente la materia prima da trasformare e conoscere la vigna dall'inizio alla fine. Non c'è un protocollo prestabilito da seguire. Ogni anno ha la sua storia. È fondamentale interpretare l'annata».

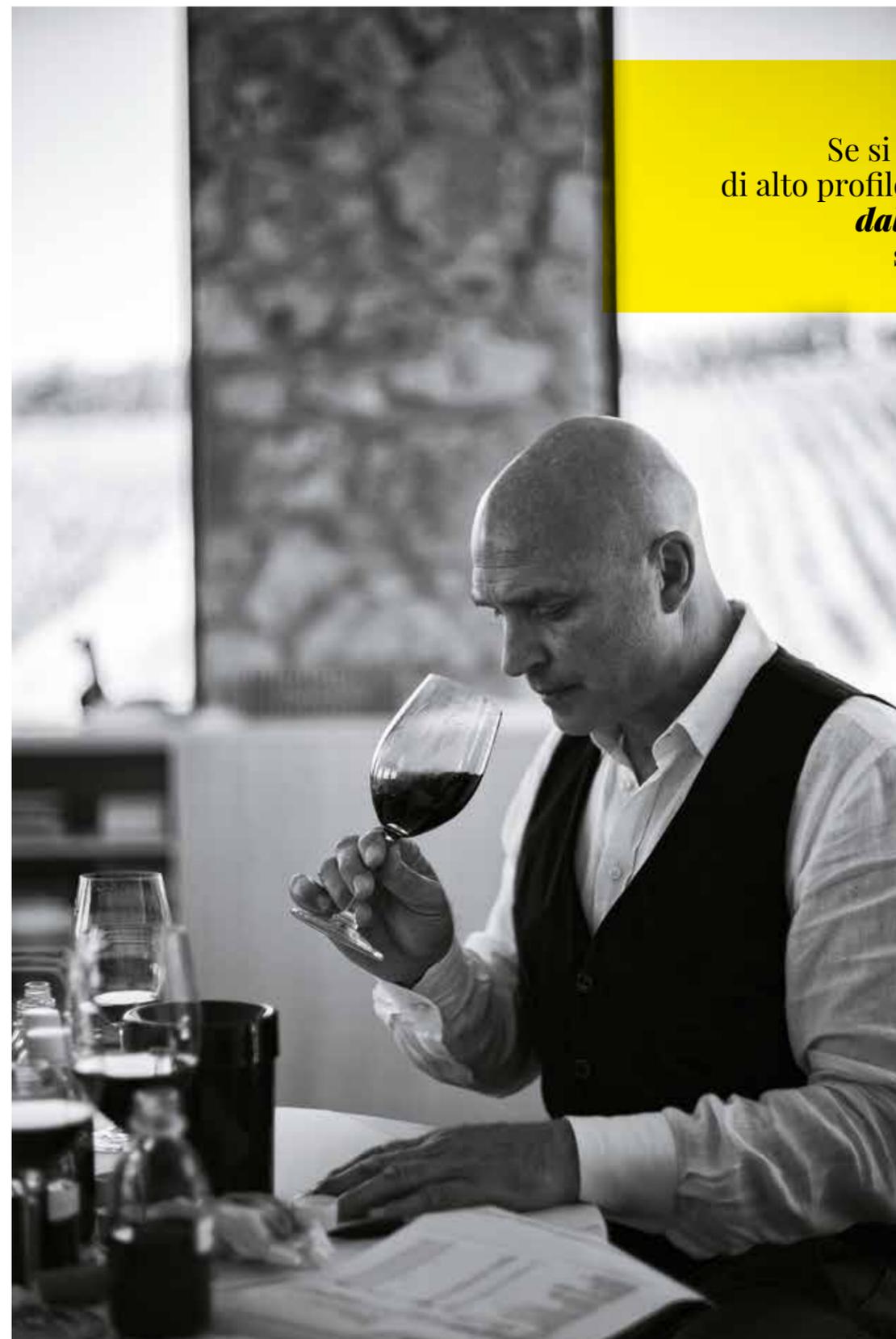
TERRITORIO O VITIGNO?

«Il vitigno deve avere un suo habitat: il sangiovese sta bene in Toscana, il nebbiolo in Piemonte, la barbera in parte della Lombardia e del Piemonte, l'aglianico in Basilicata, in Campania e in piccole aree del nord della Puglia. Su questo bisogna puntare. Ogni vitigno ha un suo territorio. È il territorio che fa la differenza. Anche se parlare di territorio è troppo generico, si dovrebbe parlare di aziende o meglio ancora di vigneti e di parcelle. Questo ce lo insegnano i piemontesi che non hanno fatto scempio del loro patrimonio; dalla Francia abbiamo gli esempi della Borgogna, di Bordeaux, della Champagne e di altre prestigiose aree viticole. In linea generale, in Italia, siamo rimasti indietro, anzi abbiamo distrutto quello che c'era. Occorre ricostituire con idee chiare e professionalità. L'enologia ha iniziato a piantare vitigni dove sarebbe stato meglio non piantarli. In ogni caso tutto dipende dagli obiettivi che si vogliono raggiungere. Se si vogliono fare vini di alto profilo, tutto comincia dal terreno, da cosa si può impiantare, dalla presenza delle condizioni pedo-climatiche. Se invece si deve produrre un vino comune, comunque buono ma senza una grande ricerca, entro certi limiti, quasi tutti i territori vanno bene».

UN ESEMPIO?

«Ne faccio uno che esula dal mondo del vino: è come la differenza tra un allevamento intensivo di vacche Frisona, che devono fare 80 litri di latte al giorno, rispetto alle stesse bestie che sono libere nei pascoli e producono solo la metà del latte. Quelle che sono sfruttate intensivamente stanno male, vivono male, non fanno latte buono; le altre vivono meglio e danno un latte più buono, più saporito. In viticoltura sta succedendo un po' la stessa cosa. Fortunatamente oggi in Italia si sta prestando sempre più attenzione alla qualità dei vini, caratteristica che ci dovrebbe maggiormente

Se si vogliono fare vini di alto profilo, **tutto comincia dal terreno**, da cosa si può impiantare



Luca d'Attoma nasce nel 1964 in provincia di Firenze. Si diploma alla Scuola di Enologia e Viticoltura di Conegliano Veneto. Dopo alcune collaborazioni inizia l'attività di consulenza con alcune aziende toscane. Nel 1999 fonda la Wine Evolution Consulting (W.E.C. srl), società di consulenza viticola ed enologica, che fornisce assistenza alle aziende vitivinicole, dalla progettazione del vigneto alla vinificazione, avvalendosi di collaboratori qualificati e che negli ultimi anni si è specializzata nella conduzione di aziende biologiche e biodinamiche.



contradistinguere a livello internazionale. Il vigneto Italia si sta scrollando di dosso, ma non ha ancora finito, gli errori fatti nel passato. Sia le aziende private che le cantine sociali iniziano ad affrontare le problematiche legate alla qualità».

I VITIGNI AUTOCTONI SONO IL PUNTO DI FORZA DELLA VITICOLTURA ITALIANA?
«L'Italia è ricca di tanti vitigni autoctoni anche se non tutti sono buoni. Oggi va di moda l'autoctono ma ci sono delle uve che non ha molto senso vinificare perché il vino non dovrebbe essere fatto per essere bevuto solo nel paese o nella regione di produzione.

Occorre avere una prospettiva un po' più aperta, non funziona

rose. In ogni caso occorre rispetto per la natura a prescindere. Sempre più spesso, sia piccoli produttori che grandi cantine sociali stanno creando dei progetti di sostenibilità ambientale oltre che di miglioramento della qualità.

Nel mondo si beve meno vino; in Europa c'è disponibilità di grande quantità di prodotto; vino che proviene dai Paesi dell'est Europa, poi probabilmente arriverà il vino dalla Cina, nonostante i consumi del vino in Cina siano in aumento. Non possiamo fare altro che ridimensionare il vigneto, non per la superficie quanto per la qualità delle uve; noi lo possiamo fare, abbiamo terreni meravigliosi, aree stupende, vini molto buoni».

DAL SUO OSSERVATORIO, ALL'ESTERO COM'È PERCEPTO IL VINO ITALIANO?

«Direi decisamente bene. Si sta esportando tanto; è vero, un po' di tutto, ma come fanno gli altri Paesi concorrenti, in primis la Francia. All'estero siamo forti, molto competitivi, perché riusciamo a fornire un rapporto tra qualità e prezzo tra i migliori al mondo; siamo bravi nella produzione. Siamo meno bravi nel fare marketing, nel creare qualcosa che stuzzichi la voglia di bere italiano. In ogni caso, la qualità ripaga sempre. Dobbiamo stare attenti ai vicini francesi che possono vantare territori universalmente conosciuti. In Italia stiamo lavorando sempre di più per creare dei "Vini Icona" (vini-mito) che possano competere con i vini top della Borgogna o del Bordeaux. Sul resto della gamma, notorietà a parte, dobbiamo essere orgogliosi che in Italia si facciano vini così buoni. Non bisogna dimenticare un altro paese in grande ascesa: la Spagna, dove il consumo dei vini è in aumento perché la popolazione ispanica si è diffusa in tutto il mondo. Il Sudamerica e l'Australia sono altri due grandi produttori. In passato se ne parlava molto di più perché si temeva una concorrenza molto forte; questo a mio avviso non è avvenuto grazie alla qualità dei vini. In termini di qualità globale, noi siamo superiori».

COME VEDE IL FUTURO DELLA VITICOLTURA IN ITALIA?

«Lo vedo sempre più biologico, da buon sostenitore quale io sono fin dagli anni '90, quando ancora nessuno ci credeva. Poi c'è il biologico vero e quello che si fa all'acqua di

1° LIVELLO DEL CORSO AIS

La formazione del sommelier, le tecniche di servizio, la degustazione

MILANO
Magenta (MI)
Ristorante Bettycuore, Via G. Matteotti, 3
16 ottobre 2018 / 4 dicembre 2018
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

BRESCIA
Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
27 settembre 2018 / 11 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 327/2360730
✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

COMO
Sheraton Lake Como Hotel, via per Cernobbio, 4/A
4 ottobre 2018 / 12 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
✉ corsi@aiscomo.it

BERGAMO
Presezzo
Hotel Settecento, via Milano, 3
18 ottobre 2018 / 17 dicembre 2018
16.00 - 18.15
20.30 - 22.45
☎ 348/1270265 - 347/7321538
✉ roberta.agnelli@aislombardia.it

MANTOVA
Ristorante Masseria, Piazza Broletto, 8
17 settembre 2018 / 17 dicembre 2018
20.30 - 23.00
☎ 347/5297760
✉ luigi.bortolotti@aislombardia.it

MILANO
Hotel Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20
9 ottobre 2018 / 27 novembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

PAVIA
Polo tecnologico di Pavia, via F.lli Cuzio, 42
1 ottobre 2018 / 19 novembre 2018
20.45 - 23.00
☎ 348/3105451
✉ benedetto.gareri@aislombardia.it

2° LIVELLO DEL CORSO AIS

La tecnica della degustazione, l'enografia italiana ed internazionale

BRESCIA
Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
1 settembre 2018 / 15 dicembre 2018

9.30 - 11.45 Il corso si svolgerà di sabato
☎ 329/4381301
✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

BRESCIA
Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
12 settembre 2018 / 12 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 327/2360730
✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

MILANO
Hotel Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20
27 settembre 2018 / 5 dicembre 2018
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

MILANO
Hotel Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20
25 settembre 2018 / 3 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

CREMONA - LODI
Cremona, Palazzo Trecchi, via Trecchi, 20
25 settembre 2018 / 3 dicembre 2018
20.30 - 22.45
☎ 335/7357366
✉ attilio.marinoni@aislombardia.it

SONDRIO
Istituto PFP Valtellina, via Carlo Besta, 3
17 settembre 2018 / 12 novembre 2018
15.15 - 17.30

Grand Hotel della Posta, Piazza Garibaldi, 19
17 settembre 2018 / 12 novembre 2018
20.30 - 22.45
☎ 335/7357380
✉ elia.bolandrini@aislombardia.it

3° LIVELLO DEL CORSO AIS

La tecnica dell'abbinamento cibo-vino

MANTOVA
Ristorante Masseria, Piazza Broletto, 8
18 settembre 2018 / 8 gennaio 2019
20.30 - 23.00
☎ 347/5297760
✉ luigi.bortolotti@aislombardia.it

LECCO
Garbagnate Monastero
Hotel San Martino, viale Europa, 4
18 settembre 2018 / 20 dicembre 2018
21.00 - 23.15
c/o Enoteca Bacco x Bacco - Garlate (LC)
☎ 331/6429376 - 328/6796844
✉ direzione.corsi@aislecco.it

VARESE
Palace Grand Hotel, via Luciano Manara, 11

3 ottobre 2018 / 13 dicembre 2018
20.45-23.00
☎ 335/7357387
✉ serena.lattuada@aislombardia.it

BERGAMO
Presezzo
Hotel Settecento, via Milano, 3
20 settembre 2018 / 6 dicembre 2018
16.00 - 18.15
20.30 - 22.45
☎ 348/1270265 - 347/7321538
✉ roberta.agnelli@aislombardia.it

BRESCIA
Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
18 settembre 2018 / 4 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 327/2360730
✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

MILANO
Magenta (MI)
Ristorante Bettycuore, Via G. Matteotti, 3
25 settembre 2018 / 4 dicembre 2018
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

COMO
Sheraton Lake Como Hotel, via per Cernobbio, 4/A
17 settembre 2018 / 3 dicembre 2018
15.30 - 17.45
20.30 - 22.45
✉ corsi@aiscomo.it

MILANO
Hotel Westin Palace, Piazza della Repubblica, 20
27 settembre 2018 / 30 novembre 2018
15.30 - 17.45
20.45 - 23.00
☎ 02 62086249 - 348/290128
✉ info@aismilano.it

MONZA
Hotel de la Ville, V.e Regina Margherita di Savoia, 15
18 settembre 2018 / 28 novembre 2018
20.45 - 23.00
✉ segreteria@aislombardia.it sede@aislombardia.it

CREMONA - LODI
Lodi, Ristorante La Coldana, via Privata del Costino
18 settembre 2018 / 28 novembre 2018
20.30 - 22.45
☎ 335/7357366
✉ attilio.marinoni@aislombardia.it

SONDRIO
Bormio, Istituto Alberti, via Manzoni, 4
26 settembre 2018 / 7 novembre 2018
15.15 - 17.30

Tirano, Banca Credito Valtellinese, Piazza Marinoni, 23
26 settembre 2018 / 7 novembre 2018
20.30 - 22.30
☎ 335/7357380
✉ elia.bolandrini@aislombardia.it

Lambrusco e....

Quale piatto abbinare ad un Lambrusco Mantovano, lievemente tannico, abboccato e di bella personalità? Ci siamo fatti aiutare dal talentuoso chef **Daniel Canzian**

PAOLO VALENTE

Non è una novità sottolineare come per noi sommelier l'abbinamento cibo-vino sia probabilmente la materia più intrigante e, allo stesso tempo, più complessa. Una materia, per di più, in frenetico cambiamento, per tantissimi motivi che vanno a braccetto con il dinamismo che sta coinvolgendo sia il mondo della cucina che quello del vino. Nuove materie prime, tecniche di cottura sempre più innovative, contaminazioni con altre tradizioni così come rivisitazioni delle nostre. Stesso discorso per il vino, dove l'incredibile ricchezza di vitigni e territori presenti lungo lo stivale si sposa con innovazioni sia in vigna che in cantina.

Insomma, oggi pensare ad un abbinamento è sempre più complicato, ma allo stesso tempo sempre più divertente. Essendo tutti noi un po' "enocentrici", abbiamo pensato di partire dal vino e non viceversa, come invece si è soliti fare, per una rubrica dedicata all'abbinamento. Poi abbiamo chiesto ad uno chef, calice alla mano, di costruirci intorno il suo piatto.

IL VINO

Lambrusco Mantovano Doc Rays Cantine Virgili

Tra le tante anime del lambrusco esiste anche quella lombarda. Le colline attraversate dal Mincio nel mantovano, infatti, sono un terroir ideale per alcune varietà di questo poliedrico vitigno. Per il nostro primo abbinamento abbiamo



Lambrusco Mantovano DOC Rays delle Cantine Virgili

scelto il Lambrusco Mantovano DOC Rays delle Cantine Virgili. Un vino e una cantina ben nota ai sommelier lombardi essendo presente spesso sulla nostra guida regionale Vinipius nonché sulle pagine dedicate alla Lombardia di quella nazionale Vitae. L'azienda ha poi una storia centenaria ed oggi è una delle realtà di riferimento per la produzione di Lambrusco Mantovano, di taglio sia moderno che tradizionale.

Il Lambrusco Mantovano Doc Rays è realizzato con uve lambrusco Ruberti, lambrusco Salamino e ancillotta che provengono dai vigneti aziendali ubicati a Volta Mantovana, a 50 metri di

altitudine su terreni di origine morenica. La fermentazione e la maturazione avvengono in acciaio e gli zuccheri residui, pari a 12 g/l, lo fanno rientrare nella categoria dei vini abboccati al limite dell'amabile. La temperatura ideale di servizio spazia tra i 14 °C e i 18 °C anche in virtù del piatto in abbinamento.

DEGUSTAZIONE

Un vivace color rubino impreziosito da riflessi porpora e una schiuma cremosa precedono alla vista le sensazioni olfattive che riportano alla frutta rossa matura, al lampone, alla ciliegia nera e alla mora di rovo. Uno sfondo floreale di geranio, una nota lattica e una lieve tinta erbacea chiudono il piacevole naso. La freschezza e una lieve tannicità donano un sorso scorrevole, succoso e gradevole. Gli aromi fruttati si confermano al gusto e si allungano in una buona persistenza.

Daniel Canzian,
di Conegliano Veneto,
nel suo ristorante
milanese



LO CHEF

Daniel Canzian

Nato e cresciuto in una famiglia di "osti", come lui ama definirli, Daniel fin da bambino vive con passione l'atmosfera della ristorazione, il contatto con la gente, scoprendo fin da subito l'amore per i sapori. Grazie alla sua tenacia il suo percorso formativo sarà ricco di incontri prestigiosi e di esperienze impegnative, che gli trasmetteranno la grande professionalità che oggi lo contraddistingue senza privarlo della sua natura. Executive Chef de Il Marchesino nel 2008 e del Gruppo Marchesi nel 2011, Daniel Canzian nel 2013 realizza il suo sogno aprendo a Milano, nel quartiere di Brera, un ristorante che porta il suo nome ed esprime la sua idea di cucina, italiana e contemporanea.

A tre anni dall'apertura, Daniel Canzian ha affinato sempre di più la sua idea di cucina e da cuoco maturo è diventato, ad aprile 2017, membro dell'associazione Jeunes Restaurateurs d'Europe - Italia e

dal 2019 farà parte del Board continentale. *"È un onore e un piacere entrare a far parte del Board europeo, prima di tutto perché l'associazione crede e mette in pratica una filosofia che è anche mia, e cioè che una squadra ottiene risultati migliori del singolo"*.

IL PIATTO

Daniel Canzian ha scelto un biscotto al parmigiano per il suo abbinamento con il Lambrusco Rays. Il motivo? Ha deciso di seguire un "fil rouge" regionale: il parmigiano, l'anguria e la mostarda sono infatti compagni "naturali" del Lambrusco e ha voluto creare un perfetto cerchio tra materie prime già legate territorialmente.

Inoltre, il parmigiano, parte sapida dello stuzzichino, si sposa benissimo con questo vino non troppo strutturato. La mostarda e l'anguria, invece, richiamano con grande corrispondenza le note fruttate del vino. ■



INGREDIENTI

Per il biscotto

farina debole 125 gr
parmigiano grattugiato setacciato 60 gr
burro pomata 100 gr
sale q.b.

