

Vini *plus* di Lombardia

Guida Viniplus

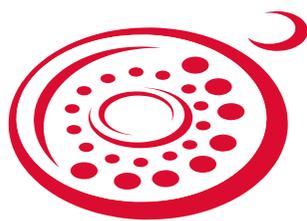
*i numeri e gli approfondimenti
della 13^a Edizione*

ENOZIONI A MILANO

**TRE GIORNI DI CULTURA
E CONOSCENZA**

APPROFONDIMENTO FRANCIA

**VOUVRAY E MONTLOUIS,
LE GEMELLE
DELLO CHENIN BLANC**



A piccoli passi, verso grandi risultati

Dopo questi primi mesi di lavoro da parte del nuovo consiglio di AIS Lombardia, percepisco in tutto il gruppo l'attitudine e la passione di una vera squadra, nonché l'ambizione a voler alzare ancora di più l'asticella della qualità. Caratteristiche che non appartengono soltanto ai Delegati e ai consiglieri, ma anche a tutti i responsabili dei diversi settori e ai collaboratori di ogni delegazione.

Corsi, eventi, master, aggiornamenti, uscite didattiche e tanto altro, tutto è rivolto ai Soci che sono la linfa della nostra Associazione. È un dovere, ma soprattutto un piacere, per tutto il direttivo, fornire un valido supporto affinché la nostra Regione possa offrire momenti di crescita culturale legati al mondo del vino, ma non solo, in tutte le province.

La formazione, nella nostra Regione, rimane un punto fondamentale e si rivolge a tutti gli ambiti all'interno dei quali agiscono i sommelier: dal gruppo servizi ai degustatori e relatori. Questi momenti formativi ci danno la possibilità di un confronto e ci consentono di stare al passo con le novità e le realtà emergenti nel nostro settore. E a proposito di formazione, non si è fermato il nostro impegno anche nei confronti dei giovani con i corsi organizzati all'interno delle scuole alberghiere, attraverso i quali diamo la possibilità a molti ragazzi di avvicinarsi al mondo del vino in modo sano e responsabile.

AIS Lombardia cerca, inoltre, di consolidare sempre il legame con le aziende che operano nel settore enogastronomico al fine di raccontare le eccellenze prodotte non solo in Regione ma su tutto il territorio nazionale. Queste collaborazioni si realizzano durante i diversi momenti associativi e ai banchi di degustazione, ma raggiungono l'apice con la presentazione della Guida Viniplus e durante le tre giornate dedicate alla manifestazione "Enozioni a Milano", due momenti ai quali abbiamo dedicato spazio in questo numero della nostra rivista. Sono eventi all'interno dei quali si percepisce grande entusiasmo da parte di tutti i Soci, che hanno apprezzato il lavoro svolto e applaudito i vignaioli condividendo momenti unici di degustazione.

Vorrei, infine, ringraziare tutti coloro che hanno rinnovato la quota associativa nazionale e chi ha versato il contributo volontario per sostenere le attività di AIS Lombardia.

Vi aspetto numerosi l'11 maggio per festeggiare la "Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio". Quel giorno saranno affrontati temi molto interessanti che riguardano questi due mondi e sarà anche un'occasione per assistere al Concorso di Miglior Sommelier della Lombardia.

Sono certo che con piccoli passi, mossi con decisione e concretezza da una vera squadra, si possano raggiungere importanti risultati.

Hosam Eldin Abou Eleyoun Presidente AIS Lombardia

1	Editoriale di Hosam Eldin Abou Eleyoun	58	L'Abbinamento Il vino, lo chef, il piatto di Paolo Valente
3	Il senso delle cose di Alberto P. Schieppati	60	La Cucina Lombarda Lo spiedo bresciano di Andrea Grignaffini
4	Le nostre firme		
6	Guida Viniplus 2019 13ª edizione	62	Dall'impresa alla vigna Contadini non si nasce, si diventa! di Marco Gatti
8	Le Rose Oro 2019		
9	Le 4 Rose Camune		
11	La Web App Viniplus 2019	64	Prodotti DOP e IGP della Lombardia Il Melone Mantovano IGP di Gabriele Merlo
12	Galleria Fotografica		
14	Vitae 2019	66	Formaggi Il Capracanta di Beppe Casolo
16	Galleria Fotografica		
18	Tastevin 2019 di Sofia Landoni		
20	Enozioni a Milano 2019 di Paolo Valente	68	Olio Indagine Olio Officina e Amagi-ForSurvey di Luigi Caricato
26	Galleria Fotografica		
31	Premio Rigoletto d'Argento 2018 di Luigi Bortolotti	70	Birre Birrificio Vetra di Maurizio Maestrelli
20	Degustatori AIS Lombardia di Davide Gilioli e Gabriele Merlo	72	Il viaggio negli spiriti La Scozia e i suoi whisky di Fiorenzo Detti
34	Figli della Lombardia Pievalta di Armando Castagno	75	Corsi di qualificazione per Sommelier
40	Approfondimento Francia Vouvray e Montlouis di Samuel Cogliati	72	L'approfondimento Vino & Social di Barbara Sgarzi
46	Mondo Vino Sud Africa di Ilaria Ranucci	72	Biodiversità nel bicchiere - Life Vitisom di Sara Missaglia
50	Territori Italiani Ovada di Anita Croci	81	Sommelier al lavoro A cura di Anna Basile e Anita Croci
54	Vita da Winemaker Sergio Molino di Paolo Valente	82	Vite da Sommelier di Anna Basile
		88	Bloc Notes a cura di Céline Dissard Laroche

PERIODICO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA
SOMMELIER DELLA REGIONE LOMBARDIA

Hosam Eldin Abou Eleyoun
PRESIDENTE

Alessandro Franceschini
DIRETTORE RESPONSABILE

Prof. Leonardo Valenti
CONSULENTE SCIENTIFICO

Hanno collaborato a questo numero:

Anna Basile, Nicola Bonera, Luigi Bortolotti,
Beppe Casolo, Armando Castagno, Luigi Caricato,
Samuel Cogliati, Anita Croci, Fiorenzo Detti,
Marco Gatti, Davide Gilioli, Andrea Grignaffini,
Sofia Landoni, Céline Dissard Laroche,
Maurizio Maestrelli, Gabriele Merlo, Sara Missaglia,
Luisito Perazzo, Ilaria Ranucci, Alberto P. Schieppati,
Barbara Sgarzi, Paolo Valente

Immagine di copertina:

Barbara Viganò

Fotografie:

Davide Gilioli, Alessandro Franceschini, Fotolia,
Maurizio Maestrelli, Sonia Santagostino (Onstage Studio)

Progetto grafico ed impaginazione:

Barbara Viganò
www.babaviganò.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 26 febbraio 2019
Registrato al tribunale di Milano
al n° 306 del 23 maggio 2001
Iscritto al ROC n° 19420 del 25 marzo 2010



Ridiamo al vino la sua priorità

In una ipotetica classifica delle performance più avanzate del sistema mediatico (web, tv, social, carta), al primo posto continua ad esserci il food, nel senso di: chef, immagini di piatti, ricette, menù, esperienze gourmet ecc. Dopo anni in cui questo primato veniva equamente ripartito fra alimentazione, vino, ospitalità e benessere, gli ultimi tempi hanno decretato una volta di più la evidente supremazia del food su ogni altro tipo di offerta. In ogni rete televisiva, dalla più paludata alla più scalcagnata, il cibo in ogni sua declinazione tiene sempre banco, talvolta in modo approssimativo e patetico, esaltando dei veri e propri dilettanti allo sbaraglio o, viceversa, umiliandoli senza motivo. Certo, si riprende timidamente a parlare di servizio di sala, di rapporto con il cliente, di empatia, di cultura e di competenze, di ospitalità e di viaggi, ma alla resa dei conti il food è sempre al centro dell'attenzione, a scapito di altre voci di offerta. Capita spesso di essere invitati a un evento, come il vernissage di un nuovo ristorante, e di trovarsi di fronte a una parata incredibile di vivande, da grandi prosciutti tagliati al coltello, a ottimi primi piatti o a pesci pregiati, da appetizer ricercati a creazioni di pasticceria formidabili, ma di vedere relegata l'offerta di beverage a un paio di piccoli tavoli, dove campeggiano succhi colorati da mass market, acqua minerale e qualche bottiglia di prosecco, non sempre dei migliori. Lo chef è onnipresente, il sommelier latita. E i vini vengono fatti servire al maître (con tutto rispetto per questa figura fondamentale). E il sommelier? L'importante è che ci siano le bollicine, dirà qualcuno. Ma permettetemi di essere in disaccordo con questo atteggiamento che, alla lunga, risulta autolesionistico. Pensiamo all'imprenditoria vitivinicola lombarda: tra Franciacorta, Oltrepò, Valtellina e altre zone vocate della regione, ce ne sarebbero di proposte intelligenti da fare! A un cocktail, a un evento, a una presentazione... ma noi preferiamo spesso passare da un eccesso all'altro, creando eventi luxury in cui dominano etichette prestigiose, ma anche manifestazioni che, pur avendo velleità pazzesche, vedono la presenza di vini mediocri (ce ne sono ancora, purtroppo), proposti nell'indifferenza generale e in una delusione profonda degli astanti (quantomeno di chi se ne accorge). Siamo di fronte a un'ondata di minimalismo senza precedenti (per fortuna ci sono anche favolose eccezioni all'andazzo generale), contrassegnate da una scarsa o nulla attenzione ai vini che vengono proposti e serviti. Ma come? Abbiamo grandi produttori, grandissimi vini ed eccellenti sommelier, che senso ha non proporsi in modo adeguato? Perché non approfittare di eventi aperti al pubblico (spesso selezionato e di livello) per promuovere la propria azienda e far conoscere i propri vini? Ancora una volta dovremmo prendere esempio dai francesi, che sanno dare la stessa dignità al food e al vino, in una continua valorizzazione di un'offerta di ristorazione che non può prescindere dal valore dei vini offerti, degli abbinamenti, del marriage come lo chiamano loro. Credetemi, non è solo una questione di posizionamento: ci sono situazioni in cui la qualità del food viene esibita anche troppo (e giustamente), con abbondanza. Proprio per questo non è tollerabile alcuna caduta sul vino che, innanzitutto, è espressione di un territorio. E non solo argomento di conversazione fra grandi conoscitori. In virtù della sua importanza sui mercati, il vino di qualità è in grado di avere e pretendere il giusto spazio, insieme ai professionisti che lo sanno apprezzare, comunicare e, buon ultimo, servire.

Alberto P. Schieppati Giornalista

Anna Basile

La Sommelier e degustatrice Anna Basile in "Vite da Sommelier" intervista il nuovo team che si occupa di social media in AIS Lombardia e poi in "Sommelier al lavoro" ci fa conoscere le storie di due colleghi che lavorano in due aziende franciacortine.

> PAGINE 81, 86

Nicola Bonera

A uno dei più importanti e premiati Sommelier d'Italia come Nicola Bonera abbiamo chiesto quali vini abbinare ad un grande piatto della gastronomia lombarda: lo spiedo bresciano.

> PAGINA 61

Luigi Bortolotti

Luigi Bortolotti, Delegato di AIS Mantova, nonché membro del Consiglio Esecutivo di AIS Lombardia e responsabile dei Degustatori della nostra Regione, ci racconta il protagonista della 22ª Edizione del Rigolotto d'Argento.

> PAGINA 31

Luigi Caricato

Qual è l'olio preferito dalle famiglie milanesi? Luigi Caricato, uno dei massimi esperti in Italia del settore, ci illustra l'ultimo interessante studio condotto insieme alla società Amagi-ForSurvey.

> PAGINA 68

Il verdicchio, uno dei grandi vitigni italiani in grado di donare altrettante emozioni quando ben interpretato



Beppe Casolo

Vice presidente dell'Onaf e storico collaboratore della nostra rivista, Beppe Casolo questa volta ci parla di un progetto lombardo dove le parole d'ordine sono etica e sostenibilità.

> PAGINA 66

Armando Castagno

All'interno del ciclo di produttori lombardi che fanno grandi vini fuori dalla nostra regione, questa volta la penna di Armando Castagno – giornalista, scrittore e relatore AIS – ci racconta un grande interprete marchigiano.

> PAGINA 34

Samuel Cogliati

Il viaggio tra territori e denominazioni francesi di Samuel Cogliati, giornalista ed editore italo-francese, fa tappa in Loira tra i vigneti dello chenin blanc: Vouvray e Montlouis.

> PAGINA 40

Anita Croci

La Sommelier e degustatrice Anita Croci, nel suo approfondimento dedicato ai territori del vino italiano, questa volta ci porta a Ovada. A lei il compito di raccontarci anche chi ha vinto il premio "Enozioni a Milano" e la storia di due sommelier che lavorano in altrettanti ristoranti.

> PAGINE 23, 50, 81

Fiorenzo Detti

Fiorenzo Detti, ex Presidente di AIS Lombardia e uno dei più grandi esperti di distillati, ci spiega come degustare al meglio un Single Malt Scotch Whisky.

> PAGINA 72

Marco Gatti

Sono stati, e lo sono ancora adesso, grandi imprenditori lombardi, ma la passione per il vino li hanno portati tra filari e botti. Il giornalista Marco Gatti ci racconta alcuni casi di grande successo.

> PAGINA 62



La ricetta è cambiata nel tempo, ma lo spiedo bresciano rimane un punto di riferimento della cucina lombarda

Davide Gilioli

Degustatore e relatore AIS, Davide Gilioli ci spiega, insieme a Gabriele Merlo, perché degustare un Marsala del 1952 è un'esperienza emozionante e dal fascino unico.

> PAGINA 32

Andrea Grignaffini

Critico gastronomico tra i più amati, Andrea Grignaffini ci introduce alla storia e ai segreti della preparazione di un piatto tradizionale lombardo come lo spiedo bresciano.

> PAGINA 60

Sofia Landoni

La Sommelier e giornalista Sofia Landoni ha intervistato Marco Fay, produttore valtellinese vincitore del premio Tastevin nell'ultima edizione della Guida Vitae.

> PAGINA 18

Céline Dissard Laroche

Sommelier e amante delle buone letture, Céline Dissard Laroche ha recensito per noi uno storico libro d'oltreoceano ed una recente pubblicazione del mondo AIS dedicata all'albana.

> PAGINA 90

Maurizio Maestrelli

Grande esperto di birre, il giornalista Maurizio Maestrelli è andato a trovare i ragazzi del birrifico Vetra di Caronno Pertusella nel varesotto.

> PAGINA 70

Gabriele Merlo

Degustatore e relatore AIS, Gabriele Merlo ci racconta le caratteristiche del Melone Mantovano Igp e affianca Davide Gilioli nella rubrica dei Degustatori AIS Lombardia.

> PAGINE 32, 64

Sara Missaglia

La Sommelier Sara Missaglia ci racconta i dettagli di un progetto universitario che sta studiando come rendere sostenibile la concimazione all'epoca della digital transformation.

> PAGINA 78

Luisito Perazzo

Ha vinto tanto a livello lombardo e nazionale ed è oggi il responsabile della didattica e dei concorsi per AIS Lombardia. Al Sommelier Luisito Perazzo il compito abbinare il vino ai formaggi di Capracanta.

> PAGINA 67

Ilaria Ranucci

Sommelier e responsabile dell'enoturismo di AIS Lombardia, Ilaria Ranucci ci dona un affresco attuale e preciso della produzione vinicola del Sud Africa.

> PAGINA 46

Alberto P. Schieppati

Giornalista di grande esperienza e editorialista di lungo corso della nostra rivista. Alberto P. Schieppati dedica il suo "Senso delle cose" al ruolo del vino nella ristorazione.

> PAGINA 3



Barbara Sgarzi

Tutti parlano di social media, in pochi li conoscono, e sanno usare, veramente. Barbara Sgarzi, giornalista, Sommelier ed esperta del settore, ci illustra alcuni casi di successo presenti all'estero nel mondo del vino.

> PAGINA 76

Sa affascinare in gioventù e stupire con il passare degli anni. A Ovada uno dei grandi terroir del dolcetto

Paolo Valente

Sommelier e Delegato AIS di Monza e Brianza, a Paolo Valente il compito di raccontarci l'ultima edizione di Enozioni a Milano, oltre che curare le rubriche dedicate all'abbinamento e al winemaker.

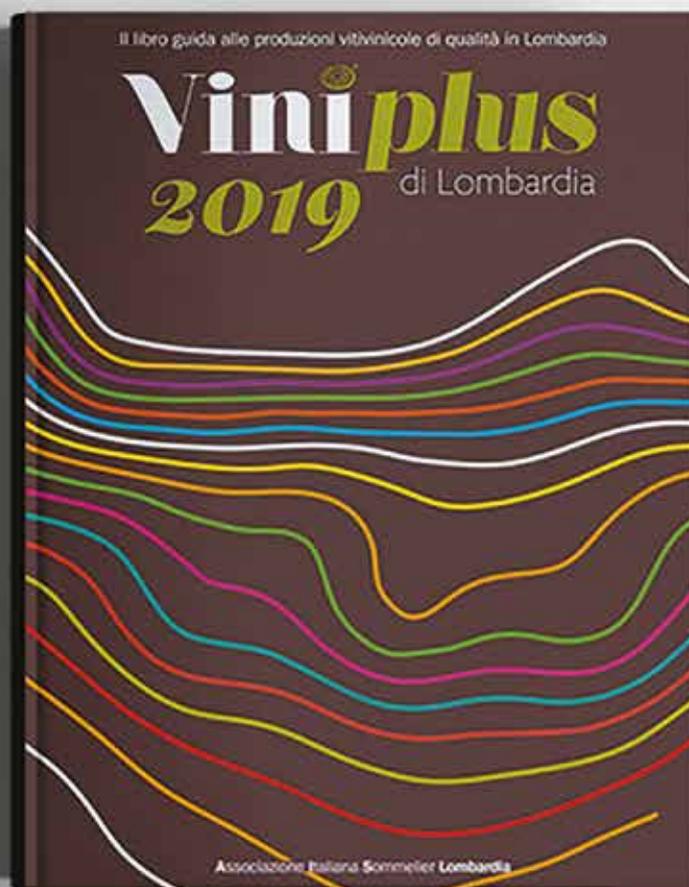
> PAGINE 21, 54, 58



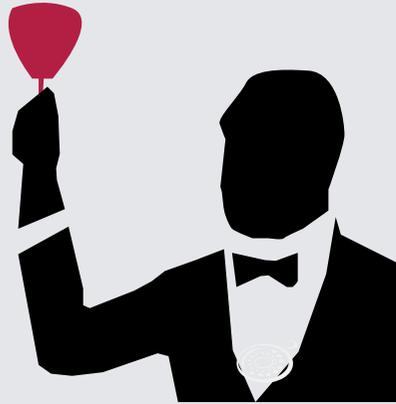
Il Sud Africa "nuovo mondo"? Anche, ma non solo: storia e cultura vitivinicola hanno radici ormai antiche

SPECIALE

Guida *Viniplus* 2019, 13^a Edizione



117 degustatori impegnati



250
cantine recensite

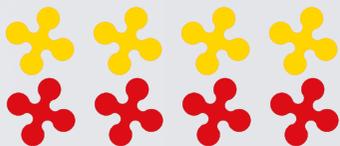


860

vini degustati e recensiti

592

pagine



160 vini
con 4 Rose Camune



64 vini
Rosa d'Oro

Le Rose Oro 2019

Bergamo

MOSCATO DI SCANZO **2015** • Biava
VALCALEPIO ROSSO RIPÀ DI LUNA **2015** • Caminella
BERGAMASCA ROSSO ELOGIO **2012** • Magri Eligio
THEIA • Nove Lune
VALCALEPIO MOSCATO PASSITO DI GANDOSSO **2007** • Tallarini

Brescia

FRANCIACORTA EXTRA BRUT VITTORIO MORETTI RISERVA **2011** • Bellavista
FRANCIACORTA EXTRA BRUT VENDEMMIA PAS OPERÉ **2012** • Bellavista
FRANCIACORTA EXTRA BRUT PALAZZO LANA EXTREME RISERVA **2008** • Berlucchi Guido
FRANCIACORTA DOSAGGIO ZERO B.C. 2007 RISERVA **2007** • Bosio
FRANCIACORTA DOSAGE ZÉRO CUVÉE ANNAMARIA CLEMENTI RISERVA **2008** • Ca' del Bosco
FRANCIACORTA DOSAGE ZÉRO NOIR VINTAGE COLLECTION **2009** • Ca' del Bosco
LUGANA RISERVA DEL LUPO **2015** • Ca' Lojera
FRANCIACORTA EXTRA BRUT CUVÉE LUCREZIA ETICHETTA BIANCA **2006** • Castello Bonomi
FRANCIACORTA BRUT SATÈN MARIA MADDALENA CAVALIERI RISERVA **2012** • Chiara Ziliani
SAN MARTINO DELLA BATTAGLIA MONTE OLIVI **2016** • Cobue
FRANCIACORTA DOSAGGIO ZERO **2013** • Faccoli
FRANCIACORTA PAS DOSÉ 33 RISERVA **2011** • Ferggettina
FRANCIACORTA EXTRA BRUT CUVÉE NELSON CENCI • La Boscaiola - Vigneti Cenci
FRANCIACORTA BRUT NATURE SECOLO NOVO GIOVANNI BIATTA RISERVA **2009** • Le Marchesine
FRANCIACORTA PAS DOSÉ ALIGI SASSU **2014** • Majolini
FRANCIACORTA BRUT ROSÉ CABOCHON RISERVA **2008** • Monte Rossa
FRANCIACORTA PAS DOSÉ RISERVA **2008** • Mosnel
FRANCIACORTA PAS DOSÉ ROSÉ PAROSÉ **2012** • Mosnel
LUGANA BUSOCALDO RISERVA **2015** • Pasini San Giovanni
FRANCIACORTA SATÈN MUSEUM RELEASE **2007** • Ricci Curbastro
LUGANA VIGNE DI CATULLO RISERVA **2015** • Tenuta Rovaglia
FRANCIACORTA BRUT SATÈN MAGNIFICENTIA **2014** • Uberti
FRANCIACORTA EXTRA BRUT DEQUINQUE CUVÉE 10 VENDEMMIE • Uberti
FRANCIACORTA PAS DOSÉ MILLESIMATO **2012** • Vezzoli Ugo
FRANCIACORTA BRUT SATÈN CESONATO • Villa Crespia
FRANCIACORTA EXTRA BRUT EXTRA BLU **2013** • Villa Franciacorta

Milano

COLLINA DEL MILANESE PASSITO AUREUM **2015** • Banino

Mantova

ALTO MINCIO MONTEVOLPE ROSSO **2014** • Bertagna
PROVINCIA DI MANTOVA ROSSO SALINE **2013** • Cantina Gozzi
LAMBRUSCO MANTOVANO RAYS • Cantine Virgili Luigi
GARDA RIESLING PARONI **2017** • La Prendina
ALTO MINCIO PASSITO LE CIME **2016** • Ricchi

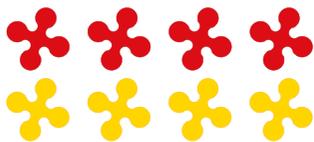
Pavia

PROVINCIA DI PAVIA CROATINA GAGGIARONE DINTORNI **2015** • Alziati Annibale
OLTREPÒ PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO BRUT ROSÉ CRUASÉ **2009** • Anteo
OLTREPÒ PAVESE BARBERA CAMPO DEL MARRONE **2016** • Bruno Verdi
BUTTAFUOCO STORICO VIGNA MONTARZOLO **2013** • Calvi
PROVINCIA DI PAVIA NEBBIOLO PER PAPÀ **2013** • Castello di Cigognola
PROVINCIA DI PAVIA PINOT NERO PERNICE **2015** • Conte Vistarino
BUTTAFUOCO STORICO VIGNA SACCA DEL PRETE **2013** • Fiamberti Giulio

BONARDA DELL'OLTREPÒ PAVESE CRESTA DEL GHIFFI **2017** • Fratelli Agnes
OLTREPÒ PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO BRUT GIANFRANCO GIORGI • Giorgi
PROVINCIA DI PAVIA RIESLING DI OLIVA **2017** • I Gessi
OLTREPÒ PAVESE BARBERA POGGIO MARINO **2016** • Marchese Adorno
PROVINCIA DI PAVIA CROATINA OPPURE **2013** • Milanese Stefano
PROVINCIA DI PAVIA ROSSO LA GAÏNA **2016** • Montelio
SANGUE DI GIUDA DELL'OLTREPÒ PAVESE **2017** • Monteruccio
PINOT NERO DELL'OLTREPÒ PAVESE **2015** • Picchi
BUTTAFUOCO DELL'OLTREPÒ PAVESE BRICCO RIVA BIANCA **2015** • Picchioni
PINOT NERO DELL'OLTREPÒ PAVESE POGGIO DELLA BUTTINERA RISERVA **2015** • Travaglino

Sondrio

VALTELLINA SUPERIORE GRUMELLO BUON CONSIGLIO RISERVA **2009** • Arpepe
SFORZATO DI VALTELLINA SAN BELLO **2015** • Assoviuno
VALTELLINA SUPERIORE SASSELLA RISERVA **2012** • Cantina Menegola
SFORZATO DI VALTELLINA MESSERE **2011** • Caven
VALTELLINA SUPERIORE VALGELLA CÀ MORÉI **2015** • Fay
SFORZATO DI VALTELLINA CORTE DI CAMA **2015** • Mamete Prevostini
VALTELLINA SUPERIORE CASTEL CHIURO RISERVA **2009** • Nino Negri
VALTELLINA SUPERIORE INFERNO **2013** • Nobili
SFURSAT DI VALTELLINA FRUTTAIO CA' RIZZIERI **2015** • Rainoldi Aldo
VALTELLINA SUPERIORE SASSELLA RISERVA **2013** • Triacca



Le 4 Rose Camune 2019

Bergamo

MOSCATO DI SCANZO **2015** • Biava
VALCALEPIO ROSSO RIPA DI LUNA **2015** • Caminella
BERGAMASCA ROSSO ELOGIO **2012** • Magri Eligio
THEIA • Nove Lune
VALCALEPIO MOSCATO PASSITO DI GANDOSSO **2007** • Tallarini

Brescia

FRANCIACORTA EXTRA BRUT VITTORIO MORETTI RISERVA **2011** • Bellavista
FRANCIACORTA EXTRA BRUT VENDEMMIA PAS OPERÉ **2012** • Bellavista
FRANCIACORTA EXTRA BRUT PALAZZO LANA EXTREME RISERVA **2008** • Berlucchi Guido
FRANCIACORTA DOSAGGIO ZERO B.C. 2007 RISERVA **2007** • Bosio
FRANCIACORTA DOSAGE ZÉRO CUVÉE ANNAMARIA CLEMENTI RISERVA **2008** • Ca' del Bosco
FRANCIACORTA DOSAGE ZÉRO NOIR VINTAGE COLLECTION **2009** • Ca' del Bosco
LUGANA RISERVA DEL LUPO **2015** • Ca' Lojera
FRANCIACORTA EXTRA BRUT CUVÉE LUCREZIA ETICHETTA BIANCA **2006** • Castello Bonomi
FRANCIACORTA BRUT SATÈN MARIA MADDALENA CAVALIERI RISERVA **2012** • Chiara Ziliani
SAN MARTINO DELLA BATTAGLIA MONTE OLIVI **2016** • Cobue
FRANCIACORTA DOSAGGIO ZERO **2013** • Faccoli
FRANCIACORTA PAS DOSÉ 33 RISERVA **2011** • Ferghettina
FRANCIACORTA EXTRA BRUT CUVÉE NELSON CENCI • La Boscaiola - Vigneti Cenci
FRANCIACORTA BRUT NATURE SECOLO NOVO GIOVANNI BIATTA RISERVA **2009** • Le Marchesine
FRANCIACORTA PAS DOSÉ ALIGI SASSU **2014** • Majolini
FRANCIACORTA BRUT ROSÉ CABOCHON RISERVA **2008** • Monte Rossa
FRANCIACORTA PAS DOSÉ RISERVA **2008** • Mosnel
FRANCIACORTA PAS DOSÉ ROSÉ PAROSÉ **2012** • Mosnel
LUGANA BUSOCALDO RISERVA **2015** • Pasini San Giovanni
FRANCIACORTA SATÈN MUSEUM RELEASE **2007** • Ricci Curbastro
LUGANA VIGNE DI CATULLO RISERVA **2015** • Tenuta Rovaglia
FRANCIACORTA BRUT SATÈN MAGNIFICENTIA **2014** • Uberti
FRANCIACORTA EXTRA BRUT DEQUINQUE CUVÉE 10 VENDEMMIE • Uberti
FRANCIACORTA PAS DOSÉ MILLESIMATO **2012** • Vezzoli Ugo

FRANCIACORTA BRUT SATÈN CESONATO • **Villa Crespia**
FRANCIACORTA EXTRA BRUT EXTRA BLU 2013 • **Villa Franciacorta**

Milano

COLLINA DEL MILANESE PASSITO AUREUM 2015 • **Banino**

Mantova

ALTO MINCIO MONTEVOLPE ROSSO 2014 • **Bertagna**
PROVINCIA DI MANTOVA ROSSO SALINE 2013 • **Cantina Gozzi**
LAMBRUSCO MANTOVANO RAYS • **Cantine Virgili Luigi**
GARDA RIESLING PARONI 2017 • **La Prendina**
ALTO MINCIO PASSITO LE CIME 2016 • **Ricchi**

Pavia

PROVINCIA DI PAVIA CROATINA GAGGIARONE DINTORNI 2015 • **Alziati Annibale**
OLTREPÒ PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO BRUT ROSÉ CRUASÉ 2009 • **Anteo**
OLTREPÒ PAVESE BARBERA CAMPO DEL MARRONE 2016 • **Bruno Verdi**
BUTTAFUOCO STORICO VIGNA MONTARZOLO 2013 • **Calvi**
PROVINCIA DI PAVIA NEBBIOLO PER PAPÀ 2013 • **Castello di Cigognola**
PROVINCIA DI PAVIA PINOT NERO PERNICE 2015 • **Conte Vistarino**
BUTTAFUOCO STORICO VIGNA SACCA DEL PRETE 2013 • **Fiamberti Giulio**
BONARDA DELL'OLTREPÒ PAVESE CRESTA DEL GHIFFI 2017 • **Fratelli Agnes**
OLTREPÒ PAVESE METODO CLASSICO PINOT NERO BRUT GIANFRANCO GIORGI • **Giorgi**
PROVINCIA DI PAVIA RIESLING DI OLIVA 2017 • **I Gessi**
OLTREPÒ PAVESE BARBERA POGGIO MARINO 2016 • **Marchese Adorno**
PROVINCIA DI PAVIA CROATINA OPPURE 2013 • **Milanesi Stefano**
PROVINCIA DI PAVIA ROSSO LA GAÏNA 2016 • **Montelio**
SANGUE DI GIUDA DELL'OLTREPÒ PAVESE 2017 • **Monterucco**
PINOT NERO DELL'OLTREPÒ PAVESE 2015 • **Picchi**
BUTTAFUOCO DELL'OLTREPÒ PAVESE BRICCO RIVA BIANCA 2015 • **Picchioni**
PINOT NERO DELL'OLTREPÒ PAVESE POGGIO DELLA BUTTINERA RISERVA 2015 • **Travaglinio**

Sondrio

VALTELLINA SUPERIORE GRUMELLO BUON CONSIGLIO RISERVA 2009 • **Arpepe**
VALTELLINA SUPERIORE INFERNO SESTO CANTO RISERVA 2009 • **Arpepe**
SFORZATO DI VALTELLINA SAN BELLO 2015 • **Assoviuno**
SFURSAT DI VALTELLINA 2013 • **Bettini**
SFORZATO DI VALTELLINA PERGIULIO 2012 • **Cantina Menegola**
VALTELLINA SUPERIORE SASSELLA RISERVA 2012 • **Cantina Menegola**
VALTELLINA SUPERIORE SASSELLA RUPESTRE 2012 • **Cantina Menegola**
SFORZATO DI VALTELLINA MESSERE 2011 • **Caven**
SFORZATO DI VALTELLINA GENIO 2013 • **Contadi Gasparotti**
SFORZATO DI VALTELLINA RONCO DEL PICCHIO 2014 • **Fay**
VALTELLINA SUPERIORE VALGELLA CÀ MORÉI 2015 • **Fay**
SFORZATO DI VALTELLINA QUATTRO SOLI 2013 • **La Perla**
VALTELLINA SUPERIORE GRUMELLO ORTENSIO LANDO 2015 • **Luca Faccinelli**
SFORZATO DI VALTELLINA CORTE DI CAMA 2015 • **Mamete Prevostini**
SFURSAT DI VALTELLINA 2013 • **Marsetti Alberto**
SFORZATO DI VALTELLINA 2013 • **Nera**
SFORZATO DI VALTELLINA SFURSAT 5 STELLE 2015 • **Nino Negri**
VALTELLINA SUPERIORE CASTEL CHIURO RISERVA 2009 • **Nino Negri**
SFORZATO DI VALTELLINA IL MONTESCALE 2012 • **Nobili**
VALTELLINA SUPERIORE INFERNO 2013 • **Nobili**
SFORZATO DI VALTELLINA BLACKEDITION 2014 • **Plozza**
SFURSAT DI VALTELLINA FRUTTAIO CA' RIZZIERI 2015 • **Rainoldi Aldo**
SFORZATO DI VALTELLINA SFORZATO DELL'ORCO 2013 • **Rivetti&Lauro**
VALTELLINA SUPERIORE TRADIZIONE 2015 • **Rupi del Nebbiolo**
SFORZATO DI VALTELLINA INFINITO 2013 • **Tenuta Scerscé**
SFORZATO DI VALTELLINA SAN DOMENICO 2013 • **Triacca**
VALTELLINA SUPERIORE SASSELLA RISERVA 2013 • **Triacca**

Varese

MOTT CARÈ • **Cascina Piano**

La Web App Viniplus 2019

SU www.viniplus.wine TUTTI I VINI RECENSITI
DAI DEGUSTATORI DI AIS LOMBARDIA

🔗 REDAZIONE



Per il secondo anno consecutivo AIS Lombardia ha deciso di pubblicare, esclusivamente on-line, la Guida Viniplus di Lombardia. Una scelta presa durante la passata presidenza di Fiorenzo Detti e proseguita ora anche con Hosam Eldin Abou Eleyoun. La Web App, consultabile sempre allo stesso indirizzo www.viniplus.wine, consente di “navigare” agevolmente all’interno della Guida con la possibilità di consultare tutti profili aziendali e le schede delle aziende che hanno aderito anche quest’anno al progetto lombardo, giunto alla 13° Edizione.