Per il topping

anguria
sale q.b.
timo
mostarda

Procedimento

PER IL BISCOTTO: Ammorbidire il burro in planetaria con la foglia, aggiungere in una volta tutte le polveri, ottenere un panetto, stenderlo con la sfogliatrice a 3 millimetri. Raffreddare l'impasto in modo tale da facilitare il taglio. Coppare dei dischi con un coppa-pasta del diametro di 5 centimetri, disporli equidistanti su di un foglio antiaderente in una placca. Cuocere il biscotto a 160 °C per 8/10 minuti.

PER IL TOPPING: disporre sopra il biscotto una punta di mostarda e, sopra, una rondella di anguria, dello stesso diametro del biscotto e dello spessore di mezzo centimetro condita con un pizzico di sale e di timo. Servire fresco.





Casoncelli, casonsei o casonsei. Uguali e allo stesso tempo differenti per confezione e farcitura

La magia della pasta ripiena

Differenti per forma e contenuto, mirabile esempio lombardo dell'arte della pasta ripiena. La grande tradizione dei casoncelli e le riletture d'autore degli chef

ANDREA GRIGNAFFINI

Contrasto tra ciò che si mostra e ciò che è nascosto in un gioco di contrapposizione tra visibile e invisibile. Così il visibile ci intriga nella forma: lineare e semplice nei contorni, liscia, irregolare, monocromatica, tutto ciò a testimoniare già dall'esterno la presenza del contenuto all'interno. Poi l'invisibile: il ripieno, lo scrigno racchiuso dalla pasta come un tesoro da nascondere alla visione del commensale, altrimenti sarebbe un segreto violato dall'incapacità di chi l'ha confezionato. Così l'occhio del commensale non scoprirà la magia dell'interno ma solo il sapore che esploderà in bocca. Visibile e invisibile, pasta e ripieno: in un gioco di proporzioni che rendono il visibile nelle sue forme bene rappresentate e disegnate, coerente con l'invisibile nella sua ricchezza occultata all'occhio umano ma pronta a farsi riconoscere. La forza simbolica delle paste ripiene. Succede così anche con i casoncelli o casonsei bresciani, bergamaschi o casonsei della Val Camonica, tutti uguali ma diversi nella confezione esterna e nella farcitura interna.

Prendiamo in considerazione i casoncelli bresciani, vero emblema del territorio, che rappresentano il piatto della festa e delle ricorrenze importanti. Nella stessa provincia ne esistono infinite varianti, tutte ben salde nel solco di una



La brigata del ristorante **Dina a Gussago** con lo chef Alberto Gipponi

tradizione che si lascia aperta a piccole digressioni.

La storia di questa prelibatezza parte da lontano. Già alla fine del 1200 nel Decamerone di Boccaccio venivano citati i "raviuoli", ma i nostri casonsei (sembra che il nome derivi da "caseus, formaggio, oppure da piccolo calzone, calzoncello per la forma della pasta) li troviamo nel 1500 inseriti nelle capacità culinarie che deve dimostrare un cuoco nel cucinarli a dovere nelle cucine nobiliari.

Nel tempo questi scrigni farciti venivano utilizzati soprattutto dai meno abbienti anche per il riutilizzo degli ingredienti di recupero. Poi si sono evoluti nella sostanza e nella forma iniziando dalla pasta preparata classicamente con farina, uova, sale. Il ripieno prevede salsiccia, pane raffermo, latte per l'ammollo, Grana Padano grattugiato; burro nocciola, salvia, e altro Grana Padano grattugiato per il condimento.

Ora passiamo alla forma singolare e piena di appeal: si ritagliano rettangoli di pasta di sei centimetri per dieci, si appoggia una pallina di ripieno e si ripiega accuratamente la pasta dalla parte del lato più lungo, modellando lungo il lato di ripiegatura della pasta delle piccole

pinces, premendole e formando dei piccoli ferri di cavallo. Diciamo che questa è la forma classica dei casonsei poi da qui parte il mondo delle riletture "d'autore". Come nel caso di quella dello chef Michele Vallotti della **Trattoria La Madia di Brione (BS)** che con la ricetta in questione valorizza le eccellenze gastronomiche del territorio della Val Camonica in una rivisitazione dei casoncelli con rape rosse e Fatuli, un formaggio caprino tipico della Valle del Savio. Punta invece sulla nota affumicata Sandro Pittelli delle **Tentazioni di Pisogne (BS)** attraverso una riletture dei casoncelli al burro montato, timo, bacon croccante e Parmigiano. Poi un deflagrante flash. Quello del casoncello "crudo ma cotto". Si potrà dire: o è cotto o è crudo, non c'è via di mezzo. E invece sì, a svelare l'arcano è uno chef, che crea il piatto bandiera del ristorante servendo casoncelli apparentemente crudi ma logicamente cotti. L'inventore è lo chef Alberto Gipponi del ristorante **Dina a Gussago (BS)** che ha elaborato il modo di cuocere la pasta ripiena sottovuoto a 90° per circa 3/5 minuti a vapore. Quindi passa all'istantaneo raffreddamento in acqua e ghiaccio e lo rigenera a 35 gradi. Et voilà il gioco è fatto: la pasta pastorizzata e gelificata sembrerà cruda ma sarà cotta. ■

Musica nuova in Oltrepò Pavese

C'è aria di rinnovamento tra le vigne e i fornelli oltrepadani. L'impressione è che il racconto che critica e media stanno facendo sia datato. In **Oltrepò Pavese** è iniziata una nuova stagione

➔ MARCO GATTI



Mariella Mariotti e Riccardo Rezzani
titolari del Bazzini

C'è un cambiamento che sembra ancora sfuggire a chi frequenta in modo estemporaneo quel fazzoletto di terra di Lombardia ricco di storia e dall'immenso potenziale che è l'Oltrepò. La novità è che oggi in questa zona tra le più belle d'Italia, ci sono vignaioli e ristoratori illuminati, spesso giovani, che innamorati della loro terra, la vogliono onorare, e, aggiungiamo noi, già la onorano, facendo bene. Nel caso delle cantine, il numero delle eccellenze è sempre più significativo. Ed è ora di dire che qui sono di casa vini dal sangue blu, con Pinot nero, Bonarda, Riesling, spumanti e Buttafuoco, che hanno interpretazioni di caratura internazionale. E se giovani donne capaci e appassionate come Cristina Cerri e Ottavia Giorgi di Vistarino, con i loro pinot nero, riesling e spumanti metodo classico, stanno conquistando i palati degli intenditori di tutto il mondo e sono il simbolo di una generazione che vuole costruirsi un grande futuro, la sorpresa, forse più clamorosa, viene da quegli autentici campioni che, anche se inspiegabilmente, e ingiustamente, non ancora riconosciuti per quello che è il loro vero valore, stanno credendo in quel Buttafuoco che è giunto il momento di considerare "Il" grande rosso dell'Oltrepò Pavese, la bandiera e l'orgoglio del territorio, grande vino italiano. Sufficiente accostarsi al Luna Piena di Scuropasso di Pietra de' Giorgi di Fabio Marazzi, vignaiolo che rivela di non essere solo



Giovanni e Marco Ricciardella
di Cascina Vittoria di Rognano



Hosteria La cave Cantù di Casteggio

maestro della spumantistica, in cui eccelle, ma anche grande "rossista". Al Vigna Sacca del Prete di Giulio Fiamberti di Canneto Pavese che è di sorprendente complessità ed al Vigna Montarzolo di quel giovane dal talento smisurato che è Davide Calvi di Castana. O ancora, ai Buttafuoco Storico di due cantine di Canneto Pavese emergenti, il Bricco in Versira di Piovani, e quel Vigna Costera di Maggi che è di affascinante eleganza. Per capire che qui, la sfida di fare bene - rispettando la terra, e credendo solo e sempre nella qualità, sulla scia di maestri come Maga Lino, padre dello sdrafanico Barbacarlo, vino di inarrivabile grandezza e ancora oggi rosso tra i rossi più grandi del mondo, o come i fratelli Agnes, alfieri instancabili della Bonarda - oggi, è diventata progetto di vita e lavoro di molti.

Novità interessanti anche sul fronte ristorazione. Tra gli indirizzi simbolo della provincia, un tris d'assi, a trazione giovane. Bazzini (via Roma 11 - tel. 038588018) di Canneto Pavese (Pv), che i giovani titolari, appassionati e professionali, Mariella Mariotti e Riccardo Rezzani, dopo sapiente ristrutturazione, hanno trasformato in locale accogliente, luminoso, con il bianco che domina, con una saletta per chi vuol riservatezza, una sala più ampia e la formidabile terrazza da cui si gode di un panorama entusiasmante su colline e vigneti, con una cucina che rende onore al territorio, ma si spinge anche al di fuori della provincia, con piatti che si fanno ricordare come il Carnaroli mantecato con la zuccina ed i suoi fiori, gli spaghetti Felicetti al pomodoro e basilico (e chi fa più il piatto bandiera d'Italia?), i tortelli di borragine al pesto di basilico e fagiolini, e ancora la tagliata di manzo al sale rosa e rosmarino

con caponata di verdure croccanti e la tarte tatin con gelato alla vaniglia. Cascina Vittoria (via Roma, 26 - tel. 0382923772) a Rognano (Pv), dove i fratelli Ricciardella, Marco, sommelier e volto noto dell'AIS, Giovanni, dopo i successi televisivi conosciuto come chef "Giò", e Alessandro e Simone professionisti della

In questa zona tra le più belle d'Italia ci sono **vignaioli e ristoratori illuminati**, spesso giovani e di grande avvenire

sala, usando una definizione cara a Luigi Veronelli, dimostrano di essere veri "angeli matti". Le materie prime che impiegano sono eccezionali. La cucina è uno spettacolo, con spazio anche alla cosiddetta pizza contemporanea, realizzata con le farine Petra® del sommo Molino Quaglia. E l'Hosteria La cave Cantù (via circonvallazione Cantù, 62 - tel. 03831912171) di Casteggio, indirizzo che è sintesi di bellezza, storia e gusto, le tre risorse su cui investire per preparare un futuro di successo dell'Oltrepò. L'ambiente è un incanto, con il ristorante che è ospitato all'interno della magnifica Certosa di Cantù, edificata nel Settecento dai monaci. La professionalità è alta, grazie al valore di Damiano Dorati, chef, e della sua compagna Maria, che dirige il personale di sala. La cucina è creativa, golosa, con piatti che conquistano come Carnaroli Riserva San Massimo mantecato al nero di seppia cozze croccanti concentrato di peperoni e olive, tiepido di faraona alle spezie composta di pesche al Moscato e indivia e cioccolato fondente Li Chu 64% ciliegie 2 volte e gelato al rum. Per l'Oltrepò e la provincia di Pavia è rinascimento del gusto! ■



Alla scoperta del Salame Cremona IGP

LAURA ZANINELLI

*“...E tu gli ornavi del tuo riso i canti | che il lombardo pungean Sardanapalo | cui solo è dolce il muggito de’ buoi, | che dagli antri abdüani e dal Ticino | lo fan d’ozi beato e di vivande.”
(U. Foscolo, Dei sepolcri)*

Terra di Lombardia, terra di rigogliose materie prime che, da secoli, nutrono coloro che si soffermano tra pianura e fiumi, tra montagne e laghi, in un ambiente così eterogeneo e ricco che ci dà ancora da raccontare. Inizia qui una rubrica che vuole indagare le eccellenze agroalimentari della nostra regione, approfondendo, di volta in volta, un prodotto certificato. Per un sommelier, infatti, la conoscenza di tali prodotti è fonte di arricchimento e di formazione al fine di ampliare la scelta e la proposta di abbinamenti cibo-vino che siano sempre più territoriali. La Lombardia è la prima regione agricola d’Italia, anche

per superficie dedicata, le cui attività coprono il 69% del territorio, con il conseguente sviluppo di un grande mercato agroalimentare; a livello di prodotti d’eccellenza, si posiziona al terzo posto, dopo Emilia Romagna e Veneto: al 31/12/2017, si contano 20 DOP e 14 IGP del comparto food, mentre il settore viticolo vede 15 IGP e 27 DOP e, se si proiettano questi ultimi numeri sul territorio, più dell’80% della superficie coltivata a vite in Lombardia è dedicata a produzioni di qualità.

Vista la spiccata vocazione zootecnica della regione, abbiamo deciso di iniziare il nostro percorso con il Salame Cremo-



Nella produzione del Salame Cremona IGP si macellano solo maiali di grosso peso e tutti provenienti da allevamenti italiani. Si distingue per la tipica nota di aglio



La nascita del salame nel territorio cremonese viene accertata nel 1583 dal notaio Ludovico Cavitelli

na IGP. Una storia antica questa, documentata fin dal XIII secolo. Fin da allora si registra, tra il territorio cremonese e gli Stati confinanti, un fiorente commercio di suini e prodotti a base di carne, con precisa specifica sulla produzione di salame.

La nascita del salame nel territorio cremonese viene però accertata solo nel 1583 dal notaio Ludovico Cavitelli, che nei suoi ‘Annales’ così riporta: “Sin dal sedicesimo secolo... alcuni Cremonesi, [...] escogitarono e prepararono per lauto cibo degli uomini un tipo di salsiccia di carne suina o bovina, tagliata a pezzettini, macinata e mescolata a polvere di pepe o zenzero, cinnamomo, cannella e altri aromi e infilata negli intestini degli animali e legata e subito cotta al fuoco in acqua oppure arrostita, imbandita sulle mense e mangiata dai convitati.”

L’area geografica di produzione del Salame Cremona, individuata fin dall’origine nell’attuale territorio della provincia di Cremona, si estese sempre più fino ad interessare, intorno alla metà del 1800, buona parte del bacino della Val Padana e delle valli alpine e appenniniche ad esso adiacenti; in sostanza, tutte quelle zone con condizioni climatiche nebbiose, ad alto tasso di umidità e poco ventilate, che favorivano la maturazione ottimale del prodotto (oltre alla Lombardia quindi anche Emilia-Romagna, Piemonte e Veneto, zone ancora oggi autorizzate alla produzione).

Ma come si individuano le caratteristiche del prodotto originale? Lo abbiamo chiesto a Fabio Tambani, Presidente dal 2015 del Consorzio di Tutela del Salame Cremona. Il Consorzio, nato nel 1995 al fine di tutelare il consumatore e per il controllo della filiera produttiva nel rispetto del

LE CERTIFICAZIONI DI ORIGINE



La Denominazione di Origine Protetta (DOP) è un luogo geografico che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare originario di una determinata regione e le cui qualità sono dovute essenzialmente o esclusivamente all’ambiente geografico stesso, comprensivo di fattori naturali e umani. Tutte le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione devono avvenire nell’area geografica delimitata.

L’Indicazione Geografica Protetta (IGP) si riferisce a un luogo geografico che identifica un prodotto agricolo o alimentare originario di una determinata regione di cui almeno una qualità deve essere attribuita all’origine geografica e di cui almeno una tra le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione avviene nell’area geografica determinata.



Morbido al taglio, anche dopo lunga stagionatura, il Salame Cremona IGP ha forma cilindrica con leggeri tratti irregolari, colore rosso intenso che sfuma gradualmente al bianco delle parti adipose



LUADÉJ, SALAME CREMONA IGP E LAMBRUSCO

Nelle terre della bassa casalasca, lungo il Po, tra i ricordi di Guareschi e Zavattini, quasi come fosse una crasi tra lo gnocco fritto e una focaccia unta e succulenta, nascono i luadéj: una sorta di pane focaccioso e lievitato che serviva, specialmente una volta, per valutare l'esatta temperatura del forno appena prima di iniziare con la panificazione vera e propria. Una specialità le cui origini si perdono nella storia di Viadana, di Casalmaggiore, di Pomponesco. Ettore Lodi, nelle Memorie Istoriche di Casalmaggiore, scrive: "...Con tanto amore e familiarità si procedeva da una famiglia all'altra, senza che niuna faceva mai pane che non mandasse una focaccia all'altra". I luadéj trovano il naturale e più goloso matrimonio con i salumi – di cui il salame, da queste parti, è senza alcun dubbio il re – e ovviamente una bella scodella di lambrusco nero mantovano.

PREPARAZIONE

La ricetta dei luadéj non si trova scritta, fa parte di quel bizzarro mondo di prelibatezze il cui segreto vive nel parsimonioso passaparola tra nonni e nipoti. Sbizzarrirsi quindi! Gli ingredienti certi sono farina, lievito, strutto, acqua e sale, e poi forse latte o, per dirla tutta e meglio, la nebbia della bassa casalasca e la sua aria, così carica d'umidità, che solo chi abita le sponde del Po non potrà mai dimenticare.

disciplinare, fornisce innanzitutto una descrizione delle caratteristiche fisiche del salame: morbido al taglio, anche dopo lunga stagionatura, a forma cilindrica con leggeri tratti irregolari, di colore rosso intenso che sfuma gradualmente al bianco delle parti adipose; in più il Salame Cremona IGP, grazie alla perfetta integrazione degli ingredienti, macinati e impastati insieme, risulta aromatico e speziato al palato, di profumo deciso. Un prodotto unico e inconfondibile, che rappresenta la migliore sintesi tra la cultura e la natura del territorio d'origine. Tra l'altro, a Cremona, tradizionalmente, l'unico salume prodotto è da sempre il salame e per questo motivo vengono usate solo le parti migliori del maiale.

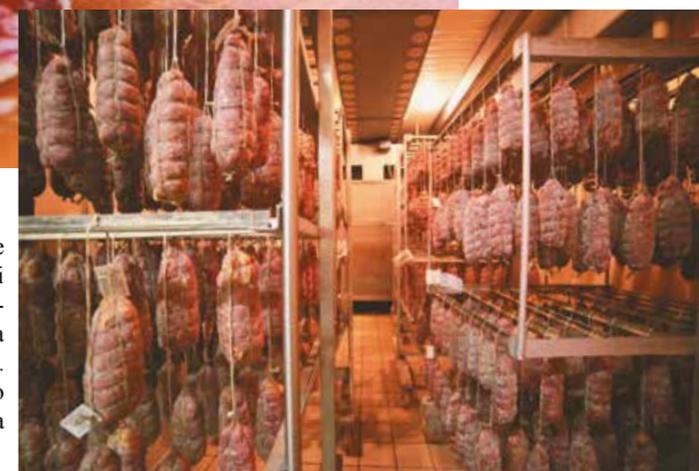
Un prodotto unico e inconfondibile, che rappresenta la migliore sintesi tra la cultura e la natura del territorio d'origine.

Il Salame Cremona presenta ulteriori particolarità, ci spiega Tambani: si macellano solo maiali di grosso peso (tutti provenienti da allevamenti italiani), la grana è di tipo medio, viene lavorato in punta di coltello e si distingue per la tipica nota di aglio, anch'essa frutto di un'antica tradizione storico-geografica: la città di Cremona, affacciata sul Po, guarda la sponda emiliana a poca distanza dalla quale si trova il paese di Monticelli d'Ongina (Pc) dove, da secoli, si coltiva una regale varietà di aglio bianco... ed ecco spiegato il connubio tra i due prodotti!

Il Salame Cremona nasce da un utilizzo contadino: a fine autunno si ammazza il maiale affinché ci fossero scorte di carne per l'inverno, trattata e conservata in modo da mantenersi integra a lungo. Questo prodotto porta quindi ancora con sé la cultura che è stata delle nostre comunità contadine. Inoltre, la filiera della lavorazione del salame ha un impatto economico tra i più importanti per l'area padana e per la provincia di Cremona.

Nell'ultimo mezzo secolo il Salame Cremona è andato sempre più caratterizzandosi come un prodotto elaborato in stabilimenti industriali, anche se ancora oggi sono molti i produttori che conservano una lavorazione artigianale. Tuttavia, le tecniche produttive – regolamentate dal disciplinare – sono le medesime sia per gli impianti industriali, sia per quelli artigianali. Anche se evolute nel tempo, le fasi di preparazione, lavorazione e stagionatura del salame si fondano sugli stessi principi originari, tramandatisi di generazione in generazione fino ai giorni nostri: è ancora l'occhio degli esperti che dosa le spezie e che controlla, a livello puramente sensoriale, la stagionatura. È così che il nostro prodotto ha potuto conservare le particolari caratteristiche organolettiche che lo distinguono nettamente dagli altri salami prodotti in Italia, poiché non può essere prodotto in maniera standardizzata.

Il Consorzio di tutela, afferma il Presidente, si propone inoltre di divulgare e promuovere, attraverso eventi di varia natura, la cultura del Salame Cremona; dal 2017 si svolge, nel centro storico della città, la "Festa del salame" (quest'anno si terrà tra il 26 e il 28 ottobre 2018 www.festadelsalamecremona.it) che ha il preciso compito di farne conoscere le



caratteristiche, di aprirsi e collaborare con gli altri territori al fine di creare una sinergia che dia valore alle nostre tradizioni. Durante la festa vengono organizzati, oltre all'esposizione e vendita del Salame Cremona e di altri salami, eventi di natura scientifica in quanto la ricerca sul prodotto, in collaborazione con l'Università Cattolica, è sempre viva; hanno inoltre luogo varie degustazioni in collaborazione con il Consorzio Vini Mantovani per assaporare l'abbinamento con il lambrusco lombardo.

Il Salame Cremona è altresì stato inserito nel progetto "East Lombardy", idea promossa dalla Regione Lombardia con l'intento di favorire l'integrazione tra cultura, turismo ed enogastronomia e di incentivare i metodi di produzione e di consumo sostenibili, alla luce dell'attenzione sempre crescente alle tradizioni culinarie e alle diverse culture del cibo.

Dulcis in fundo, a chi scrive, figlia di un cremonese, ritornano subito alla mente i profumi e i sapori delle colazioni del nonno paterno, che si consumavano nella piccola cucina di casa con una fetta di pane, quel salame così morbido e saporito e un immancabile bicchiere di vino rosso. ■

I formaggi a crosta lavata

Da non confondere con con quelli a crosta pulita, i formaggi di questa famiglia sono numerosi sia in Italia che in Francia. L'abbinamento con il vino? Ideali dei rossi giovani, ma le eccezioni, ovviamente, non mancano

👤 BEPPE CASOLO



Odori intensi, inconfondibili e distintivi, così come il colore, che può variare dal rosa, al salmone, al mattone. Sono queste le caratteristiche sempre presenti che fanno riconoscere i formaggi cosiddetti a “Crosta lavata”, definizione che si rifà al trattamento al quale sono sottoposti, ma che può risultare un po' ambigua per chi non conosce esattamente le modalità e le peculiarità del trattamento.

Una crosta lavata è una crosta, che durante la stagionatura, viene strofinata, o spazzolata regolarmente con una soluzione composta principalmente di acqua e sale. Gli scopi di questa operazione sono diversi e complementari: ■ asportazione delle muffe indesiderate e lotta contro il loro successivo insediamento, tramite lo sfregamento meccanico e attraverso le caratteristiche chimico-fisiche della soluzione, che impediscono l'insediamento di funghi e muffe, come il blu del Gorgonzolo

(*Penicillium roqueforti*), o il pelo di gatto (*Mucor spp*);

■ salatura aggiuntiva: il sale contenuto nella soluzione utilizzata per le spugnature, migra verso l'interno, aumentandone la concentrazione nella pasta;

■ mantenimento dell'umidità superficiale e della concentrazione di sale sulla superficie, che favoriscono l'insediamento di una microflora specifica, costituita da lieviti soprattutto dal lattobacillo *Brevibacterium linens*, che contribuisce in modo specifico ed evidente a definire le peculiarità di questa grande e straordinaria famiglia di formaggi.

Ma di che formaggi stiamo parlando?

Se ci riferiamo all'Italia parliamo ad esempio del Puozzone di Moena - il nome non

è casuale ma fa riferimento alla notevole intensità olfattiva - del Taleggio, del Morlacco del Grappa, della Fontina, del Salva Cremasco, del Gorgonzola e di tanti altri. Sono croste lavate anche molte produzioni d'Oltralpe sia a pasta molle che dura, come ad esempio Munster, Epoisses, Livarot, Comté, Beaufort in Francia, Vacherin mont d'or, Raclette, Gruyère in Svizzera.

Una grandissima famiglia, quindi, sia quanto a numero di rappresentanti, che in relazione alla nobiltà dei suoi membri. Tutti, inoltre, formaggi con grande personalità, non sempre eleganti, ma certamente mai banali. Ognuno di essi lascia un ricordo legato soprattutto al proprio odore. Note animali e, soprattutto, vegetali: agliacee in genere e di verdura cotta, dalla patata alle brassicacee (cavolo, cavolfiore, broccolo).

La crosta di questi formaggi è attiva e contribuisce a modificare le caratteristiche organolettiche, sia quelle strutturali che quelle gusto-olfattive, in maniera diversa a seconda

1

Vacherin Mont D'or
Prodotto con latte vaccino, è sia svizzero che francese

2

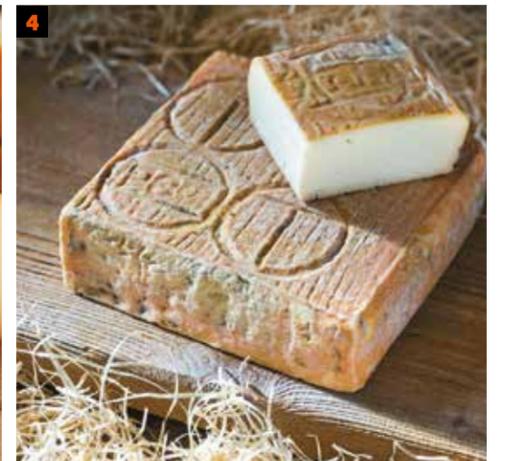
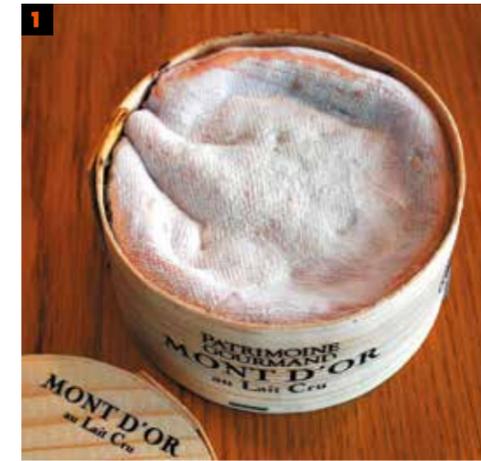
Fontina
Formaggio della Valle D'Aosta a pasta semidura, Dop dal 1996

3

Munster
Formaggio francese di breve stagionatura e pasta molle

4

Taleggio
A pasta cruda e molle, di latte vaccino, Dop dal 1996



della tipologia di prodotto realizzato ed alla sua evoluzione nel tempo.

L'ambiente di stagionatura è fondamentale: tra le condizioni indispensabili c'è l'elevata umidità.

Nelle fasi iniziali in superficie si forma una patina sottile e vischiosa, che con il tempo, il passaggio della salamoia e a seconda del diverso ambiente, potrà variare dal giallo, all'arancio, al rosso per diventare color mattone come nel caso della Fontina. Spesso c'è la formazione di una “morchia”, vale a dire un ecosistema complesso che si forma grazie alle spugnature, all'evoluzione della microflora, all'interazione con la superficie del formaggio e con l'ambiente delle grotte, delle cantine, o delle celle opportunamente condizionate, adibite all'affinamento.

La possibile confusione da parte dei consumatori, che spesso riguarda i formaggi a crosta lavata e l'ambientità esistente nei confronti di quelli a cro-

sta pulita, sono facilmente fugate una volta compresi i diversi processi che entrano in gioco: nel primo è ricercata l'interazione con l'ambiente favorendo processi evolutivi condizionati dai liquidi utilizzati durante le spugnature e gli sfregamenti sulla superficie, mentre nel secondo caso si cerca di limitare i condizionamenti esterni, diminuendo la microflora presente esteriormente. Diventa chiaro quindi che il “lavaggio” serve da una parte ad asportare microrganismi indesiderati, ma dall'altra a selezionarne di nuovi.

Un Parmigiano, a titolo d'esempio ha una crosta pulita, spazzolata e talvolta anche raspata, ma certamente non una crosta lavata. Al contrario una Fontina ha una crosta lavata, che può presentare una morchia umida e sicuramente non una crosta pulita.

Come detto, nella famiglia dei formaggi a crosta lavata possiamo annoverare tipologie molto differenti di prodotti, come Fontina, Puozzone di Moena, Taleggio, o i francesi Pont l'Évêque e Beaufort, o gli svizzeri Appenzeller e Gruyère, nei quali tuttavia sono presenti alcune caratteristiche comuni, come la succulenza, la grassezza, la dolcezza, la sapidità, l'aromaticità e la possibile tendenza amarognola finale. Sulla base di ciò, nella ricerca di un vino adatto per l'abbinamento, pur essendo necessario l'assaggio dei singoli prodotti, dovremo cercare rossi giovani, con bouquet vinoso, di frutta rossa, o fresca e fiori, morbidi d'alcol, freschi d'acidità e di corpo almeno medio. Bisogna però tener conto di alcune importanti variabili come la stagionatura e l'evoluzione dei formaggi, dovuta al liquido di lavaggio che può essere addizionato di brandy, birra, sidro, annatto ed altro, contribuendo a determinare aromaticità particolari. ■

L'olio degli chef lombardi

Come si rapportano le cucine della ristorazione lombarda con l'olio da olive? Una regione che, a parte gli areali produttivi dei laghi - Garda, Como, Sebino - non ha mai avuto una specifica cultura dell'olio, si confronta oggi, con esiti sorprendenti, con una materia prima che è diventata nel frattempo, nel corso degli ultimi trent'anni, universale. Anche gli impieghi dell'olio nei ricettari della tradizione culinaria lombarda

👉 LUIGI CARICATO

Partiamo da un presupposto che credo tutti possano condividere in pieno: la ristorazione, con tutti i suoi soggetti che vi lavorano, dalla cucina alla sala, è fondamentale per la valorizzazione delle materie prime alimentari. Il successo di un ristorante si basa essenzialmente sulla bontà degli alimenti e delle bevande che seleziona e propone ai propri avventori. Poi, ma solo in un secondo momento, viene tutto il resto.

La professionalità e le intuizioni degli chef sono senza dubbio elementi decisivi e determinanti, mai tuttavia quanto la qualità e peculiarità delle materie prime. Proprio per questo motivo ritengo sia molto importante lavorare sul fronte della ristorazione, quando si ha da trasmettere il valore di una materia prima che si intende far conoscere e apprezzare dai consumatori. Nel caso specifico, l'olio extra vergine di oliva.

Nessun libro può essere altrettanto efficace nel trasmettere una cultura di prodotto, anche perché - duole ammetterlo - gli italiani si ostinano a non leggere libri. Ecco, pertanto, il ruolo chiave esercitato dai ristoranti e da ogni pubblico esercizio che fornisce preparazioni alimentari. Da qui, nel tentativo di dar luogo a una specifica "cultura di prodotto", ho puntato in tante occasioni sulla ristorazione, perché è proprio da qui che occorre partire. L'ho fatto sia nell'ambito di **Olio Officina Festival**, la cui ottava edizione si svolgerà a Milano, presso il Palazzo delle Stelline, dal 31 gennaio al 2 febbraio 2019, sia

attraverso un nuovo format, il **Forum Olio & Ristorazione**, la cui prima edizione si è svolta sempre al Palazzo delle Stelline di Milano, lo scorso 28 maggio. In veste di relatore, vi era anche il presidente nazionale di AIS Antonello Maietta, allo scopo di ribadire il ruolo altrettanto importante e decisivo dei sommelier nell'ambito della ristorazione.

Ora, scrivendo ai lettori di *Viniphus*, mi sento in dovere di non tediare con un resoconto dettagliato di quanto emerso nelle considerazioni espresse da chef e ristoratori in tutte queste occasioni di incontro. La questione oli da olive nei ristoranti non è tuttavia facile da affrontare, anche perché, a fronte di serie difficoltà, vi sono state normative specifiche, in questi anni, con le quali, minacciando severe sanzioni, è stato disposto il divieto assoluto, in un primo tempo, della presenza sui tavoli delle oliere, e, successivamente, l'ulteriore divieto di rabboccare le bottiglie, forzandone la chiusura e alterandone in tal modo il contenuto. La pratica del rabbocco è stata una vergogna che si è trascinata per anni e ora la legge, pur di contrastare una simile operazione, ha imposto la presenza sui tavoli di bottiglie provviste di tappi antieffrazione. Qualcuno giustamente si chiederà il perché di simili forme di resistenza da parte dei ristoranti nel valorizzare una materia prima nobile qual è l'olio da olive, e soprattutto il motivo di questo antico malcostume. Ora, sia ben chiaro, non è mia intenzione screditare i professionisti della ristorazione, ma, di fatto, quanto fin qui riportato



Cresce nella ristorazione lombarda la consapevolezza dell'importanza dell'olio extra vergine di oliva

è la pura verità. Non c'è mai stato un rapporto sereno tra gli oli (e, direi, i condimenti in generale) e i ristoratori. L'olio, come pure gli altri condimenti, sono sempre stati avvertiti come un costo, non invece come ingredienti con un proprio valore intrinseco, capace di fare la differenza nell'ambito di una preparazione alimentare. Ed è proprio da qui che a mio parere occorre ripartire, per una svolta, e per intraprendere un nuovo percorso. Da parte mia ho sempre avuto un approccio diverso, non ho mai voluto puntare il dito contro gli operatori della ristorazione, pur consapevole della loro inadeguatezza in materia di oli. Credo che la strada migliore sia quella della educazione e formazione. La parola educazione non inganni, perché tutti siamo chiamati a compiere ogni volta scelte nuove, non è un caso che si parli di "educazione permanente". Posta questa premessa, cosa avviene oggi in Lombardia al riguardo, e soprattutto, in una città così all'avanguardia qual è Milano?

Milano e la Lombardia per l'olio

Gli areali produttivi lombardi in passato non hanno mai garantito alcuna auto sufficienza nei consumi di olio da olive. E nemmeno oggi quel che si produce in regione soddisfa la domanda interna, però in compenso le produzioni Dop Garda e Dop Laghi Lombardi - sono due le attestazioni di origine riconosciute - conoscono oggi un momento di grande successo commerciale e di qualità delle produzioni. Buon segno, a te-

stimonianza di come la Lombardia abbia delle radici storiche antiche, ma l'olio prodotto era destinato a pochi, a una élite che poteva permetterselo. Diversamente, oggi, l'olio extra vergine di oliva è disponibile a tutti, anche a prezzi abbordabilissimi, per via della sensibile riduzione dei costi di produzione, complice la tecnologia. Di conseguenza, se la Lombardia nei suoi ricettari non ha mai vantato piatti in cui l'olio fosse protagonista, è semplicemente dovuto al fatto che questa materia prima non era disponibile come lo è oggi. Da qui una abitudine al consumo che privilegiava altri grassi alimentari, burro in particolare, o oli da seme e margarine. Dagli inizi degli anni '90 in poi tutto è cambiato, entrando in scena sugli scaffali dei supermercati l'olio extra vergine di oliva, aiutato da tante notizie lusinghiere sulla qualità nutrizionale e salutistica. Da qui la svolta. Solo che il passaggio culturale è sempre lento e nei ristoranti non si dava mai la necessaria attenzione ai condimenti. C'era una oliera a ogni tavolo, ma, tenuta sempre aperta e lasciata alla luce del sole e qualsiasi temperatura, gli oli risultavano sgradevolissimi al gusto, con profumi tra l'ossidato e il rancido. Poi però ci sono state tante iniziative che hanno permesso di comprendere che l'olio è fondamentale. Molti chef e ristoratori, provenendo da altre regioni in cui la tradizione olearia era seguita e supportata da una maggiore abitudine al consumo, hanno fatto la differenza, dando luogo a contaminazioni efficaci, inserendo così l'olio extra vergine di oliva come materia prima essenziale e determinante. Non



L'olio extra vergine di oliva non rappresenta un costo per il ristoratore, ma un *valore aggiunto*

è un percorso facile. Lo stesso maestro Gualtiero Marchesi intervenendo alla prima edizione di Olio Officina Festival, nel 2012, confidò che la cultura dell'olio non è poi così semplice da acquisire, per chi non sia stato educato a familiarizzare con tale prodotto. Lui stesso, provenendo dalla cultura del burro faticava ad accettare oli dal fruttato intenso, amari e piccanti. Anche le scelte di gusto fanno parte del proprio repertorio di frequentazioni e abitudini. Così, il grande cuoco Marchesi, per non forzare la sua idea personale di grasso alimentare, preferiva gli oli liguri o lombardi, per via della loro caratteristica delicatezza e finezza, per l'impatto dolce iniziale e la morbidezza al palato. Oggi, le nuove generazioni sono nate con una certa familiarità con gli oli extra vergini di oliva. Per questo si aprono nuovi scenari. Non è un caso che a Milano vi siano diversi ristoranti che recano nel proprio nome o il rimando all'olio o all'olivo, e dove l'olio effettivamente è protagonista. Tutta questa premessa, che spero non abbia tediato i lettori di *Viniplus*, è solo funzionale agli articoli che di qui in avanti seguiranno. La mia idea è di compiere un percorso formativo presentando uno chef e una concezione di utilizzo dell'olio esaltandone il valore di elemento determinante nella preparazione di un piatto. Il fatto che quantitativamente se ne versi poco, di olio extra vergine di oliva, non significa che non sia fondamentale. Anzi, è vero il contrario. Perché, in fondo - e magari nessuno ancora ci crede del tutto - l'olio extra vergine di oliva non rappresenta affatto un costo, per

un ristoratore, ma un valore aggiunto; per questo non occorre mai risparmiare sull'olio, perché il rapporto impiego-rendimento è tutto a favore del risparmio. Per condire, ricorrendo a un olio d'eccellenza, se ne versa circa 12 ml per porzione, e anche meno in alcuni casi. Può forse incidere sui costi di un piatto? Direi proprio di no. Quel che manca è una conoscenza della materia prima e la capacità di selezionare i migliori oli in commercio, ma per questo ci penseremo nelle prossime puntate, insegnando anche come realizzare una "carta degli oli" senza che sia considerato un problema gestirla, sia sul piano economico, riguardo ai costi, sia su un piano strettamente tecnico, in relazione alla durata degli oli (onde evitare le inevitabili ossidazioni) nell'ipotesi di accoglierne di varie tipologie e provenienze. È tutto facile, basta solo apprendere quanto è necessario sapere per affrontare al meglio una corretta gestione di una materia prima tutta ancora da conoscere. Tutto è possibile, non è un caso che la Lombardia sia ad oggi la regione che meglio di altre ha saputo valorizzare il 100% italiano e tutti gli oli a denominazione di origine protetta. Peculiarità e privilegio, questo, che non è solo dovuto al fatto che ci sia una maggiore ricchezza, e di conseguenza una più alta disponibilità e capacità di spesa, potendo pertanto spendere molto di più per un olio rispetto ad altre regioni, ma è soprattutto per un atteggiamento tipico dei lombardi, che è di vivere con curiosità ogni esperienza, senza pregiudizi né preclusioni. ■



**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

Esiste uno “*stile italiano*” nella birra?