«Un grande lavoro anche quest’anno che ci soddisfa e che consente anche di valorizzare tutta la viticoltura lombarda con uno strumento moderno e realmente a portata di mano - afferma il curatore della Guida, Sebastiano Baldinu -. Sulla web app, infatti, è possibile leggere i profili vitivinicoli delle province lombarde, consultare il palmares con l’archivio delle passate

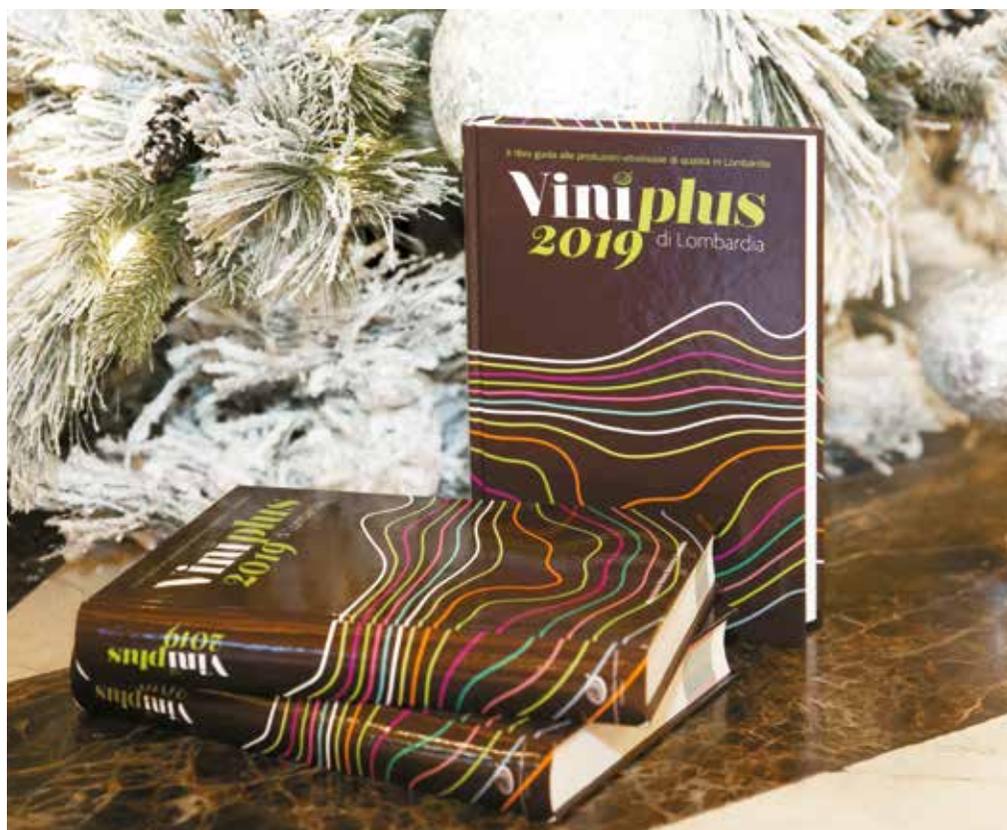
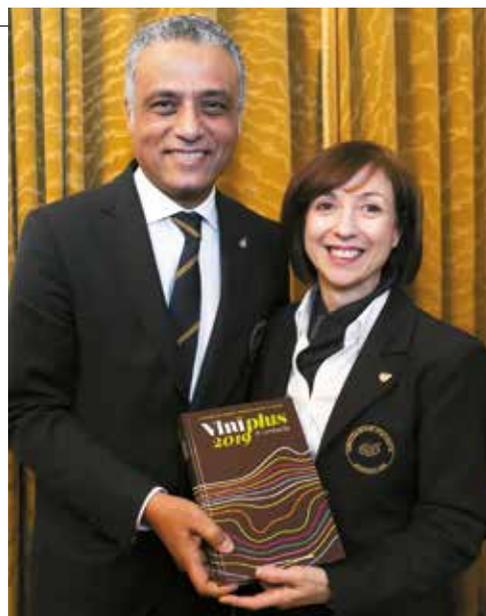
edizioni dei vini che si sono aggiudicati il riconoscimento della Rosa Oro, e volendo è possibile consultare, integralmente, anche tutta l’edizione 2018. Insomma, un sito davvero ricco di informazioni per tutti gli appassionati».

Studiata e pensata per poter essere consultata e visualizzata al meglio non solo su personal computer, ma soprattutto su tablet e smartphone, la web app della Guida Viniplus quest’anno è aperta subito a tutti e non più solo ai soci di AIS Lombardia. «È stata una scelta condivisa all’unanimità da tutto il consiglio regionale - spiega il presidente Hosam Eldin -. Vogliamo far conoscere il grande lavoro del gruppo dei sommelier degustatori così come quello che svolgono i tanti vignaioli della nostra regione ad un pubblico sempre più ampio».

La versione cartacea anche questa volta è stata stampata e spedita a circa 800 tra ristoratori ed enoteche selezionate all’interno di tutte le province della Regione Lombardia. ■

La presentazione della Guida Viniplus è ormai un appuntamento fisso per i sommelier, i tanti produttori del vino lombardo e le istituzioni della Regione

SONIA SANTAGOSTINO







v i t a e

LA GUIDA VINI

2019



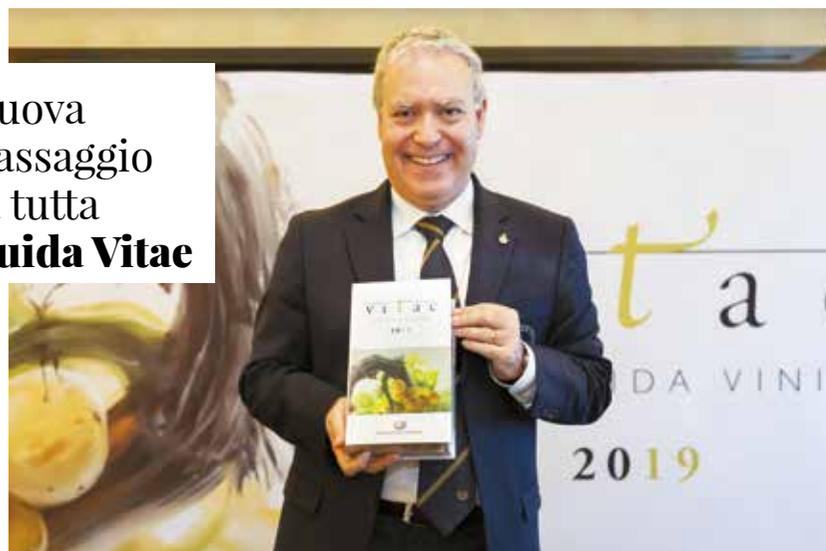
Associazione Italiana Sommelier

Più di 2.000 cantine recensite, oltre 15.000 vini degustati alla cieca, 614 dei quali si sono aggiudicati il massimo riconoscimento rappresentato dalle Quattro Viti. Sono alcuni dei numeri di Vitae 2019, la guida ai vini edita da AIS, presentata a Milano lo scorso 20 ottobre 2018. La Lombardia, anche quest'anno è ben rappresentata grazie al lavoro dei Degustatori di AIS Lombardia che hanno selezionato le aziende e degustato i vini: in totale sono 39 quelli che si sono meritati il massimo riconoscimento per la nostra regione, equivalente ad un punteggio dai 91/100 in su.

REDAZIONE

SONIA SANTAGOSTINO

Lo spazio The Mall del quartiere Porta Nuova di Milano ha ospitato il grande banco di assaggio dedicato ai tantissimi soci AIS accorsi da tutta Italia per degustare le eccellenze della **Guida Vitae**





Anche quest'anno i Sommelier al servizio ai banchi di assaggio hanno dato ***una prova di grande professionalità***





La premiazione e la consegna del Tastevin 2019 al The Westin Palace di Milano

FAY

Gli occhi della biodiversità sul vigneto valtellinese

Al Valtellina Superiore Valgella Cà Morei 2015 il Tastevin della Guida Vitae 2019. Il segreto del terroir valtellinese? «La sottozona è fondamentale, ma l'elemento successivo è la vigna» e la sua declinazione verticale.

👁️ **SOFIA LANDONI**

Biodiversità. Una parola che negli ultimi tempi riecheggia e rimbalza all'interno di ogni mezzo di comunicazione, rimbombando nella vastità del suo significato. L'Associazione Italiana Sommelier ha voluto abbracciare l'intensità di questa parola facendone il tema dell'ultima edizione della Guida Vitae e celebrando, attraverso di essa, l'affascinante mondo del vino.

Tra i vincitori del premio Tastevin, uno per Regione, che ogni anno viene assegnato a quei vini e quelle aziende che, tra i tanti meriti, hanno anche quello contribuire a "imprimere una svolta produttiva al territorio di origine", quest'anno troviamo un'azienda che ha delineato il concetto di biodiversità in modo

tanto reale quanto sorprendente.

«Alla Valtellina mancava solamente un elemento in più per dare delle specifiche ulteriori al territorio» ci spiega Marco Fay, ultima generazione al timone dell'azienda di famiglia, premiato, per la Lombardia, con questo importante riconoscimento grazie al suo Valtellina Superiore Valgella "Ca' Morei" 2015. Giovane, enologo, appassionato e dotato di grande intuizione e sensibilità, Marco Fay ha definito una nuova chiave di lettura per il suo amato territorio valtellino.

Mentre muoveva i suoi primi passi da viticoltore e percorreva le vigne in quel variegato pantone che si srotola lungo una pendenza verticale, ne notava sfumature stratificate e mai raccontate prima. La curiosità e l'osservazione lo spinsero anche a viaggiare, per incontrare realtà simili e diverse dalla sua, con la possibilità di imparare tutto quello che si poteva e con l'obiettivo poi di ritornare a casa con una ricchezza che travalicasse l'ammontare delle singole nozioni accumulate. «Avere esperienze lavorative in altre aree ti permette di guardare la tua zona con occhi diversi e capire che le altre hanno colto degli input mentre la tua è ancora ferma, con tante potenzialità ancora nascoste e inesprese». A Marco Fay questi occhi nuovi hanno permesso di distinguere le forti diversità che esistono in una declinazione verticale della vigna, in dipendenza dalle quote altimetriche, dalle esposizioni, dai muretti, dalle singole vigne e non più dalla sola e classica suddivisione in sottozona. «Non esiste un terrazzo uguale all'altro – continua Marco –. Ogni terrazzamento ha la propria profondità, la propria inclinazione, la propria esposizione: ognuno di questi dà un vino diverso. Non è possibile dire che in Sassella, ad esempio, ogni terrazzamento dia una matrice unica. Il fatto di voler impacchettare la zona con una matrice gustativa è sempre stata sempre una mezza bugia».

Una scelta coraggiosa quella di voler valorizzare le pendici di Valtellina e dei suoi preziosissimi muretti a secco superando



Marco Fay, ultima generazione al timone dell'azienda di famiglia

Non esiste un terrazzamento uguale all'altro: ognuno ha caratteristiche differenti e dona vini diversi

quella schematica categorizzazione che impartiva tratti somatici quasi univoci per ogni sottozona, dal fondovalle fino ai 600 metri di altitudine e oltre, prescindendo dall'unicità della vigna. L'azienda Fay, con i suoi 15 ettari spalmati sulle lunghezze della Valgella, ha studiato il terroir e ne ha individuato tre fasce altimetriche con dati climatici differenti fra loro. La prima zona dal fondovalle corre fino a circa 450 metri. «Questo primo step climatico è caratterizzato dall'umidità, che scivola lungo il versante e si accumula sul fondovalle.

Qua si ottengono vini più semplici, i cosiddetti vini base». Si prosegue con una fascia intermedia, quella che decorre dai 450 ai 600 metri; qui l'aria, depurata dall'umidità che scivola verso il basso, è asciutta e mite. «Questa è la parte dove possiamo ottenere i grandi nebbioli, tutte le vigne importanti sono collocate in quest'area». Superati i 600 metri, laddove il freddo è presente per ragioni di quota ma non c'è umidità, si incontrano vigne che maturano in ritardo e acini che presentano una buccia piuttosto spessa: questa è la fascia più idonea agli appassimenti e, quindi, al miglior Sforzato.

Quale, allora, l'influenza della sottozona? «La sottozona è fondamentale perché dà una prima collocazione geografica, ma l'elemento successivo che deve essere aggiunto è quello della vigna, così da dare tutte le informazioni, dal macroscopico al microscopico, per individuare il punto specifico». Una visione decisamente borgognona, che secondo Marco Fay è servita per "riordinare" questo territorio. In realtà ha fatto molto di più, dando espressione ad un valore non generalizzato a tavolino, ma esistente. Ignorarlo avrebbe significato mortificare una zona brulicante di vita, come lo è la Valtellina, e lasciarla in un mutismo spreco. «Se non siamo in grado di cogliere queste sfumature, non ha neanche senso approcciarsi a questo lavoro»: la ferma passione per la vigna e per la sua Valtellina animano queste parole, così come quelle che ci consegna in risposta quando gli chiediamo cosa significhi far parte della nuova generazione di viticoltori della Valtellina. «C'è una frase di Warren Buffett, importante economista americano, che dice: se sei nel deserto, con un caldo fortissimo e ad un certo punto trovi una pianta che crea dell'ombra, non devi dire che sei fortunato o che sei bravo ad aver trovato questa pianta, ma devi ringraziare qualcuno che ha piantato l'albero lì e ti ha permesso di trovare facilmente l'ombra. Ecco, le nuove generazioni devono fare cambiamenti, devono portare avanti seriamente le cose, ma non bisogna mai dimenticare da dove si arriva».



MIANO

 AIS Lombardia

 AIS Lombardia

e *no*zioni a M

e *no*zioni

 AIS Lombardia

e *no*zioni a Milano

e *no*zioni a M



Enozioni a Milano 2019

*ritorna il
grande vino
di qualità*

👤 PAOLO VALENTE

📷 SONIA SANTAGOSTINO

P

Per tre giorni Milano è stata animata dalla seconda edizione di “Enozioni a Milano”, la kermesse dedicata al vino di qualità organizzata da AIS Lombardia che si è tenuta presso l’Hotel The Westin Palace di Milano. Una nuova edizione che riconferma alcuni appuntamenti della precedente e ne propone di nuovi. Elegante e attesa la cena di gala, coinvolgenti e di spessore le degustazioni tematiche, emozionante e preziosa la serata del sabato, interessanti e rivelatori i grandi banchi di degustazione.

LA CENA

Alle 20:00 precise le porte della grande sala si sono aperte e, accompagnata dalle arie suonate da un quartetto d’archi, è iniziata la cena di gala “Mise en Palace” che ha inaugurato la seconda edizione di Enozioni a Milano. Un aperitivo a base di champagne Premier Cru Blanc de Blancs Brut Raineteau-Grimet e piccoli finger food ha preceduto un antipasto di capasanta e porcino su estratto di zucca e tartufo nero con abbinamento di Franciacorta Brut CruPerdu Grande Annata 2009 di Castello Bonomi.

Il menu, preparato dallo chef Augusto Tombolato e dalla sua brigata, è continuato con il primo piatto. I ravioli di spigola, scampi e infuso di aglio nero, in equilibrio tra il garbo del pesce e la spinta dell’infuso, hanno trovato un degno alleato nel Soave Classico Doc Calvarino 2016 della cantina Pieropan.

Abbinamento perfetto tra il Rossese di Dolceacqua Posaù Biamenti 2017 di Maccario Dringenberg e il Black Cod, millefoglie di patate, bagna cauda leggera e polvere di caffè. La cena è proseguita con un intrigante pre-dessert, un Sorbetto al bergamotto bio di Calabria e Sechuan Button realizzato appositamente da Albergo dei Gelati di Monza e per finire, accompagnata dal sublime Moscato Rosa di Franz Haas, una Cheesecake di capra, ganache al cioccolato, caviale al balsamico e fragole.

I PREMI

Durante la cena di gala sono stati consegnati i premi “Enozioni a Milano 2019”. Dopo aver premiato, lo scorso anno, celebri nomi della comunicazione enogastronomica, l’attenzione degli



organizzatori della manifestazione è ricaduta su esponenti dell’ enologia nazionale che, con le loro capacità, hanno saputo dare impulso alle aziende, ai rispettivi territori di provenienza senza dimenticare la dimensione internazionale del mondo del vino.

Sono stati premiati Marilisa Allegrini, Presidente dell’omonimo Gruppo che con la sua tenacia e precisione è divenuta una delle produttrici di vino più conosciute d’Italia e una delle voci più autorevoli della Valpolicella; Riccardo Cotarella, enologo di fama internazionale che ha saputo mettersi in gioco sia nella sua azienda che nelle tante altre realtà senza tralasciare le responsabilità in alcuni dei massimi organismi enologici; Maurizio Zanella, patron di Ca’ del Bosco, che con la sua visione e lungimiranza ha dato impulso al mondo del Metodo Classico italiano contribuendo quale Presidente del Consorzio alla fama della Franciacorta.

La serata, presentata dalla conduttrice televisiva Tessa Gelsio, ha visto anche la consegna di riconoscimenti a tre aziende che con la loro fattiva collaborazione e la loro storia sono sempre state vicine ad AIS Lombardia condividendone le finalità e le attività. Franz Haas e il figlio Franz, due generazioni



I TRE VINCITORI DEL PREMIO ENOZIONI 2019



MARILISA ALLEGRINI

Ambasciatrice internazionale dei vini di famiglia, pioniera del vino italiano all'estero, Marilisa è stata la prima donna italiana a comparire sulla copertina di Wine Spectator, la più importante rivista di vino al mondo. Partita per gli Stati Uniti a inizio anni '80, ha contribuito in modo determinante a far conoscere la Valpolicella e l'Amarone oltreoceano. Presidente del Gruppo Allegrini, ricopre diverse cariche istituzionali legate al vino e alla cultura, con la quale, in ambito artistico, ha saputo creare un legame di comunicazione d'impresa. È Presidente di ISWA, associazione che riunisce otto tra le più importanti cantine italiane, membro del Consiglio di Indirizzo della Fondazione Arena di Verona e collabora con la Collezione Peggy Guggenheim di Venezia e con il Museo Statale Ermitage di San Pietroburgo.

«È importante fare vini buoni ed è altrettanto importante andare in giro per il

mondo a raccontare con parole semplici quello che facciamo. La nostra terra ha dei plus incredibili e ognuno di noi deve essere molto fiero di appartenere a delle zone geografiche, ciascuna con le sue peculiarità. Ci sono stati anni in cui ho pensato che i nuovi Paesi produttori potessero in qualche modo oscurare l'Italia, ma noi abbiamo un asset incredibile che sono i nostri contesti storici, paesaggistici e culturali: una forza che rende ineguagliabile un Paese meraviglioso come il nostro».



RICCARDO COTARELLA

Mezzo secolo di carriera costellata di prestigiosi riconoscimenti internazionali e una biografia professionale ciclopica, che inizia con l'Azienda Famiglia Cotarella S.r.l., costituita insieme al fratello Renzo nel 1979, alla quale segue la Riccardo Cotarella S.r.l., che si occupa di consulenze viticole ed enologiche. Responsabile della produzione di numerosi vini in Italia e all'estero, Presidente dell'Union Internationale des Œnologues e della nazionale Assoenologi, Chevalier de l'Ordre du Mérite Agricole del Ministero per le Politiche Agricole della Repubblica Francese, docente all'Università della

Tuscia di Viterbo, solo per elencare alcune cariche. Alla professione di enologo ha sempre affiancato l'impegno civile, sostenendo e promuovendo numerose attività benefiche.

«In Italia abbiamo un'unicità importante, apprezzata e diffusa in tutto il mondo: la tecnologia nel seguire i vigneti e nel fare vino. Penso questo sia un riconoscimento alla nostra professione, vista con diffidenza da chi non si rende conto che senza gli enologi, che alla passione per il vino affiancano la scienza della viticoltura e dell'enologia, oggi l'Italia non sarebbe questo meraviglioso giardino di vigneti. A differenza di altri Paesi, però, noi italiani difettiamo in una cosa, che spesso per osannare il nostro vino diciamo che quello del vicino è peggiore. Dobbiamo fare sistema per essere forti delle nostre ricchezze».



MAURIZIO ZANELLA

La collezione di opere d'arte esposte nella cantina di Ca' del Bosco riflette il senso estetico che Maurizio Zanella ha saputo infondere ai propri vini. Un mecenate curioso del mondo che, partito dagli studi di agraria e da quella casa in

collina acquistata dalla madre negli anni Sessanta, nei tanti viaggi di predilezione francese ha tratto ispirazione per costruire un sogno di illuminismo vinicolo, trasformando una casa in un bosco di castagni in una delle più moderne e avanzate cantine d'Italia e non solo. Nei suoi vini, l'apparente dicotomia di creatività e rigore si fonde in un risultato di estrema bellezza. Grazie a Lui, l'estetica ha finalmente incontrato la scienza. Fondatore e Presidente di Ca' del Bosco, tra gli autori del rinascimento enologico italiano, è stato Presidente del Consorzio per la Tutela del Franciacorta dal 2009 al 2015, Consigliere della Fondazione Altgamma, Consigliere del Comitato Grandi Cru d'Italia, membro dell'Istituto Grandi Marchi e dell'Académie Internationale du Vin fin dagli anni '80.

Dopo 47 vendemmie, nessun desiderio di riposo: «abbiamo ancora moltissimo da fare, non solo i produttori ma tutti noi dobbiamo capire che possiamo valorizzare un patrimonio straordinario ancora non del tutto conosciuto; l'Italia deve avere un po' più di orgoglio, dobbiamo solo essere più consci di ciò che stiamo facendo, perché non abbiamo nulla da invidiare a nessuno».

Anita Croci



I tre tenori di Enozioni 2019 sono stati Armando Castagno, Nicola Bonera e Samuel Cogliati

accomunate dalla passione per il vino di qualità di un paesaggio vitivinicolo di straordinario interesse e successo quale l'Alto Adige. Giovanna Maccario che con la sua determinazione è testimonial della sua realtà e di tutto il territorio di appartenenza, Dolceacqua. Roberto Paladin dell'omonimo Gruppo che, con l'azienda franciacortina Castello Bonomi, ha raggiunto i massimi risultati nell'eccellenza dei vini fino a conquistare, nel 2017, il tastevin della Guida Vitae con il vino Franciacorta DOCG Extra Brut Cuvée Lucrezia Etichetta nera.

UNA PRESTIGIOSA DEGUSTAZIONE

La serata di sabato ha visto l'evento clou della manifestazione: la degustazione "I Tre Tenori. Le grandi voci del vino". Nicola Bonera, Armando Castagno e Samuel Cogliati, che ha degnamente sostituito Luisito Perazzo bloccato da una fastidiosa influenza, si sono alternati nella presentazione di nove vini ognuno dei quali è espressione ai massimi livelli di un territorio, è orgoglioso custode di una storia, è simbolo di rarità e ricercatezza. In un crescendo di sensazioni ed emozioni i tre tenori del vino hanno condotto i presenti attraverso alcune delle più rinomate zone vitivinicole francesi con una breve incursione nel territorio piemontese.

La Cuvée Louise 2002 in magnum di Pommery e l'R.D. 2002 di Bollinger hanno raccontato la nobile terra della Champagne: il primo vibrante espressione di eleganza, il secondo confortante avvolgenza di vigore. A rappresentare la Loira il

Sancerre Clos La Néore 2012 di Edmond Vatan, nel quale il vitigno si è messo al servizio del territorio e il Savennières Coulée de Serrant 2015 di Clos de la Coulée de Serrant del celebre Nicolas Joly, ampia e complessa sintesi di un'indiscussa personalità. Il Domaine Trimbach con il Clos Sainte Hune 2008 ha portato nei calici il prezioso fresco e aromatico frutto della terra alsaziana. L'eleganza e la finezza dei vini di Borgogna è stata orgogliosamente esibita dal Vosne Romanée Premier Cru Les Malconsorts 2011 del Domaine de Montille. Poi ancora Francia con il Bordeaux di Château Cos d'Estournel, Cos d'Estournel 2000 sommatoria gusto olfattiva di un nobile territorio. Degna conclusione per i vini rissì con il Barolo DOCG Monprivato 2009 di Mascarello Giuseppe e Figlio, elegante e raffinata espressione langarola. Per finire, un vino con alle spalle più anni di quella di una gran parte dei partecipanti alla serata: Rivesaltes 1941 di Château Sisqueille; un imbottigliamento del 2011 per un vino che ha riposato in legno per settant'anni.

I SEMINARI

Undici degustazioni tematiche hanno animato le giornate di sabato 26 e domenica 27 gennaio. Nicola Bonera, Armando Castagno, Samuel Cogliati e Guido Invernizzi si sono alternati nelle sale raccontando territori e vini.

Nicola Bonera ha dato il via alle masterclass con "Il pianeta alsaziano. Concentrazione ed energia" che prevedeva, tra i

vini in degustazione, un Riesling Vendange Tardive 1988 del Domaine Hugel.

A seguire Armando Castagno con “Le preziose espressioni borgognone oltre la Côte d’Or” e Samuel Cogliati con “Il Rodano. Un patrimonio dal ricco valore ampelografico”. Non potevano mancare i vitigni autoctoni con Guido Invernizzi “Identità, unicità, tipicità: l’imprinting territoriale dei vitigni autoctoni” e le bollicine più famose al mondo con “Champagne: l’evocativa sublimazione dell’essere vino”. Il pomeriggio del sabato si è concluso con Samuel Cogliati e “I vini del cuore. La ricerca dell’empatia attraverso la degustazione”, un disimpegnato colloquio di fronte ad una selezione di prodotti che hanno saputo emozionare il relatore.

La domenica è iniziata all’insegna della Francia con “L’aristocratica declinazione del terroir: il mito Bordeaux”. La verticale di cinque annate del vino simbolo della cantina Oasi degli Angeli è stata raccontata da Armando Castagno in “Materia e antimateria. Indagine del microcosmo Kurni e Kupra”; Guido Invernizzi ha concentrato l’attenzione sui vini del nuovo mondo con “Scenari di purezza nello sconfinato potenziale enologico argentino” mentre Samuel Cogliati ha approfondito il tema de “I fortificati. L’eterna complessità di vini geniali”. La degustazione conclusiva, dedicata al celebre Brunello, “Montalcino. Le sottili architetture dei capolavori da sangiovese grosso”, è stata condotta da Armando Castagno.

I BANCHI DI ASSAGGIO

Sono state oltre 50 le cantine, tutte di prim’ordine, note e famose, che hanno animato il banco di degustazione “Calice nel Paese delle meraviglie” organizzato nel pomeriggio di sabato. Numerosissima l’affluenza del pubblico di appassionati e di operatori che si è destreggiato, in una sorta di viaggio virtuale, tra i vitigni e le eccellenze dell’Italia del vino. Presente alla manifestazione anche una rappresentanza di sette aziende sudafricane.

Il banco di degustazione “PIWI. Incroci di vite al tavolo con i produttori” ha suscitato un grande interesse anche da parte della stampa specializzata. Il banco, dedicato ai vini realizzati partendo da uve PIWI (acronimo di pilzwiderstandfähig) ovvero resistenti agli attacchi delle malattie fungine, ha visto la partecipazione di una ventina di cantine italiane. La forma “al tavolo con il produttore” ha consentito una interazione tra produttori e il numeroso pubblico intervenuto. Di particolare interesse anche lo spazio realizzato in collaborazione con PIWI international dove sono stati presentati vini provenienti da numerose nazioni europee. Hanno incuriosito i prodotti provenienti da aree che difficilmente accosteremmo alla produzione enologica: uno spumante metodo classico danese e un bianco svedese oltre a numerose bottiglie di provenienza polacca o ceca.

La giornata festiva ha consentito anche a tanti operatori del settore di scoprire vitigni e vini che potrebbero rappresentare il futuro della viticoltura sia per la minor necessità di trattamenti antiparassitari che per le caratteristiche genetiche di queste varietà che meglio si adattano alle nuove condizioni climatiche determinate dal global warming. ■

Oltre **1000** tra sommelier, appassionati e operatori del settore hanno partecipato alle masterclass e ai banchi di assaggio













*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



A Gerry Scotti il Premio Rigoletto d'Argento 2018

Giunto alla 22° Edizione, lo storico premio di AIS Mantova quest'anno è stato assegnato al famoso conduttore televisivo

👁️ **LUIGI BORTOLOTTI**

“**P**er l'impulso dato alla conoscenza ed alla valorizzazione dell'Oltrepò Pavese attraverso la produzione delle etichette della “Linea Gerry Scotti”. È questa la motivazione che ha accompagnato quest'anno l'assegnazione dello storico Premio Rigoletto d'Argento.

Una scelta che il Presidente di AIS Lombardia Hosam Eldin Abou Eleyoun e chi scrive hanno ufficializzato lo scorso 21 dicembre in occasione della Cena degli Auguri natalizi che si è svolta presso il Ristorante Identità Golose di Milano, nella serata in cui è stato ospite lo Chef stellato Alfonso Caputo.

Il Premio, giunto alla 22° Edizione, è nato a Mantova nel 1997 e viene organizzato ogni anno da AIS Lombardia con la collaborazione della delegazione AIS di Mantova: rappresenta un riconoscimento per gratificare chi lavora con coerenza ed impegno nei diversi settori della cultura alimentare e che, pertanto, è riservato agli operatori che nella loro attività hanno saputo coniugare la propria professione con la valorizzazione dell'enogastronomia italiana privilegiando la comunicazione, la divulgazione formativa, la tutela della tradizione, la sperimentazione innovativa, la ricerca di nuovi prodotti, nuovi sapori e nuovi abbinamenti.

Oltre al Presidente ed al vice presidente di AIS Lombardia Alessandro Caccia, erano presenti anche i componenti della

Giunta Esecutiva regionale, i Delegati provinciali, i responsabili ed i referenti operativi dei diversi settori di attività dell'Associazione lombarda.

Gerry Scotti, accompagnato dalla signora Gabriella Perino, da Fabiano Giorgi e dall'amico Rudy Zerbi, nel ricevere il Premio ha sottolineato come, nel periodo attuale, servano anche nuove forme per comunicare efficacemente la qualità ed ancor più la innovazione qualitativa nel settore enologico. In particolare si è soffermato sulla efficacia data dall'informazione televisiva e da quella canalizzata sui “social media” che oggi sono caratterizzati da altissimi livelli di interazione.

Per il brindisi iniziale è stato scelto l'Oltrepò Pavese Metodo Classico Extra Brut Docg “Gerry Scotti” prodotto dalla cantina Giorgi di Canneto Pavese. Un ottimo metodo classico da uve coltivate tra i 250 e i 400 metri sul livello del mare, su terreni ricchi di calcare e di argilla, appartenente alla linea di etichette “Gerry Scotti”. Si tratta di una bollicina molto garbata e piacevole, da uve pinot nero e chardonnay, che rimane sui lieviti per almeno trenta mesi e con interessanti fragranze olfattive di fiori bianchi, di pesca e di albicocca, con una molto gradevole persistenza aromatica caratterizzata da richiami di erbe aromatiche, di salvia e di delicate sfumature vanigliate. ■

Un tuffo nella Sicilia del dopoguerra

Il Marsala non è semplicemente un vino fortificato, ma la storia moderna del nostro Paese incastonata in un nettare ambrato. Il Marsala è una storia di “attesa”: anni, decenni, addirittura secoli.

👉 DAVIDE GILIOI E GABRIELE MERLO



Una mattina di fine estate, insieme ai colleghi Degustatori di AIS Lombardia, ci è stata offerta una vera e propria esperienza spazio-temporale. L'assaggio del Marsala "Aegusa", millesimo 1952, prodotto dalle Cantine Florio. "Aegusa" era il nome con il quale i Greci indicavano l'isola di Favignana, per la sua caratteristica forma a farfalla: situata di fronte a Marsala e originariamente di proprietà della famiglia Florio, era il luogo di vacanza ove la famiglia si ritirava per trascorrere i momenti più intimi, di festa, ma anche di riposo e meditazione dagli affari.

Vincenzo Florio scelse questo nome per le sue mi-

gliori riserve, per sottolinearne la particolarità: dalle botti del 1952 ne sono state ottenute solamente 1000 bottiglie.

Un vino di oltre 66 anni, un'intera vita racchiusa in una bottiglia. Ma cosa accadeva nel 1952, quando vennero vendemmiate le uve per produrre questo nettare? In quell'anno Eisenhower divenne presidente degli Stati Uniti, Elisabetta II venne proclamata sovrana del Regno Unito, la RAI iniziò le sue trasmissioni televisive in via sperimentale, Zeno Colò fu il primo campione olimpico italiano di sci alpino ai Giochi di Oslo e la Ferrari vinse la dodicesima edizione della "Targa Florio", la celebre corsa automobilistica si-



ciliana. Un mondo profondamente diverso da quello odierno, uscito dall'orrore di una guerra e in piena ricostruzione, economicamente povero, ma ricco di speranze e di ideali.

E così si rivela anche nel calice: un vino difficile, selvaggio, inizialmente respingente, che si fa portatore di emozioni straordinarie per tutti gli appassionati che hanno avuto la pazienza di attenderlo così a lungo.

Si mostra di un ammaliante topazio dai riverberi cristallini, mentre il bouquet olfattivo intriga con sentori di rosmarino, timo, ginepro, grano arso, cioccolato di Modica. Sprigiona in successione note speziate di sandalo, cardamomo, curcuma, rabarbaro e cannella.

Ruotandolo nel calice, le sensazioni iodate pizzicano il naso come un vasetto di colatura di alici, per poi congelarsi con brodo di carne, capperi, legno di olivo. L'attacco al palato è ricco, generoso, millimetricamente bilanciato: esprime un'inattesa mineralità, rugginosa e vulcanica, tale da rendere tridimensionale il sorso. Eterno nel finale, morbido e avvolgente, in cui riecheggia quell'impronta salmastra che si mescola con le note brune di terra arsa dal sole.

Pochi altri vini possono esprimere un legame così saldo, duraturo e intimo come il Marsala e la terra dei Vespri, affascinante come solo i nobiluomini siciliani sanno essere. ■

Sabato 29 settembre 2018 è ripartita la nuova stagione di incontri dei Degustatori di AIS Lombardia. Protagonista il Marsala con la storia e i vini di Cantine Florio

Pievalta

vini di luce, nella luce

La storia di Silvia e Alessandro e quella di una scelta di vita e lavoro che li ha portati dalla Lombardia alle Marche del Verdicchio.

👁️ **ARMANDO CASTAGNO**

Parto dalla fine. Da una foto che ho scattato col telefono quando i colori traslucidi del tramonto iniziavano a fare da quinta alle silhouettes degli alberi e al tracciato curvilineo delle colline in lontananza. Un panorama anche troppo raccontato, eppure veramente suggestivo, piacevolmente surreale ma in realtà consueto, d'inverno. Uscivo dalla cantina di Pievalta, a Maiolati Spontini, nel cuore della zona del Verdicchio jesino.

Per riconnettersi alla strada maestra occorre da lì inerpicarsi per una breve erta, che ha al culmine una pieve - quella del nome aziendale, intuitivamente - e alla base un albero, grande



e regolare, bello anche da spoglio. Tutto in questo luogo comunica pace, armonia, proporzione, profondità di campo; in ossequio a quella che tanti osservatori hanno delineato essere la vera essenza del paesaggio delle Marche interne, il paesaggio è un inseguirsi di colline dal disegno morbido, pittoresco, in uno smisurato succedersi di piani di verde via via più lieve, fino a scolorare nell'azzurro. Dalla cima delle colline, svettano qua e là borghi medievali che appaiono in qualche caso maestosi, ma mai truculenti o minacciosi. Raccontare la vicenda che ha portato due ragazzi bresciani a venire a vivere proprio qui per costruirvi insieme il loro progetto di vita e di lavoro, significa prima di tutto ricordare a se stessi come l'economia produttiva,

l'efficienza di un'azienda, il successo di un'idea, non debbano per forza passare per la rinuncia alla simbiosi con l'ambiente naturale, o per l'approntamento di un luogo di lavoro che sia solo razionale, solo funzionale; e anzi lasciano spesso spazio a iniziative coraggiose.

Qui a Pievalta è nata, ormai più di quindici anni fa, una realtà che dopo le ovvie, e invero molto brevi, incertezze dell'inizio sulla via da prendere, ha mosso decisa nella direzione sopra indicata: quella della ricerca della qualità non a tutti i costi, ma al contrario tenendo ferme premesse di salvaguardia ambientale e, ci vien da dire, etica e umana; e arrivando in tempi sorprendentemente rapidi all'ormai regolare parto di vini riconosciuti da tutti come buoni, dotati di personalità, vini di luce assai più che di calore, e specchio ciascuno del millesimo, della vigna di origine, della sinergia del vitigno con il suo contesto, e della sensibilità di chi dà loro annualmente vita. Due ragazzi, come detto: Silvia Loschi e Alessandro Fenino.

La storia nasce forse non per caso, ma certo grazie a un concatenarsi di coincidenze. Alessandro nasce nel 1976 a Settimo Milanese, in quell'estremo lembo di periferia della metropoli che punta deciso verso la campagna, fino a fondersi, a sfumare in essa. «Ho splendidi e nitidi ricordi di quando ero bambino lì» racconta «ma a un certo punto mi sono reso conto che prospettive non ce n'erano, e sono venuto via, dapprima per studio, poi definitivamente dopo il servizio civile, che ho svolto nel 2001. Quando torno dai miei, però, mi sento ancora a casa; vedo ancora gli amici di un tempo, e rido con loro. Nel 1997 mi ero trasferito a Milano per studiare Enologia; nel primo anno facevo avanti e indietro, al secondo non ne avevo più voglia e andai in affitto nel capoluogo; l'anno successivo svolsi un periodo di pratica in Oltrepò Pavese e a seguire, una volta diplomato enologo, un fondamentale tirocinio in Franciacorta, presso la Barone Pizzini. Mi diverte oggi pensare che mi fecero scegliere tra due "rami" d'azienda su cui si stava sperimentando, e l'altro era nelle Marche, e non era Pievalta; ma io optai per la Franciacorta, semplicemente perché era più vicina a casa mia».

Silvia Loschi è nata a Chiari, cittadina storica della provincia bresciana ricca; ha studiato allo IULM a Milano, con l'intenzione di proseguire iscrivendosi a Pediatria, ma il destino ha poi diversamente deciso. La sua vita professionale è invece iniziata nella comunicazione, negli uffici stampa, girandone diversi fino ad approdare, nel 2002, in una società a Erbusco che compilava carte dei vini per ristoranti. «Quello fu l'anno del mio primo Vinitaly» rammenta «e ci arrivavo da astemia. Ospitavamo operatori nello stand della società per cui lavoravo, e per così dire ebbi l'occasione di entrare nel tempio del vino dal portone principale, perché assaggiavamo tutti i giorni vini spaziali, dai più grandi terroir mondiali. Io subii la fascinazione di questo ambiente, e alla fine gli restai, come vedi, abbarbicata».

LA DEGUSTAZIONE

2017

> **SAN PAOLO** (Campione da vasca)
 Profilo pronto e piacevole, su note di cedro candito, fiori, anice e mandorla; l'insieme è proporzionato ma certo non magro al sorso, di semplice impianto e perfetto bilanciamento. Chiude appena ammandorlato nel progressivo emergere della vena salina. Col senno di poi, il più "Verdicchio" della verticale intera, come se il millesimo caldo e solare avesse fatto emergere soprattutto il patrimonio aromatico legato alla varietà; non intende essere un complimento. Fidando sul suo equilibrio naturale, potrebbe comunque rivelarsi un bianco abbastanza longevo.

> **DOMINÉ**
 Un vino edonistico, dal frutto prorompente screziato da nette note di fiori gialli come l'elicriso e la ginestra; immancabile, si coglie sullo sfondo la nota di mandorla amara, che echeggia anche come ritorno gustativo dopo svolgimento più statuario che dinamico, ma in fondo al quale letteralmente dilaga la sensazione sapida. Se sia un grande vino o un vino grosso lo dirà il tempo; la nostra sensazione è che questa fisionomia contrastata quasi da Mâcon (naso maturo-bocca salatissima) possa reggere tal quale lungo un arco di tempo di almeno dieci, forse quindici anni.

2016

> **SAN PAOLO**
 Colore ancora dai plateali riflessi verdolini e splendido, sebbene non intensissimo, profumo di nespola, erbe aromatiche, finocchietto, verbena e biancospino; un coacervo di rara eleganza e perfetta compostezza. Al sorso è persino meglio: dotato tanto di volume quanto di controllo, allunga con impeto e insieme con sobrietà, appoggiando sulla vibrante acidità la sua istanza di definizione e precisione aromatica. Chiude alla grande, lungo e salato, facendo presagire un futuro glorioso.

> **DOMINÉ**
 Si esprime al naso in note di frutta matura e in nuance di lantana e miele, salgemma e mentuccia, con bei chiaroscuri minerali; la bocca è di grande impatto, si destreggia bene nonostante la zavorra estrattiva e chiude in allungo nel riecheggiare delle note fruttate. Verdicchio "sorridente", goloso e generoso, perfetto da bere oggi ma da attendere in progresso sui due o tre anni; un progresso che si concretterà sperabilmente in una maggiore speditezza di passo, in una fisicità meno marcata, e in definitiva in un guadagno di



Alessandro Fenino e Silvia Loschi

Come assecondando l'attrazione di un magnete, Silvia si ritrova anche lei in Barone Pizzini a fine agosto, e lì nel 2003 conosce Alessandro, che intanto aveva iniziato a seguire in prima persona l'avviamento di una nuova cantina di proprietà aziendale nelle Marche: questa sì, Pievalta, nata per l'intuizione e la perseveranza di Silvano Brescianini, il quale aveva sempre creduto nelle potenzialità di vitigno (il verdicchio) e zona. Tra Silvia e Alessandro s'insinua un Cupido regolarmente armato di arco e frecce, e la decisione di condividere un percorso di vita trasferendosi in zona è velocemente presa. Il frutto più bello di questo loro tragitto si chiama Cesare, ed è nato nel 2015.

«Per la messa a punto del nostro progetto trovo che siano stati decisivi alcuni viaggi» spiega Alessandro. «Per esempio quello da Josko Gravner, nel 2004, con la scoperta di una strada diversa per concepire e produrre il vino, partendo da uve coltivate con senso di responsabilità e in armonia con l'ambiente naturale, e arrivando a vinificazioni che ne esaltassero le specificità. O la visita del 2007 da Dagueneau, nella media Loira, in cui ho avuto modo di precisare a me stesso il mio gusto per il vino bianco, mettendo a fuoco le caratteristiche che in esso mi coinvolgono di più: luminosità, definizione aromatica, freschezza, persistenza, sobrietà. Penso tuttavia che queste esperienze, insieme ad altre, abbiano contribuito alla messa a punto di un'espressione generale del mio vino a Pievalta, ma che non l'abbiano indirizzata per emulazione; l'insegnamento più prezioso che ne ho tratto è stato proprio quello di cercare di ottenere qualcosa che fosse riferibile allo specifico luogo di nascita del vino, perché qui a Maiolati o a San Paolo di Jesi (i luoghi dove la cantina ha le vigne, ndr) è impossibile e illogico perseguire un'espressione come quella dei vini, per dirne uno, di Dagueneau. Meglio fare un



Non trasformiamo l'uva in vino, ma accompagniamo la prima nel suo *lento divenire* fino ad avere per le mani il secondo, frutto sorprendente ma logico di questo itinerario

buon vino di San Paolo che una cattiva imitazione di altro più prestigioso».

Come Alessandro e Silvia non hanno tardato a verificare, tuttavia, all'inizio del millennio la situazione del Verdicchio dei Castelli di Jesi era tutto, fuorché omogenea. Vi si reperivano vini diversissimi tra loro: ipotesi "alsaziane" di Verdicchio dividevano lo spazio degli scaffali con versioni "alla borgognona", altre linfatiche, erbacee e sottili affiancavano bianchi esotici, molto alcolici, da vendemmia tardiva o persino bottrizzati. «È vero, e in parte è ancora così. A noi, molto semplicemente, è sembrato logico non forzare la mano su nessuno di questi aspetti» racconta Alessandro. «La tradizione del Verdicchio come vino gastronomico, un bianco di pieno significato in sé ma che sta bene a tavola come pochi vini italiani, ci ha indicato la strada, il concetto di partenza; se avessimo pensato che un nostro vino non avrebbe avuto possibilità di accompagnare come si deve un pasto, per qualche – diciamo - squilibrio costitutivo, non lo avremmo nemmeno imbottigliato». Per evitare il più possibile gli squilibri costitutivi di cui sopra, la conduzione biologica prima e biodinamica poi appare con gli occhi di oggi una scelta coerente. L'opzione del "bio" certificato viene esercitata da subito; alla biodinamica ortodossa e certificata anch'essa si arriva presto, già dal 2005, per impulso di Alessandro stesso.

«Mi piace dire che non "trasformiamo" l'uva in vino» ci ha detto «ma che piuttosto accompagniamo la prima nel suo lento divenire fino ad avere per le mani il secondo, frutto sorprendente ma logico di questo itinerario». I vigneti sono lavorati a filari alterni, con piante da sovescio primaverile. Tra il momento dello sfalcio del sovescio e il solstizio d'estate vengono distribuiti i preparati biodinamici fondamentali, il 500 (corno-letame) e 501



eleganza, che a oggi non è il suo forte.

2015

> SAN PAOLO

Altra bottiglia riuscita: da un millesimo solare, un vino luminoso, completo, in magnifico stato evolutivo e persino giovane da approcciare oggi volendone cogliere tutto il talento. Profuma di agrumi, pesca, basilico e mandorla, e con un tocco minerale quasi da idrocarburo; il tutto appare in divenire e non ancora compiuto. All'assaggio rivela un equilibrio raggiunto, ha finezza e gradualità; l'acidità ha una presenza meno incisiva del solito, ma di converso la salinità è tra le più evidenti della verticale, e il profilo generale che ne risulta è di affascinante armonia. Un bianco di sicura longevità.

> DOMINÉ

Una performance vera e propria, in parte inattesa nella modalità: dal punto di vista del bouquet è uno dei più raffinati vini della verticale intera, con le sue note di mandorla, taglio, pescanoce e camomilla, ravvivate da tocchi freschi di erbe aromatiche, come la melissa e la mentuccia. Magnifica e assai più marziale la bocca, dalla struttura taurina per un Verdicchio – appare persino una sorta di lieve frizione tannica - eppure così spontanea da bere e da godere, nella sua calda, ampia avvolgenza. Probabilmente è a oggi il Dominé più vicino all'idea che mosse a suo tempo i fautori di questa etichetta: vigore, joie de vivre, sostanza ed energia senza documento per la beva. Sembra facile, a dirlo.

2013

> SAN PAOLO

Pura aristocrazia marchigiana; uno dei bianchi più composti e severi che ricordiamo in regione negli ultimi anni, dalla fisionomia che appare enigmatica se rapportata a quella assai meno geometrica del "fratello" descritto subito dopo. Questo è un gran vino, sin dal colore dai riflessi oro antico: elicriso, liquirizia, paglia, mandorla e salsedine tracciano un bouquet dai contorni salmastri e chiaroscurati, mentre l'assaggio, fresco, ritmato, essenziale, ha una nobiltà e un contegno ammirevoli. Bella chiusura sapida, echi speziati. Da bere ora o da aspettare anche altri cinque o sei anni con la fondata speranza di trovarlo ancor meglio focalizzato.

> DOMINÉ

Vino la cui trasformazione nel tempo non è stata così virtuosa, almeno nella bottiglia qui degustata; nuance oscure di fogliame (tabacco), affumicatura e miele amaro accompagnano la classica dotazione "di serie" di ginestra e frutta secca; il sorso è un po' zigzagante, e pare non trovare una coesione autentica né una direzione; l'acidità in particolare è piuttosto slegata, e incrudisce un insieme che finisce per risultare

rigido, monolitico, poco comunicativo, salificato nel suo duro guscio. Terrà nel tempo, questo è certo; ma non è gran consolazione, se il vino non ha l'istinto di "raccontarsi".

2010

> SAN PAOLO

Vino inconfondibile, che avevamo assaggiato due volte nell'ultimo anno e mezzo e che non sembra schiodarsi dalla sua silhouette giovanile, fatta soprattutto di evocazioni aeree, balsamiche, freschissime; rimandi di eucalipto, balsa, gelsomino, linfa e iodio disegnano un'immagine eterea, né il sorso, che ha assai più finezza che "peso"; la smentisce minimamente. L'apertura del finale è bellissima; il senso di levità che lascia alla memoria non coincide affatto con la mancanza di concretezza. Riteniamo che la sua ora migliore sia questa: ancora per un paio d'anni dovrebbe insistere su questa ricercata modalità espressiva.

> DOMINÉ

Tra i più ricchi bianchi della storia di Pievalta, sebbene non tra i più grandi. Profuma francamente di mille cose, non tutte facili da suggerire con descrittori: abbiamo annotato "note tuberose", "tartufo bianco", "radici" e "saggina" accanto alle citazioni più rassicuranti di frutta esotica matura e cedro. Il sorso ha attacco baldanzoso, ha un passaggio a vuoto a centro bocca, poi si produce in nuovo riallungo; l'andamento "a strappi" scorta a finale di media estensione e complessità limitata alle note esotiche. Non troverà consensi tra gli aficionadas dei bianchi sottili e sussurrati, ma chi cerchi un piacere "carnale" nell'assaggio di un Verdicchio lo consideri – a reperirlo, beninteso – un'opzione interessante.

2009

> SAN PAOLO

Un millesimo qui meno caldo che altrove in Italia, con vendemmia partita a metà settembre e protrattasi fino a fine mese. E il San Paolo, dopo anni di chiusura "a riccio", è finalmente sbocciato come un vino signorile e armonioso, elegante e tipico, e in effetti non così maturo come ci si poteva attendere. Sa di salvia, pesca bianca, aneto, mandorla amara; al gusto è piuttosto verticale, vigoroso, intensamente sapido, e pertanto molto lungo e coinvolgente. Dovrebbe restare in questo stato di servizio per diversi anni; lo si può dunque ancora conservare in cantina, disponendone.

> DOMINÉ

Primo vino con note ossidative incipienti, e senza elementi a favore: caramella mou, aspetti selvatici e "foxy" e richiami di fruttaio (mela ammaccata) ne compongono l'ormai spento capitale aromatico. Bocca forse di poco migliore per via della freschezza intatta, ma i ritorni aromatici sono al limite dell'appiccicoso, citando persino

Meglio fare *un buon vino di San Paolo* che una cattiva imitazione di altro più prestigioso

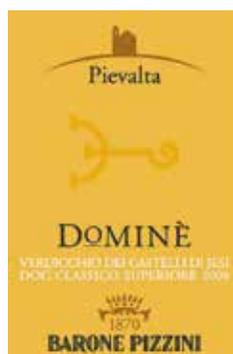
(corno-silice). Si utilizzano solo zolfo e rame, ma quest'ultimo con una auto-limitazione che non arriva a toccare la metà in kg/ha per anno di quanto tollerato dal disciplinare del biologico.

Oggi, Pievalta è un'azienda di rilievo, nel comprensorio e nella regione. Sulla riva sinistra dell'Esino, in comune di Maiolati Spontini, trova posto il suo nucleo primigenio, con la cantina di vinificazione circondata da 21 ettari di vigneti divisi in dieci parcelle (Pieve, Chiesa del Pozzo, Orfeo, Veranda, Lago, Costa del Tegno, e in basso il "Fosso del Lupo" diviso in nord, centro e sud; più il cru "Campo del Noce", per il rosso). In cima alla strada, si staglia l'antica, piccola pieve romanica detta dai locali "Chiesa del Pozzo", come viene in effetti indicata nei catasti napoleonici; ma il nome catastale, che ratifica un'avvenuta corruzione lessicale, non ha nulla a che vedere con lezzi o miasmi, derivando invece dalla parola "pozzo" (*puteum* in latino); del resto, di edifici e località "ad puteum" è piena l'Italia (ve ne sono a Napoli, a Barletta, a Mantova, eccetera). Questi vigneti, impiantati verso il 1965, insistono sulla tipica marna argillo-calcareo che prevale nei vigneti del Verdicchio jesino, e toccano i 200 metri di altitudine; l'esposizione è verso Nordest, la declività accentuata.

Sulla riva destra dell'Esino si trova invece l'altro gruppo di vigneti di Pievalta, in comune di San Paolo di Jesi. Sono 5 ettari in totale, spartiti su due parcelle (San Paolo Vecchie Vigne e San Paolo Bosco). I suoli sono completamente diversi da quelli di Maiolati: a San Paolo la matrice geologica è quella arenacea, cioè appenninica, con lenti di sabbie di sfaldamento e presenza di calcare e argille; l'altitudine è di circa 350 metri, l'esposizione molto fresca a Nord-Nordest.

Da questo patrimonio di vigne, la cantina ricava sei vini per complessive 160.000 bottiglie in media all'anno. Di questi sei vini, tre (per 115.000 bottiglie circa) sono in denominazione Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico: il Pievalta, notevole Verdicchio d'ingresso, da uve dei due versanti; il San Paolo, che esce come Riserva e proviene dall'omonimo comune; il Dominé, dalla vigna ultracinquantenne di Maiolati detta "Chiesa del Pozzo" (con la "o", impeccabilmente), della quale porta il nome in etichetta dall'annata 2015. Le altre tre etichette sono: un rosso IGT Marche (il "Campo del Noce", vino dalle trasparenze inconsuete per un Montepulciano, fresco, tonico ed elegante); un Metodo Classico a Dosaggio Zero ("Perlugo", da uve di verdicchio in vendemmia anticipata); e un Verdicchio dei Castelli di Jesi Passito che porta il nome gergale del vento che asciuga i grappoli ("Curina"), vinificato tra barrique e anfore di terracotta.

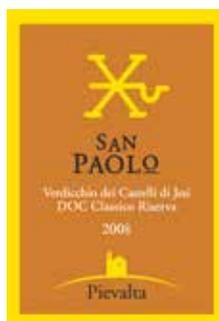
Per raccontare "nel bicchiere" la vicenda di Alessandro e





Silvia, lombardi in terra marchigiana, non sapendo decidere tra un'indagine sul "San Paolo" e una sul "Dominè" abbiamo adottato una soluzione salomonica: ripercorrere le annate migliori di *entrambi*, degustandoli per annata, a coppie, per un totale di 7 annate e 14 vini, ai quali alla fine abbiamo aggiunto, a mo' di *dulcis in fundo*, il San Paolo dell'ormai lontano 2004, anche per verificare l'esito nel tempo di procedure in seguito non replicate. Dal punto di vista del protocollo produttivo, diversi fattori accomunano i due vini. Per entrambi, la vendemmia si effettua manualmente e in cassette, e la vinificazione riguarda, dal 2006 in avanti, il grappolo intero, non diraspato. La temperatura di fermentazione è controllata, ma mantenuta a 21°C, valore alto per la tipologia. Dal 2015 incluso, i due vini fermentano spontaneamente, senza inoculo di lieviti selezionati, grazie all'azione di un *ped de cuve* acconciamente preparato mediante una vendemmia appena anticipata; la solfitazione è modesta, e porta i due vini a uscire con tenori di "totale" attorno ai 50 mg/l, un terzo del consentito per il vino biologico. La fermentazione malolattica è infine una rarità per questi vini, in quanto prodotti con solo mosto fiore, che per scelta aziendale viene lasciato sempre con l'intera dotazione di acido malico: la sola annata che l'abbia svolta per intero è la 2008. Sulla "seconda pressatura", invece, la malolattica viene indotta quando non parte da sola, e quindi tale trasformazione riguarda una quota del solo Verdicchio d'annata, quello che porta il nome dell'azienda. Si producono mediamente 14.000 bottiglie l'anno di Dominè e 21.000 di San Paolo, ma il valore è variabile; ad esempio, nel 2018 le quantità saranno grosso modo invertite. Nel corso della sua storia, il San Paolo è stato sempre prodotto meno che nelle annate 2007, 2011 e 2014; il Dominè ha "saltato" la 2007 e la 2012. L'assaggio dei vini dei quali segue il racconto è avvenuto in cantina, a Maiolati Spontini, il 5 febbraio 2019. ■

Vicino alla cantina l'antica pieve romanica detta dai locali "Chiesa del Puzzo"



il dattero. Comprendiamo solo a fine assaggio il perché di questa trasformazione rapida e involutiva: è la sola versione di Verdicchio aziendale ad essere stata imbottigliata senza solfiti aggiunti. Con le sue sole risorse, pare essere arrivato al capolinea.

2008

> SAN PAOLO

Profilo evoluto, ma non stanco: note di frutta matura ed esotica, tè, il solito indizio gessoso, qualche generica citazione floreale. Gusto materico, più grasso del solito, o per meglio dire meno reattivo; chiude in bella estensione grazie ai potenti richiami salini; per farsi ricordare, tuttavia, avrebbe dovuto proporre maggiore coesione. Giusto ricordare che in questa sola annata il vino svolse la fermentazione malolattica per intero; è un buon bianco in sé, anche considerandone l'età ultradecennale, ma la verve acida delle annate più giovani qui latita, e il profilo appare un po' impersonale.

> DOMINÉ

La grande sorpresa della degustazione; viene da una stagione difficile (bella fino a luglio, poi rovente e seccata fino a vendemmia) e non ha mai svolto la malolattica, ma la corazza di estratti e la profondità di espressione delle uve di Maiolati l'hanno dotato di un talento speciale. Sa di miele cristallizzato, frutta bianca fresca, spezie, fiore di tiglio, sale iodato, e sciorina una bellissima bocca salata e continua, molto ricca di materia ma mai pesante, chiudendo su ricordi di panificazione e pasticceria. L'impeccabile equilibrio d'insieme suggerisce abbia ancora qualche margine di evoluzione.

2004

> SAN PAOLO

Un unicum: è il solo "San Paolo" ad essere passato – sebbene solo per il 10% - in barrique, e venne in parte disacidificato in cerca di un bilanciamento che non c'era: tutti protocolli poi abbandonati. E dopo 15 anni cosa ne è? Profuma di pera in sorbetto e resina, con qualche idea gessosa; suggerisce una materia densa e grassa, che puntuale si presenta all'assaggio, al quale mancano ritmo e slancio; la tenuta di questo vino nel tempo è tuttavia da rimarcare come eccezionale: non vi è un singolo indizio di ossidazione. Parlo di un'epoca in cui si tentò di "prendere le misure al territorio"; missione compiuta solo in parte; ma è un bianco che lotta ancora con energia, e che è interessante e istruttivo assaggiare. "Qui inseguivamo ancora la nostra idea di vino, senza trovarne le coordinate: andammo per tentativi" ricorda Alessandro. Il talento e la sensibilità però c'erano già allora, e questo vecchio eroe lo testimonia. Di qui in avanti, fu tutto un rilancio di "ad maiora"; e il meglio forse deve ancora venire.

VOUVRAY E MONTLOUIS: *le gemelle* *dello chenin blanc*

Affacciate sulla Loira, le gemelle tourangelles si guardano l'un l'altra condividendo non solo la classe dello chenin blanc, ma anche una versatilità declinata in più tipologie e conseguenti abbinamenti a tavola

 SAMUEL COGLIATI





IL

più lungo fiume di Francia pennella per tutto il suo corso un affresco di paesaggi, vocazioni, sapori, interpretazioni vinicole. Dai 1.400 metri della sorgente nel Massiccio Centrale fino all'ampio estuario a valle di Nantes, dove il *fleuve* si congiunge con l'oceano Atlantico in un lento abbraccio, percorre 1.020 chilometri, costellati da vigneti che corteggiano tutte le tipologie enoiche immaginabili: dalla croccante fermezza dei rossi alla suadenza dei dolci bottrizzati, dalla giovanile fragranza dei bianchi secchi alla profondità delle versioni più vinose, fino alla delicatezza dei rosati e alla vitalità dei suoi migliori vini briosi. Sono rare le regioni viticole capaci di vantare una tale completezza e, al contempo, tanta diversità espressiva.

Questa fantasmagoria di aromi e consistenze rende difficile parlare di Loire al singolare, dovrebbe invece costringerci a usare il plurale. C'è tuttavia un dato ricorrente, che concorre a forgiare l'identità regionale: è il "gioco di specchi" tra le due sponde del grande fiume, grazie al quale, a parità di vitigno e a fronte di terroir similari, si rimirano vicendevolmente due distinte denominazioni d'origine. Succede con il sauvignon blanc tra Sancerre e Pouilly-Fumé, con il cabernet franc tra Bourgueil e Chinon, con lo chenin blanc tra Savennières e l'Anjou. Ma forse la più clamorosa di queste rime bacciate è quella che ci apprestiamo a scoprire ora, tra Vouvray, sulla sponda destra del fiume, e Montlouis, sulla riva sinistra.

UN'UNITÀ NARRATIVA IN TURENNA

La Turenna del vino si estende su oltre 4.500 ettari tra Blois e la convergenza dei fiumi Loire e Vienne, 130 chilometri più a valle. Al centro di questo eterogeneo e vasto areale vitato, sorge l'elegante città di Tours, baricentro del comprensorio dei castelli e antica capitale del regno di Francia: nel tardo Medioevo ospitò infatti per un secolo la corte e il suo séguito di espressioni artistiche, letterarie, culturali.

Una manciata di chilometri a monte della città, si guardano Vouvray e Montlouis-sur-Loire, *appellations d'origine* istituite a pochi mesi di distanza, tra il 1936 e il 1938, ma già eredi di un antico e luminoso passato. Se una certa rivalità è naturale e quasi inevitabile – frutto del campanilismo, della prossimità, del differente blasone – l'unità espressiva ha forse la meglio. A tenere strette le gemelle *tourangelles* sono la comunanza ampelografica, la contiguità territoriale (interrotta solo dal fiume), l'impronta geologica del terroir, il profilo orografico, la gamma delle interpretazioni vinicole. Benché connotate da fortune diverse – che fecero di Vouvray la sorella eletta, e di Montlouis quella costretta a inseguire – queste due Aop si assomigliano dunque più di quanto non differiscano. Per il degustatore distinguere alla cieca un Vouvray da un Montlouis non è un'impresa agevole.

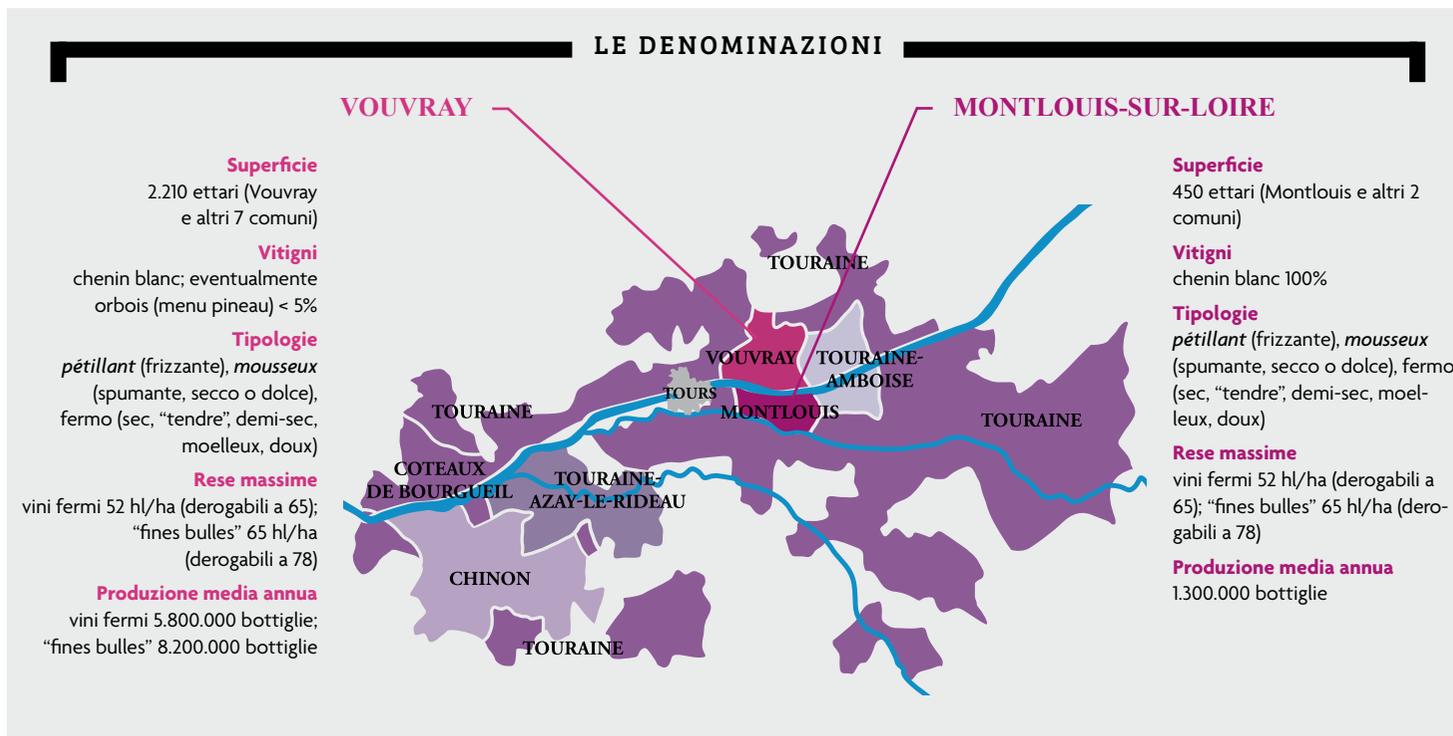


Vincent Carême: cantina e botti

GALEOTTO È LO CHENIN

Tra quelli coltivati in Loire, lo chenin blanc è pacificamente considerato il vitigno bianco di inarrivabile statura. Versatile, di carattere forte, intenso, è capace di plasmarsi all'andamento meteorologico dell'annata e di suggerire – se non imporre – un preciso impiego al suo vinificatore. Così, tra un millesimo e l'altro, da un cru all'altro, da un approccio viticolo all'altro, lo chenin gioca con i profumi, le trame gustative, le dolcezze, e spazia dall'effervescenza alla tensione dei vini più asciutti,

LE DENOMINAZIONI



fino a raggiungere, viceversa, mirabolanti concentrazioni zuccherine che amareggiano con la *Botrytis cinerea*. Inafferrabile, imprevedibile, ondivago, eppure sempre marcato da un'energica identità, è un superbo vitigno settentrionale, adatto ai climi freschi e sensibile alla qualità del terroir.

IL FASCINO DELLA POLIMORFIA

Questa duttilità tecnica ed espressiva rende possibile la produzione di Vouvray e Montlouis declinati in vari modi.