La domanda potrebbe sembrare una provocazione ma, a vent'anni dalla rivoluzione artigianal-birraria, è più che legittima. In assenza di una forte tradizione brassicola autoctona la nuova generazione di birrai ha potuto dare sfogo a una creatività originale e spesso dai risultati sorprendenti. Ma basta questo per parlare di “*Italian Style*”?

MAURIZIO MAESTRELLI



NON SOLO ITALIAN GRAPE ALE. I BIRRAI NAZIONALI CERCANO SEMPRE PIÙ STRADE AUTOCTONE CON L'UTILIZZO DI MALTI E LUPPOLI TRICOLORI, MA ANCHE ALTRI INGREDIENTI

L'azienda piemontese Baladin coltiva direttamente 100 ettari di orzo distico primaverile in Basilicata che maltato rappresenta la base per tutte le sue birre

Mai, come negli ultimi anni, la birra sembra essere diventata argomento d'attualità e interesse in Italia. Gran parte del merito deve essere attribuito al fenomeno della birra artigianale che, da sparuto manipolo di pionieri, ha raggiunto ormai i numeri del piccolo esercito. Se si torna con la mente ai primi anni Novanta, la birra nel nostro Paese significava poche grandi aziende e una consistente fetta di birre d'importazione per lo più d'origine tedesca. Il che in buona sostanza voleva dire birre di bassa fermentazione, le cosiddette lager, che si differenziavano relativamente poco in termini di profumi e gusto e molto di più, ma nemmeno tanto a pensarci bene, in termini di etichette e di comunicazione. Quello che accadeva in quegli anni tuttavia, nascosto alla vista dei più come una specie di fiume carsico, era una prima crescita di specialità birrarie differenti: si trattava delle ale e delle stout anglosassoni, dalle note fruttate o tostate, delle bianche e delle trappiste del Bel-

gio, delle weizen bavaresi. Questo fenomeno costituì in buona parte il terreno fertile per quello che sarebbe successo dalla metà degli stessi anni Novanta in poi e che oggi è conosciuto come la “rivoluzione” della birra artigianale.

Prima, per l'appunto, un manipolo di pionieri, poi un numero sempre più cospicuo di giovani ardimentosi provarono a fare birra in quantità minuscola ma decidendo di farla artigianalmente, ovvero in buona sostanza non filtrando il prodotto e soprattutto non pastorizzandolo. E per farlo, e per distinguersi da ciò che i grandi gruppi offrivano sul mercato, presero a ispirazione e modello proprio quelle specialità che iniziavano a fare capolino nel circuito dei primi pub e delle prime, così si chiamavano allora, birroteche.

Di acqua, anzi di birra, da quei tempi nemmeno così tanto lontani ne è passata davvero tanta. E non si tratta solo di numeri, i dati relativi non sono precisissimi ma circa 800 tra birrifici e brewpub sono oggi in attività dal Nord al Sud Italia,

ma in misura maggiormente degna di nota di stili birrari, di creazioni originali che adesso fanno pensare legittimamente che si possa parlare di uno “stile italiano” nel fare la birra. Esiste questo stile? È una domanda legittima? Noi ci sentiamo di rispondere affermativamente perché se è vero che la mancanza di una ricca tradizione consolidata, come abbiamo nel cibo e nel vino tanto per fare degli esempi certi, ha privato la giovane generazione di birrai di punti di riferimento nazionali è altrettanto vero che ne ha sguinzagliato la creatività e la fantasia. Perché dopo una prima fase dedicata a “imitare” le specialità europee, i nostri sono andati oltre e, con intuizione e libertà, hanno iniziato a sperimentare ingredienti autoctoni del territorio dove operavano. Le castagne, ad esempio, sono state il primo banco di prova grazie alla facile reperibilità della materia prima; la vicinanza con i produttori di vino ha fatto presto intuire le potenzialità del legno, della barrique in particolare modo, e dell'uva, vuoi come frutto oppure come

mosto. In questo ultimo caso il successo di molte produzioni, un successo anche internazionale, ha fatto sì che, per la prima volta nella storia, un organismo americano come il Beer Judge Certification Program, che descrive le linee guida per ogni singolo stile birrario che devono essere osservate durante i concorsi, accettasse l'ingresso delle birre con mosto d'uva nel suo elenco definendole Italian Grape Ale. Formalmente questo può essere definito come lo stile italiano nella birra. Ma il discorso non sarebbe del tutto completo perché in misura sempre maggiore i birrai nazionali cercano delle strade tricolori alle loro produzioni. Le prime coltivazioni di luppolo italiano sono ormai una realtà, benché piccola, e in alcune di queste si stanno sperimentando varietà italiane autoctone, altri birrifici vanno “a caccia” di lieviti e sfruttano i loro piccoli ma agguerriti laboratori nell'individuazione di ceppi che possano contraddistinguere in modo originale, e nazionale, le loro birre. Sempre di più si cerca di usare



DISTINZIONE, ECCO LA PAROLA D'ORDINE DEI PICCOLI BIRRIFICI. NON SOLO QUALITÀ E COSTANZA, MA ANCHE VALORIZZAZIONE DEL PROPRIO TERRITORIO

malti, almeno quelli base, ricavati da orzo e frumento italiano non solo ricorrendo alle due grandi malterie del Sud Italia ma, come ha fatto Mastri Birrai Umbri, costruendosene una propria. Dove maltare l'orzo coltivato nei campi di proprietà o gestiti. E tutto questo senza dilungarsi troppo nel ricorso, ampio e a volte quasi spericolato, a ingredienti del territorio aggiuntivi. Siano essi frutta come le pesche di Volpedo o il Chinotto di Savona, oppure legumi, le cicerchie dell'Umbria, tabacco, il Kentucky toscano, sale, quello di Cervia. Insomma, se lo stile italiano che ha avuto una codifica è quello delle Italian Grape Ale, lo stile nazionale inteso in senso più ampio è quello del territorio che la maggior parte dei piccoli birrifici desidera in qualche modo valorizzare. Il senso di questa scelta è facile da capire e risponde al termine "distinzione", perché se nell'industria della birra numeri e volumi la fanno comprensibilmente da padrone, nel mondo dei piccoli birrifici, dove la competizione non è solo con i big ma pure con gli altri piccoli in una sorta di derby quotidiano, la capacità di distinguersi, oltre alla scontata qualità e costanza, la fa da padrone.

Se infine volessimo allargare ancora di più il concetto di stile italiano potremmo ricorrere al celebre detto, sembra pure autentico, di Benjamin Franklin che scrisse "Nel vino c'è la saggezza, nella birra la libertà e nell'acqua... i batteri". Ecco, nella birra italiana dei piccoli birrifici la libertà di espressione è il comune denominatore. Tutto il resto: il mosto d'uva, le castagne, la frutta, i legumi e le barrique sono semplicemente manifestazioni di questa libertà. Tutto sommato, non è davvero cosa da poco. ■

LE BIRRE "ITALIAN STYLE"



BB10



Tibir



Equilibrista



Nazionale

Inserito addirittura nel **BJCP**, il *Beer Judge Certification Program* che per quanto formulato negli Stati Uniti ha ormai autorevolezza mondiale e certamente rappresenta la codifica stilistica più usata nei vari concorsi internazionali, quello delle Italian Grape Ale è lo stile italiano per eccellenza. Il che ovviamente non significa che in altri Paesi non si possano fare delle Grape Ale, ma che il diritto di primogenitura è stato attribuito all'Italia della birra. Per avere un'idea concreta di cosa significhi una Italian Grape Ale le prime etichette suggerite sono certamente quelle di Nicola Perra del birrificio sardo Barley. Dalla "apripista" **BB10** con "sapa" (mosto cotto) di Cannonau alla **BB Boom** con sapa di Vermentino, Perra ha sperimentato quasi tutte le varietà autoctone regionali. Ma con l'uva, il mosto o il vino sono ormai in molti a "giocarci": dal piemontese Birrificio Montegioco e la sua **Tibir**, con mosto di Timorasso, al laziale Birra del Borgo con l'**Equilibrista**, mosto di Sangiovese, dal toscano Bruton con la **Limes**, mosto di Vermentino, al pugliese Birranova con la **Moscata**, mosto di Moscato. Poi c'è chi ancora ama le castagne come il toscano Birrificio Amiata e le **Bastarda Rossa** e **Bastarda Doppia** e chi ha tentato la strada del 100% made in Italy come la **Nazionale** del Birrificio Baladin.

VERMOUTH

PREGIATO VINO AROMATIZZATO

Etrusco Nero



Tenuta Fertuna
SP Aurelia Antica | Località Grilli
Gavorrano (GR) ITALY
info@fertuna.it
www.fertuna.it

Seguici su



TENUTA FERTUNA
maremma toscana

Detti & Spiriti

L'alcol e le sue origini

👉 FIORENZO DETTI

L'ALCOL

La parola deriva sicuramente dall'arabo di Spagna "Al-Kuhl" riportata in seguito nel latino scientifico dei chimici come "Al-kohol o Alkol". In termini chimici è un composto organico derivato da idrati di carbonio.

È un liquido infiammabile, incolore e volatile, ottenuto inizialmente dalla fermentazione di sostanze zuccherine contenute in diverse materie prime tra cui uva, tutta la frutta in genere, cereali, barbabietola da zucchero, canna da zucchero, tuberi, piante grasse ecc.

Possiamo quindi dedurre che in natura tutte le sostanze che contengono zuccheri possono, se preventivamente fermentate, trasformare questi ultimi in alcol.

GLI ZUCCHERI

Zucchero è il nome comune con cui vengono indicati i carboidrati, responsabile insieme ai lieviti dell'ottenimento dell'alcol durante il processo di fermentazione.

Lo zucchero che conosciamo e che troviamo solitamente sulle nostre tavole, caratterizzato dalla facile solubilità a contatto con un liquido, è il saccarosio, essenzialmente ricavato nel mondo dalla barbabietola da zucchero (circa il 25%) e dalla canna da zucchero, graminacea coltivata nell'area tropicale, per la rimanente parte.

Gli zuccheri contenuti nella frutta (uva, pere, mele, albicocche, ciliegie, pesche, frutti di bosco ecc.) sono invece glucosio e fruttosio. Chiamati "monosac-

caridi", che forniscono le stesse calorie, tra i due il fruttosio, a pari quantità, ha una forza dolcificante superiore.

Dalla fermentazione dell'uva nelle aree dove è possibile coltivare la vite, si ottengono vini di diverse tipologie, bianchi, rossi, rosati, passiti, liquorosi, spumanti, aromatizzati ecc. Dalla fermentazione della frutta invece si ricavano anche ottimi sidri, mele e pere sono i più utilizzati.

L'altro carboidrato importantissimo per ottenere alcol è l'amido, contenuto in tutti i cereali e nei tuberi come patate, topinambur ed in alcune piante grasse come l'agave messicana.

L'amido è un composto chimico macromolecolare appartenente al gruppo dei polisaccaridi, nei cereali il suo contenuto varia mediamente dal 50 al 60%. I cereali sono tra le materie prime più utilizzate per ricavare bevande alcoliche. Si ottiene dai cereali birra in tutto il mondo e nei paesi asiatici/orientali bevande fermentate come il Sake e molti altri fermentati che prendono vari nomi in base al paese di produzione.

LE ORIGINI

Gli archeologi attribuiscono la nascita dell'alcol all'uomo primitivo. Fu sicuramente una scoperta fortuita, un processo naturale imprevisto, forse della frutta schiacciata, lasciata in una ciotola, che dopo qualche giorno prese un gusto aci-

dulo e anche un potere inebriante.

Tra le prime bevande dell'antichità troviamo l'idromele, prodotto dalla fermentazione di miele con acqua, chiamato dai Romani "aqua mulsa", conosciuto dai

Greci come "melikaton". Grandi produttori di idromele furono Celti e Vichinghi, ancora oggi da alcune popolazioni dell'Etiopia chiamato "Tejj" o "Bito" ed in Eritrea "Mies". Anche da noi negli ultimi anni qualche piccolo produttore ha rispolverato questa bevanda con buoni risultati qualitativi.

Queste sostanze zuccherine vengono fermentate dall'azione dei lieviti, chiamati anche fermenti o "saccaromiceti" - sono loro i responsabili della trasformazione degli zuccheri in alcol.

Processo comunemente chiamato: fermentazione alcolica.

LA FERMENTAZIONE

La fermentazione alcolica, in apparenza spontanea, è in realtà un complesso fenomeno biochimico consistente nella scissione delle molecole zuccherine di un liquido ad opera di lieviti con produzione di alcol, anidride carbonica e sostanze secondarie. I più importanti lieviti alcoligeni appartengono al genere "saccharomyces".

I fermenti o lieviti sono microrganismi fungini di origine vegetale che troviamo in natura, nell'uva ad esempio, soprattutto sintetizzati sulla pruina degli acini, oggi per quasi tutti i processi fermentativi ven-



Sidro di mele dell'Otreppò Pavese



Una distilleria per la produzione di whisky

gono utilizzati lieviti selezionati.

La conseguenza della fermentazione alcolica è che il liquido che la subisce assume caratteristiche totalmente diverse rispetto al suo stato iniziale, sia per la sua composizione, sia per l'effetto che produce sull'organismo che lo ingerisce.

Dal processo fermentativo si può ottenere alcol sino ad un massimo di 16/18% - dopo di che, anche se il liquido contenesse ancora zuccheri, per vari fattori chimici, fisici e biologici la fermentazione si blocca. Per concentrare alcol ad una gradazione più alta si deve obbligatoriamente ricorrere alla distillazione.

Dalla distillazione si ricava anche l'alcol che comunemente viene utilizzato in liquoristica, che di solito acquistiamo dal droghiere sotto casa oppure in grande distribuzione, per preparare liquori dolci o amari con un contenuto alcolico del 95-96% volume. Questo alcol etilico nella sua massima concentrazione viene chiamato "alcol buongusto".



Fermentato di miele di Robecco sul Naviglio (MI)

L'alcol buongusto si può ricavare dalla barbabietola, ma può essere ottenuto anche dalla distillazione del vino, dei cereali o della canna da zucchero, oppure dalla frutta o altro.

Dalle sostanze amidacee contenute nei cereali, quando si ricorre alla distillazione otteniamo soprattutto Gin, Vodka e Whisky, ma anche distillati di minor diffusione come Brannvin e Aquavit nei paesi del Nord Europa, oppure Korn e Steinhager in Germania.

Dal saccarosio contenuto nella canna da zucchero invece si ricavano grandi distillati quali il Rum in tutte le aree subtropicali, soprattutto nel Centro America e la Cachaca in Brasile, chiamata anche Pinga o Caninha.

Dal fruttosio e glucosio della frutta, si ottengono anche vari distillati come Kirsch, Slivovitz, Calvados, Williams, Barack Pálinka, Peach brandy, Himbergeist, Applejack, Mirabelle, Brombergeist, ecc.

Dal grappolo d'uva si ottengono tre di-

stillati diversi utilizzando separatamente alcune parti del grappolo, dal succo, che è la parte liquida del mosto si ottiene il Brandy, il Cognac e l'Armagnac, solo per menzionare i più importanti. Si ricava la Grappa distillando la vinaccia che è la parte solida del grappolo composta dalle bucce e dai vinaccioli. Il terzo distillato è l'Acquavite d'uva ricavata da tutto il mosto dell'uva. Il grappolo viene diraspato, perché i raspi sono verdi, legnosi e contengono tannini, poi gli acini dell'uva schiacciati e fermentati prima di distillare quindi tutto il mosto.

L'ALCOL ETILICO

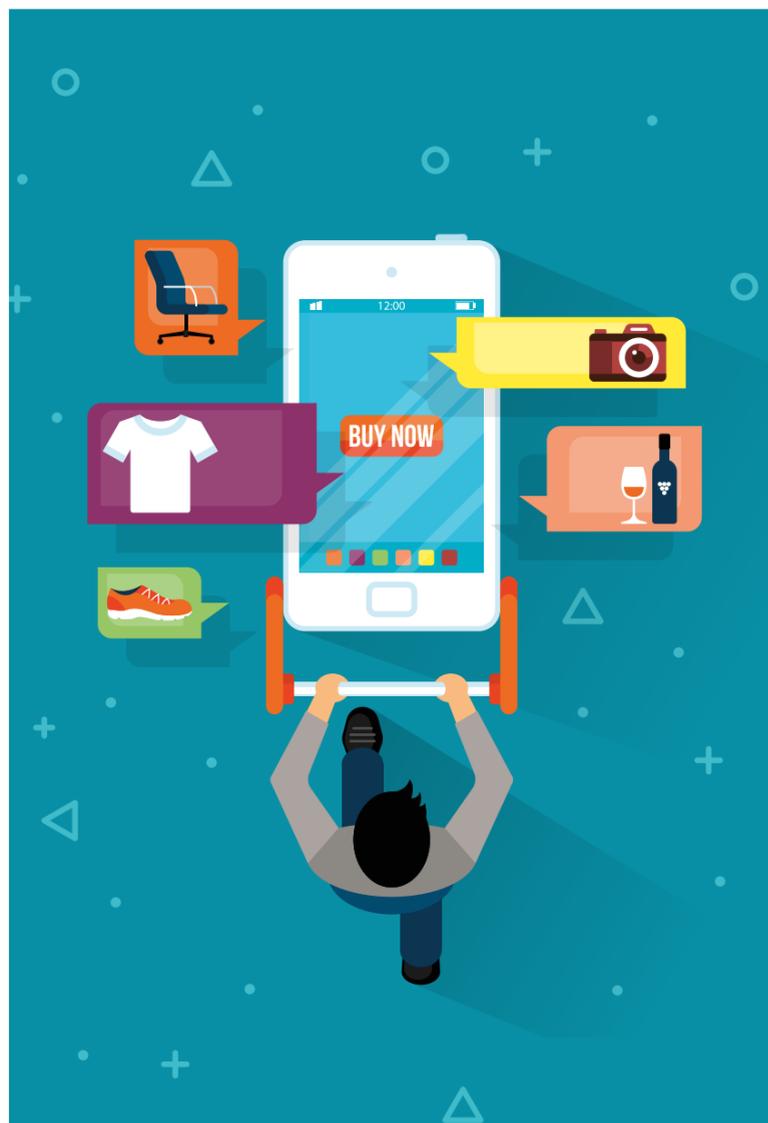
Etilico o etanolo, che è il miglior prodotto della distillazione, in distillazione evapora a 78,4°, lo troviamo obbligatoriamente espresso in percentuale sulle etichette delle bevande alcoliche.

L'alcol metilico, invece, che è nocivo alla salute, in distillazione dev'essere accuratamente scartato, evapora a 64,7°. È un veleno che si combina nel nostro organismo con l'ossigeno creando una aldeide formica che colpisce il sistema nervoso, il fegato e la vista. ■

Vino e digitale: navigar m'è dolce in questo mare

IN ITALIA NON È STATO AMORE A PRIMA VISTA, MA LE COSE STANNO CAMBIANDO RAPIDAMENTE E GLI INVESTIMENTI NON MANCANO. PAROLA D'ORDINE? OMNICANALITÀ

➔ SARA MISSAGLIA
PAOLO VALENTE



Per molti le tecnologie digitali nel mondo del vino rappresentano un nuovo modello di business, con interessanti opportunità in piena sinergia con i canali tradizionali; per altri l'impatto è invece dirimpente, con il rischio di rivoluzionare in misura radicale un intero sistema. Promotori e detrattori: i numeri illustrano una realtà in netta evoluzione.

Parafrasando Leopardi, naturalmente senza naufragi: "sei connesso?", scherniva qualche anno fa un comico italiano. Quattro miliardi di persone collegate a Internet¹, con 3,3 miliardi di smartphones nel mondo². Uno scenario in bilico tra opportunità e sfide economiche. Il vino ha la sua storia, è vero, ma siamo figli di questi tempi: territori, vigneroni, vitigni, disciplinari, tradizioni da un lato. Dall'altro l'innovazione tecnologica. Con intensità crescente negli ultimi anni il mondo del

vino ha visto nascere nuovi sbocchi commerciali e differenti modalità di consumo: il boom dell'e-commerce esprime oggi numeri importanti, e la filiera è sempre più in via di professionalizzazione: logistica, preparazione e consegna degli ordini diventano fattori critici per il successo, dando forma a modelli di business differenti rispetto al passato. Il biennio 2014-2015 ha rappresentato un periodo di svolta nelle vendite online di vino, registrando l'ingresso di nuovi player: un boom in termini di giro d'affari, ma con una dispersione elevata tra i numerosi operatori. In tempi brevi molti siti sono sostanzialmente scomparsi o hanno cessato l'operatività: mancato sviluppo del brand, base della clientela non fidelizzata, una politica di prezzi eccessivamente aggressiva tra i principali fattori di insuccesso.

Oggi il mercato registra invece una concentrazione di operatori che necessitano di raggiungere una massa critica per garantire adeguata profittabilità e continuità nel business. Agrifrance³ ha recentemente pubblicato una nota congiunturale dedicata all'impatto del digitale sul mercato mondiale del vino: le vendite mondiali di vino sul web rappresentavano nel 2016 9,8 miliardi di dollari e nel 2017 hanno superato il tetto dei 10 miliardi, con un'incidenza del 5% sul fatturato del mercato mondiale. In Europa la Francia ha un mercato più stabile e maturo, con 1,4 miliardi di euro nel 2017, pari al 9,4% delle vendite dei vini: alla domanda "Avete già acquistato del vino o dello champagne sul web", nel 2011 il 10% del campione intervistato rispondeva positivamente. Nel 2016, a parità di perimetro, le risposte positive sono passate al 34%. Nel 2016 il 50% dei francesi intervistati ha dichiarato di accedere per l'acquisto online di vino ai siti dei produttori, mentre il 30% si rivolge ai cosiddetti large food retailers (Gdo, iper e super market): sono forti della presenza sui loro scaffali di un'ampia gamma di prodotti e di etichette, di dati relativi ad una larga scala di clientela consolidata, di una profonda conoscenza del mercato e di un'alta capacità di negoziazione, soprattutto sul fronte pricing. I large food retailers sono sempre più alla ricerca di un modello di business che punti alla creazione di unità dedicate all'e-commerce market e ad un approccio integrato sul cliente.

Tra i Paesi emergenti, la Cina oggi rappresenta più di 500 milioni di consumatori potenziali nel commercio online, ma nuove opportunità potrebbero arrivare da mercati dinamici come l'Africa, il Messico, il Vietnam e la Thailandia. In Italia il rapporto tra vino e e-commerce sembra esser più sfumato, considerando che tutto il comparto del Food & Grocery vale ancora solo poco più di 800 milioni di euro, pari al 4% delle vendite online nel nostro Paese (fonte: Osservatorio NetComm). Ma il tasso di crescita è importante, ed esprime un'evoluzione significativa, con un incremento del 37% nel 2017 rispetto all'anno precedente. Un'indagine de "I Numeri del Vino" nel settembre 2017 ha analizzato gli scenari delle vendite del vino via internet da parte dei principali operatori italiani nel corso del 2016: la leadership dell'e-commerce del vino in Italia spetta



IL BIENNIO 2014-2015 HA RAPPRESENTATO UN PERIODO DI SVOLTA NELLE VENDITE ONLINE DI VINO, REGISTRANDO L'INGRESSO DI NUOVI PLAYER

¹ Fonte: World Stats 2017

² Fonte: Ericsson 2018
Dipartimento di BNP Paribas Wealth Management specializzato negli investimenti nel mercato fondiario

³ Fonte: Les Echos - Baromètre Sowiine - per Agrifrance

FRANCIACORTA Berlucchi

Laura Gadola, responsabile web marketing della cantina Guido Berlucchi di Borgonato, conferma come il sito, recentemente sottoposto ad un restyling, rappresenti l'immagine dell'azienda, la sua identità trasferita sul web rispettando il linguaggio digitale. Come un catalogo può essere consultato per scoprire i prodotti, scaricare le schede tecniche e le note gustative nonché conoscere il percorso di Berlucchi nella storia del Franciacorta e visitare virtualmente l'azienda con i suoi luoghi, le sue vigne, la cantina, il castello. Al momento il sito è in linea con le aspettative ma vi è la consapevolezza di come ogni tre anni circa sia necessario un aggiornamento per poter essere sempre al passo con i tempi. Sul sito è presente una sezione che consente la prenotazione on-line delle visite in cantina e degli altri eventi: si possono pagare o regalare direttamente. Non è invece presente la sezione di vendita di prodotti in quanto demandata ad operatori indipendenti; l'e-commerce è considerato un canale distributivo al pari degli altri. Non è escluso che nel futuro si valuti questa possibilità per qualche specifico prodotto. I Social? Berlucchi ci crede e ha implementato un piano editoriale dettagliato che permette anche di tenere sotto controllo i trend digitali. Da tempo gestisce i suoi canali istituzionali veicolando i valori del brand e facendo conoscere a follower e potenziali clienti gli eventi a cui l'azienda partecipa.

- Paolo Valente

OLTREPÒ PAVESE Torrevilla

Il sito della Cantina Cooperativa Torrevilla è on-line da moltissimi anni e, come ci spiega il direttore Gabriele Picchi, è stato rifatto un paio di anni fa cercando di migliorarne il livello tecnico e la fruibilità per l'utente. Lo scopo principale del sito è quello di comunicare nel modo più semplice possibile una realtà complessa con alle spalle 111 anni di storia e tanti prodotti differenti. Si sono dovuti conciliare i numerosi contenuti con la nuova veste e una struttura snella; è divenuto un sito ricco ma dinamico. L'interazione con il cliente è garantita dalla newsletter e dalla connessione con i social network che ne rendono quotidiano l'aggiornamento. Non è presente una pagina per le vendite dirette in quanto i prodotti della cantina sono distribuiti in modo capillare anche attraverso i due punti vendita di proprietà. Si è preferito, per questo canale, affidarsi a piattaforme esterne che agiscono autonomamente.

I contenuti del sito e dei social media sono gestiti esternamente dalla società che cura gli aspetti di comunicazione della cantina. Internamente vi è una persona che coordina le necessità comunicative anche in funzione delle attività commerciali sviluppate dai due punti vendita. I social media sono anche il mezzo utilizzato per comunicare le iniziative in programma come, ad esempio, un progetto di enoturismo green che verrà lanciato il prossimo settembre e che prevede percorsi ciclabili attraverso i vigneti con pause per ristoro e degustazioni.

- Paolo Valente



a Italian Wine Brands, con un fatturato 2016 di 7,3 mln/eur e con un incremento rispetto all'esercizio precedente del 31%. Tannico, player di sicuro livello, si attesta a 6,8 mln/eur come giro d'affari del medesimo anno, registrando un +43% rispetto al 2015. I ricavi nel 2017 hanno toccato quota 11 milioni di euro, oltre il 60% di crescita rispetto al 2016: le previsioni per il 2018 delineano uno scenario che si attesterà intorno ai 16/17 milioni. Altro competitor è Xtrawine, che in Italia (ha aperto una sede anche a Hong Kong) registra ricavi per 4,3 mln, con un aumento del 33% nel raffronto 2015-2016. Sono diverse le logiche di bilancio tra le aziende, dove la gestione del magazzino è la discriminante per decretare successo o insuccesso: le vendite possono infatti essere on consignment, dove la merce viene acquistata solo quando gli ordini di acquisto da parte dei clienti sono stati finalizzati (giacenze limitatissime, lasciate sostanzialmente ai produttori o ai distributori), oppure può prevalere la linea dello stoccaggio di prodotti di maggiore nicchia nell'ottica di generare margini più elevati. Nel gennaio 2017 Invitalia Ventures Sgr (emanazione dell'Agenda Italiana per lo Sviluppo) e SICI Sgr hanno condotto un round d'investimento da 1,5 milioni di euro in Vino75: si tratta di una start up che si è proposta sul mercato con la mission di accelerare e disintermediare la filiera di distribuzione

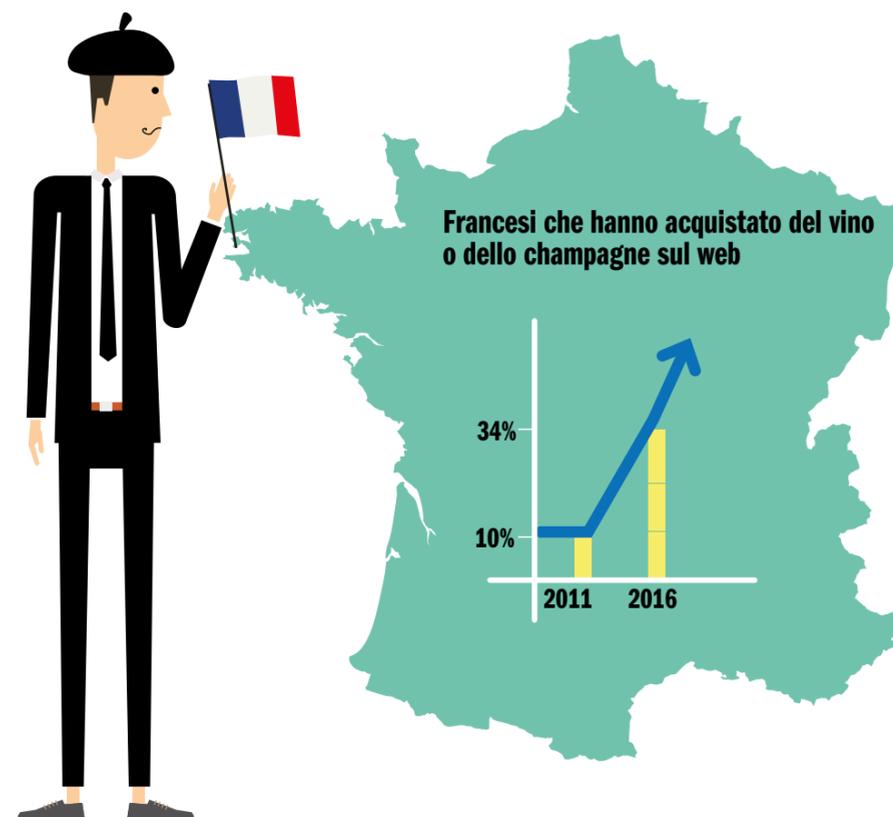
VALTELLINA Rainoldi

Per Aldo Rainoldi, al timone dell'omonima azienda valtellese nonché neo presidente del Consorzio, non avere un sito internet per un'azienda agricola, anche di piccole dimensioni, è impensabile, così come non essere presente sui social network. Il sito dell'azienda di famiglia esiste fin da prima del 2000 ed è stato più volte oggetto di restyling anche per adeguarlo alle nuove tecnologie e alla compatibilità con tablet e smartphone.

La gestione dei social media (Instagram, Facebook e Twitter) è stata affidata ad una persona esterna che si prende cura di questi aspetti, prima gestiti internamente ma con grande difficoltà e sporadicamente. È la medesima persona che segue l'ospitalità in cantina in quanto le due attività sono particolarmente legate. La richiesta di visite in azienda è sempre più importante e la funzione a cui sono destinati i social media è quella di assecondare e veicolare questa attività di accoglienza in maniera continuativa per avvicinare il consumatore all'azienda. È stato creato, sull'esempio americano, un "wine club" dedicato alle persone che vogliono approfondire la conoscenza dei vini senza necessariamente essere esperti.

In coerenza con la scelta effettuata per i social media e per non disperdere le forze aziendali che devono essere dedicate con priorità alle attività di campagna e di cantina, la pagina dedicata all'e-commerce presente sul sito reindirizza ad un professionista della distribuzione che è in grado di gestire al meglio la logistica.

- Paolo Valente



e commercializzazione di prodotti agroalimentari attraverso l'on-line. L'ingresso di Invitalia Ventures e Sici Sgr nel capitale di Vino75 è emblematico di quanto il mondo degli investimenti guardi con sempre maggiore interesse all'imprenditoria digitale al servizio della filiera agroalimentare: Vino75, con oltre 1800 etichette a catalogo, ha espresso, attraverso la sofisticata piattaforma tecnologica di cui è dotata, una valida capacità di execution. L'accordo stipulato da Vino75 con Tmall Direct, il marketplace del colosso cinese Alibaba, per la distribuzione dei migliori vini italiani in Cina, conferisce all'intera operazione un taglio internazionale. Il segreto del successo? L'amplificazione della piattaforma B2C, con un canale di vendita B2B dedicato agli acquirenti professionali, e servizi innovativi come il sommelier virtuale che dispensa consigli tra bicchieri, colori, sentori e gusti del vino: sono questi elementi differenzianti rispetto a qualsiasi altro e-commerce attivo nel settore. La vendita di vino online non è più una nicchia riservata agli specialisti dell'e-commerce, ma coinvolge numerosi attori, come i maggiori brand della grande distribuzione alimentare, i negozianti, gli stessi produttori, i consumatori, le agenzie pubblicitarie per le strategie di marketing e di comunicazione, gli informatici per i nuovi tool digitali, le istituzioni finanziarie per i digital payments, i sondaggisti per definire ed aggiornare i



LUGANA Perla del Garda



Il sito dell'azienda gardesana è on-line dal 2006, anno molto importante e di trasformazione da conferitore a produttore; in quella particolare situazione di cambiamento era indispensabile avere uno strumento per poter comunicare questa grande novità.

Oggi, come ci racconta Giovanna Prandoni, titolare con il fratello Ettore della cantina, il sito vuole essere il primo contatto con il consumatore; si è cercato quindi di descrivere il lavoro effettuato e l'obiettivo della cantina che, non acquistando né uva né vino, pone la massima attenzione al rispetto della materia prima.

Il sito raccoglie tutti i materiali di comunicazione, le schede tecniche e il catalogo completo della produzione aziendale; oltre che in consultazione, questi materiali possono essere scaricati in formato pdf.

Niente e-commerce in questo momento poiché è sembrato corretto rispettare la distribuzione che avviene solo attraverso il canale Ho.Re.Ca. e, secondo l'azienda, è in grado raccontare al meglio il vino che propone.

Sul fronte dei social media, l'azienda è presente con una sua pagina Facebook che utilizza per comunicare e promuovere eventi, degustazioni e visite in cantina. A tale riguardo aderisce ad un progetto della "Strada del vino e dei sapori del Garda", molto apprezzato dai visitatori stranieri, che consente la prenotazione online dell'ospitalità in cantina.

- Paolo Valente

gusti dei consumatori: l'obiettivo è la conquista di nuovi utenti che, attraverso l'uso dello smartphone, hanno accesso all'e-commerce mondiale in tempo reale.

Chi non conosce l'app meglio nota come la "Shazam del vino" o, in alternativa, il "Tripadvisor dei calici"? Vivino conta oggi più di 19 milioni di utenti in oltre 228 Paesi (in Italia oltre un milione e mezzo): una foto all'etichetta di una bottiglia ed il gioco è fatto, con l'ingresso immediato in una delle enoteche virtuali più grandi e più frequentate al mondo. La scansione ci catapultava letteralmente "nel" vino e, attraverso l'accesso a valutazioni della community, è in grado di orientare le scelte dei consumatori. Tutto in un click: dati, cronologia, raccomandazioni, prezzi, suggerimenti. L'assaggio e la degustazione sostituiti dallo storico delle preferenze: che piaccia o no, sembra funzionare e, soprattutto, essere gradito dagli utenti, contraddistinti peraltro da un altissimo grado di fedeltà.

"Non sceglierai mai il vino sbagliato", questo il motto della app: luce per le falene, in un mondo di consumatori fatto anche di curiosi oculati nella spesa. Nell'e-commerce l'arma vincente sarà sempre più la velocità di gestione degli ordini, di logistica e di delivery, con slot di consegna anche al di sotto dei 30 minuti, e con una copertura di 7 giorni su 7. Gli esperti sostengono che il canale di vendita ottimale sarà in modalità cross: la complementarietà tra gli store fisici e gli shop online come reale vantaggio competitivo. Avrà successo solo chi sarà esattamente

LE ARMI VINCENTI: VELOCITÀ NELLA GESTIONE DEGLI ORDINI, LOGISTICA EFFICIENTE E COMPLEMENTARITÀ CON I NEGOZI FISICI



dove il consumatore vuole: che sia un'enoteca, un supermercato, un sito internet, l'importante sarà essere nel posto giusto. E al prezzo giusto: una strategia versatile che mantenga prezzi più alti negli store fisici rispetto ai siti web, con il corretto mismatching tra domanda e offerta, dalla birra ai grands crus.

Gli esperti sostengono che vincenti saranno gli operatori abili nel creare un ponte tra consumatori, produttori e media: creazione di eventi, fiere, esposizioni online e fisiche, dove condividere esperienze, innovazioni e tecnologie, e attrarre nuovi consumatori. Quasi il 62% dei consumatori di vino in Italia ha un'età tra i 60 e i 64 anni, e meno del 15% sotto i 44 anni bevono vino a ogni pasto. Il target sono i Millennials, i nati fra i primi anni Ottanta e il 2000. La Generazione Y ha un interesse nei confronti del vino meno costante, con frequenti virate verso cocktail alcolici e aperitivi, e con un occhio alla spesa ed alla reperibilità: il consumo sporadico di vino registra per il 35% la presenza di giovani tra i 25 e i 34 anni, mentre circa il 10-11% di giovani di 16-17 anni dichiara di bere vino ogni tanto. Sono loro i consumatori del domani, quelli per cui il vino dovrà necessariamente essere fashion & social: a prova di touch. ■

Viniphus
settembre 2017

Sommelier al lavoro



a cura di
Anna Basile e Anita Croci

Pierangelo Donati



Da commis sommelier appena sedicenne a barman negli hotel in giro per il mondo, da rubacuori nei villaggi turistici all'impeccabile presenza al Morbegno in Cantina dove, ogni anno, tastevin al collo e spilletta AIS in vista, racconta i vini della sua terra, la Valtellina: di strada ne ha fatta Pierangelo Donati che racconta con un'indomabile allegria la storia della sua vita e il ruolo che il vino ha avuto in essa.

«Ho frequentato l'istituto alberghiero a Villa Alba Gardone Riviera», racconta Pierangelo che sin da giovanissimo comincia la sua gavetta in hotel e alberghi, «avevo solo sedici anni quando mi hanno preso al Grand Hotel Villa Cortine a Sirmione, ero commis sommelier, una sorta di aiuto sommelier, toccava a me prendere le bottiglie e portarle in sala, raccogliere i vuoti e stare attento a non combinare guai». Poi, diploma in tasca, Pierangelo entra all'Intercontinental e comincia a lavorare come barman. «Fare il barman per cinque anni mi ha insegnato tanto: un lavoro dinamico, vivace, a contatto non solo con il vino ma anche con distillati, birre, superalcolici. E poi avevo la possibilità di realizzare un altro sogno: viaggiare». Infatti, zaino in spalla, Pierangelo saluta la sua Valtellina e parte per il vasto mondo, «Parigi, Londra, Hannover: sono solo alcune delle città che ho visto e in cui ho vissuto, imparando, lavorando e divertendomi. Credo che quello sia stato uno dei periodi più emozionanti della mia vita». L'entusiasmo di allora trapela nei racconti di oggi, «Hosaka mi ha conquistato, ero incuriosito dalla cultura giapponese, misteriosa, incredibile ai miei occhi. Anche di Damasco conservo un bellissimo ricordo, una città dai mille volti, ricca di fascino e storia, ma anche spietata. Per esempio, dal quarantottesimo piano dell'hotel, riuscivo a vedere le pedane delle pubbliche esecuzioni disposte nel bel mezzo di una piazza sempre trafficata. Le guardavo con una certa apprensione.