Le cosiddette "fines bulles" sono vini frizzanti o spumanti prodotti con il metodo ancestrale (ovvero un'unica fermentazione terminata spontaneamente in bottiglia) oppure con il metodo tradizionale (rifermentazione indotta ed eventuale dosaggio dopo la sboccatura). Nella stragrande maggioranza dei casi i *pétillants* o *mousseux* sono vini secchi, ma è possibile anche un dosaggio atto a produrre demi-sec o simili. La loro origine in quest'areale è ultracentenaria: affonda le sue radici nella vecchia abitudine di imbottigliare molto precocemente nettari poi conservati sotto la sabbia, per mantenere una temperatura ambientale fresca e governare così – certo un po' approssimativamente – il tumulto della presa di spuma.

I vini tranquilli oscillano invece spesso sul crinale di un residuo zuccherino altalenante. Tanto che, per i Vouvray e i Montlouis etichettati come «secchi» sono tollerati zuccheri residui fino a 8 grammi/litro! I bianchi abboccati vengono talora informalmente denominati *tendre*, alla lettera "teneri". Benché non infrequenti, queste versioni cedono tuttavia di norma il passo a quelle in cui il residuo è assai più modesto, al punto da consegnare bianchi pressoché asciutti. Se consideriamo la vivida o talora nervosa acidità di cui sono dotati, l'eventuale embrione di dolcezza finisce per confondersi con una connivente morbidezza.

UN TERROIR DI VALORE

Nonostante le differenze che connotano le età geologiche e le sottigliezze dovute all'erosione, all'esposizione e alla morfologia, Vouvray e Montlouis condividono un terroir sostanzialmente unitario. Altitudine ridotta (tra 50 e 110 metri), clima oceanico leggermente alterato (ovvero fresco – massime estive tra 22 e 25 °C – e moderatamente piovoso – 700 mm l'anno), e una matrice geologica di prevalente natura calcareo-gessosa. Questa scocca di calcare (detta "tuffeau") è in genere ricoperta da uno strato di terre argilloso-sabbiose, silicee o limose. Su entrambe le sponde del fiume il bassopiano s'interrompe in modo brusco, con falesie che affacciano sulla Loira. Ma al netto di questi incisivi episodi orografici, i declivi sono piuttosto ondulati, e perlopiù dolcemente orientati a sud.

Ma la classe dello chenin radicato lungo la Loira è anche la capacità di donare, in talune annate e in certe condizioni, una strabiliante concentrazione zuccherina in pianta; con i suoi acini flirta talora anche la *muffa nobile*, apportando il suo contributo aromatico e di disidratazione. A seconda dell'andamento meteo e della predisposizione del terroir, le uve si predispongono dunque verso nettari di garbata e modulata dolcezza (i *demi-sec*), oppure di franca e smaccata opulenza (i *moelleux* e i *doux*). Non è solo la dovizia zuccherina a connotare questi grandi passiti, che brillano anche per la raffinatezza e la complessità del loro bouquet.

I PRODUTTORI



Vouvray conta circa 180 aziende produttrici; Montlouis una settantina. In quest'ampio scenario alcune di esse costituiscono dei punti di riferimento. Ne ho selezionate alcune e ringrazio i loro importatori italiani per avermi permesso di assaggiare le ultime annate in commercio.

Jacky Blot

37270 Montlouis-sur-Loire
www.jackyblot.fr
Importato da Sarzi-Amadè
(Milano)

Il Domaine de la Taille aux Loups conta 25 ettari a cavallo delle due Aop. L'approccio è di tipo ragionato, con fertilizzanti organici, lavorazione del suolo e vendemmia manuale con cernita. In cantina, rese ridotte e vinificazione in legno piccolo. I vini hanno in genere un profilo assai sorvegliato e fattura classica: ancora serrati e crudi, il **vin-de-France "Venise" 2015** (parcellare di Vouvray) e il **Montlouis "Les Hauts de Husseaux" 2015** vanno decantati in anticipo e serviti a 12-13 °C, per non indurirne il profilo arcigno ma liberarne l'espressività. Si evolveranno per anni. Molto più risolto il **Montlouis "Clos de Mosny" monopole 2016**: una bottiglia di gran classe, costruita attorno a una materia prima di sostanza e finezza notevoli. Il rovere si avverte distintamente, ma fa parte dell'espressione stessa del vino. Tra i vini dolci, il **Montlouis moelleux 2015** contrappunta la sua ricchezza zuccherina e il senso di maturità con una trama acida di tutto rispetto: un vino vivido e concentrato, proiettato nel prossimo decennio.

Vincent Carême

37210 Vernou-sur-Brenne
vincentcareme.fr
Importato da Maurizio Cavalli
(Parma)

Vincent Carême e sua moglie Tania si sono imposti, negli ultimi anni, come una certezza. Agricoltura biologica molto rigorosa e scarsa invasività in fase di vinificazione (fermentazioni spontanee, nessuna correzione dei parametri enologici, solfiti contenuti) regalano vini di carattere e purezza espressiva. Sia il **Vouvray brut** sia il **mousseux ancestrale** sono spumanti dal profilo goloso e fedeli riflessi dell'annata. I vini fermi hanno in genere bisogno di un anno o due di bottiglia per sprigionare carica gustativa e finezza, ma già da giovani si rivelano assai gustosi. L'autorevole **Vouvray sec 2016**, ad esempio, è un vino ancora crudo ma teso e lanciato, tonico e delicatamente minerale; davvero convincente.



Philippe Foreau Domine du Clos Naudin

37210 Vouvray
tel. +33(0)2.47.52.71.46
Importato da Teatro del vino
(Calenzano, FI)

Azienda storica di Vouvray, il Clos Naudin è un faro per chi cerca vini di fattura sicura, ricca e ben tracciata. I 12 ettari di vigne danno bianchi di tutte le tipologie, con egual successo. I metodi classici sono una sicurezza: l'ottimo **brut 2012** (tre anni in catasta, dosaggio 5 grammi) si fa notare per tenacia, asciuttezza esecutiva e persistenza. Il **demi-sec 2011** (tre anni sur lies, dosaggio 25 grammi), meno raffinato e serio, è oggi pronto per essere goduto con un approccio gioviale e rilassato. I vini secchi sono talora austeri nei primi anni, ma invecchiano in modo esemplare. Compatto, radioso, completo, sinuoso e già elegante è ad esempio il **Vouvray sec 2016**. Philippe Foreau e suo figlio Vincent coltivano infine la vocazione di casa per i grandi **moelleux**, di cui il **2015** è una dimostrazione di garbo, densità, equilibrio e nitidezza. Nelle annate superlative per la botrytis nasce la rara cuvée "Goutte d'Or".

François et Julien Pinon

37210 Vernou-sur-Brenne
www.francois-pinon-vouvray.com
Importato da Vite snc (Genova)

Sono ormai oltre trent'anni che François Pinon ha preso le redini dell'azienda di famiglia, fondata nel lontanissimo 1786. Con l'ausilio del figlio Julien, lavora in biologico 8 ettari di vigne, quasi metà delle quali ormai ultra-quarantenni. Secondo il tradizionale schema vouvrillon, la gamma dei vini è ampia e diversificata. Menzione speciale per il **Vouvray brut non dosé 2015**, spumante di classe cristallina e autentica mineralità, testimonianza di una rara qualità della materia prima. Ancora da attendere alcuni anni invece il **Vouvray sec "Les Déronnières" 2017**, che il tempo spoglierà della sensazione un poco acerba, riportando in luce una sostanza untuosa, appena abboccata, d'espressione assai libera.



Domaine Huet

37210 Vouvray
www.domainehuet.com
Importato da Velier (Genova)

Dirimpettaio di Philippe Foreau, questo domaine fondato nel 1928 è recentemente passato in mani americano-filippine. L'approccio tecnico (viticoltura biodinamica dal 1988 e scarsa invasività in cantina, ad eccezione degli abbondanti solfiti), non è però cambiato, sotto la guida di Jean-Bernard Berthomé. Nella più pura tradizione locale, da Huet si continua a imbottigliare presto, a primavera, dopo un *élevage* in botte piccola nelle grotte naturali. I *tre lieux-dits* aziendali sono spesso proposti sia in versione secca sia in quella dolce. Giovanissimi i **Vouvrais sec 2017**, con un "**Le Haut Lieu**" d'impronta golosa e sostanziosa, dotato di una tattilità ovattata, più polposa che incisiva: la freschezza non fa comunque mai difetto. Il "**Clos du Bourg**" è equilibrato, gradevolmente minerale, ancora alla ricerca di una compiutezza espressiva che richiederà un po' di bottiglia, prima di consegnare un vino più rilassato. I **demi-sec 2016**, ancora molto giovani, appaiono ricchi e proiettati verso una definizione in divenire. Più che lo zuccheroso **Le Mont**, e il **Clos du Bourg** marcato da un amarognolo tenace, oggi è pronto da bere il fragrante **Haut-Lieu**, condotto da un affinamento sapiente, che gli conferisce uno slancio libero e gustoso. Infine la versione **moelleux**, con un "**Haut-Lieu**" 2016 dal fruttato pieno (ananas, bergamotto, frutti esotici), untuoso e generoso in bocca, che esprime densità e intensità.

François Chidaine

37270 Montlouis-sur-Loire
www.francois-chidaine.com
Importato da Maurizio Cavalli (Parma)

Il domaine di François Chidaine si estende ormai su 37 ettari e varie denominazioni. Venti ettari sono consacrati al Montlouis, dieci al Vouvray. A Montlouis Chidaine offre ai visitatori anche un'enoteca ben fornita (La Cave Insolite) e una confortevole struttura ricettiva. Da oltre un quarto di secolo il regime agricolo è rigorosamente biologico e da vent'anni si lavora in biodinamica (certificazione Biodyvin). La gamma aziendale è prevedibilmente vasta, con variabili legate alle tipologie e all'origine delle uve, non di rado vinificate in una logica parcellare: Clos du Breuil, Les Choisilles, Les Bournais o il Clos Habert sono ormai dei classici nel panorama di questo produttore. Tra le recenti uscite ho avuto modo di degustare il **Montlouis "Les Bournais" 2016**, superbo bianco a cavallo tra sec e tendre, di profonda opulenza e cesellata confezione, sostenuto da una raffinata spinta acida, che la maestosa ricchezza aromatica e la potenza avvolgono a dovere.



François et Julien Pinon: vendemmia

Quale che sia il loro grado di asciuttezza o dolcezza, Vouvrais e Montlouis sono accomunati da una nobile facoltà: invecchiare ed evolversi negli anni e nei decenni. Sanno sì donarsi al degustatore sin da giovani, ma l'attesa magnifica la loro inclinazione alla complessità.

VOUVRAY E MONTLOUIS A TAVOLA

Una tale varietà espressiva incita alla sperimentazione gastronomica; l'imprevedibilità del rapporto acidi-zuccheri non mette al riparo dalle sorprese. Nondimeno queste bottiglie sanno spaziare nei loro abbinamenti culinari dalla terra all'acqua, dal vegetale all'animale. Possono replicare con talento a un pranzo intero.

Futile dilungarsi sulla proverbiale versatilità delle *finés bulles*. Quanto ai vini fermi, il nodo della questione è ovviamente l'eventuale dotazione zuccherina. I bianchi abboccati o amabili – dai toni speziati e canditi – giostrano con i formaggi di spiccata personalità (specie caprini), le terrine e i pâtés (persino di selvaggina!), i piatti vegetali e speziati della cucina asiatica, e svariate altre leccornie. Meno scontato immaginare che un Vouvray demi-sec trovi una compagna d'eccezione in una pizza rossa con ricotta salata, provola affumicata e salame piccante!

Più rigorosi, i bianchi asciutti – talora ferocemente nervosi, tra note linfatiche e floreali – hanno vocazione ad accompagnare pesci fluviali o marini quali la trota, il pesce gatto, il rombo o il salmone.

Ai *moelleux* e *liqueux* ovviamente riserviamo il compito di contrastare i formaggi erborinati, o asseccare i dessert. ■

Sud Africa *Tra Vecchio e Nuovo Mondo*



*Ogni volta che si pone l'esigenza di una tassonomia dei diversi Paesi produttori, i vini del **Sud Africa** sono abitualmente descritti, in Italia ma non solo, come: "i vini del Nuovo Mondo". Ma chi li conosce bene li considera più appartenenti al "Vecchio Mondo" piuttosto che al Nuovo. D'altronde, qui, si produce vino da ormai 350 anni e con diversi tratti distintivi affini a quelli dei più antichi Paesi produttori.*

Vigneti nella valle
di Stellenbosch



ILARIA RANUCCI

2 febbraio 1659

Il vino del Sud Africa ha, cosa rara per un intero paese, una precisa data di nascita: 2 febbraio 1659. In quella data Jan Van Riebeeck, primo comandante della Colonia del Capo olandese scriveva sul suo diario: “Oggi, grazie a Dio, per la prima volta è stato fatto del vino da uve prodotte nel Capo”. Un ringraziamento all’altissimo che testimonia sia l’importanza data al vino che le difficoltà e il senso del destino di un insediamento nato, in territorio aspro e remoto, nel 1652, quindi da pochissimi anni.

Quasi subito la svolta. Simon van der Stel, il primo Governatore e il fondatore di Constantia, fa del vino una priorità e quasi subito pretende aiuto. I Diciannove Signori, il Consiglio che governava la Compagnia delle Indie Occidentali olandese, accoglie la richiesta e supporta l’emigrazione nella Colonia di alcuni ugonotti francesi, spinti a scegliere una nuova Patria dal clima di persecuzione religiosa instauratosi in Francia dopo l’Editto di Fontainebleau del 1685. Nel 1688 i nuovi coloni, molti dei quali provenienti da regioni produttrici di vino, fonderanno Franschhoek, letteralmente “l’angolo francese”. E da “van der Stel” deriva “Stellenbosch”, nome famoso e presente su molte etichette di vino del Sud Africa.

Una difficile rinascita dopo il 1994

350 anni di produzione di vino sono sufficienti a considerare il Sud Africa “Vecchio Mondo”? Solo in parte perché poi la strada del vino sudafricano è più o meno quella tipica di una colonia. Vino di bassa qualità prodotto soprattutto per consumo locale e per rifornire di vini fortificati le navi di passaggio lungo l’importantissima rotta per le Indie. Esportazione per lo più legata alle esigenze della Madre Patria, soprattutto da quando la colonia è divenuta inglese e nei periodi in cui le ostilità con la Francia hanno chiuso agli inglesi l’accesso agli adorati vini francesi. Poi dalla seconda metà dell’Ottocento il buio, le guerre, la fillossera e infine l’Apartheid, che chiude al paese l’accesso ai mercati internazionali.

La viticoltura sudafricana del ‘900 è soprattutto quella delle cooperative, attente ai volumi e a sussidiare i viticoltori, di prezzi fissati per garantire un reddito. Tuttora circa la metà del vino sudafricano viene esportato sfuso e non entra affatto nel mercato del vino di qualità. Una delle cooperative, la KWV, diventa il regolatore del settore e lo resterà, definendo sino al 1992 i permessi di impianto di nuove vigne e sino al 1994 i prezzi. Non certo la strategia ideale per la produzione di vini di qualità eccelsa. Ma un punto di sostegno e un sollievo per i produttori alle prese con ripetute crisi.

Nel 1994 Nelson Mandela diviene Presidente e si riaprono i commerci con l’estero: in questi primi anni il vino sudafricano è di moda nei mercati internazionali. Poi emergono i limiti di qualità dei vini di un paese rimasto a lungo isolato e inizia un percorso di rinascita. Curioso che ad oggi, però, molte aziende produttrici famose siano quelle note anche due o trecento anni fa: Klein e Groot Constantia, Vergelegen, Spier, Saxenberg. Più vecchie di molte aziende italiane o francesi.

Una grande varietà di terroir su suoli antichissimi

Nessun dubbio, invece, che il Sud Africa sia un paese “Vecchio”, anzi antichissimo, dal punto di vista della geologia. La

ZONE VITIVINICOLE DEL SUD AFRICA

REGIONE COSTIERA

Distretti:

- SWARTLAND
- STELLENBOSCH
- TYGERBERG
- CAPE POINT
- CONSTANTIA
- TULBAGH
- PAARL
- DARLING
- KLEIN KAROO**
- Distretti:
- CALITZDORP
- UPPER LANGKLOOF

NON INCLUSI IN REGIONI

- CERES
- CEDERBERG
- LOWER ORANGE
- PRINCE ALBERT WALLEY

REGIONE OLIFANTS RIVER

Distretti:

- LUTZVILLE VALLEY
- CITRUSDAL VALLEY
- CITRUSDAL MOUNTAIN

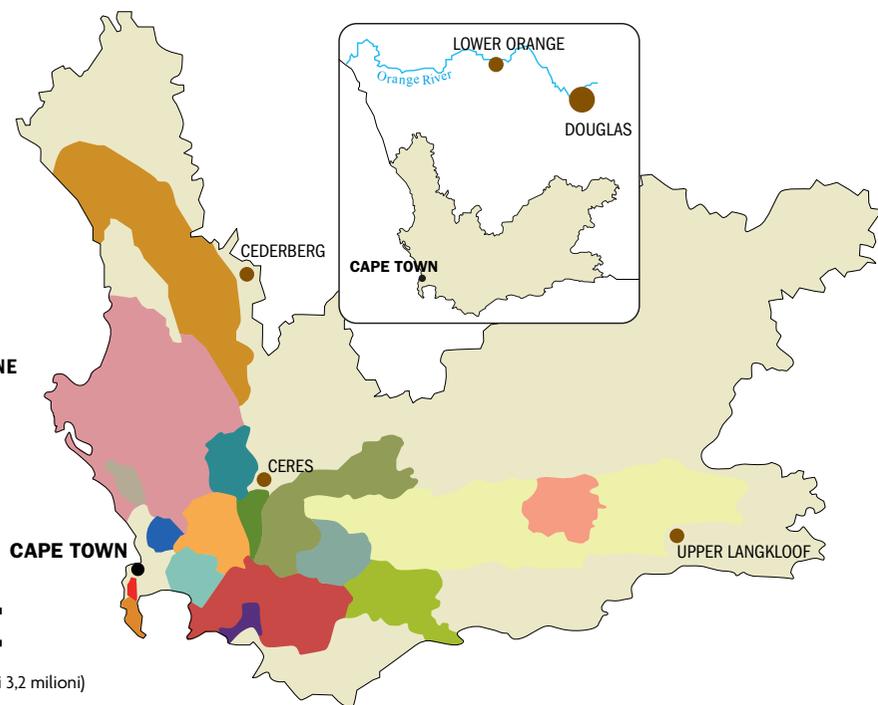
REGIONE BREEDE RIVER VALLEY

Distretti:

- BREEDEKLOOF
- WORCESTER
- ROBERTSON
- SWELLENDAM

DISTRETTI NON INCLUSI IN UNA REGIONE

- OVERBERG
- WALKER BAY
- DOUGLAS
- CAPE AGULHAS
- BOTRIVIER



IL SUD AFRICA DEL VINO IN PILLOLE

ETTARI VITATI 94.545 **PRODUZIONE (HL)** 9,2 milioni (Vini bianchi 6 milioni, vini rossi 3,2 milioni)

EXPORT (HL): 4,5 milioni **DESTINAZIONI PRINCIPALI** UK, Germania, USA

VITIGNI A BACCA BIANCA PIÙ COLTIVATI: chenin blanc, clombard, sauvignon

VITIGNI A BACCA ROSSA PIÙ COLTIVATI: cabernet sauvignon, shiraz, pinotage

Fonte: SAWIS (South African Wine Industry Statistics)

conformazione geologica non ha subito mutazioni significative dal cretaceo superiore (tra 96 e 65 milioni di anni fa), quando l'Africa si è separata da America del Sud e Antartide. Soprattutto, i suoli della fascia costiera vengono addirittura dall'erosione di massicci formati nel periodo Precambriano, tra un miliardo e seicento milioni di anni fa. Oggi, il risultato di milioni di anni di erosione sono suoli molto variegati una grande combinazione di esposizioni e altitudini diverse.

Ulteriori elementi di diversificazione sono dati dalla latitudine delle diverse zone, ma soprattutto dall'influenza di ben due oceani. Dall'Oceano Atlantico, e precisamente dal Polo Sud, arriva una corrente fredda, quella di Benguela. Dall'Oceano indiano arriva la corrente di Agulhas o del Mozambico. Ne risulta un clima che, nelle principali regioni produttive vicine alla costa, è di tipo mediterraneo, con estati calde, inverni temperati, piogge concentrate soprattutto nei mesi invernali, quindi scarse nel periodo del ciclo vegetativo della vite. Importanti i venti, soprattutto il più famoso, il Cape Doctor, che proviene dall'Atlantico e contribuisce ad asciugare e rinfrescare le vigne. Basta salire sulla Table Mountain e vedere le nubi che corrono veloci spinte dal vento per rendersi conto del suo vigore. Più lontano dalla costa il clima è più caldo e c'è forte dipendenza dai grandi fiumi. Ed infatti è in corso un dibattito sui vitigni più adeguati alle zone meno fresche, con molti esperti che caldeggiavano l'adozione più diffusa delle varietà del sud del Mediterraneo.

Denominazioni in continua evoluzione e varietà in etichetta

Difficile definire il Sud Africa "Vecchio Mondo" se si guarda al suo sistema delle denominazioni. Contrariamente ai più tra-

dizionali paesi Produttori, il sistema delle denominazioni non riflette una conoscenza consolidata del terroir. La normativa è più aperta e non entra nella scelta dei vitigni e delle pratiche produttive. Il riconoscimento ad un vino della denominazione prevede comunque commissioni di assaggio come nei principali paesi europei, e queste possono anche negare il sigillo di certificazione ad un vino a motivo della scarsa tipicità. La ricerca di identità e tipicità è comunque un tema molto attuale e riflette la dinamica di un paese che ha subito, da relativamente poco tempo, grandi cambiamenti ed è ancora alla difficile ricerca di una stabilità economica, politica e sociale.

L'indicazione varietale, come per la maggior parte dei vini del Nuovo Mondo, è l'approccio prevalente usato per la promozione commerciale. Se ne trova anche conferma nel fatto che il mix di vitigni utilizzati è variato anche di molto nel corso degli anni e in risposta alle istanze di mercato. Rispetto, ad esempio, ad Australia e Stati Uniti, è maggiore il ricorso ad assemblaggi, soprattutto per i vini di maggiore pregio e guardando a Bordeaux. Spesso tra il cabernet sauvignon in purezza e quello in assemblaggio, ad esempio, è quest'ultimo il vino bandiera della proprietà.

Il sistema delle denominazioni si articola in quattro livelli, definiti su basi burocratiche più che di omogeneità produttiva e quindi relativamente difficili da ricondurre alle caratteristiche del vino: Geographical Unit, Region, District e Ward.

È un sistema non difficile da decodificare una volta appreso che una sola Geographical Unit, il Western Cape, fino al 2017 rappresentava il 95% dei vigneti adibiti alla produzione di vino, di cui il 75% in soli cinque District. Il principale riferimento per la produzione di vini di qualità sono tuttora due Region

Vigneti nella zona del Franschhoek



all'interno del Western Cape: la Coastal Region, quella più antica, e la Cape South Coast, con clima più fresco. Queste due regioni contengono i District più celebri: Franschhoek, Paarl, Stellenbosch, Cape Agulhas, Elgin, Walker Bay. E la Coastal Region comprende anche Cape Town, District che raccoglie i celebri Ward intorno a Città del Capo, tra cui la leggendaria Constantia, oggi divisa in diverse proprietà. Altre denominazioni sono più recenti e ancora alla ricerca di identità.

Vitigni in continua evoluzione con uno stile "tra i due mondi"

I vitigni prevalenti sono cambiati moltissimo nei 350 anni di storia del vino sudafricano. Sino al ventesimo secolo prevaleva la ricerca di vitigni prolifici e atti alla produzione di vini liquorosi, soprattutto bianchi. I vitigni dei primi tempi sono solo in parte ancora tra i principali: moscati, sémillon, palomino, chenin blanc ed un uva tintoria, il pontac. Poi il cinsault: nell'800 ha avuto una grandissima diffusione ed è stato persino incrociato con il pinot nero, per ottenere il pinotage.

Al momento predominano ancora le uve bianche, che occupavano nel 2017 il 55,2% degli ettari vitati. Soprattutto colombar, chenin blanc e sauvignon blanc: questi ultimi due sono in crescita nella produzione di vini di qualità ed eleganti, con uno stile che si avvicina molto all'Europa, dopo alcuni anni in cui prevaleva uno stile fruttato più associato in genere al Nuovo Mondo. Tra i rossi sono in crescita shiraz, pinotage e pinot noir. È molto interessante la ripresa del pinotage: il miglioramento delle tecniche di produzione ed una maggiore conoscenza del vitigno si sono tradotti in rinnovata attenzione. Dimenticati o quasi i pinotage dai tristi sentori di gomma bruciata.

Tra le tendenze più interessanti c'è la riduzione degli ettari

Il Sud Africa del vino oggi: tanta qualità e belle speranze

A venticinque anni dalla fine dell'Apartheid il mondo del vino sudafricano ha fatto, in termini di qualità, immensi passi avanti. E i prezzi a cui riesce a collocare i vini sui mercati sono molto interessanti per gli acquirenti perché l'immaginario collettivo ricorda ancora vini immediati e poco costosi.

I produttori locali sono alle prese con molte difficoltà, ambientali in primis, basta pensare alla recente siccità. Ma anche alle implicazioni dei problemi sociali ed economici che ancora attanagliano questo bellissimo paese. E sul mercato del vino trovare posto non è facile, anche per la mancanza di vini iconici, che fissino un alto riferimento di prezzo e qualità nelle menti dei consumatori e facciano quindi da traino al resto della produzione.

Guardando il bicchiere mezzo pieno, vale la pena di dire che sono già in atto progetti di coinvolgimento delle minoranze nella proprietà, di miglioramento delle condizioni di lavoro, di conservazione ambientale. Persino di tutela delle vecchie viti, anche se si tratta ancora di pochissimi appezzamenti dato che gli impianti sono in media giovani. Il livello medio di competenza dei produttori è elevato e ci sono molte aziende giovani. Si può ancora partire da zero o quasi e comprare le uve o affittare vigne, così come usare strutture e macchine in affitto per creare il proprio vino ed il proprio brand.

Insomma, tante premesse per un maggiore successo di vini che, nel segmento premium, vanno sempre più verso uno stile basato sull'eleganza e sulla precisione nella definizione e conoscenza del terroir. Un peccato non conoscerli. ■

OVADA DOCG, orgoglio dolcetto

La peculiarità del territorio di Ovada nel binomio espressivo con il dolcetto è nota da secoli, celebrata anche da Soldati e Veronelli. Confusa per decenni tra il mercato del boom economico e l'alternanza delle mode, la nouvelle vague ovadese riporta alla luce la vocazione dolcettista del proprio territorio.

 ANITA CROCI



Uva da tavola, mosto per la cugnà e tanti vini da dolcetto. Un universo dove le denominazioni più vocate sono costrette a puntellare i dovuti distinguo da una produzione spesso anonima, distratta dai numeri e da un mercato più facile che lungimirante, che ha impresso al dolcetto l'immagine di un vino semplice e rustico, pronto sul frutto e ruvido nel tannino. Causa-effetto, in buona parte, la scarsa conoscenza del vitigno, le cui caratteristiche tecniche sono state indagate in modo scientifico solo di recente.

IL DOLCETTO. Si dice spesso che il suo nome sia legato alla particolare dolcezza del frutto, che non presenta acidità elevate. In realtà è più probabile che derivi da *dusset*, vale a dire "piccolo dosso", a richiamare la morfologia delle aree di tradizionale insediamento del dolcetto. La sua terra di elezione è il Basso Piemonte, dove è presente oggi con tre Docg e quattro Doc - sette in realtà, se consideriamo le macroaree - tra le province di Alessandria, Asti e Cuneo, dopo aver accompagnato per secoli la vita contadina come sostentamento quotidiano e merce di scambio nei mercati, da quelli locali alle piazze europee. In Liguria, dove lo si barattava con il sale e i prodotti del mare, ha trovato una nicchia nella zona di Pornassio, al confine tra le due regioni, dove si è radicato con il nome di Ormeasco per prossimità con la città di Ormea. Il ciclo vegetativo breve e la buccia consistente e molto pruinosa, che insieme al grappolo spargolo lo rendono ben resistente a muffe e marciumi, lo hanno portato talvolta a sconfinare fino all'area pedemontana e alpina del Piemonte, in Val d'Aosta e nell'Oltrepò Pavese; ma sono rare eccezioni, restando di fatto il dolcetto un'uva ultra localizzata e autoctona del Basso Piemonte.

Non è un vitigno di facile gestione: la fertilità è elevata e può esserlo anche la produzione, ma spesso è irregolare. Soffre gli attacchi di oidio e peronospora ed è soggetto a colatura



Vini intensi e profondi, di struttura e presenza tannica quasi ingombrante, ai quali il tempo regala una sorprendente complessità

degli acini, anche molto severa nelle zone non vocate a livello geologico o climatico, o se il vigneto non viene condotto con i dovuti crismi. Non ama le terre leggere e geologicamente giovani dove può soffrire la siccità e mal sopporta anche quelle fertili con ristagno idrico. Ha un patrimonio fenolico fortemente caratterizzante: è ricco di antociani quanto la barbera e la struttura tannica è superiore a quella del nebbiolo; inoltre la tipologia di flavanoli gli conferisce un caratteristico retrogusto amarognolo di mandorla.

Va da sé che le versioni più semplici dei vini a base di dolcetto, per quanto radicate nella tradizione, poco rispecchiano il vero carattere di un'uva che può esprimersi al meglio solo quando correttamente gestita, a partire dalle scelte di impianto e di conduzione del vigneto, alla cura di tutte fasi del ciclo vegetativo e alla trasformazione in cantina, dove sono essenziali una compiuta estrazione tannica e una maturazione del vino adeguata nei tempi e nei modi.

IL TERRITORIO. Ovada si trova nell'Alto Monferrato, al limite meridionale del Piemonte, dove l'aria già profuma di mare. L'areale di produzione della Docg comprende le zone collinari di ventidue comuni, in un paesaggio suggestivo che si sviluppa attorno al corso del fiume Orba, dove il dolcetto trova le condizioni ideali per esprimere le sue potenzialità enologiche.

A dispetto della rinomata dolcezza di queste colline, le pendenze su cui insistono i vigneti sono spesso elevate. In estate beneficiano dei venti marini meridionali, che portano un clima caldo e secco, mentre gli inverni sono freddi e spesso imbiancati dalla neve che le correnti settentrionali spingono fino a bassa quota. Un posizionamento geoclimatico molto favorevole, che contrasta lo sviluppo di malattie crittogamiche e permette un approccio alla viticoltura a basso impatto ambientale, come testimoniano le molte le aziende attualmente in regime biologico certificato.

OVADA DOCG

- ▶ **Areale di produzione**
22 comuni in provincia di Alessandria con epicentro Ovada.
- ▶ **Vitigni**
dolcetto 100%, vinificato esclusivamente in rosso.
- ▶ **Tipologie**
“Dolcetto di Ovada Superiore” o “Ovada”, anche nelle tipologie “Vigna” e “Riserva”, anche congiunte.
- ▶ **Giacitura e altitudine**
esclusivamente collinare, fino a 600 m s.l.m. con esclusione dei fondovalle.
- ▶ **Invecchiamento minimo**
12 mesi; 20 per la menzione Vigna e 24 per la Riserva.



La geologia del territorio è assai tormentata, con terreni di matrice diversa, presenti in combinazione e con frequenti alternanze tra le marne arenacee e calcaree del Miocene, le cosiddette “terre bianche” poco profonde, con strati di roccia affioranti e quelle rosse, più profonde e ricche di argilla e limo, ossidi di ferro e magnesio.

Uno sguardo al paesaggio ricorda l'estremo opposto del Piemonte vinicolo, dove il bosco si è ripreso in fretta i vigneti incolti o estirpati, imponendo a chi resiste i benefici ma anche le difficoltà di una biodiversità talvolta troppo selvaggia.

[...] *guardando verso i ripidi bricchi coperti da boschi e da vigneti che s'indovinano al di là, nella nebbia bassa, provo uno straordinario senso di sollievo, una giuliva certezza di ritrovare un'atmosfera aspra, montana, povera, indenne dagli eccessi consumistici.* Atmosfere d'antan, di riserbo e rigore sabauda, che Soldati si premura di appuntare come una cornice attorno all'incontro con un vignaiolo di grande impatto quanto poco séguito nella viticoltura ovadese degli anni Settanta:

Giuseppe Ratto.

Dottore in farmacia, intellettuale eclettico, *Uomo di frontiera che sa sperimentare, rispettando la sacralità della Tradizione* diceva di lui Veronelli. Una figura anarchica e controcorrente, tra i primi a credere nel valore del territorio, a riconoscere e rispettarne le singole identità. Conosceva la Francia, il concetto di terroir e la sacralità dei cru. Con gli stessi principi vinificava separatamente le sue due vigne: Gli Scarsi, eredità del padre e Le Olive, nata dalle sue mani. In una zona tragicamente votata alla quantità e all'immediatezza, che il dolcetto lo vendeva sfuso nella vicina e facile piazza di Genova, Pino il suo vino lo imbottigliava, custodiva e aspettava. Non ebbe simpatie né proseliti, almeno



non tra i produttori del tempo: troppo diverso l'approccio e gli orizzonti, dove il vino era il fine per uno, per gli altri il profitto.