HOTEL BAITA CLEMENTI

Via Milano 46 - 23032 - Bormio
info@baitaclementi.com
www.baitaclementi.com

Chiusure stagionali: settembre

7 dicembre / dopo Pasqua - giugno

Cucina tipica tradizionale Valtellinese

L'adulterio era un reato e io a quell'epoca avevo conquistato il cuore della moglie di un diplomatico...».

Dopo cinque anni, Pierangelo si prende una pausa e comincia a lavorare in un villaggio turistico, «anche lì mi occupavo di vino e bevande, e in Sicilia ho conosciuto Anna Maria, la mia futura moglie. Con lei sono arrivato a Bormio, dove vivo e lavoro come maître e sommelier all'Hotel Baita Clementi». Prima di diventare sommelier Pierangelo si è rimesso a studiare, «non è stato semplice, ma sapevo che era necessario. Mi sono iscritto ai corsi nel 1999 e nel

AIS mi ha dato la formazione necessaria per fare al meglio il mio lavoro

giro di tre anni mi sono diplomato. L'AIS mi ha dato la formazione necessaria per fare al meglio il mio lavoro. Ma non solo. L'AIS ha fatto e continua a fare molto di più: grazie all'Associazione i soci e i sommelier sono coinvolti in tante iniziative dedicate al vino, con degustazioni, eventi e festival che valorizzano il territorio. Da anni sono sommelier a Morbegno in Cantina, meravigliosa festa enogastronomica della Valtellina, o all'Eroico Rosso di Tirano, manifestazione dedicata allo Sforzato, un vino che adoro, uno dei simboli della mia terra. Il Fruttaio Ca' Rizzieri di Rainoldi è uno dei vini che amo di più, per la struttura e la pienezza del gusto, l'intensità e la piacevolezza. Libera la mente da tutti i pensieri». Beve solo vini della Valtellina? «Certo che no, uno dei ricordi più belli è legato al Primitivo di Manduria Polvanera, ma non mi chiedo di raccontarle il perché... posso dirle solo che è un vino autentico e che scalda il cuore».

Anna Basile



Giovanni Felini

Franciacortino DOCG, Giovanni Felini è legato al proprio territorio dalla nascita e da un percorso di vita che attraverso la cultura del vino lo ha reso testimone sempre più appassionato della sua Franciacorta.

Diplomato all'alberghiero di Darfo Boario Terme, nel 2003 approda alle Cantine di Franciacorta a Erbusco. «Al wine-shop avevamo settanta cantine, ciascuna con le proprie peculiarità da comunicare. Sono stati tre anni intensi dove ho imparato a conoscere davvero la Franciacorta, in termini di vino ma anche di territorio, storia e curiosità».

Nel 2006 l'inizio di una collaborazione decennale con Guido Berlucchi. «Fui assegnato quasi subito all'accoglienza. La mia decisione di iscrivermi ai corsi AIS per diventare sommelier maturò proprio allora, dalla volontà di acquisire delle competenze tecniche per approcciare e comunicare il vino in modo professionale ed efficace. Qui ho conosciuto persone che oggi sono pilastri di AIS Brescia, con le quali ho avuto anche numerose occasioni di lavoro per il sodalizio che ha sempre legato molto Berlucchi e AIS. Con il tempo infatti il mio lavoro mi ha portato a coordinare gli eventi interni ed esterni all'azienda in ogni ambito relativo

La Franciacorta è nel mio dna, la mia scelta di vita. Sono orgoglioso di raccontare ogni giorno questo territorio

al vino, dalle degustazioni tecniche alla logistica, la mise en place e i rapporti con gli chef per i menu».

E fu proprio durante uno di questi eventi che avvenne un incontro molto importante. «Era il 2013 e per organizzare l'accoglienza di un ospite internazionale mi coordinai a lungo con una referente del Consorzio. Il

giorno dell'evento ci fu più di un problema da risolvere e alla fine eravamo entrambi stremati. Quella sera colsi l'occasione per invitarla ad un aperitivo e oggi è mia moglie!».

Dallo scorso anno Giovanni ha scelto di proseguire la propria carriera in una dimensione più raccolta, all'interno della cantina Mirabella. «La Franciacorta come la conosciamo oggi nasce il 5 marzo 1990 con l'istituzione del Consorzio. Poi, dal 1995, quando siamo stati il primo brut italiano a ottenere la DOCG, la crescita della denominazione è stata esponenziale. All'inizio un turismo più mondano, oggi molto più consapevole e preparato, che vuole scoprire la magia del territorio attraverso il vino e per questo si dirige spesso verso realtà intermedie, affermate ma con dimensioni più artigianali e possibilmente con uno stile green, come Mirabella».

Qui Giovanni si occupa ancora di accoglienza, ma anche dell'enoteca interna - che presto ospiterà referenze da tutta Italia - e dell'area commerciale locale, un mercato da presidiare con attenzione vista la concorrenza di ben 114 cantine in Franciacorta.

Sommelier ma anche musicista, ha trovato un'idea originale per unire le sue due grandi passioni, che proporrà quest'anno all'interno del Festival del Franciacorta in Cantina, una rassegna che si svolge a metà settembre con eventi a tema nelle cantine. «Siamo abituati a degustare usando solo quattro dei nostri cinque sensi; io proverò a concentrare l'attenzione del pubblico sull'udito, normalmente escluso, attraverso la musica, che col vino ha molti fattori in comune come i concetti di intensità, equilibrio e armonia. Ho composto appositamente i brani che accompagneranno le fasi della degustazione di un nostro vino».

E se un giorno fosse costretto ad emigrare fuori provincia, quale vino sceglierebbe? «Lo confesso, sono un nebbiolista». Perché la bollicina di casa non si tradisce. Mai.

Anita Croci





Andrea Sala

Vent'anni e un bagaglio di esperienza da fare invidia a molti. Andrea Sala ha la fortuna e certamente il merito di unire al talento le idee chiare. Il mondo del vino lo incontra già in famiglia, con il nonno, prima imbottigliatore con l'azienda "Sala vini e figli" e poi agente di commercio per famose case vinicole. Cresciuto a Vimerate, frequenta la scuola alberghiera Amerigo Vespucci di Lambrate, dove si appassiona al settore della sala e presta tirocinio in diversi alberghi di Milano e in Sardegna, come stagionale. Conseguito il diploma decide di iscriversi ai corsi AIS e diventa sommelier nel 2016.

Nel frattempo continua a lavorare in ambienti prestigiosi, dove le sue competenze in materia di vino non passano inosservate. Viene presto reclutato nel ristorante di Andrea Berton, che lascia per una delle esperienze professionali più importanti della sua giovane carriera: l'Orologio di Savino Angioletti, ristorante culto per molti appassionati di vino, a Lugano, dove rimane un anno. «Savino e Luisito Perazzo sono persone alle quali devo molto per la mia formazione. Sono grandi professionisti della sala e hanno una conoscenza vastissima e trasversale del mondo della sommellerie».

Entrambi hanno vinto il titolo di miglior sommelier d'Italia, uno nel 2003, l'altro nel 2005; una passione, quella dei concorsi, condivisa da Andrea, giunto due volte secondo per il titolo di miglior sommelier di Lombardia e terzo classificato - ex aequo con l'altro semifinalista - lo scorso anno nel campionato nazionale a Taormina.

«L'esperienza deve andare di pari passo con la formazione, che ho deciso di proseguire presso due organizzazioni di livello internazionale, la *Wine & Spirit Education Trust* e la *Court of Master Sommeliers*, alla quale accedono solo i professionisti che possano documentare di lavorare nel settore. Entrambe le specializzazioni si articolano in quat-

tro livelli; per ora ho raggiunto il terzo alla WSET e il secondo alla CMS, con il titolo di Certified Sommelier. È un percorso impegnativo al termine del quale si può ambire al prestigioso titolo di Master Sommelier».

Qual è la maggiore difficoltà nell'affrontare un concorso? «Trovare il tempo per l'allenamento: studio, degustazione, pratica. Lavorare al ristorante richiede un impegno orario importante soprattutto in un ruolo di responsabilità. Presenza fisica e mentale, efficienza e concentrazione costante sono fondamentali. Quindi non resta che ritagliare tempo da dedicare all'allenamento appena è possibile».

Entusiasmo e passione possono farti spiccare il volo, ma solo studio e lavoro ti permettono di arrivare lontano

Anche per questo motivo Andrea ha scelto di lasciare l'Italia, dove l'ultima esperienza è stata a Villa Crespi, il famoso ristorante di Antonino Canavacciuolo, per un Nord Europa più a misura d'uomo. «Una splendida brigata che lascio a malincuore, ma per il mio percorso di crescita ho bisogno di stabilirmi in un contesto che mi permetta di confrontarmi con un panorama di respiro più ampio e dove possa reperire vini internazionali con maggiore facilità». Prossima tappa quindi il prestigioso Geranium, trisstellato di Copenhagen giunto quest'anno diciannovesimo nella classifica generale della 50Best Restaurant e primo per il servizio di sala, geniale sodalizio di Rasmus Kofoed e Søren Ledet.

«Un giorno mi piacerebbe aprire un mio ristorante. Un progetto che aveva già preso forma con un amico chef ma che poi non si è concretizzato. Adesso ci impegniamo entrambi a fare esperienza, per il futuro si vedrà».

Anita Croci

Maurizio Zapparoli



«**L**a vita è una resistenza continua all'inerzia che tenta di sabotare il nostro volere più profondo. Chi si stanca di volere, vuole il nulla». (Friedrich Nietzsche). Ma quanto diventa difficile continuare a "volere" e a "resistere" quando le circostanze della vita ci portano in una direzione diversa da quella che il nostro cuore comanda? «Ciò che ho sempre voluto era occuparmi di vino, di ristorazione, ma ahimè ho dovuto lottare, seguire strade ben diverse, però, alla fine, sono giunto lì dove il mio cuore voleva arrivare». Maurizio Zapparoli, classe 1954, sommelier al ristorante Corte Matilde, racconta non senza un briciolo di nostalgia la storia della sua vita: «da quando sono nato il vino e la cucina sono sempre stati la mia più grande passione. Ma a quei tempi occuparsi di vino non sembrava una scelta facile, così ho seguito la strada che i miei genitori avevano pensato per me». Maurizio diventa geometra, «un lavoro che ho fatto per anni ma che non ho mai sentito mio, e non è stato l'unico. Dopo sette anni ho preso in mano l'attività dei miei genitori e me ne sono occupato per altri 25, ma neanche in questo lungo periodo ho messo da parte i miei sogni. Avevo sempre l'energia e la voglia di dedicarmi a ciò che amavo». Nei weekend, in vacanza, rubando ore a quel lavoro che non aveva scelto, Maurizio ha continuato a inseguire il suo sogno. Poi la svolta: «nel 1999 mi sono iscritto ai corsi AIS, nel 2003 mi sono diplomato e nel 2007 sono diventato sommelier professionista». Negli anni l'interesse per il vino è solo cresciuto: dalle prime degustazioni al Vinitaly, alle tante specializzazioni, come il corso di idrosommelier ADAM, per assaggiatori di acque minerali in bottiglia, fino ai viaggi all'estero con gli organizzatori del Premio Acerbi per portare nel mondo la cultura e le eccellenze enogastronomiche italiane, «nel 2004 Dublino, nel 2006 Budapest, nel 2007 Lisbona: far conoscere i prodotti della

RISTORANTE CORTE MATILDE

Pieve di Coriano (MN)
46020 Via Pelate, 38
Tel 0386 39352
www.cortematilde.com

Chiusura: sabato a pranzo, domenica a cena, lunedì e martedì.
Specializzato in cucina mantovana tipica, agnoli e pasta fatta in casa, fiorentina, e crudité con affumicatura e marinatura della casa.

propria terra è uno dei momenti più appaganti per un sommelier». Dal 2003 al 2009 Maurizio è stato assistente ai corsi AIS e responsabile dei servizi nella delegazione di Mantova. «Proprio grazie all'AIS ho vissuto una delle esperienze più emozionanti della mia vita. Nel 2003 ho partecipato a un viaggio in Champagne organizzato dalle maison Moët & Chandon e Dom Pérignon,

Da quando sono nato il vino e la cucina sono sempre stati la mia più grande passione

con Luigi Bortolotti e una delegazione di 8 sommelier AIS. È stata una degustazione indimenticabile». Le bollicine occupano un posto speciale per Maurizio, non solo le francesi però: «uno dei primi vini che ho degustato durante i corsi è stato Giulio Ferrari Riserva del Fondatore. Quella lezione mi ha aperto gli occhi sulla tecnica di degustazione ed è anche per questo che quel vino avrà sempre un posto speciale tant'è che non manco di consigliarlo ai clienti di Corte Matilde, il ristorante in cui lavoro». Sì, questa è una storia a lieto fine: Maurizio lavora nel ristorante mantovano di Marco Fincatti, dove gestisce la cantina ed è sempre pronto a dispensare consigli ai clienti che scelgono i piatti della cucina mantovana: «quando mi rendo conto che un cliente ha le idee chiare mi faccio da parte e lo lascio decidere senza interferire, anche se non sono d'accordo. Mi ordinano fiorentina al sangue e Franciacorta? Va bene! Il mio lavoro non è scontrarmi con il cliente ma aiutarlo a vivere un'esperienza gustativa che lo renda felice. Se poi qualcuno mi chiede cosa ne penso dell'abbinamento allora do il mio parere e sono sempre pronto a consigliare i prodotti della mia terra».

Anna Basile

In nome del vino... torno a scuola



Laura Zaninelli



Francesco Albertini



Vincenzo Russo



Mauro Ferraresi

ANNA BASILE

“Chiunque smetta di imparare è vecchio, che abbia venti od ottant’anni. Chiunque continua ad imparare resta giovane”, diceva Henry Ford, perché chi crede di conoscere ogni cosa non si preclude forse una delle più preziose possibilità che ci vengono date in questa vita? Imparare. Esiste un limite alla conoscenza? Arriva quel momento in cui si può dire “Basta, so già tutto”? No, a meno che non decidiamo di ingabbiare mente e cuore vietandoci di esplorare nuovi mondi e impedendoci di dare altre chances alla nostra vita. Il principio socratico “so di non sapere” è il punto di partenza per continuare a imparare e darsi la possibilità di farlo qualsiasi sia la nostra età, qualsiasi sia la nostra posizione sociale. È quello che hanno fatto i quattro docenti protagonisti della rubrica “Vite da sommelier”: si sono messi in gioco in nome della conoscenza. Come insegnanti ogni giorno si confrontano con centinaia di studenti, rispondendo a domande, chiarendo dubbi, trovando soluzioni. Sono tornati tra i banchi a seguire i corsi per diventare sommelier, per sapere di più, per studiare una materia nuova, per approfondire qualcosa che emoziona, prima di tutto, di cui ci si innamora, che entra a far parte della nostra vita soprattutto perché appassiona: il vino.

<p>Che cosa insegni? Descrivici in poche parole la materia di cui ti occupi.</p>	<p>Mi piace dire ai miei ragazzi - i miei studenti hanno tra i 14 e i 18 anni, per me sono i miei ragazzi - che la storia dell'arte è quella materia che ti insegna la bellezza e ti fa percorrere proprio le strade che conducono ad essa, fino a diventare noi stessi più belli. Con la storia dell'arte non si impara certo a far di conto, l'arte ci insegna a riconoscere la bellezza.</p>	<p>Insegno diritto tributario all'università Statale di Milano, mi dedico da circa trent'anni a questa materia che si occupa delle imposte, del prelievo fiscale e dei meccanismi attraverso i quali quest'ultimo viene attuato. Le imposte fanno parte della nostra vita quotidiana, ci accompagnano dalla nascita e sono con noi, o meglio con i nostri eredi, fino oltre la morte.</p>	<p>Insegno Neuromarketing e Psicologia dei consumi all'Università IULM. Negli ultimi quarant'anni le neuroscienze hanno dimostrato che gli esseri umani si lasciano guidare nelle scelte da dinamiche affettive: seppur convinti che le decisioni che prendiamo in materia di acquisti derivino da input razionali, in realtà, quello che ci spinge all'acquisto di un prodotto è l'emozione.</p>	<p>Sono docente all'Università IULM di Milano, insegno Sociologia della comunicazione e Sociologia dei consumi e, in particolar modo attraverso quest'ultima mi occupo di indagare le modalità con cui la società consuma, studiando le ragioni e analizzando le dinamiche che ci portano a considerare il consumo come un'attività sociale, non solo economica.</p>
<p>Come mai hai deciso di insegnare proprio questa materia? Che cosa ti ha spinto a sceglierla?</p>	<p>Sono profondamente convinta che circondarsi di bellezza non può che renderti migliore. Ho deciso di insegnare arte per questa e per tante altre ragioni: ero in un momento della vita in cui frequentavo persone che amavano vedere musei, chiese, mostre, e io sono stata fin da subito rapita da quella meraviglia. E adesso non posso più farne a meno, non potrei vivere senza.</p>	<p>Immagino che il diritto tributario non sia considerata una materia particolarmente allettante, ma, converrete con me, è una materia utile: che ci piaccia o no, tutti abbiamo a che fare col fisco. Io, poi, ne sono rimasto addirittura affascinato: all'università conosci un professore, ti appassioni a quello che insegna, al modo in cui lo fa, subisci il fascino del docente e capisci cosa fare nella vita.</p>	<p>Curiosità. Nel mondo del marketing le novità suscitano sempre un grande interesse e dieci anni fa ho cercato di capire se il neuromarketing fosse... fuffa. Non lo era. Sono stato tra i primi a creare un laboratorio sperimentale e a indagare metodi e strategie utili a misurare l'emozione e il ruolo determinante che quest'ultima ha nel caratterizzare qualsiasi atto di consumo.</p>	<p>Ritengo che prima di tutto venga la società, poi gli individui. Siamo forgiati dalla società, tutta la nostra vita si svolge in essa, e studiarne le dinamiche, capirne i cambiamenti, analizzare il significato che gli oggetti hanno, ha un'importanza nevralgica per comprendere al meglio le scelte del singolo. E poi la società è in continuo movimento, non ci si annoia mai.</p>
<p>Esiste un legame o una qualche connessione tra quello che insegni e il mondo del vino?</p>	<p>L'arte nasce dal lavoro dell'uomo: la natura concede all'artista il mondo intero, sta poi a lui rielaborarlo, con le mani, la mente e il cuore. E non è proprio questo che fa il vignaiolo? Rielaborare con mani, mente e cuore ciò che la natura gli dona, mettere un po' di bellezza in ogni sorso di vino e permettere a tutti di goderne.</p>	<p>Certo! Tutti paghiamo le imposte acquistando una bottiglia di vino e tutti, persino noi tributaristi, sappiamo godere della gioia di un buon calice e dividerlo. Io non manco di trasmettere questa passione a qualcuno dei miei studenti, o ai miei colleghi: sul bollettino tributario curo una rubrica dedicata al vino. Il Barolo di Bartolo Mascarello 2004 è stato il primo recensito: un successo.</p>	<p>Esiste, ed è fortissimo. Durante l'ultima edizione del Vinitaly ho notato che la maggior parte dei produttori usa la parola “emozione” per parlare di vino. Dal design dell'etichetta alla forma della bottiglia, dal materiale del tappo al colore del vino: tutto agisce sulla nostra mente attivando processi non razionali che ci portano a scegliere un vino rispetto a un altro.</p>	<p>Il vino è un prodotto meraviglioso di cui sono innamorato sin da piccolo, quando mi lasciavano assaggiare un goccino di Lambrusco per farmi sentire più grande. Oggi mi interessa indagare molti aspetti legati alla comunicazione del vino: dall'elemento che può apparire più semplice, l'etichetta, alle tecniche di chi lo racconta (i sommelier), fino al vino come oggetto di socializzazione.</p>
<p>Perché hai deciso di metterti a studiare per diventare sommelier? Cosa si prova a tornare tra i banchi e imparare qualcosa di nuovo?</p>	<p>Chi insegna sta sempre tra i banchi, la differenza io non la sento quasi più, la vita stessa è un continuo imparare e per me tornare a sedersi di fronte a un docente è una cosa naturale. Quello che invece mi ha davvero sorpreso è stato scoprire che dietro un bicchiere di vino si cela un mondo meraviglioso e inaspettato: imparare è anche questo.</p>	<p>Tornare tra i banchi è stata una condizione assolutamente naturale, un docente deve essere sempre disposto a mettersi dalla parte del discente. Sono un convinto sostenitore del “non si finisce mai di imparare”, è quasi uno stato di grazia, basta avere l'umiltà di riconoscerlo. Chi si dà la possibilità di imparare non fa altro che migliorarsi.</p>	<p>È stato bellissimo, l'esperienza di apprendere è sempre qualcosa di eccezionale, una sorta di ritorno al passato. Ho avuto modo di confrontare le parole dei relatori, veri esperti in campo enologico, e creare connessioni con quelle che sono le mie competenze scientifiche, per indagare al meglio e guardare con una nuova consapevolezza il mondo del vino.</p>	<p>Ho cominciato tenendo qualche lezione in AIS sulle tecniche di comunicazione. Poi mi sono seduto tra i banchi... devo confessare che un po' di timore l'ho avuto, il timore di non essere uno studente all'altezza della situazione, io sono abituato a gestire i processi comunicativi di una lezione, tornare tra i banchi ha significato non avere più il controllo. Per fortuna è andata benissimo.</p>
<p>Indica un pregio e un difetto dei corsi dell'Associazione Italiana Sommelier che hai frequentato.</p>	<p>Comincio con i difetti, perché tutto si può migliorare: il libro di testo non era funzionale, l'avrei preferito più organico nel trattare gli specifici argomenti (ricordo che con altri colleghi abbiamo deciso di chiamare Florio per farci spiegare il Marsala e il metodo soleras). Il pregio invece è che in AIS si impara un metodo che ti permette poi di capire cosa scegliere e come farlo.</p>	<p>Correva l'anno 2001 quando mi sono iscritto ai corsi - ero tra i banchi con Hosam - e ricordo che c'era una forte disomogeneità tra i docenti, un aspetto che disorientava molto i corsisti. Credo che questo problema non esista più, ma so per certo che la capacità di fare gruppo è, oggi come ieri, il punto di forza dell'AIS. La passione per il vino non è qualcosa che si coltiva in solitaria.</p>	<p>L'impressione è tendenzialmente molto positiva: ho ammirato la grande esperienza dei relatori, l'abilità sensoriale nell'analisi di un vino, la capacità di raccontarlo a fondo. Avrei preferito che ci fosse stato uno scambio tra pari più intenso, intendo tra noi studenti. Non abbiamo vissuto molti momenti di confronto e scambio, o di focalizzazione dell'esperienza. Sarebbe stato divertente.</p>	<p>Non posso che dire che il livello dei docenti dei corsi AIS è qualitativamente molto elevato, sono tutti ferrati e competenti nella propria materia. Se proprio devo indicare una piccola pecca sta nella comunicazione - non me ne vogliate, è la mia materia - le lezioni sono troppo schematiche, ordinate: ogni tanto si dovrebbe variare. Ma si tratta davvero di un peccato veniale.</p>

Mollo tutto, divento sommelier e faccio del vino il mio mestiere

QUANDO ALLA PASSIONE NON RIESCI A DIRE DI NO. QUATTRO STORIE DI CAMBIAMENTO E AMICIZIA, TUTTE TARGATE AIS

👉 SARA MISSAGLIA



Una vita professionale diversa, magari in un'organizzazione stabile e strutturata. Molto lavoro, soddisfazioni poche, qualche rimpianto che affiora e il desiderio di cambiare. Non è mai troppo tardi. L'AIS come momento di incontro, una scintilla che accende un nuovo palcoscenico: tanti mondi e strade differenti che si incontrano, e il punto di intersezione è il vino. Una vita in modalità sliding doors: se sali su un treno la vita prende un'altra strada. Vi raccontiamo quattro storie di amici e colleghi che sono saliti su una nuova carrozza. Destinazione? Il vino. Facendo, di bottiglia in bottiglia, del vino stesso il proprio mestiere.

EnotecaWine: Kiyomi, Sebastiano e l'asse Milano - Tokyo

Una vita ex ante ed una vita ex post: in mezzo l'anno 2015, quello della svolta. Sebastiano lavora nel campo della fotografia, responsabile a Milano del laboratorio tecnico del settore professionale di un importante brand giapponese (forse era già destino). Nel 2004 diventa sommelier e, da lì a poco, l'esame da degustatore, seguito da incarichi di rilievo

in Associazione. Oggi si occupa attivamente come curatore e referente regionale della guida Viniplus e di Vitae. Kiyomi per 10 anni lavora come redattrice per una rivista femminile in Giappone: conosce il nostro Paese, se ne innamora, e decide di trasferirsi qui. Studia a Firenze la nostra lingua e a Milano si iscrive ad un corso AIS, diventando nel 2003 sommelier. Inizia a lavorare presso enoteche e ristoranti importanti, un percorso che parte dalla gavetta sino ad incarichi di rilievo anche in hotel internazionali. Sebastiano e Kiyomi diventano amici: il desiderio di lasciarsi alle spalle le precedenti esperienze professionali è tanto. Arriva la soluzione, con la proposta di avviare una piccola enoteca in zona centrale, alle spalle del Teatro dal Verme. Un primo aspetto sfidante, così lo definisce Sebastiano: "abbiamo accettato di aprire un'enoteca in un posto un po' defilato: questo dà l'idea della nostra pazzia iniziale, ma anche della consapevolezza e della fiducia nelle proprie potenzialità".

Qual è il punto di forza di EnotecaWine? "Le persone", risponde Kiyomi senza alcuna esitazione. E Sebastiano rilancia: "C'è tanta esperienza nel mondo del vino, ma a



EnotecaWine

📍 Via Giuseppe Brentano - Milano
✉ info@enotecawine.it
🌐 www.enotecawine.it

volte poca competenza". In EnotecaWine è facile incontrare tanti colleghi sommelier, molti i visi noti: spiega Sebastiano che "il cliente sommelier viene da noi spesso alla ricerca di una bottiglia particolare." Perché il vino non si vende, si comunica. Un consiglio per chi volesse intraprendere questo percorso: "la grande competenza, ingrediente indispensabile e distintivo, per non far parte del mucchio", spiega Sebastiano, "e l'umiltà, perché ogni giorno ci sono nuove cose da scoprire e da valorizzare".

Tra Kiyomi e Sebastiano c'è intesa: la dialettica tra due persone legate da stima profonda, fatta di confronti e di arricchimento. Tanti i sogni nel cassetto, perché sognare non costa e, ogni tanto, i sogni si avverano: l'apertura di un'enoteca a Tokio, o a Parigi, come vorrebbe Kiyomi. Non limitiamoci, nei calici e nei desideri.



Enoteca Diapason: Simone e i suoi amici, da assicuratore a Maestro

Simone Luraghi: sommelier, collaboratore del Movimento Turismo del Vino, curatore della Rubrica del Gusto del mensile Maxim,

da alcuni anni titolare di Diapason, enoteca con cioccolato a Milano. Tante tessere di un mosaico di vita. La cornice è quella del vino, che nella vita di Simone ha acceso il rosso della passione: si iscrive ai corsi AIS per conoscere e capire. Ci trova l'amore, la moglie Tiziana Tassinari, e il futuro. Simone archivia i panni da assicuratore: una Ferrari rossa che scende in cantina più che in pista, e decide fortemente di fare del vino la propria professione. Del suo percorso sono testimoni quattro amici, che raccontano la storia del come e del quanto l'avvio dell'enoteca di Simone si sia declinata in una bella storia di amicizia e di conoscenza del vino. Diego, Massimiliano, Alberto e Dario lo chiamano "Maestro": le loro parole sono un concentrato di affetto, stima e ammirazione. Soprattutto gratitudine, perché li ha presi per mano e li ha avvicinati al vino. Diapason non è un'enoteca take away, è incontro e confronto. Del suo vecchio mestiere ha conservato il metodo, ridefinito dalla passione: cresce così la competenza, cresce l'amicizia, e l'enoteca diventa un piccolo tempio con i suoi riti. I clienti, che sono soprattutto amici, lo seguono, e con lui conoscono vini e produttori. Anni luce di distanza dai protocolli assicurativi, dai rigidi e impersonali contratti del suo vecchio mondo. Alcune uscite a Vinitaly, altre oltre confine, come quella volta in Champagne in cui Simone compì un piccolo miracolo: consentire l'ingresso ai suoi amici alla Maison Bollinger, eterna gratitudine al Maestro. Memorabile la vacanza dello scorso anno in Alto Adige, lastricata di calici e di chilometri in bicicletta: gli amici in auto e Simone in sella al suo grande amore. Vino e cioccolato, altra passione di Simone: il principio è la "coccola", un'attenzione da riservare a se stessi. Il domani è fatto ancora di tanti cantine e pedalate: viaggi per ritrovare gli amici produttori e per scoprire nuove bottiglie. E non importa se Simone sarà sempre protagonista e artista, o se li farà viaggiare a bordo di un'auto da battaglia: i suoi amici saranno lì, pronti ad ascoltarlo e ad aiutarlo. Meglio in vacanza che in eno-



Enoteca Diapason

📍 Via Lomellina, 48 - Milano
✉ info@enotecadiapason.com
🌐 www.enotecadiapason.com



teca, quando per una giornata ricordano di averlo sostituito e di aver venduto per errore ad un cliente un po' confuso un succo di frutta ad un prezzo improponibile, giustificandolo come gran cru.

Sadler Milano

📍 Via Via Ascanio Sforza, 77 - Milano
 ✉ sadler@sadler.it
 🌐 www.sadler.it



Francesco Mastrogiacomo: i miei primi 40 anni

Come i gatti: sette vite o molte di più. I fotogrammi dei suoi primi quarant'anni scorrono ad una velocità accelerata, con l'effetto del jet lag: di origine pugliese, dopo la laurea in economia Francesco parte nel 2006 per un breve stage in Australia. Ci rimane cinque anni: imprenditoria e amministrazione contabile come punti di arrivo, la laurea parla chiaro. Nel mentre qualche lavoretto come cameriere: perché l'orgoglio di un ragazzo giovane all'estero passa anche dal desiderio di farcela da solo. E così le prime bottiglie e i primi commensali: "mentre mi dedicavo all'attività di servizio mi accorgevo che il mood era completamente diverso. Mi piaceva quello che facevo". Sindrome da personalità multipla, o quasi: la laurea in economia si fa però viva, e chiede ogni volta il conto. Francesco torna alla finanza, all'organizzazione, alla logistica: ma riparte quella che chiama "insofferenza". Si iscrive ad un corso con WSET, Wine & Spirit Education Trust, e raggiunge il livello intermedio: il vino sembra avere la meglio, ma non è semplice

lasciare una professione solida. Difficile togliere le righe dai gessati ed indossare una divisa di servizio: ma il destino strizza l'occhio al tastevin. Francesco rientra in Italia nel 2011 e si iscrive in AIS: diventa sommelier nel 2013 e poi degustatore, ed entra nel gruppo di servizio. Ne esce solo per diventare sommelier professionista. Hosam Eldin Abou Eleyoun, allora delegato di Milano, lo incoraggia: casualità, fortuna o compenso, non lo sapremo mai, ma da luglio 2017 diventa Sommelier nel ristorante stellato Sadler di Milano. Francesco ama entrare in sintonia con il cliente, a volte in ruoli invertiti: come quella volta in cui un cliente straniero chiese alcune bottiglie di pregio solo per avere la possibilità di decantarne proprietà e qualità. Lo scorso marzo vince la seconda edizione del Ruinart Sommelier Challenge: con lui vince l'Italia. Essere bravo gli viene facile e, nonostante i successi acclarati, si avvicina con la voglia di mettersi in gioco al Concorso per Miglior Sommelier di Lombardia dello scorso maggio. Non centra il risultato, ma con grande umiltà dichiara di aver imparato moltissimo. Per il momento pensa a fare i bagagli: il premio del Challenge Ruinart, un viaggio studio in Champagne. Occasione imperdibile e meritata. E Francesco sorride: "io penso positivo perché son vivo", Jovanotti non mente.



Linearetta

📍 Viale Coni Zugna 14 - Milano
 ✉ info@linearetta.it
 🌐 www.linearetta.it



Alessandro Bonissone: vado avanti, in Linearetta

Quando parli con Alessandro capisci subito due cose: che hai davanti un tipo in gamba. E che l'anagrafe non conta: 26 anni, ma dal suo racconto sembra che abbia già vissuto una vita lunghissima. Un Bolt che brucia tappe. Non è facile essere l'outsider in una famiglia dove tutti vivono di numeri e di rigore: genitori bancari e figlio innamorato del vino: buon sangue non mente, e la vigna che il nonno gli ha lasciato sui Colli Tortonesi gli ricorda che tornare alla terra è più che una possibilità. Si avvicina all'AIS con il primo livello nel 2012 e si iscrive a Enologia. Da qui all'AIS il passo è breve: "ho trovato compagni di corso con cui sono diventato grande amico: mi divertivo, bei locali, buon vino. Con l'esame da sommelier ho capito che di vino e con il vino avrei potuto vivere e lavorare".

Alessandro inizia in una champagneria milanese. Poi la proposta della gestione del punto vendita di un piccolo birrifico artigianale. Ha un'intuizione e rilancia: diversificare. Birra, vino e piatti in abbinamento.

Un amico ingegnere, nel frattempo diventato mastro birraio, entra nel progetto: qualche nottata di confronto e di buoni consigli con Hosam Eldin gli danno la fiducia e l'e-

nergia di cui aveva bisogno. Decide di mettersi in gioco, con i genitori che, alla notizia, non stappano esattamente le bottiglie buone. Si parte: a settembre del 2017 apre il locale. Linearetta, questo è il nome, che è un po' una metafora della vita di Alessandro: "rispetto dei luoghi e della stagionalità, vini mai omologati, vitigni autoctoni in primis".

Organizza degustazioni interattive: momenti di incontro dove comunicare il vino tra musica e cucina in modalità brain storming: meno didattica e più scambio di idee.

Voglia di fare ed entusiasmo: è una sensazione fisica di benessere quella che comunica Alessandro. Sta bene con se stesso e con la gente: sembra così grande questo ragazzo, quando la grande maggior parte dei suoi coetanei arranca verso la laurea con le idee confuse sul "cosa farò da grande".

Alessandro ha nel cuore altri progetti: "il mio sogno è riuscire a creare una piccola azienda con la produzione di un mio vino: da due anni ho provato a riprendere in mano la vigna del nonno".

Una vita fatta di ore piccole, ma Alessandro non ha occhiaie, alla sua età si recupera velocemente. "Sono molto contento di quello che faccio: il mio è locale è la mia casa. Lì sto bene".

E, a guardarlo, c'è solo da credergli. ■

La storia, gli uomini e le degustazioni. Lo Champagne di Samuel Cogliati

Dopo “Champagne. Il sacrificio di un terroir”, (pubblicato da Porthos Edizioni ormai dieci anni addietro), dopo “Champagne. Il sogno fragile” (pubblicato da Possibilia Editore, 2013), Samuel Cogliati torna ad occuparsi di Champagne con una nuova pubblicazione.

Si tratta, questa volta, di ben due libri, ciascuno dei quali è un’opera compiuta ma che, insieme, si vogliono e percepiscono come complementari e offrono uno sguardo completo sul più grande e ricercato dei vini.

Nel primo dei due libri, “Champagne. L’immaginario e il reale” Cogliati descrive, con la precisione e la capacità di documentazione con cui ci ha abituati, la storia, la geografia, l’economia, l’enologia, la cultura materiale e l’antropologia della più famosa regione vitivinicola francese, impreziosendo lo scritto con aneddoti e descrizioni legate agli usi conviviali e gastronomici. Imperdibile l’originale capitolo dedicato alle modalità di servizio e di assaggio dello Champagne: un vero manuale che può essere letto sia in chiave tecnica che edonistica.

Lo stile è quello di sempre: un autore attento e partecipe, appassionato e informato come pochi altri, capace però di mantenere distanza

e spirito critico, fornendo analisi indipendenti e punti di vista mai scontati. Cogliati è in grado di raccontarci la storia dello Champagne facendoci intravedere le possibilità e i rischi del suo futuro, in un continuo rimando di informazioni e osservazioni, di ragionate e motivate analisi sociali ed ambientali del contesto territoriale insieme a narrazioni personali ed evocative.

Con il secondo dei due libri, “Champagne. Vignaioli e vini” Cogliati si cimenta con una fatica editoriale per certi aspetti ancora più evidente che per il libro precedente. Si tratta di recensire più di 220 vini, prodotti da 64 aziende, evitando le classifiche alla moda ed i cortocircuiti sensazionalistici. Non troverete le classiche “grandes maisons” (salvo qualche eccezione per maison di media grandezza); Cogliati dedica una attenzione particolare e certosina ai “récoltants-manipulants”, quei viticoltori che producono e commercializzano Champagne partendo da uve provenienti esclusivamente dai propri vigneti ed elaborati nelle loro cantine, le cui produzioni sono inesorabilmente scandagliate dall’autore con degustazioni alla cieca. La metodologia e le regole ferree delle degustazioni sono peraltro rigorosamente descritte in un’apposita sezione come mai avviene in una guida. Perché, più che una guida, Cogliati allestisce, con l’intuito del ricercatore, una indagine svolta con spirito libero, orientata a scardinare i luoghi comuni, le categorie gerarchiche, i giudizi degli esperti. Nessuna classifica, nessun ammiccamento né ai produttori né ai lettori, con il dono però, di una scrittura insieme poetica e precisa, capace di risvegliare curiosità e interesse.

Una lettura intelligente, critica e completa di un territorio straordinario ma complesso e non privo di ambiguità. Due libri, da leggere insieme o separati, dedicati ad un vino che è prima di tutto un’esperienza sensoriale, sociale e edonistica. “Un’eccezione”, come è solito dire lo stesso Cogliati. ■



Racconti di vino, universi di significato

Alessandro Antonelli mentre progettava e dirigeva i lavori della visionaria architettura della Mole Antonelliana a Torino, ignorò i ripetuti tentativi della committenza di fermare il suo progetto. Anche quando lo sfidarono a duello, anche quando gli tolsero di fatto l’incarico, continuò, imperturbato e indisturbato, opponendo ai suoi detrattori un unico, definitivo, aforisma: “Un architetto si occupa di unire la terra al cielo. Il resto non mi interessa”. Unire un punto della terra con l’immensità del cielo, vedere l’universo riflesso nel particolare, trovare valori comuni nel “saper fare” appassionato degli uomini e delle donne e provare a dargli corpo, a trasformarlo in storia, geografia, paesaggio culturale: questo era l’intento visionario di Antonelli.