Per recuperare l'identità e l'orgoglio del proprio dolcetto, il territorio ha dovuto attendere che i suoi confini, mentali e culturali, fossero scompigliati da un vento nuovo: l'avvento generazionale, più aperto per nascita alla globalità e più preparato professionalmente, insieme alla spinta di chi da queste parti non aveva radici, ma voleva impiantare il proprio sogno. Primo cardine di questo percorso, il riconoscimento della **Docg** per la versione Superiore del Dolcetto di Ovada, attribuita nel 2008. Recita il Disciplinare: *l'ovadese dà origine a questa Docg di grande pregio che è il coronamento dell'espressione della saggezza contadina e della grande potenzialità del territorio. Il rispetto della tradizione vinicola della regione insieme alla razionalità tecnologica hanno fatto sì che questo prodotto fosse rappresentativo per tutta la socialità e la territorialità della sua zona di produzione.*

Coscienza di sé e fierezza, che alcuni produttori hanno voluto proteggere e promulgare fondando il **Consorzio di Tutela** dell'Ovada Docg. Nato nel 2013, conta oggi 35 aziende associate su un totale di 46 produttrici, tutte di piccole dimensioni. Obiettivo fondamentale: crescere, in qualità e in numero. Perché la denominazione supera appena le ottantamila bottiglie e il desiderio è quello di fare da traino per la Doc promuovendone il transito alla Docg, verso la quale le resistenze sono ancora sostanzialmente due: il timore di dover conquistare una clientela disposta a spendere un po' di più -anche se i prezzi del Superiore sono in media assai contenuti- e il vincolo, per la Docg, di non poter ricadere nella Doc Dolcetto di Ovada ma nella meno qualificante Doc Monferrato Dolcetto.

E quindi tante iniziative per prendere coscienza del prodotto e farlo conoscere, dentro e fuori i confini territoriali. Ad esempio, dimentichiamo l'autoreferenzialismo tante volte imputato ai produttori di vino: almeno una volta l'anno qui si tiene una degustazione alla cieca cui partecipano tutti i consorziati, nella quale viene eletto il vino "istituzionale" che per l'anno rappresenterà il Consorzio nelle attività pubbliche. Questo significa che i produttori assaggiano tutti i vini, potendo quindi parametrarsi in modo ampio e neutrale su quello che è l'andamento della denominazione e accettando – le classifiche sono rese pubbliche – di mettersi in gioco. Inoltre, tavole rotonde con i giornalisti ed esperti del settore e, non ultimo, una seria collaborazione con la ristorazione qualificata locale, che promuove la scoperta dell'Ovadese attraverso il connubio enogastronomico.

Un fermento che in pochi anni ha portato una trasformazione qualitativa enorme. Il risultato, per l'appassionato che oggi assaggia un Ovada, è poter ritrovare quell'identità territoriale distintiva, già apprezzata da Soldati nei vini di Ratto: *Il vitigno è lo stesso del Dolcetto delle Langhe, e il vino lo si distingue da maggior profumo, maggiore gradazione, maggiore densità e una maggiore possibilità di invecchiamento.* Caratteristiche simili al Dogliani – dove oggi però il panorama è molto più ampio e variegato – ma rispetto al quale, in generale, l'Ovada si caratterizza per una maggiore freschezza. L'ennesima conferma che la viticoltura di qualità è imprescindibile dal proprio territorio, nel quale deve identificarsi, riconoscendolo per nome. ■

Il comune di Ovada si trova in Piemonte, in provincia di Alessandria, nell'Alto Monferrato sulla confluenza del torrente Stura nell'Orba. Nella foto, sullo sfondo, i campanili della chiesa di Nostra Signora Assunta.



Il rispetto dell'uva, del territorio e del vignaiolo

*Sintesi della filosofia
produttiva di Sergio Molino*

☞ PAOLO VALENTE

Abbiamo incontrato Sergio Molino: langarolo di nascita, da oltre vent'anni consulente enologo per una trentina di cantine. Ama il nebbiolo in tutte le sue forme e a tutte le latitudini anche se non disdegna confrontarsi con altri vitigni piemontesi come la barbera e il moscato. È uno dei grandi sostenitori della nascita, vitigno autoctono quasi scomparso, di cui ha contribuito alla rinascita.

Sergio, parli del tuo percorso formativo.

Sono il più piccolo di quattro fratelli e nasco in una famiglia di vignaioli. Mio fratello maggiore, enologo, mi apre al mondo del vino; studio enologia ad Alba, fin dai 15 anni lavoro nel suo laboratorio di analisi e inizio ad avere a che fare con i vini e i relativi problemi. Incomincio a seguire qualche azienda, in particolare biologiche. Uno dei miei compagni di scuola è stato Severino Oberto dell'azienda Erbaluna, biologica da sempre; da lui ho imparato a guardare le cose da un punto di vista diverso rispetto a quello che ti insegnavano a scuola, dove tutto era basato sulla chimica. Per alcuni anni ho anche collaborato con aziende marchigiane e siciliane, ma poi ho smesso. Non volevo passare il mio tempo a viaggiare; volevo dedicarmi al nebbiolo.

Qual è la tua filosofia di lavoro?

Il mio approccio consiste sostanzialmente nel recuperare le vecchie sapienze, che qui chiamiamo "malissie", cioè quei trucchi o piccoli segreti che permettono di ottenere un buon risultato senza necessariamente intervenire o aggiungere sostanze estranee, pur legali. Oggi sono in grado di realizzare un buon Barolo anche senza aggiungere, ad esempio, bisolfiti. Ho imparato a farlo così e lo faccio ancora nello stesso modo.

Voglio esaltare le differenze tra i diversi produttori e non mi piace che risulti evidente la mano dell'enologo.

Non amo i vini che puzzano, mi piacciono i vini corretti, puliti, leggermente selvatici, non addolciti, né ammorbiditi. La mia barbera, ad esempio, avrà sempre un'acidità importante, con poco tannino e senza sentori evidenti di legno.

Tutto ciò come si traduce in pratica?

In cantina sviluppo fermentazioni particolari, macerazioni lunghissime; per i Barolo, ad esempio, andremo a svinare verso il 20 febbraio. È una tecnica che arriva dal passato ma che ho perfezionato eliminando le parti meno nobili delle vinacce: i vinaccioli, i rapetti, la sporcizia. Faccio una pre-svinatura di sgrossamento; ottengo così dei Barolo dai profumi fantastici e con tannini già morbidi; è un processo che ti fa apprezzare il vino due o tre anni prima e al contempo lo fa durare nel tempo, una sorta di stabilizzazione.

Se posso, e se me lo consentono, non uso lieviti selezionati. Il 90% dei Barolo che faccio sono prodotti con lieviti indigeni. L'espressione del vino è ben diversa, ottengo una fermentazione più regolare che non risente delle differenze climatiche tra le annate.

Quali sono state le persone che hanno maggiormente influenzato il tuo percorso?

Come dicevo mio fratello maggiore era enologo, praticamente l'unico in Langa a quei tempi; nel cortile di casa mia passavano personaggi del calibro di Roberto Voerzio, Domenico Clerico, Enrico Scavino, Bruno Rocca, solo per citarne alcuni. Io sono cresciuto in mezzo a queste persone. Domenico Clerico, che fu anche il mio primo cliente, mi ha insegnato a non correre dietro al mercato, a prenderla molto con calma e a fare le cose

*Per il vignaiolo
voglio essere un
supporto che
interviene quando
sta facendo
qualcosa di non
corretto oppure
non conosce
una "malissia"*





LA SCHEDA

Sergio Molino, classe 1960, nasce a La Morra da una famiglia contadina produttrice di vino, una delle poche per l'epoca. Respira fin da subito l'aria della cantina ed è suo fratello maggiore, enologo, che lo indirizza alla Scuola di Enologia di Alba. Dopo il diploma diviene da subito consulente per alcune aziende locali; dopo qualche anno di collaborazioni anche in altre regioni d'Italia, decide di focalizzarsi sulle aree di produzione del nebbiolo: Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta. Dal 1998 gestisce l'azienda di famiglia.

oneste: quello che dici fai e quello che fai dici. Lui era anche un fan di Roberto Voerzio il quale, a sua volta, ci ha insegnato a diradare, a ridurre le rese, a fare dei vini importanti, ricchi. Quando esci da scuola hai voglia di sperimentare tutte le cose che ti insegnano; loro mi hanno messo sulla via lenta ma molto rettilinea e in venticinque anni la mia linea non è cambiata. Queste sono le figure che mi hanno dato di più, mi hanno dato i valori.

Cosa significa fare qualità?

Significa dare al cliente tutto quello che si aspetta. Fare semplicemente un vino che piace non è corretto. Il cliente deve poter ascoltare la storia di un produttore, assaggiare il vino e poi sognare. Il vino non è più una bevanda per nutrirsi o ubriacarsi, il vino è un divertimento, pura passione, emozione. Un vino deve essere fatto nel modo migliore e più genuino possibile senza lasciarsi influenzare dalla moda o dalla destinazione geografica a cui sono riservate le bottiglie. Questo per me è qualità.

Cosa vuol dire essere enologo?

Per me personalmente significa cercare di entrare nella testa del vignaiolo, capirlo, dargli una mano, per quanto mi è possibile, a fare sempre il meglio per raggiungere quel concetto di qualità di cui parlavamo prima. Per il vignaiolo voglio essere un supporto che interviene quando sta facendo qualcosa di non corretto oppure non conosce una "malissia", voglio aiutarlo a capire dove da solo non è arrivato. Questo per me è una grandissima soddisfazione. Fare l'enologo significa rispettare al 100% l'uva, al 100% il territorio e al 100% il vignaiolo.

Parlaci del Progetto Nebbione.

Sono partito dall'osservazione che eliminando la punta inferiore del grappolo di nebbiolo si ottengono vini rossi DOPG di migliore qualità. La punta infatti presenta caratteristiche simili

ad un'uva a bacca bianca: bassa quantità di zuccheri e grande mineralità e acidità. Da qui ho ideato il Progetto Nebbione che si basa appunto sull'utilizzo di queste punte per produrre un metodo classico bianco, 100% da uve nebbiolo, con lunga permanenza sui lieviti. Con la vendemmia delle punte si può lavorare meglio sull'acidità del vino ottenendo una costanza di risultati difficilmente raggiungibile, almeno in annate climaticamente difficili, utilizzando il grappolo intero. Ho proposto questa tecnica ai produttori per i quali sono consulente e otto di loro hanno aderito al progetto.

Vitigno o territorio?

Non tutti i vitigni possono essere impiantati in tutti i territori. Alcune varietà non si adattano proprio a certi suoli mentre altre hanno più facilità di adattamento anche se danno risultati eccellenti solo su determinati tipi di terreno. Ho provato a confrontare il vitigno che conosco di più, il nebbiolo, nelle diverse aree. È un vitigno, come altri delle varietà più nobili, che tende a prevalere sul territorio. In Valle d'Aosta, sulle terrazze a certe altitudini, piuttosto che in Langa, si ottengono vini differenti ma l'espressione del nebbiolo prevale chiara e netta; risultati significativamente differenti si ottengono solo su terreni molto particolari, ad esempio quello vulcanico. L'importante è rispettare il territorio e valorizzare l'uva.

Sei produttore oltre che consulente.

Dal 1998 ho ripreso in mano le vigne di mio padre e ora produco qualche migliaio di bottiglie tra Barolo e Barbera. Lo produco in un modo diverso rispetto a quello che faccio nelle cantine per le quali sono consulente. Lascio veramente che l'uva si esprima da sola e mi limito a controllare che tutto vada bene. Questo, tradotto nel bicchiere, diviene qualcosa di particolare, che affascina l'appassionato. Non so bene cosa sia ma noto che spesso, alle degustazioni, le persone ritornano perché hanno trovato qualcosa di differente, qualcosa in più. ■

Wines and spirits specialist since 1856




MEREGALLI
Wines


MEREGALLI
Spirits


MEREGALLI
FRANCE


MEREGALLI
SUISSE


MEREGALLI
MONACO

TENUTA FERTUNA
maremma toscana

meregalli.com



Franciacorta Demi Sec e...

Un abbinamento che suona come una sfida. Note lievemente dolci e profumi esuberanti. A raccogliere la provocazione lo chef **Takeshi Iwai**

👉 PAOLO VALENTE

Il nostro viaggio tra gli abbinamenti prosegue in questo numero con un accostamento inconsueto.

Abbiamo voluto prendere in considerazione una tipologia di Franciacorta non particolarmente comune e diffusa: un demi-sec rosé. Questa volta l'abbiamo proposto ad uno chef di origine giapponese: Takeshi Iwai. Ne è nato un connubio dalle interessanti alchimie in bilico tra il dolce e il salato, tra tradizione culinaria italiana e influssi orientali.

IL VINO

Franciacorta Rosè Demi Sec La Montina

La storia moderna di La Montina inizia nel 1982, quando tre dei sette fratelli Bozza - Gian Carlo, Vittorio e Alberto - acquistano i primi 12 ettari della tenuta insieme a Villa Baiana, storica casa di Benedetto Montini, avo di Papa Paolo VI. Fin da subito l'idea di produrre Franciacorta; la prima vendemmia risale al 1987 e la conversione dei vigneti in biologico al 2016. Realizzato con il 60% di pinot nero e il 40% di chardonnay, il Franciacorta Rosé Demi Sec riposa sui lieviti per almeno 24 mesi e presenta un residuo zuccherino di 33 g/L.

LA DEGUSTAZIONE

Il calice, di un brillante rosa antico, è solcato da un ricco perlage dalla corona persistente. Sprigiona sentori di delicati frutti rossi; elegante e sottile. Il panorama olfattivo prosegue con una girandola di profumi che rimandano al confetto, al gelato all'amarena, alla zagara e alla rosa canina con sbuffi di maggiorana. Al palato la bolla è fine e il residuo zuccherino accompagna la beva senza mai risultare invadente. Il bel respiro minerale è completato da ritorni di agrume dolce e confetto alla mandorla.



LO CHEF
Takeshi Iwai

Dopo aver lavorato a Tokyo per uno dei più importanti ristoranti italiani, Takeshi Iwai decide, una dozzina di anni fa, che era necessario trasferirsi in Italia. Il suo percorso di apprendimento dell'arte culinaria e della lingua italiana, con la quale si diverte a giocare nella concezione dei piatti (Pollo/Porro, Anguilla/Anguria), passa attraverso alcune delle più importanti cucine d'Italia: da Pino Cuttaia ai fratelli Alajmo passando per Antonino Cannavacciuolo. Approda infine a sud di Milano, nel complesso di Cascina Guzza-

fame, dove per quattro sere alla settimana apre il suo piccolo ristorante di soli 25 coperti: Ada e Augusto. Un ristorante nato dall'incontro di tre persone: Takeshi, in cucina, Mariagiulia che gestisce la sala e Francesca, sommelier e rappresentante della proprietà.

In una piccola frase è racchiuso il suo modo di fare cucina: "Penso che la mia filosofia alla fine sia essenzialmente legata alla materia prima di stagione e di alta qualità". Materia prima, per quanto possibile, a km zero; buona parte dei prodotti utilizzati proviene infatti dalla Cascina o dalle immediate vicinanze.

Il suo stile? Sempre al limite tra Italia e Giappone, la sua cucina è sempre in bilico tra le due culture, entrambe ricche di tradizione e di creatività; i suoi piatti non sono una semplice contaminazione tra le due tradizioni gastronomiche ma rappresentano una nuova idea di gusto che bilancia l'esperienza della grande cucina italiana con la sensibilità della memoria sensoriale orientale.

IL PIATTO

Lo chef Takeshi Iwai con gli ingredienti del piatto Anguilla, scarola e liquirizia, ha voluto richiamare le note del Franciacorta Demi Sec, vino dai sentori moderatamente dolci e dal bouquet ricamato. ■

Anguilla,
scarola
e liquirizia

INGREDIENTI (per 4 persone)

- 160g di anguilla
- 100g di fesa di manzo
- Maionese di rafano
- 90g di panna acida
- 20g di rafano
- 50g di olio al rafano
- Succo di limone q.b.
- Sale q.b.

Riduzione di aceto balsamico

- 100g di aceto balsamico bianco
- 50g di glucosio
- 50g di vino bianco
- 50g di vino mirin
- 25g di zucchero

Guarnizione del piatto

- 12g di fingerlime
- Polvere di liquirizia q.b.
- 40g di scarola
- Cent'occhi q.b.
- Sale q.b.
- Olio di alloro e lime q.b.
- Olio di pino q.b.

Preparazione

PER LA RIDUZIONE DI ACETO BALSAMICO:

cuocere in un pentolino aceto balsamico bianco, glucosio, vino bianco e vino mirin con lo zucchero fino ad ottenere un composto denso e caramelloso.

PER LA MAIONESE DI RAFANO:

Grattugiare il rafano e amalgamarlo alla panna acida. Lasciarlo a riposo per una mezz'ora per poi filtrarlo e emulsionarlo con olio di rafano. Aggiustare di sale e succo di limone

PER L'ANGUILLA:

Laccare l'anguilla con la riduzione di aceto balsamico e cuocere alla brace.

PER IL TATAKI DI MANZO:

Salare la fesa di manzo e scottarla per pochi secondi, su tutti i lati, in un padellino incandescente.

Tagliare a pezzettini, al coltello, e condirla con sale e limone a piacere.

MONTAGGIO DEL PIATTO:

Mettere alla base del piatto il tataki. Disporre sopra l'anguilla e coprire tutto con foglie di scarola condite con olio di alloro e lime, sale, limone e decorata di cent'occhi. A guarnire il piatto, una goccia di maionese al rafano e olio di pigna e un cucchiaino di finger lime. Spolverare tutto con polvere di liquirizia.



Il rito dello spiedo *bresciano*

L'antica arte dello "spiedare", una tradizione della cucina bresciana ricca di fascino e dove ogni singolo passaggio è fondamentale

👁️ ANDREA GRIGNAFFINI

Polenta e spiedo bresciano, un abbinamento classico, così come l'incipit con la "Minestra sporca"

Lo spiedo bresciano non è solo un modo di cucinare in sé e per sé, ma è un ritorno alle origini della storia dell'uomo quando cacciava le prede munito di una lunga asta di ferro molto acuminata infilzandole per cuocerle all'aperto al calore del fuoco. Anche i Romani utilizzavano lo spiedo per arrostiti carni e pesci da gustare con il garum, una salsa preparata con pesci fermentati. I Greci prediligevano la cottura alla brace previa lessatura delle carni di grossa taglia, accompagnandole con salse varie preferibilmente dolci. Arriviamo al Medioevo per osservare durante fastosi banchetti i valletti con grandi

vassoi, su cui erano in bella vista animali anche interi di grossa pezzatura, cotti allo spiedo piuttosto che al forno, arricchiti con profumi di erbe, spezie e laccati con miele. Anche il genio di Leonardo si cimentò per migliorare questo modo di cottura, inventando uno spiedo automatico provvisto di un'elica che girava autonomamente tramite il fumo e il calore sprigionato dal fuoco, alleviando i ragazzi addetti a girare lo spiedo accanto al fuoco.

La provincia bresciana è un territorio ricco di boschi, torrenti, rogge, laghi, un habitat ideale per la pesca e la caccia in particolare degli uccelli. In queste terre si sviluppa e si diffonde la tradizione dell'estrazione del ferro e di conseguenza la passione per le armi. Così la caccia diventa principale fonte di sostentamento rivolta soprattutto ai tanti volatili che diventano ben presto il piatto principale della cucina tradizionale di alcune Valli. Con il tempo questa pratica così diffusa in loco ha trovato dei paletti con nuove normative tipo il divieto di cacciagione di alcune specie di uccelli che nel caso si possano cacciare (ovviamente nei modi consentiti!) non si possono vendere, quindi ad oggi quello che era lo spiedo a base tradizionale di pettirossi, fringuelli, allodole, codirossi, peppole eccetera rimane un ricordo per gli appassionati.

Ora il linguaggio contemporaneo parla di maiale, conigli e volatili di stazza come polli et similia. Resta il tipo di cottura: da sempre si utilizza il burro (ottimo in queste valli), il lardo, ma si può deviare anche verso l'olio, magari in prossimità dei laghi della provincia. Interessante interporre tra i pezzi di carne, sezionata dalle abili mani di un addetto al taglio, foglie di salvia per aggiungere quel quid di freschezza e profumo alla carne porzionata in pezzi non superiori a circa 80 g per una cottura uniforme e integrale. Da non dimenticare la salatura, unica e irripetibile, dopo circa sessanta minuti dall'inizio della spiedatura.

La preparazione della brace, esente dalla fiamma, può essere di carbone o di legna, meglio se di olivo, vite, rovere, nocciolo e la cottura deve essere lenta (sulle 5 ore di media), uno "spiedare" continuo per una cottura uniforme che permetta al grasso di colare continuando ad irrorarle per ottenere carni morbide e saporite, aggiungendo fette di patate che risulteranno deliziosamente appetitose, avendo cura di porre la carne più compatta alternata a pezzi di carne più grassa.

Per convenzione lo spiedo è inteso come il contenitore metallico mentre il tamburo contiene le braci e ai lati sono appoggiate le stecchette su cui sono infilzate le carni che ruotano attorno ad un perno centrale. Poi ovviamente non può mancare la polenta. Come non può mancare l'incipit della "Minestra sporca" (a base di rigaglie di pollo) ottimo viatico corroborante ed eupeptico. A causa delle recenti normative va poi scritto che sta tornando in auge quello che sulle sponde lacustri aveva già dignità: lo spiedo con le sarde secche del Lago d'Iseo, genius loci certo ma anche, alla luce delle succitate normative, un modo per fare riemergere quel finale amarotico tipico degli uccellini.

Pochi ma specializzati sono i luoghi dello "spiedo" e non si può non dimenticare la Locanda del Benaco di Salò (Lungolago Zanardelli 44; tel. 0365.20308) gestita da Gianni Briarava. Così come sulla collina di Serle, baciata dall'aria lacustre, la Trattoria del Castello (Via Del Castello 38; tel. 030.6910001), di antica tradizione familiare, che presenta piatti che spaziano tra terra e lago. Ma è soprattutto l'eccellente spiedo DE.CO. accompagnato da una deliziosa polenta con tre farine a catturare il piacere della tavola. ■



L'ABBINAMENTO DI...
Nicola Bonera

Velluto rosso
da ovest a est

L'arte dello spiedo è più o meno come l'arte della norcineria; ogni ricetta è segretissima e ogni microscopica variazione nei dosaggi genera risultati differenti. Difficile, quindi, scegliere un solo vino: sono almeno tre quelli che, anche per territorialità e per gestione delle carni e delle cotture, potrebbero fare al caso.

La prima considerazione è relativa al sapore e alla persistenza all'assaggio dello spiedo, l'arricchirsi dei propri umori e l'assorbire i grassi di cottura cerca l'alleanza con rossi di struttura salda e persistenza; la presenza o meno degli uccellini implica il finale amaricante, bisognoso di un vino avvolgente, mentre la prevalenza di pollame o di coniglio, unitamente ad una generosa dote di patate, implica un certo alleggerimento della struttura complessiva del vino.

Spaziando sui principali territori dove lo spiedo è cibo sovrano potremmo consigliare, da ovest verso est della provincia di Brescia:

- ❶ **Curtefranca rosso Zenighe 2015 Bosio** (cabernet sauvignon 50%, cabernet franc 10%, merlot 40%) e **Curtefranca rosso Tajardino 2015 Cavalleri** (merlot, cabernet franc, cabernet sauvignon)
- ❷ **Botticino Pià de la Tesa 2015 Noventa** (barbera 30%, sangiovese 30%, marzemino 30%, più 10% di schiava gentile) e **Botticino Cobio 2015 Tognazzi** (40% barbera, 30% sangiovese, 20% marzemino, 10% schiava gentile)
- ❸ **Riviera del Garda Classico Don Lisander 2013 Monte Cicogna** (groppello gentile 60%, barbera 15%, sangiovese 15%, marzemino 10%) e **Valtènesi Groppello Riserva Vigneto Arzane 2014 Pasini San Giovanni** (100% groppello)



CURTEFRANCA
ROSSO ZENIGHE
2015 BOSIO

Contadini non si nasce, *si diventa!*

Hanno fatto fortuna in Lombardia in altri settori, ma si sono dedicati anche alla vigna, e non solo nella loro regione di origine. I risultati? Al vertice anche in questo caso.

➡ MARCO GATTI

Dalla toga alla vigna, dalle redazioni di quotidiani e tv alle colline del Chiantishire, e ancora, dalla multinazionale ai campi della Val d'Orcia. Imprenditori si nasce. E si diventa. Soprattutto quando, assecondando la passione per il vino, a un'attività ben avviata se ne affianca un'altra che ha il suo cuore in vigneto e cantina.

Gino Veronelli si sa, sosteneva che "il peggior vino contadino è migliore del miglior vino industriale". Nella storia degli ultimi decenni, tuttavia, tra i protagonisti del percorso che ha portato il vino italiano ad

afferinarsi sui mercati di tutto il mondo, oltre a cantine di lunga tradizione e all'Associazione Italiana Sommelier, ruolo, e non di rado, per nulla secondario, lo hanno svolto imprenditori, in alcuni casi industriali (di altri settori) lombardi, che acquistate tenute e vigneti, hanno portato la loro cultura imprenditoriale tra le botti.

La Toscana è una delle terre che hanno stregato alcuni dei primi vip celebri in altri settori, che hanno deciso di fare vino, a partire da Montalcino e da **Gianfranco Soldera**, recentemente scomparso all'età di 82 anni. Sono gli anni Settanta quando lui e sua moglie Graziella scoprono una tenuta incantevole, all'epoca incolta e abbandonata. Intuite le potenzialità del luogo e rapiti dalla bellezza del paesaggio, la acquistano, la ristrutturano e piantano i primi vitigni tra il 1972 e il 1973. Sono gli esordi di quell'avventura straordinaria che è Case Basse, tenuta, oggi, di 23 ettari a 320 metri di altitudine con soli 10 ettari destinati a vigneto, per favorire la lavorazione a mano delle piante e per far sì che la vendemmia, anch'essa manuale, si concluda in tempi brevi. Case Basse è famosa in tutto il mondo per il suo Brunello, commercializzato per la prima volta nel 1982 (era quello dell'annata 1977). Dal 2006, il vino è etichettato con diversa denominazione, ossia come Toscana Sangiovese IGT.

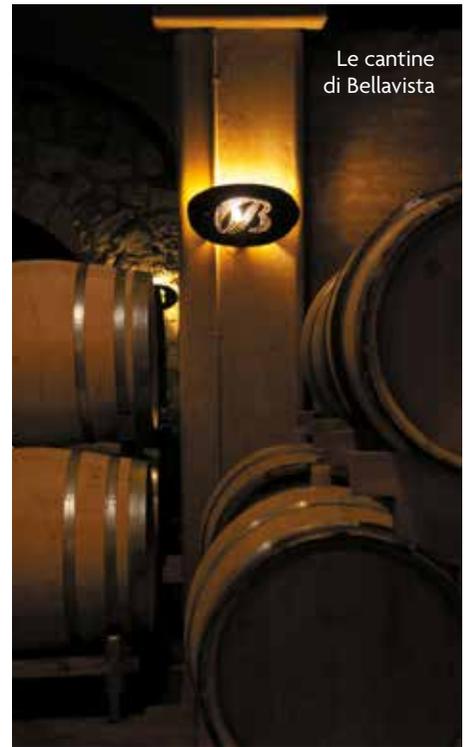
Le colline del Chianti, invece, la zona dove ha dato vita alla sua cantina **Paolo Panerai**, che mettendo insieme quattro poderi (Castellare, Caselle, San Niccolò e Le Case), a Castellina in Chianti, ha creato e conduce Domini Castellare. Per il patron del gruppo Class Editori, tradizione e innovazione, le due fon-



Giovanna e
Ettore Prandini
(Perla del Garda)



La famiglia Muratori



Le cantine di Bellavista

damenta su cui poggia la sua attività vitivinicola. Il vino più rappresentativo, I Sodi di San Nicolò, da uve sangiovese e malvasia nera.

La Val d'Orcia è il "paradiso" di **Pasquale Forte**. Imprenditore di fama internazionale nel campo della componentistica elettronica, non ha mai dimenticato le sue origini, con i suoi genitori, calabresi, che possedevano vigneti e ulivi. La sua passione è sempre stata una: la terra. Cercava un podere e quando lo ha trovato, a Castiglione d'Orcia, è stato da subito "progetto", con un obiettivo, l'eccellenza. Quel progetto oggi è realtà e vede il Podere Forte essere luogo unico, di accoglienza, bellezza, gusto, il cui percorso ha contribuito in modo significativo a far sì che la Val d'Orcia sia stata considerata Patrimonio dell'Unesco. Fondato nel 1997, Podere Forte è ora realtà di 168 ettari, nel comune di Castiglione d'Orcia, di cui 15 vitati, 23 di oliveti, 70 boschi, con aree per allevamenti di cinta senese, mucche chianine e animali da cortile, e ulteriori 110 ettari di seminativo nel comune di San Quirico d'Orcia. Della "galassia Forte" fa parte anche quell'Osteria Perillà.

Tra gli imprenditori lombardi, che

hanno scelto invece la Lombardia, due famiglie di grande fama, che hanno investito sulla Franciacorta. È il caso dei **Moretti**, sinonimo nel mondo di Bellavista di Erbusco, con quel genio dell'enologia che è Mattia Vezzola al successo con capolavori come l'Alma Gran Cuvée, l'affascinante Satèn Nectar o il Franciacorta dedicato al fondatore Vittorio Moretti. Ed è il caso della famiglia **Muratori**, imprenditori del tessile che, trascinati dalla bellezza di paesaggi e vigneti, hanno seguito l'attrattiva per il territorio franciacortino e con Villa Crespia, ad Adro, oggi firmano sei Franciacorta Docg di grande personalità

Sempre in provincia di Brescia, a Lonato, nel 2007 **Giovanna** ed **Ettore Prandini**, già al vertice in altri settori, hanno inaugurato una delle più belle cantine del Garda. Con Cesare Ferrari, enologo di grande esperienza e valore, hanno puntato sul Lugana. Cuore, coraggio, creatività le caratteristiche di **Cristina Scarpellini**, una laurea in legge e brillante avvocato, stregata dalla Valtellina, dove ha creato e guida la Tenuta Scerscé, con la consulenza enologica del grande Attilio Pagli. ■



I Sodi di San Nicolò (Castellare di Castellina)

LE AZIENDE

CASE BASSE

Località Case Basse
Montalcino
Tel. 0577848567

CASTELLARE DI CASTELLINA

Località Castellare
Castellina in Chianti
Tel. 0577742903

PODERE FORTE

Località Petrucci 13
Castiglione d'Orcia
Tel. 05778885100

BELLAVISTA

Via Bellavista 5
Erbusco
Tel. 0307762000

VILLA CRESPIA

Via Valli 31
Adro
Tel. 0307451051

PERLA DEL GARDA

Via Fenil Vecchio 9
Lonato del Garda
Tel. 0309103109

TENUTA SCERSÉ

Viale Stelvio
Tirano
Tel. 3461542970



Il Melone Mantovano IGP

Dalle antiche radici, è uno dei frutti più amati dai consumatori italiani e sempre più anche dagli chef, che sperimentano con successo abbinamenti e connubio.

 **GABRIELE MERLO**

Dopo il Salame di Cremona IGP ci spostiamo solo di pochi chilometri e, rimanendo sempre nel cuore agricolo della nostra regione, ci occupiamo questa volta di uno dei frutti simbolo della Pianura Padana: il Melone Mantovano IGP.

La coltura di questo frutto nel mantovano affonda le radici nella storia. Le documentazioni più antiche risalgono alla fine del Quattrocento e sono conservate nell'Archivio Gonzaga a Mantova, dove si possono rintracciare scritti che riportano notizie sul melone e l'apprez-

zamento da parte dei Signori destinatari. In una lettera datata 20 agosto 1529 (Arch. Gonzaga, b. 2513) si legge che: "... la quantità de li meloni che vene ogni mattina in su la piazza è una cossa granda, et molti belli et boni...". Il 3 agosto 1548 (Arch. Gonzaga b. 2544), il Podestà Felice Fiera spedisce quattro bellissimi meloni al Duca Francesco Gonzaga. Altra testimonianza avvolta tra storia e leggenda, è la presunta morte di Alfonso I d'Este a causa di una indigestione di meloni. Nello stesso capoluogo si possono rinvenire tracce

documentali risalenti al secolo XVI: ai tempi vi era in città un oratorio dedicato a "Santa Maria del melone" nella centralissima via Cavour.

La zona di produzione Melone Mantovano IGP interessa un ampio areale ricadente nelle province di Mantova, Cremona, Modena, Bologna e Ferrara. Non mancano territori d'elezione sia per la quantità che per la qualità dei meloni coltivati, come la zona di Sermide e quella di Felonica, lungo gli argini del Po, o ancora Rodigo e Viadana, dove nacque l'apprezzata varietà "Viadanese".

Proprio a Viadana, l'11 giugno 1966, venne costituito il "Consorzio del Melone Tipico Viadanesi"; naturale evoluzione di questa iniziativa è stata la nascita, nel 2014, del Consorzio di Valorizzazione e Tutela del Melone Mantovano IGP, l'organismo che rappresenta produttori e trasformatori di questo frutto. Gli obiettivi del Consorzio sono quelli di tutelare, promuovere e valorizzare il Melone Mantovano, informare il consumatore, vigilare sulla produzione a marchio, salvaguardare il prodotto da abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni ed uso improprio della denominazione. Attualmente aderiscono al Consorzio 11 produttori, e sono quasi 1000 gli ettari di terreno destinati alla produzione di melone certificato.