Questa sembra essere, mutatis mutandis il punto di partenza, la dichiarazione di intenti de “Il Vignaiolo universale. La cultura nel bicchiere”. Gli autori, Pierluigi Gorgoni e Andrea Grignaffini, cercano i denominatori comuni, i punti di contatto, le costanti antropologiche e culturali dentro l’incessante evoluzione della storia, della geografia, della cultura del mondo del vino, mai così complessa ed affascinante come negli ultimi decenni. Provano (e riescono) a dare un senso a questa storia con racconti brevi ed intensi di esperienze e territori diversi, punti di un disegno che solo se li si unisce uno ad uno con un trattino prende forma e disvela universi di significato.

Il libro è centrato su narrazioni che collegano citazioni di scuole filosofiche, di artisti, di musicisti, alle storie di aziende (affermate o emergenti), territori (famosi o ancora misconosciuti), uomini e donne che hanno segnato i punti di svolta dell’evoluzione del vino e

dell’enologia. Si incrociano così storie diverse, percorsi che sembrano inconciliabili, consapevolezze filosofiche e nuove estetiche.

Luigi Veronelli, più volte citato, diceva che “Il vino è il canto della terra verso il cielo. Ha i suoi tenori e i soprano, contadini – agricoltori se volete – e contadine che lavorano le vigne e ne vinificano le uve, con tutta la fatica, l’intelligenza e la passione che vigna e vino esigono.” Le sue parole, con il loro carico di romanticismo e di libertà, sono il collegamento ideale con lo spirito di ricerca e curiosità che il “Vignaiolo universale” riesce a trasmettere, raccontando il fascino che il duro lavoro e le poetiche visioni, le innovazioni radicali e le accanite resistenze, il legame particolare con il territorio e l’universalità della cultura danno a quell’insieme di storie e sensazioni che mettiamo in un bicchiere e chiamiamo vino. ■



COMPLIMENTI AI NUOVI *sommelier*

AIS MILANO - 15 MARZO 2018



Akhverdieva Marina, **Alberti** Lorenzo, **Assenally** Farheen Bibi, **Beretta** Luca, **Berlin** Anna, **Bertin** Paolo, **Bonomelli** Gabriele, **Bottoli** Davide, **Canella** Fabiana, **Carminati** Manuel, **Carreri** Andrea, **Cataldo** Cristina, **Cecola** Angela Michela, **Chiera** Jolanda, **Ciceri** Elisabetta, **Coacci** Matias, **Colombo** Luca Alberto, **Cordisco** Fabio, **De Martini** Marcello, **De Pascale** Angelo, **De Vecchi** Enrico, **Di Razza** Carmen, **Erdo-Baktay Baktay** Emese, **Ferri** Marco Angelo, **Fiumanò** Davide, **Fusè** Simone, **Gardesani** Tommaso, **Garra** Raimondo, **Guarnaschelli** Francesca, **Guzzetti** Danilo, **Ji Xiaojia**, **Labate** Elisa, **Locuratolo** Marco, **Lucchi** Mirko, **Marchese** Marcello, **Martino** Carmen, **Matta** Oliviero, **Miccoli** Francesco, **Milani** Elena, **Monti** Stefania, **Monti** Chiara Maria, **Moriggia** Antonio, **Moscardini** Elia, **Oldani** Stefano, **Pastura** Carmela, **Pellegrini** Marco, **Polizzi** Riccardo, **Radaelli** Luca, **Ragusini** Alessio, **Reina** Fabio, **Rimoldi** Daniele, **Rossi** Isabella, **Russo** Luisa, **Saldarini** Maria Isabela, **Sanarica** Alan, **Santin** Nicolò, **Santucci** Diego, **Sanzi** Massimo, **Scarica** Christian, **Semeria** Sally, **Spalazzi** Alessandro, **Straticò** Giulia, **Suman** Antonio, **Surfaro** Pietro, **Taina** Stefano, **Torlini** Luca, **Trezzi** Gabriele, **Uboldi** Claudio, **Volpi** Gerardo, **Zappulla** Nadir

AIS MILANO - 16 MARZO 2018



Acquaviva Aldo Samuele, **Artibani** Giordana, **Bacciocchi** Luca, **Capaldo** Claudio, **Cappelluti** Claudia, **Cattaneo** Marta, **Colombo** Roberto, **Conte** Giuseppe, **D'arenzo** Mario, **De Simeis** Lisetta, **Deflorian** Matteo Antonio, **Di Marco** Giuseppe, **Dimichino** Luigi Alessandro, **Ferrarotti** Cristina, **Forchino** Filippo, **Gadaleta** Luca, **Galli** Barbara, **Ghetta** Livio, **Giambartolomei** Luca, **Giorgio** Caterina, **Gonzato** Luca, **Hamdoun** Luca, **Longhi** Pietro, **Lusito** Davide, **Manca** Selene, **Marcandelli** Monica, **Mariani** Luca, **Masi** Roberta, **Mastroianni** Antonello, **Mastroianni** Laura Amelia, **Matetich** Roberto, **Molaschi** Andrea, **Nugnes** Ottavio, **Ortisi** Antonio, **Panzardi** Gianluca, **Pirrone** Fabio, **Polti** Gianmaria, **Razaghi** Radmehr, **Regola** Alessandro, **Robusto** Ilenia, **Rocca** Elena Maria, **Rocco** Domenico, **Ruzzier** Paolo, **Santacroce** Nicola, **Schiavina** Edoardo, **Segala** Diego, **Servidio** Gaia Rita, **Spano** Pieruigi, **Spirito** Valentina, **Squeri** Daniele, **Strata** Elena, **Trapani** Giovanni, **Turano** Riccardo, **Valentini** Matteo, **Vallone** Giuseppe, **Venturini** Sergio, **Yamasaki** Kiyohito

AIS BRESCIA - 23 MARZO 2018



Arici Pierangelo, **Bellini** Daniela Agostina, **Benini** Nicola, **Bergomi** Stefano, **Bianchetti** Rebecca, **Bianchi** Simone, **Bonetti** Anna, **Bossoni** Matteo, **Botturi** Andrea, **Cancelli** Luciana, **Carbone** Tommaso, **Ceresoli** Marco, **Ceretti** Alessandro, **Chiappini** Luca, **Corna** Fabio, **Cristinelli** Davide, **Dotta** Paolo, **Esposito** Lorenzo, **Galdini** Michele, **Galesi** Giovanni Angelo, **Gianfrate** Vittorio, **Lazzarini** Giacomo, **Margheri** Serena, **Mazzoleni** Marika, **Montini** Marika, **Nava** Giorgio, **Osti** Loris, **Palmieri** Giovanni, **Perini** Damiano, **Pezzoli** Andrea, **Pezzotti** Stefano, **Piacentini** Alberto, **Piccinelli** Matteo, **Pozza** Matteo, **Samoletova** Alina, **Santi** Alessandro, **Savi** Giovanna, **Scarpari** Manuele, **Simonini** Paola, **Terzi** Aldo Lorenzo, **Tignonsini** Gianluigi, **Tonelli** Jenifer, **Turini** Gabriele, **Vitiello** Michele, **Barbieri** Ennio, **Gadola** Laura, **Gatti** Sara, **Gitti** Stefano, **Lancini** Mattia Luca, **Mocetti** Leonardo, **Pezzotti** Andrea, **Russo** Adrian, **Ugolini** Disma

AIS MONZA E ISTITUTI ALBERGHIERI - 29 MARZO 2018



Beretta Giacomo, **Bianchessi** Rachele, **Biscuola** Maurizio, **Bottega** Ettore, **Boveri** Elisa, **Brambilla** Debora, **Cappello** Caterina, **Capra** Daniele, **Catarisano** Matteo, **Colciago** Rodolfo, **Corsetti** Stefano, **Corti** Luca, **Cozzi** Andrea, **D'ambros** Gianluca, **Decio** Edoardo Antonio, **De Maria** Francesco Adriano, **Devito** Luigi, **Filippi** Elisa, **Fumagalli** Paolo, **Galbiati** Simone, **Galimberti** Noemi Fabiola, **Garancini** Carlotta, **Garbellini** Luca, **Giacomelli** Francesca, **Mastrogiacomo** Mauro, **Minali** Marco, **Ostanel** Susanna, **Panza** Bonaventura, **Papapietro** Alberto, **Pellegrini** Pietro Giuseppe, **Perego** Fabio, **Prete** Alessandro, **Proserpio** Annalisa, **Rabaiotti** Massimo, **Ratti** Riccardo, **Recchia** Stefano, **Roda'** Alessandro, **Rovelli** Paola, **Scali** Isabella, **Stoppa** Benedetta, **Suigo** Leonardo Luca, **Terzoli** Gianluca, **Trimarchi** Salvatore, **Vanzini** Riccardo, **Vergani** Jessica, **Vernò** Emanuele, **Aracne** Melissa, **Aliverti** Silvia, **Vigano'** Luca Mario, **Pischedda** Antonio, **Panella** Gennaro, **Ghezzi** Emma, **Poggi** Andrea, **Dodero** Daniela, **Maspero** Emanuele, **Milano** Andrea

AIS MANTOVA - 10 APRILE 2018



Agnelli Alessandra, **Allari** Nico, **Anselmi** Emma, **Anselmi** Francesca, **Bauce** Nicola, **Belladelli** Giuseppe, **Bellini** Gianpietro, **Bertolazzi** Elisa, **Buttarelli** Monnia, **Caruso** Marianna, **Cavallaro** Alessandro, **Colonna** Chiara, **Contesini** Guido, **De Deus** Adonis Douglas, **Furci** Rocco, **Gerevini** Matteo, **Ghidotti** Alessandra, **Giuffre'** Giuseppe, **Grund** Manfred, **Guaita** Chiara, **Iori** Jessica, **Marchini** Roberto, **Mercanti** Erika, **Morselli** Valeria, **Panini** Ivan, **Risi** Luigi, **Ruggeri** Paolo, **Sanguanini** Elena, **Tosi** Ilaria, **Treccani** Mirko, **Trombini** Damiano, **Trombini** Maikol

AIS BERGAMO - 3 APRILE 2018



Ambrosoni Simone, **Avogadri** Michele, **Bacchione** Tiziana, **Betti** Giacomo, **Bonomi** Margherita, **Buccoliero** Andrea, **Carrara** Michele, **Casano** Valentina Eva, **Cipollini** Barbara, **Claseri** Alice, **Colombi** Filippo, **Cuceli** Andrea, **D'angelo** Massimo, **Delia** Giulia, **Dotti** Marco, **Filice** Rita, **Gamba** Stefano, **Iperboli** Giuseppe Enrico, **Macetti** Paolo, **Mandelli** Michele, **Manzetti** Fabio, **Manzoni** Paolo, **Morandi** Francesca, **Moro** Marta, **Morotti** Gianluca, **Ottani** Erika, **Patelli** Roberto, **Piantoni** Roberta, **Piovan** Francesca Giulia, **Piziali** Chiara, **Previtali** Federica, **Sallah** Soumeya, **Santini** Alberto, **Scarano** Luca, **Sigralli** Andrea, **Sitta** Ivan, **Tomasoni** Michela, **Urpis** Enrico

AIS PAVIA - 12 APRILE 2018



Andreica Angelica, **Annovazzi** Massimo, **Arosio** Veronica, **Beldiman** Alexandra, **Bergamini** Valerio, **Bertoli** Carolina, **Boschetto** Elisa, **Brandolini** Giuditta, **Carini** Flavio, **Carlino** Riccardo, **Carrera** Matteo, **Cignoli** Elena, **Cuzzolin** Paolo, **Dellabianca** Maurizio, **Dellafiore** Silvano, **Ferlisi** Giuseppe, **Ferrari** Arianna, **Garolfi** Mauro, **Germani** Claudio, **Giordano** Lorenzo, **Gishto** Kludjo, **Griffini** Daniele, **Khlyebtsova** Nadiya, **Lisi** Alessio, **Losito** Valentino, **Manfredi** Anna, **Micheletti** Giorgio, **Nazzicari** Nadia Carlotta, **Pampalone** Francesca, **Pazzaglia** Matteo, **Riccardi** Manuele Carlo, **Rosti** Alessandro, **Rotella** Salvatore, **Rovati** Andrea, **Sacchi** Andrea, **Scarabotto** Flavia, **Selmi** Riccardo, **Semino** Simona, **Snidersich** Martina, **Sterza** Laura, **Tihulca** Diana, **Tuiu** Simona

AIS SONDRIO - 8 MAGGIO 2018



Andreoli Stefania, **Bertolotti** Elisa, **Bettega** Chiara, **Castorina** Matteo, **Compagnoni** Federico, **Da Canal** Nina Ramona, **Del Curto** Massimo, **Donin** Laura, **Galli** Maria Luisa, **Genocchio** Pietro, **Pavioni** Cristian, **Peletti** Elena, **Pezzotta** Marika, **Pighetti** Virginia, **Pressiani** Maria, **Riganelli** Giulia, **Rizzi** Sonia, **Scaramella** Stefania, **Scaramellini** Alessandra, **Sillo** Greta, **Tavasci** Marco, **Vener** Marilena.

AIS COMO - 10 MAGGIO 2018



Balatti Emanuela, **Bellini** Davide, **Bellisoni** Sandra, **Benini** Massimo, **Bernasconi** Francesco, **Bolognini** Laura, **Bortolotto** Fabio, **Caccamo** Lavinia, **Cantinazzi** Gianluca, **Cassoni** Christian, **Colò** Mattia, **De Iulio** Luca, **De Nitto** Giuseppe, **De Patre** Marco, **Gandola** Luigi, **Gentile** Davide Greco Domenico, **Gregorio** Alda, **Infante** Sara, **Locatelli** Elisa, **Loriga** Tommaso, **Manca** Federica, **Melluso** Marco, **Mercogliano** Pasquale Federico, **Mo** Andrea, **Modoni** Roberto, **Noli** Alberto, **Olivieri** Gianluca, **Papale** Stefano, **Parravicini** Francesca, **Poma** Giosia, **Ravicini** Martin, **Rinaldi** Marco, **Riva** Sara, **Russetti** Andrea, **Soldadino** Giuditta, **Sberna** Luca, **Tettamanti** Guido, **Totaro** Matteo, **Tralli** Andrea, **Valdes** Salvatore, **Vittori** Manuela, **Zappalà** Antonella.

AIS VARESE - 8 MAGGIO 2018



Bannò Angelo, **Baretti** Tiziano, **Beghi** Emilio, **Bernasconi** Roberto, **Bonollo** Giorgio, **Busato** Nikolas, **Cappato** Valeria, **Carabelli** Dennis, **Caravati** Matteo, **Cava** Adriano, **Colognesi** Massimiliano, **Crespi** Marella Ottavia, **Di Coste** Miriana, **Figgiaconi** Gerogina Lorely, **Gargiulo** Laura, **Giaffreda** Donato, **Greco** Nadia, **Guarna** Nicoletta, **Lazetera** Giuseppe, **Ledda** Valentina, **Marella** Davide, **Mecenero** Marco, **Paganini** Raffaele, **Pavan** Luca, **Pilato** Giorgio, **Riva** Valentina, **Sarvello** Gianluca, **Scrosati** Marco, **Tersigni** Andrea, **Tombolato** Gianluca, **Valente** Piera, **Vuolo** Francesco Vincenzo.

AIS BRESCIA - 12 GIUGNO 2018



Allevi Angelo, **Artale** Paolo, **Barbieri** Nicola, **Belussi** Andrea, **Bonetti** Serena, **Bonometti** Mario, **Bordiga** Cristina, **Capelli** Tiziano, **Carone** Giuseppe, **Casuccio** Loredana, **Cerfeda** Daniela, **Coscia** Francesco, **Fiocco** Olindo, **Fontana** Fausto, **Francavilla** Chiara, **Gerardini** Roberto, **Guetta** Matteo, **Ivakina** Nadia, **Laviola** Maria Giuseppa, **Lorenzi** Stefano, **Mari** Giacomo, **Marotta** Aurelio, **Mbadjeu** Romeo, **Palladini** Luca, **Pari** Elisa, **Pedoia** Daniela, **Pezzoli** Cristina, **Piubeni** Anna, **Plebani** Ilaria, **Quadri** Michelle, **Quaresmini** Francesca, **Ravagnani** Claudio, **Rocca** Piereugenio, **Rodella** Andrea, **Sala** Isabella Laura, **Seddio** Claudio, **Sorlini** Laura, **Temponi** Luca, **Tracano** Antonio, **Trapletti** Martina, **Turina** Andrea, **Turra** Barbara, **Vallini** Dario.

AIS MILANO 3 LUGLIO 2018



Alicanti Matteo, **Balducci** Benedetta, **Barlassina** Chiara Elisa Maria, **Belloni** Sara, **Bellucci** Stefano, **Bergamaschi** Massimo, **Bertini** Maria Chiara, **Bezzi** Federico, **Blanco** Francelia, **Brogioli** Luca, **Buonomo** Daniela, **Cai** Xiaohong, **Cantori** Michela, **Cariolaro** Susanna, **Castagna** Saudia, **Casuscelli** Marco, **Cattaneo** Giulia, **Cavalli** Mattia, **Cavoli** Salvatore, **Coffano** Mistral, **Colabraro** Marco, **Cuel** Marco Andrea, **Curtarello** Marta, **De Candia** Marcello, **Degni** Roberto, **Di Girolamo** Giampiero, **Di Meglio** Marco, **Di Muro** Marco, **Di Pretorio** Eva, **Di Santo** Lino, **Diambri** Federico, **Diana** Rosalia Veronica, **Dizardi** Anil, **Drago** Chiara, **D'Urbano** Elena, **D'Urso Fiorino** Claudia, **Esposito** Andrea, **Fabbi** Emanuela, **Fioramanti** Andrea Giuseppe, **Fossati Levi** Tiziano, **Frigerio** Beatrice, **Gaboardi** Andrea Marino, **Galbusera** Emanuele, **Galli** Andrea, **Galli** Christian, **Giannelli** Marina, **Grassi** Sara, **Guglielmi** Adriano, **Ielmini** Riccardo, **Li** Xiaoxuan, **Longo** Roberta, **Marchese** Chiara, **Mauri** Alessandro, **Meneghelli** Marina, **Mercuri** Massimo, **Merighi** Marcello, **Michieletto** Giorgio, **Miotti** Flavio, **Miraglia** Francesca, **Mingardi** Francesca, **Negishi** Yoko, **Novarini** Alessandro, **Oddone** Francesca, **Orsi** Tullio, **Paoletti** Mariachiara, **Paoletti** Biagio, **Pascoli** Federico, **Picone** Mauro, **Piha** Daniel, **Poletti Saisuda** Alexia, **Pugnana** Andrea, **Quinzanini** Luigi, **Ragazzo** Beatrice, **Ragana** Alessandro, **Rinaldi** Marco, **Rottoli** Matteo, **Sanfilippo** Anna, **Sciuto** Ivana, **Scotti** Roberta, **Tassi** Davide, **Todde** Maria Antonietta, **Topalo** Lyudmyla, **Vian** Fabio, **Vinoni** Silvia, **Vivarelli** Stefano, **Yoshida** Mayuko, **Zecchin** Claudio, **Zheng** Giorgio, **Zoccarato** Katia

AIS CREMONA - LODI - 6 LUGLIO 2018



Archetti Emanuele, **Bonaglia** Marco, **Codazzi** Jacopo, **Corazza** Ginetta, **Garbelli** Luca, **La Bruna** Federico, **Laurini** Mirko, **Michelotti** Angelo, **Milini** Gianluca, **Parmigiani** Giuseppe, **Rangognini** Roberta, **Rizzotti** Chiara, **Sorbi** Roberto, **Terletti** Davide, **Ventura** Giorgio