Mauro Aguzzi, abile agricoltore di Sermide e Presidente del Consorzio, ci spiega quali sono le caratteristiche pedoclimatiche che hanno permesso da secoli la coltivazione del melone in questo areale. «Il territorio pianeggiante di origine fluvio-glaciale, rimaneggiato nei secoli dall'azione erosivo-deposizionale di ben

cinque fiumi - Mincio, Oglio, Secchia, Panaro e Po - il clima, caratterizzato da inverni freddi ed estati caldo-umide, con relativa uniformità delle temperature, sono entrambi fattori determinanti nel favorire lo sviluppo della pianta e fioriture ed allegagioni regolari. In questi terreni profondi e permeabili, le radici estese e vigorose possono facilmente penetrare in profondità e garantire un regolare apporto di acqua ed elementi nutritivi. L'acqua di falda, utilizzata per l'irrigazione, è caratterizzata da una elevata concentrazione di sali minerali e contribuisce ad esaltare le caratteristiche organolettiche e qualitative dei frutti. Durante il periodo di coltivazione, che avviene in serre-tunnel, in tunnelini o in pieno campo, e spazia dalla seconda decade di maggio sino all'inizio di novembre, il concorso tra l'alta temperatura media, la radiazione solare e la scarsa piovosità, unite a un equilibrato e regolare apporto idrico e nutrizionale, si riflette sull'alto contenuto zuccherino e sull'espressione degli aromi caratteristici del frutto. Questi fattori ambientali

Un'unica denominazione per tre differenti varietà



Sono diverse e ciascuna con le proprie caratteristiche peculiari le tre cultivar comprese all'interno del disciplinare del Melone Mantovano IGP. Se la varietà "Retata" con incisa della fetta (per "fetta" s'intendono le solcature meridiane verdi della buccia) tipologia "Supermarket" domina il mercato e rappresenta il melone scelto dal 70% dei consumatori italiani, quella senza fetta tipologia "Harper" è invece stata una delle prime varietà ad essere coltivata nell'areale mantovano negli anni '80 e '90. La varietà "Liscia" tipologia "Honey Moon" è invece coltivata quasi esclusivamente in questo territorio ed è caratterizzata da un gusto zuccherino particolarmente gradevole: risulta, infatti, essere il melone più utilizzato e amato dagli chef per il suo retrogusto ricco di aromi e profumi.



Risotto al Melone Mantovano IGP, scampi e timo

Ricetta di Chef Rubina Rovini tratta da www.melonemantovano.it

Ingredienti per 4 persone

- 280 g riso Carnaroli
- 12 scampi
- ½ Melone Mantovano IGP Retato
- timo fresco
- 1 carota
- 1 spicchio d'aglio
- 60 g burro
- 3 g agar agar
- pepe di Sechuan
- olio EVO
- sale
- cristalli di Sale

Procedimento

- 1 Sgusciare gli scampi, lavare e sbucciare il melone e tagliarlo a dadini.
- 2 Frullare la metà dei dadi di melone, scaldare e aggiungere l'agar agar una volta spiccato il bollore.
- 3 Mescolare con una frusta e lasciar raffreddare.

- 4 Preparare un brodo con aglio, carota, buccia di melone e carapaci.
- 5 Tostare il riso a secco, aggiungere il brodo e portare a cottura per circa 20 minuti.
- 6 In mantecatura aggiungere il melone a dadini, il sale e il burro freddo. Aggiungere qualche foglia di timo.
- 7 Condire gli scampi con olio EVO, cristalli di sale e pepe.
- 8 Servire il risotto adagiando gli scampi crudi sopra, guarnire con timo e melone.

Abbinamento

Si tratta di un piatto in cui prevale una spiccata tendenza dolce, sensazione derivata principalmente dal riso, dal melone e dagli scampi, e piacevoli percezioni di

grassezza e succulenza. Senza dimenticare l'aromaticità del timo e una delicata persistenza gusto-olfattiva. Se le prime due sensazioni necessitano di essere abbinare per contrapposizione a freschezza, sapidità e a una cremosa effervescenza, la succulenza richiede un vino caldo e suadente.

Caratteristiche proprie del **Franciacorta Rosé Pas Dosé Parosé del Mosnel**, 70% pinot nero e 30% chardonnay, vinificati parzialmente in barrique per poi rifermentare per 36 mesi in bottiglia. Un Franciacorta Docg rosato di grande carattere ed eleganza, dal sorso fresco ed avvolgente, sapido e croccante.

specifici e peculiari, uniti all'esperienza secolare nell'adozione delle più opportune tecniche colturali, contribuiscono a conferire caratteristiche uniche ed irripetibili».

Negli ultimi anni si è assistito ad un vero e proprio boom del Melone Mantovano IGP sulle tavole dei consumatori. «Dalle 1200 tonnellate vendute nel 2015, la produzione ha superato le 5000 tonnellate nel 2017, facendo segnare un incremento del 17% rispetto al 2016 - continua Aguzzi -. Lo scorso anno ha visto ancora una crescita per il frutto, che ha superato le 6000 tonnellate e per il prossimo anno si prevede un ulteriore incremento».

Ma come utilizzare questo prezioso frutto in cucina? È un peccato relegarlo alle macedonie di frutta o al classico abbinamento con il prosciutto. Il melone è, in realtà, un ingrediente estremamente versatile, adatto a moltissimi piatti. Può, ad esempio, diventare protagonista di sorprendenti combinazioni con carne e pesce, magari con una tartare o del sushi, mitigare sapori forti come quello del gorgonzola o di formaggi a crosta lavata e fiorita, contaminare con creatività piatti tipici di questa terra come tortelli e risotti. ■

Quando la filiera è virtuosa ed ecosostenibile: il *Capracanta*

Ecco il formaggio nato dal progetto comune di un gruppo di giovani allevatori lombardi.

👁️ **BEPPE CASOLO**



Sono molte le ragioni del perché i formaggi di latte caprino siano, per la gran parte, realizzati con latte crudo. In primis perché quest'ultimo è un latte delicato: va trattato con cura, senza stress come il riscaldamento elevato o l'agitazione meccanica. La pastorizzazione, inoltre, deprime la resa casearia e, considerato che le percentuali di grasso e di caseina del latte sono decisamente inferiori nella capra rispetto alla bufala, alla pecora, ma anche alla bovina, spesso si usa trasformare il primo utilizzando la coagulazione lattica. Semplificando il concetto, significa sfruttare la naturale acidificazione del latte, quella apportata



Bergamo
La Peta - *Costa Serina*
Rota Ilario - *Brembilla*
Brescia
Azienda Prestello - *Prestine*
Malga Pof - *Pertica Bassa*
Pavia
I Grater - *Torrazza Coste*
Varese
Pian del Lares - *Veddasca*
Il Vallone - *Cuveglia*
Green Fantasy - *Montegrino*
Elleboro - *Varese*

da un lattoinnesto, o comunque operata da batteri lattici immessi nel latte e attendere anche fino a 24 ore per ottenere la cagliata, utilizzando una quantità assai ridotta di caglio animale o di coagulante vegetale.

Questa lavorazione è molto rispettosa della materia prima e consente di apprezzare tutte le caratteristiche specifiche e straordinarie del latte di capra. È forse proprio partendo da queste considerazioni che un gruppo di piccole aziende agricole lombarde con allevamento di capre, coordinate da Slow Food Lombardia nell'ambito del progetto Sopralapanca, ha deciso di realizzare un formaggio di capra, comune a tutte le realtà aderenti, proprio

utilizzando la coagulazione lattica.

Prima, però, di descrivere le caratteristiche di questo formaggio è importante illustrare i principi di base dell'interessante progetto di filiera, che impegna le aziende aderenti: difesa della biodiversità animale e vegetale, a partire dalla valorizzazione delle razze autoctone e dell'alimentazione prevalente con pascolo e foraggi locali (no insilati, no Ogm); rispetto del benessere animale e predilezione della medicina naturale; riconnessione di agricoltura e allevamento, sviluppando progetti di aziende polifunzionali; utilizzo esclusivo di latte crudo e fermenti autoprodotti, siero o lattoinnesto, nella produzione di formaggi; utilizzo delle carni solo di capretti allattati dalla madre e di età superiore ai 60 giorni; produzione di insaccati, anche con eventuale aggiunta di carni di maiale, seguendo

Un formaggio complesso da realizzare che presuppone una grande materia prima

principi di massima naturalità e riduzione dell'uso di nitrati e nitriti. Ma soprattutto: sviluppo di un formaggio a fermentazione lattica denominato "Capracanta", come progetto comune ai casari.

Dopo una serie di incontri, discussioni, proposte, sperimentazioni, assaggi, correzioni e nuove formulazioni si è deciso che il Capracanta sarebbe stato un formaggio prodotto con latte di capra crudo, a pasta molle, a coagulazione acida e crosta fiorita.

Si tratta di un formaggio di forma cilindrica e peso inferiore ai 300 grammi, coperto da un feltro di muffe di colore bianco-crema (*Geotrichum Candidum* e *Penicillium Candidum*), che rivestono in maniera uniforme la superficie esterna. Le muffe presenti, utilizzando il lattato contenuto nel formaggio, provvedono ad una disacidificazione e all'addolcimento del prodotto, ma soprattutto contribuiscono alla trasformazione dei grassi e delle proteine presenti nel formaggio, conferendo le caratteristiche sensoriali ed organolettiche tipiche.

Il processo parte dall'esterno per arrivare gradualmente, nell'arco di circa 2 mesi a

raggiungere il cuore del formaggio, che fino a quel momento presenta una consistenza friabile, più acida, e leggermente astringente. La pasta diviene quindi cremosa e da bianca passa al colore avorio. Il profilo olfattivo e aromatico aumenta notevolmente d'intensità, perdendo le note lattiche acide di yogurt, per acquisire oltre alle sensazioni di crosta di pane e champignon, conferite dalla crosta, quelle di burro sciolto, sottobosco.

Va degustato rigorosamente con la crosta, la quale oltre a completare il profilo sensoriale, conferendo note aromatiche tipiche, interviene in modo importante nella definizione del particolare piacere tattile procurato alla consistenza complessiva del formaggio. Infatti, durante la masticazione la crosta, di struttura nel contempo tenera, consistente e ben solubile, forma un unicum con la matrice cremosa del sottocrosta e con il centro leggermente gessoso.

La fase conclusiva della maturazione del formaggio avviene nella piccola confezione cilindrica di legno di pioppo, dove le muffe possono continuare a svilupparsi e all'interno della quale viene anche commercializzato. È facoltà dei singoli produttori porre sulla forma, una foglia di alloro, in grado di conferire, oltre ad un tocco di colore il suo lieve ma caratteristico profumo.

È un formaggio piuttosto complesso da realizzare che presuppone qualità della materia prima, notevole esperienza casearia e un locale di stagionatura dedicato, per evitare l'inquinamento delle muffe. Il fatto che sia stato individuato quale riferimento di un gruppo di produttori aderenti ad un progetto virtuoso, assume il significato di un impegno nella direzione della qualità a tutto tondo e con la disponibilità e volontà a collaborare tra realtà produttive di zone diverse della Lombardia.

Nonostante il progetto e la "ricetta" del formaggio siano comuni alle diverse aziende aderenti, i prodotti mostrano molte differenze tra loro derivanti dalle variabili interessate, come luogo di produzione, animali allevati e casaro, solo per citarne alcune. È quindi da specificare che il profilo sensoriale descritto si riferisce al Capracanta prodotto dall'azienda agricola Fattoria I Gràter di Marco Buzzi, a Torrazza Coste (PV), in val Schizzola. ■



L'ABBINAMENTO DI...
Luisito Perazzo

Un bianco di grande impatto aromatico

Il latte di capra si distingue nettamente dagli altri utilizzati per la produzione del formaggio. Nel nostro caso, il Capracanta della fattoria I Gràter si ispira alla categoria dei "crosta fiorita": è un formaggio che predilige un calice di vino bianco, moderato nella struttura e al contempo ricco di profumi al fine di trovare un accordo con le note aromatiche del latte crudo di capra. La fragranza lattica, infatti, si sposa con la tipicità di un vino giovane e varietale, mentre le note terrose della crosta "muffata" sono perfette con una leggera speziatura, a tratti piccante, del vino. La sfumatura di erbe aromatiche, conferita dalle foglie tradizionalmente inserite nel contenitore, si deve invece accordare in modo simmetrico con la stessa percezione in un vino dal bouquet primario, immediato, fiorito. Infine, la freschezza del vino è essenziale per bilanciare la relativa pastosità dell'insieme e la decisa cremosità sotto la crosta del Capracanta. Nella scelta del vino, quindi, possiamo prediligere o un abbinamento territoriale con un **Pinot Grigio ramato "La Genisia" 2016** dell'azienda Torrevilla di Torrazza Coste (PV), oppure andare oltre confine con un **Sancerre Côte de Marloup 2015 di Bernard Fleuriet**.



PINOT GRIGIO RAMATO
"LA GENISIA"
2016

Quale olio preferiscono le famiglie milanesi?

Tanti passi in avanti sono stati fatti in Lombardia sul fronte dei consumi di olio extra vergine di oliva, tuttavia occorre ancora educare alla complessità.

 LUIGI CARICATO

Non molto tempo fa, l'olio ricavato dalle olive a Milano non era nemmeno conosciuto. Per lo meno i milanesi autentici, quelli che lo sono da molte generazioni e conoscono e parlano il dialetto, quasi lo ignoravano. Quando ho avuto modo di intervistare alcuni scrittori meneghini per un giornale culturale che riservava spazio anche a temi inerenti al cibo, mi evocarono oli di ogni genere, perfino quello di lino, ma non assegnavano alcuna importanza all'olio da olive. Eppure eravamo negli anni Ottanta, all'epoca della Milano da bere. Può sembrare paradossale, tutto ciò, ma è così. Milano rappresentava appieno, per lo meno fino agli anni Ottanta dello scorso secolo, l'apoteosi della civiltà del burro, o comunque, se proprio a qualcosa di diverso si doveva ricorrere, allora tale spazio era occupato in ogni caso da altri grassi alimentari: le margarine, per esempio, oppure i generici oli da seme, non certo dell'olio ricavato dalle olive. È paradossale, pensando a ciò che avviene oggi, visto che la Lombardia è la regione più sensibile quando acquista oli, preferendo di gran lunga quelli certificati con attestazione di origine, o comunque al 100% italiani. Non si comprende come l'olio ricavato dalle olive fosse un tempo così poco utilizzato, considerando che poco distante dal capoluogo regionale, nell'area dei laghi, la produzione d'olio vanta radici antiche: esigua quantità, ma buona, molto apprezzata dai pochi fortunati che ne hanno beneficiato in anni in cui l'olio da olive non era per tanti perché troppo costoso.

L'INDAGINE DI OLIO OFFICINA E AMAGI-FORSURVEY

Veniamo dunque al presente, con una indagine cui io stesso ho partecipato come parte attiva. Olio Officina, insieme con la società Amagi-ForSurvey, ha messo a disposizione di alcune aziende che si sono offerte volontarie un mini laboratorio allo scopo di documentare le opinioni, gli usi, le abitudini e il gradi-

mento delle varie marche di olio extra vergine di oliva. Un sotto campione del panel profilato, rappresentativo e continuativo di 1200 famiglie italiane ha ricevuto pertanto un set di confezioni di olio extra vergine di oliva da 250 ml e lo ha consumato presso la propria abitazione nei momenti e nelle modalità preferite dai rispettivi nuclei familiari. Tutti i componenti della famiglia hanno espresso opinioni, valutazioni e preferenze per ciascuna marca di cui hanno potuto fare una reale esperienza di consumo. I dati sono stati raccolti ed elaborati da Amagi-ForSurvey.

Tutte le famiglie del sotto campione sono di Milano. Il giudizio delle famiglie è stato infine rapportato a un blind test di un panel di assaggiatori ufficiali, facenti capo al laboratorio internazionale Chemiservice di Monopoli, in Puglia, allo scopo di misurare l'eventuale distanza tra i giudizi del pubblico dei consumatori e degli esperti. La diagnosi di mercato descritta, basata su una tecnica unica e originale, è stata messa in campo del tutto gratuitamente per le prime sei marche che hanno dichiarato la propria disponibilità a inviare 40 confezioni da 250 ml del loro olio extra vergine di oliva su esplicita richiesta di Olio Officina. L'obiettivo di questa ricerca è stato quello di spingere le aziende a produrre una qualità che risulti anche gradita dal consumatore. Non è un progetto fine a se stesso, ma utilissimo per capire anche ciò che scaturisce dagli impulsi spontanei del consumatore.

Lo spirito è quello giusto, perché consente di comprendere come ci si accosta a un olio che non è facile, ma che va di volta in volta interpretato. Mentre infatti gli oli da seme sono elementari, perlopiù con una base neutra che non condiziona e non prevale mai il gusto di altri alimenti, l'olio extra vergine di oliva si presenta in tutta la sua complessità ed esprime di conseguenza una pluralità di profili. È ancor più complesso del vino, perché il vino si abbina in base alle varie pietanze, ma l'olio, invece, oltre a essere soggetto a vari abbinamenti che ne condizionano

l'efficacia, entra nel vivo della preparazione di una pietanza in quanto condiziona (e a sua volta ne è condizionato) gli altri alimenti con cui entra in diretto contatto.

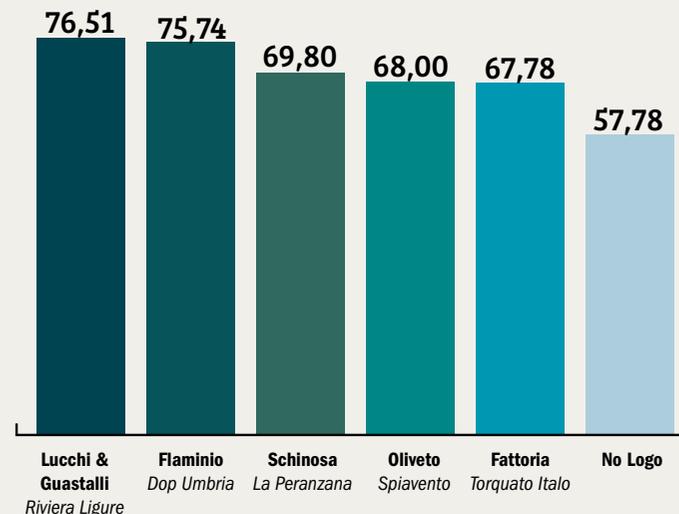
L'olio è un amplificatore di sapori, contribuisce ad amplificare, attraverso i propri, i sapori di altri alimenti, come pure gli stessi profumi. Ha questo ruolo, molto importante e insieme delicato, perché un olio non adatto può prevaricare il sapore di altri cibi, o, pur essendo utilizzato, può non essere avvertito. L'olio extra vergine di oliva varia in funzione degli alimenti, ecco perché va interpretato in base agli ingredienti che si utilizzano in una ricetta. Tutto questo il consumatore lo ignora, per cui si trova spiazzato quando il risultato non lo soddisfa in pieno. Ecco il ruolo di una corretta informazione, necessaria per far comprendere la complessità di un olio. C'è una soluzione per non incorrere mai in errore: optare per oli dal fruttato medio e dalle sensazioni tattili morbide, avvolgenti e armoniche, con note amare e piccanti sempre ben dosate. Ed è proprio per questo che dall'indagine si evince che i consumatori milanesi, pur a parità di condizioni, con extra vergini dalle qualità omogenee, seppure con profili sensoriali diversi, abbiano preferito di gran lunga un olio Dop Riviera Ligure, proprio perché più consono ai loro gusti e alla loro idea di olio perfettamente equilibrato e morbido, rotondo e soprattutto dall'impatto dolce.

SERVONO A QUALCOSA QUESTE INDAGINI SE POI IL RISULTATO APPARE PREVEDIBILE?

Sì, perché sappiamo bene che la maggioranza dei consumatori predilige oli dal fruttato leggero o medio leggero, ma non per questo esclude gli altri. Bisogna osservare semmai che gli oli dal fruttato intenso non si riescono a impiegare correttamente e per questo a loro viene accordata una minore preferenza rispetto agli oli più amari e piccanti, nonostante siano di alta qualità. Tutti i sei oli oggetto di indagine risultano classificabili come equilibrati. L'unico olio più amaro e piccante, pur essendo apprezzato, non ha vinto perché l'olio dolce o comunque con minor presenza di amaro è più gradito. A vincere è stato un olio ligure, ed esattamente il Dop Riviera Ligure Lucchi & Guastalli, che tra l'altro non è ottenuto da olive Taggiasca, ma dalla cultivar Razzola, presente nella Riviera di Levante, prodotto a Santo Stefano Magra, in provincia di La Spezia. Di quest'olio è stata apprezzata nel complesso la "dolcezza", come pure la piccantezza moderata. Al semplice impatto visivo, la bottiglia di questo olio è stata apprezzata da oltre la metà delle famiglie intervistate. Inoltre, l'etichetta è risultata di facile lettura e comprensione (da almeno il 70% delle famiglie). I consumatori che hanno partecipato all'indagine hanno assaggiato l'olio in prevalenza sul pane, oppure tale e quale. Soltanto un quinto delle famiglie ha ritenuto opportuno utilizzarlo per condire l'insalata.

Inoltre – si legge nell'indagine – ben il 66% del campione ha riscontrato un profumo abbastanza marcato. Le famiglie del panel di consumatori hanno preferito l'olio Lucchi & Guastalli come condimento a crudo (75%), mentre, con percentuali più basse, quale condimento in cottura (47%) e per la restante parte quale insaporitore (27%). Il 77% delle famiglie intervistate si dichiara disposta a riacquistare questo olio e più della metà dichiara di preferirlo rispetto all'olio abituale (61%). E, sem-

Gradimento



La marca di olio extra vergine che ha ottenuto il punteggio più elevato come gradimento complessivo è Lucchi & Guastalli. Al contrario, la marca di olio EVO con il gradimento inferiore è NO LOGO.

pre attingendo all'indagine, si scopre che più della metà delle famiglie ritiene che la caratteristica distintiva di quest'olio, risultato tra tutti e sei quelli esaminati il vincente in assoluto, sia il suo sapore fruttato. Ciò a dimostrazione che qualcosa sta cambiando nello scenario dei consumi, il grado di percezione degli extra vergini sta migliorando, ma vi sono ancora lacune nel distinguere e riuscire ad apprezzare tutte le tipologie di extra vergini, compresi quelli più marcatamente amari e piccanti.

IL RUOLO DEI SOMMELIER NELLA CULTURA DELL'OLIO

Bene, per concludere possiamo sostenere, a beneficio di chi ci legge, che l'olio extra vergine di oliva lo si sta scoprendo solo di recente, soprattutto nelle regioni del nord Italia dove non molti anni fa non era per nulla conosciuto, e ora il grado di attenzione sta sensibilmente crescendo. C'è infine da osservare che il processo di piena acquisizione di consapevolezza da parte dei consumatori è ancora lento. Ed è proprio per questo motivo che ritengo importante ed essenziale il compito svolto dai sommelier in tal senso. Introdurre il consumatore ad apprezzare e distinguere la complessità di un extra vergine è un compito solo in apparenza arduo, ma in realtà possibile. Si tratta solo di intraprendere questo nuovo percorso. L'obiettivo dei corsi che si possono organizzare allo scopo di migliorare i criteri selettivi nell'atto di scegliere un olio al momento dell'acquisto è una delle priorità cui bisogna aspirare. L'olio, in fondo, pur nella sua semplicità – essendo un prodotto che si estrae attraverso un processo meccanico di sola spremitura del frutto e non un prodotto trasformato – è invece particolarmente complesso, proprio perché interagisce con altri alimenti e muta di volta in volta la sua identità. Occorre far prendere confidenza ai consumatori ed educarli alle varie tipologie di olio, il resto viene da sé. Una volta compresi i meccanismi, ogni extra vergine sarà apprezzato per le sue peculiarità. ■

I Soci di AIS Lombardia che desiderano ricevere la ricerca di Olio Officina e Amagi-ForSurvey possono scrivere a posta@olioofficina.com, specificando nell'oggetto "richiesta ricerca Olio Officina Amagi".

La “birra di strada” che si fa strada

Vetra, “la birra di strada” come puntualizza il claim, è una giovane realtà nata in quello spicchio di provincia di Varese che guarda a Milano. Il birraio è invece conosciuto da anni nel settore e qui lo si attendeva al varco della sua prima birra totalmente sua. Pronti e via, la pils di Vetra è stata giudicata la migliore della sua categoria al concorso birrario più importante d’Italia...

👁 MAURIZIO MAESTRELLI

La storia di Vetra sintetizza bene l’ultima generazione dei micro-birrifici artigianali. E fa comprendere come, dal primo manipolo di pionieri partiti con pochi mezzi e molta speranza si sia passati a persone o società che avviano l’attività con investimenti più consistenti alle spalle, una maggiore conoscenza del mercato, diventato negli anni sempre più competitivo, e la comprensione di come “fare la birra bene” non costituisca l’unico elemento necessario per sopravvivere e crescere. Il birrificio Vetra ha infatti poco più di due anni ma ha acceso i motori di un impianto che i birrai della prima generazione avrebbero forse considerato un punto d’arrivo. Non un punto di partenza. Oggi, a Caronno Pertusella, i serbatoi di maturazione possono accogliere circa 120 ettolitri, la sala cotte si aggira sui trenta e se nell’anno del debutto in società, il 2016, i conti si chiusero a 900 ettolitri già l’anno successivo Vetra toccava il traguardo dei 1900. «All’interno dei quali in realtà c’era pure una fetta di conto terzi. I tremila ettolitri del 2018 invece sono tutti nostri», sottolinea Stefano Simonelli che di Vetra è il birraio dalla fondazione. Lo incontriamo in birrificio una mattina di gennaio e il primo particolare che ci colpisce, una volta entrati, non sono tanto gli spazi “pieni”, quanto gli spazi “vuoti”. Il segno evidente che i ragazzi di Vetra sognano in grande e non lo nascondono. Del resto Simonelli,



BIRRIFICIO VETRA

ANNO DI FONDAZIONE
2016

BIRRIFICIO
Viale Cinque Giornate, 1173 –
Caronno Pertusella (Varese)

ORARI
il birrificio è solo sede
produttiva, il locale di
riferimento si trova a Milano,
Alzaia Naviglio Grande, 62
(aperto la sera)

CONTATTI
02.96450794
bevi@vetra.beer



36 anni sulla carta d’identità ma non dimostrati visivamente, è “immerso” nella birra da quasi tre lustri. «Mi sono innamorato di questo mestiere frequentando il Birrificio Italiano di Lurago Marinone», ci spiega, «e poco dopo sono entrato a far parte dell’organico in produzione. Dal 2001 al 2011 ho lavorato lì e ho potuto imparare molto. Poi c’è stata l’avventura del birrificio OM, un progetto che è purtroppo naufragato ma che mi ha fatto fare per la prima volta un’esperienza importante ovvero la progettazione da cima a fondo di un impianto di produzione. Un’esperienza che mi è servita quando si è trattato di mettere in piedi Vetra». In mezzo numerosi viaggi all’estero e collaborazioni con birrifici stranieri, dall’Inghilterra agli Stati Uniti fino all’America Latina. «Con Vetra, grazie ai miei soci», prosegue Simonelli, «l’idea era di partire subito “in grande” perché oggi chi entra in un mercato competitivo come è quello della birra artigianale ha bisogno di avere da subito spalle larghe e solidità. Soprattutto se si punta a fare birre buone ma anche volumi».

Gia perché la filosofia produttiva di Vetra si intuisce dal suo claim “birra di strada” che sottintende a birre che abbiano gusto e carattere, ma che non vogliono essere elitarie. Vetra è una dedica a piazza Vetra a Milano come epicentro di una cultura popolare e giovanile che si è concretizzata per i ragazzi di Caronno



Stefano Simonelli,
founder e
head brewer

LUCA GALUZZI

Pertusella in collaborazioni con writers e artisti, per l'appunto, di strada. Anche il logo che sembra una A rovesciata e sul quale il sottoscritto si è interrogato a lungo non è altro che la rappresentazione di un incrocio stradale proprio nei dintorni di piazza Vetra. «Ma se il riferimento è Milano, la sede di Caronno è stata scelta per la qualità dell'acqua», prosegue Simonelli. «Dopo mesi passati a leggere le analisi di tutti i comuni dell'hinterland milanese abbiamo trovato qui l'acqua migliore per le nostre produzioni». Produzioni che si dividono tra cinque linee classiche e diverse stagionali, collaborative o semplicemente occasionali. Le classiche, reperibili tutto l'anno, sono la Pils, che nel più prestigioso concorso nazionale, Birra dell'Anno 2018, ha raccolto la medaglia d'oro e poi

una American Pale Ale, un'immane Ipa, una black lager e una saison con scorze di limone calabrese. «Pils e Ipa sono le due birre che vendiamo di più», commenta il birraio, «e io tengo molto all'aspetto della costanza qualitativa. Il complimento che mi fa più piacere ricevere è quando mi dicono che la mia birra "è una certezza". La varietà di gamma è sicuramente una ricchezza, le collaborazioni e le birre occasionali sono un arricchimento per chi le fa e una piacevole novità per chi le consuma, ma le linee di base devono a mio avviso essere sempre riconoscibili». E, da questo punto di vista, Simonelli è uno pignolo: i malti selezionati arrivano dalla ben nota casa tedesca Weyermann, buona parte dei luppoli aromatici sono australiani. «Premesso che alcune produzioni

statunitensi siano difficilmente sostituibili», sottolinea, «trovo che la qualità della Yakima Valley (area storica di luppoli negli USA, ndr.) non sia la stessa di alcuni anni fa. In Australia, nello specifico in Tasmania, troviamo livelli superiori». E così, ad esempio, la sua Ipa prevede il luppolo Enigma che offre note vinose di Pinot grigio e di piccoli frutti rossi come ribes e lampone. Poi, però, considerato che uno degli elementi distintivi della birra artigianale è il suo coefficiente di creatività ecco una Extra Brut Ipa ai lamponi nata dalla collaborazione con i portoghesi del Birrificio Letra.

La vocazione da "birra di strada" di Vetra si concretizza inoltre nella distribuzione: il 75% circa della birra che esce da Caronno Pertusella è in fusto e il canale di riferimento è fondamentalmente quello dei pub. Tuttavia le bottiglie, esclusivamente nel formato 33 cl, appaiono anche in locali differenti a dimostrazione che l'interesse per i buoni produttori di birra artigianale sta uscendo dallo stagno, parecchio ormai affollato, dei punti vendita tradizionali.

Considerato infine che quello di Caronno è esclusivamente un sito di produzione, il modo migliore per immergersi nelle birre di Vetra resta il loro locale bandiera sui Navigli Milanesi. Aperto da poco, il locale è una sorta di taproom del giovane birrifico con tutta la gamma a disposizione. Chi non si accontentasse di queste parole, e speriamo siano comunque pochi, ci dovrebbe almeno fare un salto. ■

LE BIRRE DA NON PERDERE

Sostenitori delle birre da bere e ribere e poco sensibili, benché sempre curiosi, alla mitragliata di novità che il mondo della birra artigianale italiana ci offre senza accusare segni di stanchezza. Le birre di Vetra che ci hanno maggiormente colpito sono, per l'appunto, le classiche. Se non altro, sono quelle che si avrà sempre la certezza di poter trovare. La loro **Vetra Pils** (4,9% vol) ha profumi freschi di erba e di fiori bianchi ben innestati su

un sottofondo di cereali, cracker. Una bevibilità straordinaria e un finale meravigliosamente secco e asciutto. La classica birra da bere senza soluzione di continuità. La **Vetra Pale** (5,4% vol) ha chiari spunti "americani" al naso con note citriche e di pino evidenti ma non stancanti; più corposa e rotonda al palato chiude bene con i luppoli in evidenza e i "muscoli" giusti. Non da culturista come altre sorelle dello stesso stile. La **Ipa** (6,6% vol) si sposta invece su note

più fruttate, tropicali lasciando agli aromi resinosi il ruolo di comparsa; il palato conferma quanto avvertito al naso con un finale corto che lascia spazio al secondo sorso. Discorso ovviamente diverso per la **Black** (6,8% vol) una bassa fermentazione dal bouquet più "terroso", leggeri sentori di caffè e di affumicatura; ben bilanciata in bocca ci sembra l'ideale per affrontare abbinamenti "di sostanza" con carni rosse grigliate al tramonto. E infine, mancando

sul momento la saison, la **Donza** (5,3% vol), una collaborazione occasionale tra Vetra e il birrifico laziale Stavio che, considerato il successo, è già tornata in produzione. Birra volutamente un po' fuori dagli schemi, con note affumicate e leggermente piccanti al naso, un agrumato da arance rosse di sottofondo e un palato complesso, perché si avvertono tutti gli aromi, ma ben "ammaestrato" nel fornire un unico volto e una buona bevibilità.

Il viaggio negli spiriti



La Scozia e i suoi whisky

Per parlare della Scozia e dei suoi whisky servirebbero le pagine di un'intera rivista. Abbiamo voluto farlo in poche righe, ma con un obiettivo: trasmettervi una piccola "voglia" di Single Malt Scotch Whisky!

 FIORENZO DETTI

Chi visita la Scozia, oltre alle città, ai musei, ai castelli e alle tante bellezze della natura che si incontrano soprattutto addentrandosi nelle Highlands, non potrà fare a meno di visitare qualche distilleria di whisky. Gli scozzesi con la loro proverbiale riservatezza hanno mantenuto pressoché nascosto, per moltissimi anni, uno dei loro più grandi successi: la creazione dei "Single Malt Scotch Whisky". Ora fortunatamente si sono aperti al mondo, così oggi abbiamo la possibilità di visitare molte delle loro distillerie e di apprezzare la qualità e le differenze dei loro whisky.

Sono circa 120 le distillerie di malto funzionanti in Scozia: moltissime sono aperte al pubblico per diversi mesi l'anno e trasmettono un fascino veramente unico, spesso sono ubicate in mezzo al verde, quasi nascoste, sempre vicino ad un corso d'acqua, elemento molto importante per tutto il processo di produzione del whisky.

Gli ingredienti per ottenere un ottimo Scotch Whisky sono proprio l'acqua, l'orzo e la natura. Il clima è fondamen-





Vista degli edifici della distilleria Laphroaig, Islay island

tale per l'invecchiamento del futuro whisky, il distillato in botte maturerà per lunghi anni sino a raggiungere il massimo della sua evoluzione qualitativa facendo amicizia con tutto quello che lo circonda.

I whisky di malto in Scozia sono tutti diversi tra loro, ognuno ha una propria personalità e caratteristiche, differenti in base alla zona di produzione, al periodo di invecchiamento, alla gradazione alcolica, al tipo di botte utilizzata che raramente sono nuove di primo passaggio, molto spesso sono botti di rovere che hanno in precedenza già maturato whiskey in America oppure vino di Jerez in Spagna. Qual è il whisky migliore? Impossibile dirlo. Ovviamente ci sono dei single malt che hanno una qualità veramente superiore rispetto ad altri, ma anche in questo caso saranno molto diversi fra loro sia nei profumi al naso che al gusto. Un malto leggero, secco, poco torbato e piacevolmente aromatico sarà più indicato come aperitivo, mentre un whisky pieno, ricco, vellutato e saporoso con

COME DEGUSTARE IL WHISKY

I grandi whisky di malto sono da degustare lisci alla temperatura di 16-18° C., sempre accompagnati da un bicchiere d'acqua naturale fredda. L'acqua avrà il compito di prepararci la bocca all'assaggio, raffreddando le papille gustative. Il whisky si accompagna con fantasia a frutta tropicale, cioccolato fondente, scorze di arancia candita, uva passa, fichi secchi, albicocche disidratate.

un finale fruttato, sarà adatto come dopo cena, riservando come “bicchiere della staffa” i whisky più torbati, salmastri, iodati e fumosi, di grande personalità e complessità.

LE ZONE DI PRODUZIONE

La Scozia del whisky dal punto di vista produttivo può essere divisa in tre macro zone, all'interno delle quali è poi possibile trovare ulteriori differenze. Nella parte a sud troviamo le Lowlands, che sono anche il centro più popoloso e industriale della Scozia. Nelle basse terre oggi operano una quindicina di distillerie, una buona parte di queste sono di recente apertura. Questa zona, che vanta un clima mite e temperato, produce in genere whisky delicati, dolci di naso e rotondi al gusto. Non trascinano quasi mai note fumose di torba oppure sapori salmastri.

Dalle città di Glasgow ed Edimburgo, dirigendoci verso nord, si entra nelle Highlands, regione molto più estesa e variegata rispetto alle basse terre, un vero paradiso terrestre. I whisky di malto in questa area, sono molto diver-



Il whisky migliore? Impossibile dirlo. Ovviamente **ci sono single malt superiori**, ma con stili completamente differenti tra loro.

si tra di loro, nell'entroterra sono più delicati con note di spezie, miele d'erica, fiori e frutta e la torba è sempre molto sfumata. Avvicinandoci invece alla costa i whisky cambiano di sapore sposando molto di più le note salate e salmastre del mare. Nella parte nord delle Highlands orientali troviamo il distretto dello Speyside, un fazzoletto di terra che prende il nome dal fiume Spey che l'attraversa completamente andando a sfociare nel mare del Nord. Nello Speyside sono raggruppate circa la metà delle distillerie di Scozia. I centri più importanti sono le cittadine di Elgin, Rothes, Dufftown e Keith tutte circondate da meravigliose distillerie con centinaia di anni di storia. Arrivando in treno alla stazione di Keith, non potrete fare a meno di ammirare le migliaia di botti lungo tutta la ferrovia. Il profumo del whisky da quel momento in poi non vi abbandonerà più.

La terza importante zona della Scozia per la produzione del whisky è tutta la fascia costiera delle Isole Ebridi, dove i whisky trascinano chi più chi meno, fumo di torba.

La torba è un fossile, primo stadio di produzione del carbone, usata come combustibile per essiccare il malto d'orzo, caratterizza con i suoi profumi "empireumatici" il cereale. Si ottengono i famosi "whisky torbati".

Le Ebridi si sviluppano dall'arcipelago delle Isole Orcadi più a nord, sono una settantina di isolette di cui solo una ventina abitate, dove oggi troviamo operative due distillerie, sino a scendere lungo tutta la costa sul versante ovest, toccando le isole di Skye, Mull, Jura, Arran, Islay che è la più importante del gruppo per la produzione di malti torbati con 9 distillerie. Su ognuna di queste isole sorgono distillerie storiche conosciute in tutto il mondo, sino ad arrivare alla punta di Campbeltown situata sulla penisola chiamata "Mull of Kintyre" che fu anche il nome di un brano musicale di Paul McCartney che in quel luogo aveva una casa con un suo primo studio di incisione.

Molto presto anche altre isole della Scozia come Harris e Raasay potranno vantare una loro distilleria, sono, infatti, già operative e presto usciranno con il loro primo whisky. ■

CURIOSITÀ

Il monte più alto di Scozia è il Ben Nevis con i suoi 1.344 metri di altitudine che dà il nome anche ad una storica distilleria situata ai suoi piedi. Siamo nelle Western Highlands, zona ricchissima di verde e di laghi, uno dei più famosi è il Loch Ness.

A Kirkwall capoluogo delle Orcadi troviamo Highland Park, che è la distilleria più settentrionale della Scozia, mentre la distilleria più meridionale è la Bladnoch fondata nel 1817, chiusa e riaperta più volte, ha ripreso l'attività nel 2017. Sorge a Wigtown sul fiume da cui prende il nome.

La distilleria più alta della Scozia è Dalwhinnie, che in gaelico significa "luogo d'incontro" situata nelle Highlands in un crocevia di strade a 326 metri di altitudine, sulla strada che porta a Inverness.

L'unica italiana è Glen Grant che dal 2006 fa parte del Gruppo Campari. La distilleria fondata nel 1840 è tra le più importanti del mondo, si trova nella cittadina di Rothes nello Speyside. Curatissimi giardini vittoriani vi daranno il benvenuto.

Gli alambicchi di rame più alti di Scozia utilizzati per la distillazione del malto, raggiungono i 5,14 metri e appartengono alla Glenmorangie, si trova nelle Highlands settentrionali sulla strada che da Inverness porta alle Orcadi.

La distilleria più antica di Scozia è Glenturret, si trova nel Perthshire all'ingresso delle Highlands arrivando da Edimburgo. Mentre delle storiche la più piccola è Edradour, un gioiellino che si trova nel villaggio di Balnault, dopo la cittadina di Pitlochry.



1°

livello del corso AIS

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

BRESCIA

Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
11 aprile 2019
11 giugno 2019
 20.30 - 22.45
 ☎ 327/2360730
 ✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

MILANO

Hotel Westin Palace,
 Piazza della Repubblica, 20
14 maggio 2019
27 giugno 2019
 20.45 - 23.00
 ☎ 02 62086249 -348/290128
 ✉ info@aismilano.it

SONDRIO

Livigno
 Albergo Lac Salin SPA Mountain Resort,
 Via Saroch, 496
29 aprile 2019
18 giugno 2019
 15.15 - 17.30
 ☎ 335/7357380
 ✉ elia.bolandrini@aislombardia.it

SONDRIO

Caspoggio (SO)
 Albergo Colombo,
 Via Don Bosco, 3
29 aprile 2019
18 giugno 2019
 20.30 - 22.45
 ☎ 335/7357380
 ✉ elia.bolandrini@aislombardia.it



2°

livello del corso AIS

*La tecnica della degustazione,
l'enografia italiana ed
internazionale*

MONZA

Hotel de la Ville,
 Viale Regina Margherita di Savoia, 15
19 marzo / 11 giugno 2019
 20.45 - 23.00
 ✉ corsi@aismonza.it

PAVIA

Polo Tecnologico di Pavia, via F.lli Cuzio, 42
1 aprile / 5 giugno 2019
 21.00 - 23.15
 ☎ 348/3105451
 ✉ beneditto.gareri@aislombardia.it

MILANO

Magenta (MI)
 Ristorante Bettycuore, Via G. Matteotti, 3
2 aprile / 6 giugno 2019
 20.45 - 23.00
 ☎ 02 62086249 -348/290128
 ✉ info@aismilano.it

VARESE

Palace Grand Hotel, via Luciano Manara 11
16 aprile / 18 giugno 2019
 20.45 - 23.00
 ☎ 335/7357387
 ✉ serena.lattuada@aislombardia.it

LECCO

Garbagnate Monastero (LC), Quality Hotel
 San Martino, Viale Europa, 4
17 aprile / 20 giugno 2019
 21.00 - 23.15
 ☎ 347/5434732
 ✉ direzione.corsi@aislecco.it

BERGAMO

Trescore Balneario (BG),
 Albergo Ristorante della Torre,
 Piazza Camillo Benso di Cavour, 28
2 maggio / 25 giugno 2019
 20.30 - 22.45
 ☎ 348/1270265 - 347/7321538
 ✉ roberta.agnelli@aislombardia.it



3°

livello del corso AIS

*La tecnica dell'abbinamento
cibo-vino*

CREMONA_LODI

Ristorante "Il Violino", Via Sicardo Vescovo, 3
5 marzo 2019
16 maggio 2019
 20.30 - 22.45
 ☎ 335/7357366 - 335/1549474
 ✉ attilio.marinoni@aislombardia.it

BRESCIA

Sede AIS Brescia, via Triumplina, 11
11 marzo 2019
22 maggio 2019
 15.30 - 17.45
 20.30 - 22.45
 ☎ 327/2360730
 ✉ alessandro.caccia@aislombardia.it

BERGAMO

Presezze
 Hotel Settecento, via Milano, 3
25 marzo 2019
27 maggio 2019
 16.05 - 18.30
 20.30 - 22.45
 ☎ 348/1270265 - 347/7321538
 ✉ roberta.agnelli@aislombardia.it

Il vino è sempre più social

NON SONO SPAZI PUBBLICITARI DA RIEMPIRE ED È NECESSARIA UNA STRATEGIA AD HOC A SECONDA DELLA PIATTAFORMA SCELTA. LE AZIENDE DEL VINO E L'UNIVERSO SOCIAL? ECCO QUALCHE ESEMPIO VIRTUOSO IN GIRO PER IL MONDO.

👉 **BARBARA SGARZI**

social media per parlare, promuovere e in ultima analisi vendere vino. Funzionano? Come sempre, ma più ancora che in altri casi, la risposta giusta è: dipende. Se dal punto di vista dei numeri è difficile ormai avere dubbi (dove trovare, oggi, una tale concentrazione di persone, potenzialmente interessate a un prodotto?), la discriminante è come queste piattaforme di conversazione e comunicazione vengono usate. Si parte dalla scelta: non è necessario essere ovunque, magari con canali gestiti poco e male. È importante decidere quale e quali piattaforme siano più in sintonia con quello che si vuole comunicare e con i contenuti a disposizione e poi usarle al meglio. La scelta può cadere sui 2,2 miliardi di utenti nel mondo di Facebook, che ha però un pubblico di età più matura e crescita ormai lenta. Oppure sulla vivacità di Instagram, in grande sviluppo, frequentato soprattutto da giovani quindi perfetto per parlare di vino ai Millennial (e per sfruttare la fotogenia di bottiglie e bicchieri). O ancora, puntare sui video e sui tassi di crescita di YouTube, il secondo motore di ricerca al mondo dopo Google. In ogni caso, chi funziona sui social ha in comune la cura di pagine e account, una certa originalità nel proporre i contenuti e una robusta strategia di comunicazione alle spalle.

UNO STRUMENTO DI CONVERSAZIONE

L'errore più comune nell'utilizzare i social media da parte di qualunque azienda è quello di considerarli come spazi pubblicitari da riempire di comunicazioni promozionali e autorefe-

renziali. Ma non è quello che il consumatore di oggi si aspetta. Da una pagina Facebook o un account Instagram vuole conversazione, interazione, un posto dove parlare con le persone che stanno dietro a un'azienda e a un marchio. Poi, certo, dalla conversazione nascono l'interesse e una relazione che può portare all'incremento di vendite; ma il rapporto non è così diretto e così misurabile. Lo scopo della comunicazione attraverso i social media è prima di tutto creare relazioni forti, di "amicizia" tra un'azienda e i suoi clienti, attuali o potenziali, allo scopo di far conoscere il marchio e i prodotti, certo, ma anche di rafforzare la fedeltà. Perché se è vero che i consumatori tradiscono regolarmente marchi e aziende, è altrettanto vero che gli amici si tradiscono con più fatica.

UNA STRATEGIA FORTE

Facile? No, complicatissimo. Ci vuole un'idea, una strategia e dei contenuti interessanti da condividere. Altrimenti si finisce a fare parte del rumore di fondo, quel chiacchiericcio globale e indefinito che tanto ci infastidisce quando apriamo una piattaforma social. Bisogna emergere dal coro con la propria voce, essere originali e dare al lettore digitale, distratto da mille richiami e con una soglia di attenzione ormai minima, un motivo per leggere e restare con noi. Ci vuole, in definitiva, un investimento. Di tempo, passione e risorse. Perché le piattaforme social sono gratuite, e fanno quindi la fortuna delle aziende medio piccole che difficilmente hanno grandi budget pubblicitari a disposizione; ma la strategia e il tempo di chi deve presidiarle quotidianamente hanno invece un costo.

ESEMPI VIRTUOSI: FRANCIA

Lo hanno capito bene quelli di Château Darius (chateau-darius.com), che sono riusciti in poco tempo a sposare due realtà apparentemente antitetiche, il Bordeaux e i social media. Lo hanno fatto attraverso una rigorosa selezione della piattaforma (solo Instagram, perfetta per condividere immagini evocative di una delle zone più bramate dagli appassionati di vino di tutto il mondo) e costruendo una rete di contatti mirati: tra le loro connessioni, Chef Nobu e il presidente francese Macron, che si possono certamente definire influencer, e di quelli pesanti. La loro strategia? Meno è meglio. Pochi post, ma curatissimi. Certamente, la giovane età di chi si occupa del canale (Flavein Pommier, rampollo della famiglia e il socio Patrick Sean, 23 e 25 anni) ha fatto il resto. "Vogliamo portare un approccio nuovo alla cultura del vino, che in Saint-Emilion resta molto tradizionale. L'obiettivo è legare la tradizione alle nuove tecnologie e diventare il primo Saint-Emilion Grand Cru 2.0", ha dichiarato Flavien. Restando in zona, un altro caso di successo sui social è Château D'Yquem (yquem.fr). Forti di un'immagine iconica e di 400 anni di storia, anche grazie all'acquisizione da parte del gruppo LVMH, hanno continuato a evolversi. Facebook, Twitter e Instagram sono i loro canali, seguiti da migliaia di follower. Anche se, comparati con altri marchi, i numeri possono non far saltare sulla sedia (la pagina Facebook ne conta circa 47 mila, l'account Instagram, curatissimo, marcia verso i 30 mila, ma con tassi di crescita incredibili), sono cifre di tutto rispetto per un mercato particolare come quello della zona del Bordeaux. Canali gestiti alla perfezione, con il giusto mix tra promozione

del prodotto, interessanti dietro le quinte e immagini bellissime. Ancora più strutturato l'approccio di Mirabeau, produttori provenzali che ai post sui social dedicano un'intera pagina sul sito (mirabeauwine.com). Sui loro spazi traspare la voglia di divulgare la conoscenza del terroir e dei prodotti, sfruttando al meglio lo storytelling ossia l'arte, vecchia come il mondo ma perfetta per i social media, di appassionare a un prodotto tramite la narrazione e l'affabulazione. Raccontandone cioè, più che le caratteristiche tecniche, l'ambiente, la storia e le persone che lo creano. E non manca l'interesse a costruire legami veri con i clienti e appassionati di tutto il mondo. Un modo per uscire dai confini restando in Provenza, con lo sguardo sulle vigne al tramonto.

ESEMPI VIRTUOSI: USA E AUSTRALIA

Dall'altra parte dell'oceano la comunicazione social è ormai data per scontata o quasi per i grandi produttori vinicoli. Tra i vari esempi, spiccano i casi di South Coast Winery, in California (southcoastwinery.com), che sfrutta le piattaforme anche e soprattutto come canale per promuovere l'enoturismo proposto dal resort. Su Instagram, immagini patinate baciata dal sole californiano e molti giovani impegnati in degustazioni e visite in vigna, per agganciare il target dei Millennial, quello che fa più gola. Correttamente, i contenuti postati su Facebook sono



di follower (tra cui Pinterest) farà probabilmente storcere il naso ai puristi ma si è dimostrato molto efficace tra i consumatori della Generazione Y, che ne hanno fatto uno dei produttori più premiati e diffusi degli ultimi anni.

Spostandoci "down under", in Australia, Yellow Tail traccia la strada tra i produttori per la comunicazione digital. Sito e social viaggiano in sinergia nel parlare del marchio, aiutati anche dal codice colore, il giallo brillante che lo contraddistingue. Il tono di voce è informale e divertente, basato soprattutto sulle immagini create ad hoc, coerenti e omogenee, sia su Facebook, dove sfiorano il milione e 400 mila like, che su Instagram, dove hanno profili divisi per Paese. Il trucco in più? Regalano anche consigli, suggerimenti di degustazione e ricette.

Due profili Instagram: a sinistra quello dell'azienda californiana South Coast Winery (17mila follower) e in alto Château Darius, azienda di Bordeaux in Francia (21,9mila follower)



in parte diversi (un altro segreto per riuscire bene, sui social, è infatti differenziare il messaggio a seconda della piattaforma); più tecnici e per addetti ai lavori.

Restando in zona, Jordan Winery, produttore di uno dei migliori cabernet sauvignon californiani, ha puntato molto su YouTube. I video sono un mix tra divulgazione, tutorial, ricette, umorismo e parodie di pezzi pop molto divertenti, e contribuiscono a creare un tono di voce unico (con più di 8 milioni di visualizzazioni, youtube.com/user/jordanvineyard). Spesso riproposti anche su Instagram, con tagli e formati diversi. Ancora più scanzonata e leggera la comunicazione di Barefoot (barefootwine.com), un produttore giovane (1986) che si rivolge ai giovani. Dai prodotti, alle etichette, alla comunicazione allegra e un po' sopra le righe, il messaggio declinato sul sito e sui vari account social affollati

E IN ITALIA?

I casi di successo ci sono anche da noi ma in generale, come tutto ciò che attiene al digitale, le nuove tecnologie per la comunicazione si stanno affermando con più lentezza, nel vino come altrove. I dati relativi al Vinitaly 2018 ci dicono che gli hashtag #Vinitaly e #Vinitaly2018 hanno prodotto su Twitter e Instagram 28.186 tweet e

44.852 foto condivise, mentre le cantine più influenti sono state Zonin e Pasqua (numeri di Social Meter Analysis, socialmeteranalysis.it). Per i produttori ancora in dubbio se abbracciare o meno la svolta social, forse ancora più importante l'analisi dell'Osservatorio Qualivita Wine sui dati di Waypress Media Monitoring. Dimostrano che l'hashtag #Vinitaly2018 funziona anche fuori dai confini nazionali: se nel 2017 il 10% delle conversazioni avveniva all'estero, nel 2018 la quota supera il 18%, con un boom di interesse in Cina e una buona crescita dallo scorso anno negli Usa.

In conclusione, la rivoluzione social è qui per restare: domani magari cambieranno le piattaforme, ma non le aspettative dei consumatori globali per un dialogo diretto e non intermediato con i produttori. Meglio non perdere l'occasione di esserci. ■

Fai felice la tua terra (e quello che ci sta intorno)

LA NUOVA FRONTIERA
DELLA VITICOLTURA?
LA CONCIMAZIONE DEL
VIGNETO NELL'ERA DELLA
DIGITAL TRANSFORMATION:
SOLO CIÒ DI CUI
IL TERRENO HA BISOGNO,
E SOLO QUANTO SERVE.
IL PROGETTO SPERIMENTALE
DELL'UNIVERSITÀ DI MILANO.

☞ SARA MISSAGLIA

Quando parliamo di vino pensiamo a territorio, vitigno, natura, tradizione, stile e filosofia del produttore. La nostra mente (ma anche il cuore) immagina un po' di magia nell'alchimia tra zuccheri, lievito e ossigeno e vede nella fermentazione alcolica qualcosa in più di una formula chimica. Nell'era della digital transformation è tuttavia inevitabile pensare a un vino che sia anche tecnologico. Una tecnologia "buona" e non spinta, perché non dimentica mai che "la natura non fa nulla di inutile": Aristotele insegna, così come le fasi lunari e i vecchi adagi popolari. Una tecnologia che è scienza, sempre più presente anche in viticoltura. Meet me tonight è la notte dei ricercatori, la maratona di due giorni che ormai da anni promuove il "faccia a faccia" con la ricerca: laboratori didattici e sessioni informative con i ricercatori organizzate dalle principali Università di Lombardia e Campania

(Università Statale, Bicocca e Politecnico di Milano, Università degli Studi di Napoli Federico II), con il coinvolgimento del Comune di Milano e di enti regionali, ospedalieri e fondazioni di ricerca. Il 28 e 29 settembre 2018 Milano è stata animata da talk, mostre, conferenze, visite e attività dimostrative realizzate anche attraverso l'allestimento di numerosi stand presso i Giardini Indro Montanelli, non a caso tra il Museo di Storia Naturale e il Planetario. Uno stand dell'Università di Milano non poteva passare inosservato, soprattutto agli occhi di appassionati ed esperti del vino: "Biodiversità nel bicchiere" – Sostenibilità a portata di calice".

Qui abbiamo incontrato il dottor Federico Sambo, Executive del Gruppo Viticoltura per l'Università degli Studi di Milano, Dipartimento di Scienze Agricole e Ambientali: nello stand la ricostruzione di un vigneto e una macchina che ci incuriosisce: un po' E.T. e un po' robot. Si tratta di un prototipo di Life Vitisom, il progetto di ricerca che ruota intorno alla distribuzione dei concimi organici nel vigneto attraverso la tecnologia a rateo variabile, intelligente e rispettosa dell'ambiente. La tecnologia VRT permette infatti di gestire e calibrare l'apporto di concime in dosi mirate e solo sulla base dell'effettivo stato di salute del vigneto, misurato e analizzato da macchine di nuova progettazione. Il rateo variabile è già in uso per il pieno campo a livello di fertilizzanti chimici, ma è disponibile solo a titolo sperimentale per la concimazione organica del vigneto. Solo ciò di cui il terreno ha bisogno, e solo quanto serve: è la nuova frontiera della concimazione, e forse un giorno tutti i vigneti saranno trattati in questo modo. Una rivoluzione copernicana: si tratta il suolo del vigneto solo con il fertilizzante organico, l'unico ammesso dal protocollo bio, e non la pianta, come si fa con il trattamento di sintesi. Life Vitisom è un progetto europeo coordinato dal Dipartimento di Scienze Agrarie di Unimi, in partnership con Consorzio Italbiotec, Università degli Studi di Padova e due aziende che si occupano di ingegneria ambientale e meccanica di precisione: West Systems Srl e Casella Macchine Agricole Srl. Tra i partner tecnici anche due cantine lombarde, le franciacortine Castello Bonomi e Berlucchi Spa, oltre alla marchigiana Conti degli Azzoni, a cui si aggiungono i siti test e di divulgazione rappresentati dalla cantina Bosco del Merlo tra Veneto Orientale e Friuli e Premiata Fattoria di Castelvecchi in Toscana.

Sono stati individuati cinque areali vitivinicoli diversi tra loro per struttura, tipologia e pendenze dei suoli, contenuto di sostanza organica, biodiversità, clima e sesti di impianto: differenti target di sperimentazione per l'effettuazione di test comparativi. Cinque aziende pioniere per una agricoltura sostenibile, disponibili a mettere in campo assets, esperienza e tecnologia per il buon esito del progetto, in linea con quanto stabilito dal protocollo UE per la coltivazione integrata e bio. LIFE è infatti lo strumento di finanziamento dell'Unione Europea per l'ambiente e il clima, e VITISOM (Viticolture Innovative Soil Organic Matter Management), per cui è stato stanziato un budget di quasi 2 milioni di euro, ricade nel contesto dell'*Environmental and Resource efficiency*.

È la dottoressa Isabella Ghiglieno, Project Manager con il



A sinistra dei carotaggi di terreno, a destra una vigna dell'azienda Berlucchi

Project Coordinator professor Leonardo Valenti, a illustrarci sinteticamente la mission: «L'obiettivo del progetto a breve termine è la messa a punto dei prototipi, che di anno in anno sono stati migliorati e potenziati, grazie al lavoro intenso e proficuo tra le cantine partner e l'azienda Casella, a testimonianza del valore della sinergia tra scienza e impresa. Altri produttori stanno utilizzando in prova le nostre macchine con risultati ampiamente soddisfacenti, in particolare per la facilità di impiego. I risultati effettivi saranno analizzati al termine della terza vendemmia, con l'obiettivo di realizzare un manuale fruibile per il viticoltore, che raccolga la nostra esperienza e sia veicolo per la diffusione delle macchine».

Si comincia dalla terra, impoverita del contenuto di sostanza organica per via di sistemi di coltivazione intensiva e della meccanizzazione del vigneto. Il rischio è la compromissione della fertilità del suolo, privo di fonti di azoto stabile e di un pool di elementi essenziali per la nutrizione della vite, per la struttura del suolo stesso e per la ritenzione idrica. Nessun fertilizzante di sintesi viene impiegato nel progetto, solo concime organico: il rifiuto diventa una risorsa. «I concimi organici – ci spiega Federico Sambo – riguardano tre matrici di recupero che, in altro modo, sarebbero scarti: compost, digestato separato solido e letame. In Veneto viene inoltre usato come concime di sintesi l'urea». Lo scarto dello scarto, non si butta via nulla! Una macchina a testa in giù, ma con lo sguardo rivolto al cielo, che riconosce le effettive esigenze del vigneto grazie a un sensore montato a bordo di un trattore che si muove tra i filari. Il sensore consente un dettaglio a livello di singole particelle vitate, fotografandone lo stato vegetativo: le informazioni arrivano dalle foglie e dal legno di potatura. Non tutte le aree del vigneto necessitano infatti di essere fertilizzate nello stesso modo e con analoghe quantità di concime: sulla base della lettura e del monitoraggio

di mappe di vigoria della vegetazione, note anche come mappe di prescrizione, vengono individuate le aree più carenti, e si interviene solo su quelle. Il progetto ha preso il via 1° luglio 2016, ha una durata di tre anni e mezzo con scadenza dicembre 2019, e si articola in tre macro azioni. La prima fase del progetto si è occupata della progettazione tecnica e dello sviluppo dei prototipi: cinque macchine innovative per ogni contesto vitivinicolo identificato, progettate e realizzate con l'obiettivo di razionalizzare l'impiego e la distribuzione di sostanze organiche a livello locale, nazionale ed europeo. La seconda fase è stata invece caratterizzata dalle prove in campo dei prototipi su ampie superfici nei diversi siti, attraverso il collaudo e la validazione delle caratteristiche tecniche e del corretto funzionamento delle macchine, con campionatura delle risposte ai test grazie a sorgenti di dati per l'agricoltura di precisione:

NON TUTTE LE AREE DEL VIGNETO NECESSITANO DI ESSERE FERTILIZZATE NELLO STESSO MODO E CON ANALOGHE QUANTITÀ DI CONCIME

satellite, aereo, drone, proximal sensing, il futuro è già qui. Di vendemmia in vendemmia, la misurazione dei risultati e lo scostamento o l'adesione agli obiettivi prefissati sono oggi il work in progress del progetto. La terza fase è invece relativa allo sviluppo di una strategia commerciale della tecnologia di cui il progetto è proprietario, attraverso il passaggio da un'ottica sperimentale a una logica industriale, per un'ampia diffusione nel mercato vitivinicolo. «L'investimento è importante – prosegue Federico Sambo – e l'aspetto più interessante di questo progetto è l'interdisciplinarietà, che coinvolge una ventina di ricercatori». Unimi segue il progetto avvalendosi anche di Sata Studio Agronomico di Brescia, che si occupa della valutazione



Un sensore di rilevamento della vigoria tramite la misurazione dello spessore dei tralci di vite. A destra il team della facoltà di Agraria di Milano presente allo stand "Meet me tonight"

delle biodiversità: il dottor Stefano Corsi in particolare studia gli impatti sui consumatori dal punto di vista economico di un vino con una maggiore biodiversità. «Il metodo è quello della Choise Experience: ad un campione di consumatori vengono distribuiti questionari per la misurazione della conoscenza e del gradimento di vini di questa tipologia», ci spiega Isabella Ghiglieno. Vi è inoltre un team della facoltà di agraria che si occupa direttamente delle macchine. Il prototipo presente presso lo stand di "Meet me tonight" a Milano è stato ideato dagli ingegneri del Gruppo Team per lavorare le mappe di vigore e altri sono in via di sperimentazione.

Le difficoltà gestionali dei prototipi non sono di poco conto, soprattutto dal punto di vista meccanico: la distribuzione di concime organico avviene, infatti, a rateo variabile in quantità elevate, nell'ordine di centinaia di quintali per ettaro. Perché biodiversità? «Dare il nutrimento solo dove serve

IL VITICOLTORE È E RIMANE IL CUSTODE DELLA TERRA, MA L'AGRICOLTURA SOSTENIBILE È L'UNICA VIA PERCORRIBILE PER IL FUTURO

e solo quanto serve nell'ambiente è un indice di rispetto sia del micro territorio (il vigneto) sia delle falde acquifere sottostanti, per l'impatto di gas effetto serra liberati», ci spiega ancora Federico Sambo. Meno danni all'ambiente, più salute per il consumatore e più tutela per chi vive e lavora vicino al vigneto: salute non solo per il consumatore che compra la bottiglia di vino dallo scaffale, ma anche per il produttore e il consumatore che vivono intorno al vigneto con le sue falde acquifere, potenzialmente inquinate da un uso eccessivo e non razionale di composti azotati. L'università di Padova effettua

infatti il monitoraggio dei gas serra liberati dai diversi vigneti del progetto, espressi in anidride carbonica, protossido di azoto e metano: un vigneto trattato con un'agricoltura ragionata ha una riduzione sensibile di GHG, greenhouse gas, gas a effetto serra. «L'università di Padova effettua valutazioni a livello ecosistema del vigneto - ci racconta Isabella Ghiglieno - e i risultati che stiamo raccogliendo sono di grande valore per la comunità scientifica in quanto difficili sino ad oggi da reperire. Importantissima anche la sinergia tra West System e le cantine partner: qui il lavoro è più puntiforme, ed è incentrato sulle matrici organiche e sui benefici per il viticoltore». La riduzione delle emissioni provenienti dai terreni vitati è nell'ordine del 10% rispetto all'utilizzo di fertilizzanti chimici, con un minor assorbimento di gas da parte della vite stessa; analoga riduzione si ha nell'emissione di odori dalla distribuzione di fertilizzanti. E ancora, sul versante dei benefici: si registra una riduzione dei costi legati alla distribuzione di concime organico di almeno il 20%, dovuta all'efficienza ed alla razionalizzazione della tecnologia VTR. Anche il terreno sta meglio: nei suoli vitati si registra un incremento medio del 5% di sostanza organica. Altri aspetti positivi, non trascurabili: l'omogeneizzazione del vigore dei vigneti, la riduzione degli sprechi e dello squilibrio produttivo, il minore stress per la vite e la migliore qualità delle uve. Identikit di un nuovo rapporto tra pratiche di viticoltura e rispetto dell'ambiente: conoscenza e responsabilità per far fronte alle variazioni climatiche, al risparmio energetico e alla tutela della salute di consumatori e produttori. Il viticoltore è e rimane, comunque, il custode della terra, ma l'agricoltura sostenibile è l'unica via percorribile per il futuro. Life Vitisom è anche un'importante sfida imprenditoriale a livello nazionale ed europeo, una partita che si gioca tutta in attacco, sul terreno e sulla sua difesa. La metafora di una partita di calcio dove, alla fine, tutti segnano un gol. ■



Sommelier

al lavoro



a cura di
Anna Basile e Anita Croci

Paola Simonini



CASTELLO BONOMI

Via S. Pietro, 46 - 25030 Coccaglio (BS)
Tel. 030 7721015 - Fax +39 030 7701240
email: info@castellobonomi.it

Visite su prenotazione

dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 12:30
e dalle 14:00 alle 18:00.

Sabato con orario continuato
dalle 9:00 alle 17:30

Astemia, perito aziendale, con la passione per i numeri: vi sembrano queste le doti di un buon sommelier? Forse no... e invece vi sbagliate. «Circa otto anni fa ho iniziato a lavorare per un'azienda che importava vini francesi, champagne per l'esattezza, e li rivendeva nel cuore della Franciacorta (ci vuole un bel coraggio!). Io, in qualità di responsabile vendite, avrei dovuto conoscere molto bene i vini... ma ahimè, all'epoca ero praticamente astemia». È iniziata in maniera quantomai bislacca la carriera di Paola Simonini, 26 anni, «col tempo ho cominciato ad assaggiare quei vini e dopo un po' di champagne non ho potuto fare a meno di pensare che in fondo il vino non era poi così male». Una volta superato l'ostacolo più grande, Paola si lancia nel mondo delle degustazioni e l'incontro con Alessandro Caccia, delegato di AIS Brescia, segna un momento fondamentale. «Alessandro ha notato subito la mia curiosità per il

mondo del vino e mi ha incoraggiato a partecipare ai corsi AIS. Non senza titubanza mi sono iscritta e ho davvero scoperto un mondo. Uno dei momenti più importanti è stata un'uscita didattica da Contadi Castaldi dove Flavio Signoroni ci ha parlato dell'azienda in un modo splendido, e io, incantata dalla sua capacità di raccontare il vino, ho capito quello che volevo fare nella vita: lavorare in una cantina e parlare di vino. E da quando sono qui a Castello Bonomi posso dire che una parte del sogno si è realizzata, ma ho anche scoperto che mi piace organizzare eventi. In cantina ci stiamo dando da fare e il 2019 sarà un anno ricco di iniziative, molte delle quali prevedono degustazioni con abbinamento cibo vino. Non mancheranno i piatti tipici della nostra terra, ma anche cibi più lontani e di altre culture. Il messaggio è questo: i nostri Franciacorta sono adatti a

(quasi) ogni piatto. Dal sushi ai pesci di lago, persino con la pizza gourmet – da provare con il nostro Franciacorta Lucrezia Etichetta Nera, pinot nero in purezza, dieci anni sui lieviti». In cantina Paola si occupa anche dell'accoglienza: «Non mancano mai le visite in cantina, la maggior parte dei nostri ospiti è italiana, ma gli stranieri sono sempre più numerosi. Alcuni sono più esperti, spesso i soci AIS passano a trovarci, ma abbiamo anche visitatori meno competenti e bisogna saper parlare di vino a tutti. Ultimamente un signore mi ha chiesto se in cantina si poteva acquistare qualche bottiglia del nostro Prosecco. Ecco, io ho cercato di spiegare nella maniera più semplice che in Franciacorta non si fa Prosecco...». Le visite in cantina servono anche a questo, imparare qualcosa di più sul mondo del vino, attività in cui da sempre è impegnata la delegazione bresciana, che insieme ai corsi offre momenti formativi importanti:

Fondamentale l'incontro con Alessandro Caccia: mi ha incoraggiato a partecipare ai corsi AIS

«ho avuto modo di partecipare a serate di approfondimento, degustazioni, focus sui territori. Imparare a riconoscere l'impronta del territorio è fondamentale, e mi ha permesso di capire meglio anche i nostri vini. Come il CruPerdu, uno dei prodotti più rappresentativi dell'azienda, il Franciacorta che nasce dal vigneto perduto. Correva l'anno 1986 quando il nostro chef de cave scoprì immerse nel bosco alcune piante di vite sommerse dalla vegetazione. Quei filari recuperati oggi vivono una nuova vita: da quel vigneto prende il nome una cuvée di chardonnay e pinot nero, per l'appunto il CruPedru». È il tuo vino preferito? «No, io amo i non dosati, il vino che prediligo è il Castello Bonomi Dosaggio Zero, il connubio perfetto tra chardonnay e pinot nero, eleganza e terroir, un vino che ha catturato l'anima della Franciacorta».

Anna Basile

Alberto Alpini

Ethos, pathos, logos. Carattere, passione, logica. Se pensiamo alla moderna figura del sommelier come comunicatore del vino, ad Alberto non manca nessuna delle tre caratteristiche fondamentali individuate da Aristotele. «Il primo libro che ho letto in vita mia è stato l'Apologia di Socrate. Mia madre mi disse "così impari a ragionare". È il mio libro preferito».

Milanese di nascita, legato nel cuore alle origini lecchesi. «La nostra era una famiglia numerosa, che la domenica si riuniva nella casa del nonno. Sotto c'erano due cantine, scavate nel fianco della montagna. Io scendevo con lui i gradini scoscesi, tra i formaggi e i salumi appesi ad affinare. Ero incantato

Un grande sommelier deve capire non solo il vino, ma anche le persone

da quel luogo, dai profumi, dalle bottiglie ben ordinate, piene di polvere e di mistero. Era il mio momento preferito, un rito che rivivo ogni giorno anche adesso, quando arrivo al ristorante e per prima cosa scendo in cantina e osservo le mie bottiglie».

Un mondo di sapori e di profumi coltivato con l'età, che nel 2005 lo porta in AIS per diventare Sommelier. «Devo ringraziare mio padre, che mi ha spinto a frequentare i corsi. Se il nonno ha instillato in me un seme di amore per il vino, lui mi ha sempre aiutato a coltivarlo. Frequentavamo insieme l'enoteca di Simone Luraghi, nel quale ho trovato un fratello maggiore. Osservandolo, ho capito l'importanza dell'aspetto umano in questa professione, un valore che ho ritrovato in AIS nella figura di Hosam. La sua aura era folgorante».

Dopo il diploma e alcune esperienze professionali anche all'estero, nel 2014 l'incontro con il nascente ristorante Yazawa, specializzato in carne di Waygu Kuroge,

pregiatissimo bovino allevato solo in una zona esclusiva del Giappone. Nove tavoli e una capienza massima di quaranta coperti, Alberto ricopre un ruolo direttivo e operativo, di sommelier e maître. Una cinquantina di referenze in carta oltre ad alcune grandi bottiglie a margine, per chi cerca qualcosa di esclusivo. Per la sua peculiarità, il ristorante è frequentato soprattutto da stranieri, giapponesi in primis, sempre più appassionati di vino. «Trovo le mie soddisfazioni in una clientela poliedrica e curiosa, che affida spesso a noi la scelta del vino». Il momento più importante per Alberto, che all'abbinamento cibo-vino affianca quello vino-persona. «Il mio lavoro è strettamente connesso all'aspetto psicologico, perché un grande sommelier non è solo colui che sa capire il vino ma colui che sa capire le persone, una variabile fondamentale e imprescindibile. Il pasto è un momento di distensione, dove tutti abbiamo esigenze diverse. Il mio ruolo è capire che cosa in generale possa piacere o che tipo di giornata si abbia alle spalle, quanta sia la voglia di esplorare, di giocare o invece di restare in una zona "di conforto". La mia massima soddisfazione è il sorriso del cliente».

Da buon lecchese, confessa amore incondizionato per il nebbiolo e per le vigne mature, che distillano frutti talvolta esigui, ma carichi di un legame profondo con la terra. E con questa carne dal sapore così speciale, dolce e avvolgente? «Sembrerò scontato, ma ultimamente stiamo avendo eccellenti riscontri con i metodo classico, francesi e trentini in particolare».

Progetti? «Adesso voglio restare qui e occuparmi del ristorante, ma in un futuro più remoto mi vedo su una sedia a dondolo, con le montagne di fronte e una vigna alle spalle. Quello che desidero è liberare la naturalità del mio essere, sporcarmi le mani nella terra. Non perché siamo chiusi in questo grigiore dobbiamo dimenticarci il colore dei sogni».

Anita Croci



YAZAWA BEEF - JAPANESE BBQ

Via San Fermo 1, 20121 Milano
Tel +39 02 36799710
www.yazawa.it

ORARI DI APERTURA

Lunedì 19:00-22:30
Martedì/Sabato 12:00-15:00/ 19:00-22:30

Specialità: protagonista è la rara e pregiata carne di manzo Waygu Kuroge, da gustare naturalmente alla griglia o marinata con salse speciali e segrete dello chef Tsuyoshi Noikura.

Denise Maserati



CONTI DUCCO

Via degli Eroi, 70, Passirano (BS)

Telefono: +39 030 68 50 566

Fax: +39 030 68 50 586

Visite su prenotazione a info@contiducco.it

«**D**alla vigna alla cantina, dai fornitori al lavoro d'ufficio, confesso che le mie giornate sono dinamiche e non ho nessun problema a seguire i consigli del dottore quando mi suggerisce di non avere una vita sedentaria. Agli ordini, non so neanche cosa sia la vita sedentaria!» Mamma, sommelier, responsabile commerciale dell'azienda franciacortina Conti Ducco, Denise Maserati è una forza della natura.

Ma forse non avrebbe mai immaginato che il vino sarebbe diventato così importante nella sua vita: «In famiglia alcuni cari amici erano produttori e io sono cresciuta a contatto con il vino, questo magnifico figlio della terra e del lavoro dell'uomo, ma non facevo altro che... berlo. Infatti ho seguito strade diverse, quelle che pensavo fossero le mie: mi sono iscritta all'università e, con una laurea in giurisprudenza, ho tentato la via della magistratura finché non è arrivato mio figlio...» e Denise mette da parte tutto per dedicarsi al suo bimbo. «A volte la vita ti porta a seguire percorsi che non pensavi di dover fare. È semplicemente così, non ci si può opporre al destino, bisogna solo vivere nel migliore dei modi la vita che ci viene offerta. È quello che ho fatto e non mi sono sbagliata. Quando poi è capitata l'occasione di tornare nel mondo del lavoro, non me la sono lasciata sfuggire». Così nel 2012 Denise approda da Conti Ducco e ormai da sette anni si occupa della direzione commerciale di una delle aziende storiche della Franciacorta. «Conti Ducco è una delle pioniere della Franciacorta, è stata tra le aziende che hanno contribuito a creare lo spumante italiano degno competitor dello champagne, per qualità e tipologia, ed è anche una delle più grandi con i suoi 92 ettari vitati». Denise segue in prima persona buona parte delle attività dell'azienda: dai sopralluoghi in vigna alla supervisione

di chi vi opera, «a gennaio non mancano i controlli sulla prepotatura e la potatura, e io sono lì, sul campo, accanto a chi lavora. Seguo le attività agronomiche con i nostri esperti, quelle di magazzino, e tutta la filiera di produzione, inclusa l'etichettatura e l'imbottigliamento. Non manco di confrontarmi con l'enologo e con chi si occupa di cercare – e trovare – nei nostri vini il gusto del Franciacorta più autentico. Infine, ci sono i fornitori e le attività di ufficio». È chiaro che la passione non basta quando si lavora a livelli così alti, è per questo che Denise ha deciso di seguire i corsi AIS alla delegazione

Fare il proprio lavoro con amore è fondamentale, ti dà la forza per proseguire e migliorare

di Brescia, «ho sempre pensato che studiare sia la carta vincente di chi vuole affrontare qualsiasi lavoro con competenza e dare il meglio di sé. E io non mi sono fermata, da quest'anno studio Enologia all'Università di Piacenza. Credo che fare il proprio lavoro con amore sia fondamentale, ti dà la forza per proseguire con ottimismo e voglia di migliorare». E quando la stanchezza sembra prendere il sopravvento basta poco, bere un bicchiere di vino per esempio: «Uno dei vini che più amo è il Pas Dosé di Conti Ducco», pinot nero in purezza, frutto di una vendemmia con rese per ettaro molto basse, e con un lungo riposo in cantina, «un vino che racconta il grande lavoro dell'azienda e la mano di un enologo formidabile, Enrico Paternoster, che sa dare ai vini Conti Ducco l'inconfondibile carattere dei Franciacorta di qualità, spumanti che riescono a unire la finezza di una bollicina sempre elegante, alla forza della struttura che solo il frutto ben coltivato può dare».

Anna Basile

Emilio Tiziano Longo

La conoscenza non è un punto di arrivo, ma di partenza verso nuove scoperte. Nato e cresciuto a Milano, Emilio eredita la passione per la cucina dal talento della nonna, personal chef ante litteram nella Venezia del dopoguerra. Il diploma alberghiero al Vespucci è il primo passo verso una carriera itinerante e pluripremiata, che lo porta a viaggiare nelle cucine di numerosi ristoranti, dentro e fuori i patri confini; dall'Osteria del Binari di Milano alla Germania di Heinz Winkler, Mario Gamba e Marcello Fabbri, per rientrare poi sulle coste della penisola e riavvicinarsi progressivamente alle sponde lombarde, con il ristorante Lago Maggiore di Varese.

L'interesse per il vino nasce durante una di queste esperienze, come naturale completamento del rapporto con la cucina e nel tempo diventa sempre più rilevante, fino alla decisione di avvicinarsi all'AIS e di seguire i corsi per diventare, nel 1997, Sommelier professionista. «Lavorando in ambienti di una certa caratura, dove l'esperienza sensoriale deve essere completa, il binomio tra la tavola e il bicchiere non può essere sottovalutato».

Un principio che trova piena espressione nel suo ristorante. La Posta Vecchia apre a Gazzada nel 2011, all'interno degli spazi di un locale storico che fu posta per cavalli nel 1700 e, da luogo di sosta, si è naturalmente trasformato in locanda e osteria agli inizi del Novecento. Una storia che Emilio ha voluto rispettare, nell'architettura – dal porticato esterno alle piccole sale con camini e travi a vista, l'antica ghiacciaia, la cantina con le volte in mattoni – ma soprattutto nello spirito: non un ristorante, ma un'osteria. «Non c'è una carta, il menu viene scritto su una lavagna perché viaggia giornalmente, secondo quello che offre il mercato. Facciamo cucina italiana, proponendo piatti del territorio ma

non solo: quello che cerchiamo sono qualità, stagionalità e freschezza delle materie prime, che siano locali oppure no».

È con i vini che Emilio ha voluto davvero sfidare la territorialità «Nell'immaginario collettivo il vino italiano ha le sue zone classiche e determinate, è difficile far capire che c'è tanta varietà e qualità anche nella nostra regione, alla quale si pensa solo per gli spumanti di Franciacorta. Io ho voluto mettere in carta esclusivamente vini di Lombardia, con l'obiettivo di far conoscere le eccellenze vitivinicole che un territorio così bello e variegato può offrire». Una sfida portata avanti per due anni, prima di cedere alle esigenze di una clientela non sempre capace di vedere le potenzialità di viaggio nascoste dentro un limite geografico.

Oggi la sua cantina conta almeno cento referenze da tutta Italia, in particolare piccole produzioni, ma in carta ne propone solo venti a rotazione, ogni dieci giorni circa «perché limitando la scelta posso portare le persone a scoprire qualcosa di nuovo».

Come le materie prime in cucina, così i vini vengono scelti con particolare attenzione alla loro specificità. «Appena possibile faccio visita ai produttori. È importante andare sul campo, parlare con loro, vedere come lavorano. Prediligo i vini che sanno esprimere un'identità territoriale, è questo che voglio dare ai miei clienti. Spesso dopo il servizio mi ritrovo a parlare con loro, c'è molta curiosità intorno all'argomento».

Quali sono le tipologie più richieste? «Soprattutto vini di struttura, con gradazioni alcoliche importanti, meglio se con qualche anno alle spalle». E un debole personale? «Il Friuli Venezia Giulia» da cui uno degli abbinamenti preferiti: zuppa di cipolle bianche dolci e friulano di Dario Raccaro.

Anita Croci



LA POSTA VECCHIA

Via Italia Libera, 12 - 21045 Gazzada
Tel +39 0332 464484

Orari di apertura:

Martedì/Sabato 12:00-14:00/ 19:30-00:00
Domenica solo a pranzo, lunedì chiuso.

Specialità: ristorante italiano che propone piatti della tradizione lombarda accanto a creazioni innovative

L'anima social di AIS Lombardia

Il banco di prova, superato positivamente, è stata l'ultima edizione di Enozioni a Milano. Ora sempre più coesione e strategia d'insieme sui social per AIS Lombardia e le delegazioni provinciali grazie al nuovo team formato da Barbara Sgarzi e Anna Martinello.

👉 ANNA BASILE

Quando Umberto Eco venne insignito della laurea honoris causa in Comunicazione e cultura dei media apostrofò in questo modo chi fa un uso sconsiderato della comunicazione digitale: "I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l'invasione degli imbecilli".

Tutti noi abbiamo lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel, questo è fuori dubbio, ma quanto è necessario alla collettività quello che stiamo dicendo, il giudizio che stiamo dando, la notizia che vogliamo assolutamente condividere? Spesso ci sembra di annaspire in un mare di informazioni mediamente utili messe in piazza da pseudo-autorevoli fonti che ci danno dritte su tutto: possiamo fidarci? A volte sì: c'è chi usa i social media per comunicare bene e con autenticità. È il caso di AIS Lombardia, che capitanata dal presidente Hosam Eldin Abou Eleyoum comincia un 2019 più social che mai. Il team è stato ampliato, Barbara Sgarzi e Anna Martinello, intervistate per la nostra rubrica, raccontano il loro rapporto con i social e con il vino, e ci danno qualche idea per sopravvivere non annegando nel mare dei social.

**Chi sei? Cosa fai nella vita?
Raccontaci di te e di cosa ti occupi.**

BARBARA SGARZI

Sono Barbara Sgarzi, ho un marito, una figlia e una gatta, e nella vita di cose ne faccio tante, è sempre stato così. Nella metà degli anni Novanta, laureanda in lingue e giornalista pubblicista, vinsi una borsa di studio Erasmus in Irlanda. All'epoca internet non era ancora parte integrante delle nostre vite, ma a Cork cominciava a diffondersi discretamente nelle università, ed è lì che io sono entrata nell'era del digitale. Ho avuto il coraggio di chiedere una tesi sul giornalismo online e su come internet stava cambiando la lingua inglese introducendo neologismi e nuovi modi di dire, e così mi sono ritrovata a lavorare in un settore che in Italia sembrava quasi fantascienza. Oggi sono giornalista, anche se ahimè scrivo sempre meno, mi occupo di consulenza alle aziende in materia di social media e presenza on line, sto completando una fellowship con Google News Lab, tengo corsi di formazione ai giornalisti e qualche lezione in università sulla comunicazione e i social media, da qualche mese faccio parte del team di comunicazione di AIS Lombardia come coordinatrice dei social, e dulcis in fundo nel tempo libero cerco di degustare tutti i vini che posso.

ANNA MARTINELLO

Anna Martinello, veneta, di Thiene per l'esattezza, vivo a Milano da sei anni con la mia cagnolina Peggy, adoro bere e mangiare. Comincio dalle cose belle: sabato e domenica mi piace scoprire posti nuovi, sono una che vive di novità, amo assaggiare piatti e vini, conoscere gente con cui condividere esperienze e scambiare opinioni. Poi arriva il lunedì: da un anno collaboro con Il rosso e il nero, distributore di vini che si occupa di selezione e vendita. È un lavoro che amo e da cui ogni giorno imparo sempre più. Non è tutto: da cinque anni gestisco i social media di AIS Milano, e da qualche mese sono nel team della comunicazione di AIS Lombardia. Non ero ancora sommelier quando ho parlato a Hosam delle mie idee. Lui avrà pensato: "questa è fuori bolla" (oppure "questa spacca!" n.d.r.), ma alla fine eccomi qua, forse un po' per caso, sicuramente per passione, di certo non come esperta. Il lavoro che faccio è quasi artigianale, non abbiamo agenzie alle spalle ma solo entusiasmo e volontà. Nel tempo libero studio viticoltura all'Università: mia mamma mi ha insegnato che studiare non fa mai male. Come darle torto: seguo corsi con docenti come Attilio Scienza!

Tra tutte le cose che fai ce ne sarà una che preferisci: raccontaci qual è e perché.

BARBARA SGARZI

Mi piace scrivere, altrimenti non avrei mai cominciato la carriera di giornalista nel '92, anche se ormai sono passati molti anni. Però devo confessare che trovo un grandissimo piacere nell'insegnamento, nel lavorare in aula, non l'avrei mai detto, anche perché non credevo di avere la calma necessaria per questa meravigliosa professione, e invece, proprio io, che in famiglia sono la meno paziente, in aula mi trasformo in un novello Giobbe. Evidentemente è proprio un lavoro che mi piace fare.

ANNA MARTINELLO

Bere! Lo sai che sono veneta, son fatta così. In realtà quello che più amo è fare ricerca, andare dai produttori e scoprire vini nuovi. Le fiere non sono il posto che prediligo per fare questo lavoro, preferisco andare in azienda, avere uno scambio più intimo e diretto con le persone. Peggy mi accompagna spesso e ha un fiuto eccezionale per i luoghi in cui la natura e l'uomo hanno creato una sinergia quasi magica. Come me è rimasta incantata dalla vigna Filagnotti di Stefano Bellotti: nell'aria si percepiva un'energia incredibile.

Come ti è venuto in mente di fare un corso per diventare sommelier? Non potevi continuare a bere vino e basta?

BARBARA SGARZI

Ho sempre amato bere il vino, ringrazio il mio papà che sin da quando ero piccola mi ha insegnato ad apprezzarlo. La prima volta che ho cominciato a studiarlo risale a una decina di anni fa, collaboravo con Euposia, una rivista che si occupava appunto di vino, e mi ero iscritta a un corso di degustazione breve proprio perché la rivista, fatta non da professionisti del vino ma da giornalisti che di vino ci capivano qualcosa, si occupava di recensioni. Lì ho cominciato a scrivere schede di degustazione e lì ho capito che quel breve corso non sarebbe bastato. Ho più volte pensato di iscrivermi ai corsi AIS ma continuavo a ripetermi che non avevo tempo. Poi mi sono sposata, ho fatto una figlia e ho cominciato a lavorare il quadruplo, e mi sono resa conto che 10 anni prima avevo molto più tempo, e che probabilmente se avessi aspettato altri 10 anni di tempo ne avrei

Facciamo un test: raccontaci in un tweet un vino che ti ha colpito e facci venire subito una gran voglia di berlo.

*Domaine Roulot
Meursault Porusot
2013: frutto e mineralità
si intrecciano a note di tisane
verdi e speziatura dolce in una
complessità che lascia senza
parole. Sorso vibrante, acidità
tesa, persistenza profonda.
Spaghettoni al cipollotto
#AimoeNadia. Con chi mi
emoziona ancor più*

*Del binomio di Giber
barbera e champagne
apprezzo moltissimo il
secondo, ovvio. Ma per anni per
me, ligure con radici piemontesi,
il vino è stato la barbera, al
femminile. Sincera, potente
eppure vellutata. Ricordo
ancora come un sogno un
Bricco dell'Uccellone
2012*



BARBARA SGARZI



ANNA MARTINELLO

avuto ancora meno: allora ho capito che era arrivato il momento giusto.

ANNA MARTINELLO

Nella mia regione c'è una cultura del vino molto radicata, poi io sono nata in una realtà agricola, vicino a Breganze, dove si producono vini meravigliosi, non solo il torcolato ma anche bianchi e rossi di qualità, quindi il vino ha sempre fatto parte della mia vita. Ma c'è stato un momento preciso in cui ho capito che avrei dovuto saperne di più: ero a Santorini, a bordo di un quad che schizzava tra le stradine dell'isola, circondata da quei meravigliosi vigneti simili a cespugli, e guardavo ammirata la gente che vendemiava, facendo uno sforzo incredibile. In quel momento è scattato qualcosa dentro di me: la passione che ho sempre avuto per il

E quali sono le potenzialità di AIS Lombardia? Che possibilità ci sono per il futuro?



Ovviamente per un'associazione come l'AIS e per una regione come la Lombardia, punta di diamante dell'Italia, le potenzialità sono davvero incredibili, in primis perché c'è una grande penetrazione della banda larga. Ma sono gli eventi la marcia in più, il vero e proprio materiale di cui parlare. Al momento c'è ancora disomogeneità tra le delegazioni: bisogna rimboccarsi le maniche e mettersi al lavoro per rendere omogenea e lineare la comunicazione, non senza approfondire la conoscenza degli strumenti che abbiamo a disposizione. Tutti devono comprendere che occuparsi di comunicazione è un lavoro vero e proprio, che non può essere diviso tra mille altre attività. AIS Lombardia ha grandissime possibilità che devono essere sfruttate, capite e usate con le strategie giuste.

ai tuoi potenziali clienti, e ti dà la possibilità di mostrare il dietro le quinte. Chi segue un'azienda sui social non vuole parlare con una macchina, non vuole l'ennesima pubblicità, vuole mettere il naso nel backstage, vedere come si lavora per davvero. Il vino è un prodotto che coinvolge ed emoziona, tutti vorrebbero sapere cosa c'è dietro, magari con uno storytelling suggestivo, curato, fatto bene. Se da una parte è vero che i social rappresentano un canale privilegiato per parlare di vino, è altresì vero, ahimè, che è sempre più frequente vedere post e foto davvero terribili. In Italia chiunque pensa di poter fare comunicazione, basta uno smartphone e il gioco è fatto. Non è così: i social possono essere un importante strumento di brand awareness, ma non tutti sono capaci di usarli nel migliore dei modi.

ANNA MARTINELLO

“Essere social” è un'arma a doppio taglio perché tutti si sentono in grado di parlare al vasto pubblico. Certamente ci sono persone in grado di raccontare il vino in maniera eccellente, descrivendo con competenza le bottiglie (magari quelle che hanno bevuto per davvero!), dando informazioni precise, semplici, vere. Tanti altri, purtroppo, non fanno comunicazione: strombazzano in rete opinioni mal espresse, postano foto sensazionalistiche sperando di suscitare emozione e approvazione ritraendosi con

vino si è tramutata in amore – non poteva che accadere su un'isola così romantica! Dovevo saperne di più, dovevo capire la fatica e conoscere le mille storie che si possono nascondere dietro un bicchiere di vino. Tornata a Milano mi sono iscritta ai corsi AIS.

Il vino è un veicolo di emozioni, è fotogenico, è figo. Quindi è social? È così facile parlare di vino?

BARBARA SGARZI

Certo, il vino è un prodotto social, non c'è dubbio. E le aziende dovrebbero usare i social per tanti motivi, primo tra tutti perché ti permette di comunicare facendo investimenti minimi. Inoltre, quello spazio ti consente di parlare senza intermediazione

Credo che AIS Lombardia abbia davvero un potenziale enorme, e il successo di “Enozioni a Milano” 2019 lo ha dimostrato. Abbiamo lavorato in maniera omogenea, come una vera squadra, e la risposta delle delegazioni lombarde è stata molto positiva: per la prima volta abbiamo condiviso un progetto di comunicazione unitario. Coordinati da Alessandro Franceschini e dal presidente regionale, abbiamo raccontato un evento importante per tutta la Lombardia. Da questo momento molte cose cambieranno: i team delle delegazioni si incontreranno per fissare strategie e obiettivi comuni. Abbiamo relatori fantastici che descrivono il vino con competenza. Noi dobbiamo raccontarlo nel migliore dei modi.



una bottiglia dal costo esorbitante. Questo non è comunicare il vino. Per farlo non si può prescindere dallo studio e da un briciolo di ingegno, me l'hanno insegnato due persone molto diverse. Uno di questi è Hosam, che mi ha sempre detto che il vino vuole rigore, perché va capito, e per questo richiede studio e dedizione. E poi bisogna avere una propria voce, essere fuori dalle righe, cosa che mi ha insegnato Gianluca Ladu di Vinoir. Solo chi sa qualcosa e corre il rischio di dirla con personalità, ha qualche possibilità di parlare bene di vino.

Uno dei post peggiori che tu abbia mai letto oppure uno dei migliori, insomma quello che nel bene o nel male ha lasciato il segno

BARBARA SGARZI

Uno dei post più terribili in assoluto secondo me è quello del ristorante che ha sfruttato il terremoto in centro Italia per fare una battuta su Halloween. Il post diceva così: "Dolcetto o terremoto? Aperti il 31 a cena". Ecco questo è un classico esempio di errore nella scelta del tono che si usa per fare comunicazione: si può scherzare, certo, nessuno ci vieta di essere divertenti o simpatici, ma bisogna essere in grado di capire qual è il limite che non va oltrepassato.

ANNA MARTINELLO

Ricordo benissimo di aver letto un post in cui Monica Coluccia descrive l'annata 1996 a Barolo. Le parole puntuali, la sincera conoscenza che ha trasmesso in poche righe, tutto è rimasto scolpito in me, riposto in un cassetto della mente. Tempo dopo, a una cena con amici, degustando bottiglie alla cieca, un produttore di Barolo ci ha fatto assaggiare uno dei suoi vini. I profumi e il gusto di quel vino mi hanno portato alla mente le parole di Monica: era un Barolo del '96. Sarà stata fortuna? Chissà...

Dopo i social che cosa ci aspetta? Quali saranno le nuove strade che dovremo percorrere per continuare a comunicare?

BARBARA SGARZI

Non ne ho idea, sarà difficile tornare indietro da una comunicazione non intermediata, diretta, immediata. Credo che questa modalità continuerà a esistere, non so a livello di piattaforma cosa ci riserverà il futuro ma la modalità sarà quella. Osservare i più giovani può darci qualche indizio, e non posso fare a meno di notare che mia figlia quindicenne usa YouTube per la maggior parte delle sue ricerche evitando completamente canali come Google. Quindi mi verrebbe da pensare che i video potrebbero essere lo step successivo nella comunicazione social. Ma i video oggi generano bassissimo traffico e non ottengono grandi risultati in termini di customer retention. La verità è che non lo so, meglio non fare previsioni, anche perché chi lo fa viene puntualmente smentito. Staremo a vedere. Pronti e curiosi, come sempre.

ANNA MARTINELLO

Spegnere il telefono e parlare di nuovo tra noi: è quello che manca un po' a tante persone. Non so quale sarà la nuova frontiera della comunicazione: qualunque sia la app che nel futuro scaricheremo sui nostri smartphone, spero che non manchino mai i contenuti e che si parli sempre con umiltà di vino. Chi vuole comunicare non deve dimenticare una regola fondamentale: bisogna dare informazioni, anche semplici, e invece chiunque preferisce dare giudizi sui vini, magari scopiazzandoli a destra e a manca. "La leggerezza per me si associa con la precisione e la determinazione non con la vaghezza e l'abbandono al caso", è con lo spirito delle parole di Calvino che mi piacerebbe parlare di vino, con rispetto, leggerezza, mai superficialità. ■



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

5

GRAPPOLI BIBENDA

93 PUNTI

LUCA MARONI

92 PUNTI

JAMES SUCKLING

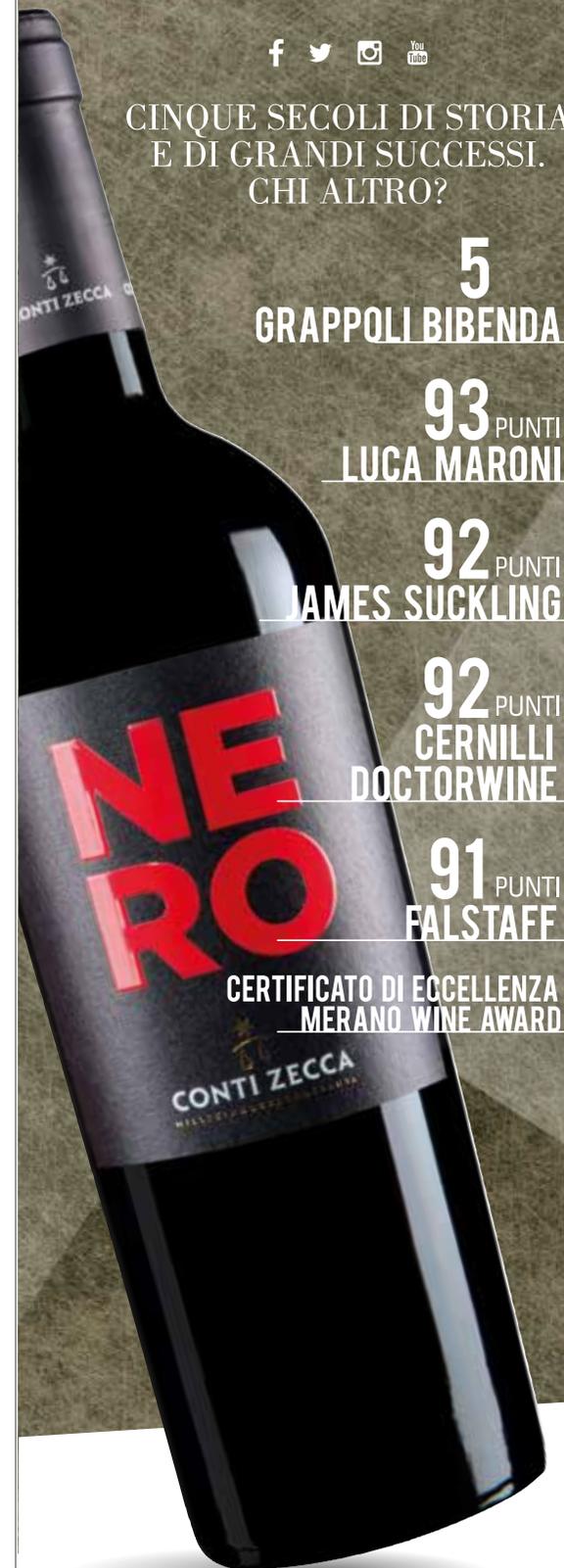
92 PUNTI

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

Bere con buonsenso: l'anarchia nel metodo, la libertà nel gusto

“**L**iberi di bere” di Leon D. Adams è finalmente disponibile in versione italiana. Mondadori (con la nota introduttiva del blogger Jacopo Cossater e la prefazione di Juliette E. Bellavita di Tannico) ha editato la versione italiana di quello che, oltreoceano, è una sorta di Bibbia della cultura del vino, un vero e proprio testo guida che ha avvicinato generazioni di americani al vino e all'enologia.

Leon D. Adams, parlando di se stesso, amava ripetere “*Sono un instancabile crociato del vino*”. Del resto, la sua biografia sembra descrivere una vera e propria missione: in un’America ancora segnata dal proibizionismo, Adams fonda nel 1931 la “California Grapegrowers League”, nel 1934 il “Wine Institute” per dedicarsi, negli anni successivi, allo sviluppo di molteplici iniziative, eventi, pubblicazioni, sempre dedicati alla storia del vino, ai benefici

derivanti da un suo uso moderato e consapevole, all’introduzione del vino nelle abitudini quotidiane degli americani.

Forte di una notevole conoscenza e competenza, l’autore di “**Liberi di bere**”, dichiara subito, fin dalle prime pagine, il suo irrefrenabile intento pedagogico: insegnare a bere bene, educare al gusto non solo del vino ma della vita, valorizzare la convivialità che il vino induce e produce. L’obiettivo di Adams è quello di rendere il vino fruibile, un rito quotidiano di estrema semplicità, sull’impronta degli usi europei: di fatto, il *table wine*, il vino da pasto.

Il libro non è un manuale di degustazione, né un decalogo per gli abbinamenti. Nessun dogma, nessuna ortodossia. Adams, sembra divertirsi a destrutturare tutto l’armamentario di ritualità, regole e tecnicismi che circondano il vino; con un stile che a molti “addetti ai lavori” risulterà urticante e provocatorio l’autore sdogana l’anarchia nel metodo e la libertà nel gusto come elementi fondamentali di un consumo consapevole e divertito, anzi appassionato. Certo, il libro ci introduce al concetto di qualità, ci descrive i cicli di produzione, la storia del vino, le modalità di degustazione, come cucinare, come farsi una cantina in casa...ma poi ci lascia liberi dall’intermediazione degli esperti e capaci di seguire istinto, passione e spontaneità; liberi di muoverci, di reagire, di scoprire, di divertirci. “*Non date retta a chiunque cerchi di spiegarvi quale vino vi dovrebbe piacere e quale no. L’intenditore è chi si lascia guidare dal proprio gusto*”. Un messaggio fondamentale che viene ripetuto e declinato in un libro che pure essendo uscito giusto sessant’anni addietro colpisce per la vitalità, la freschezza e l’attualità che lo caratterizzano tutt’oggi.

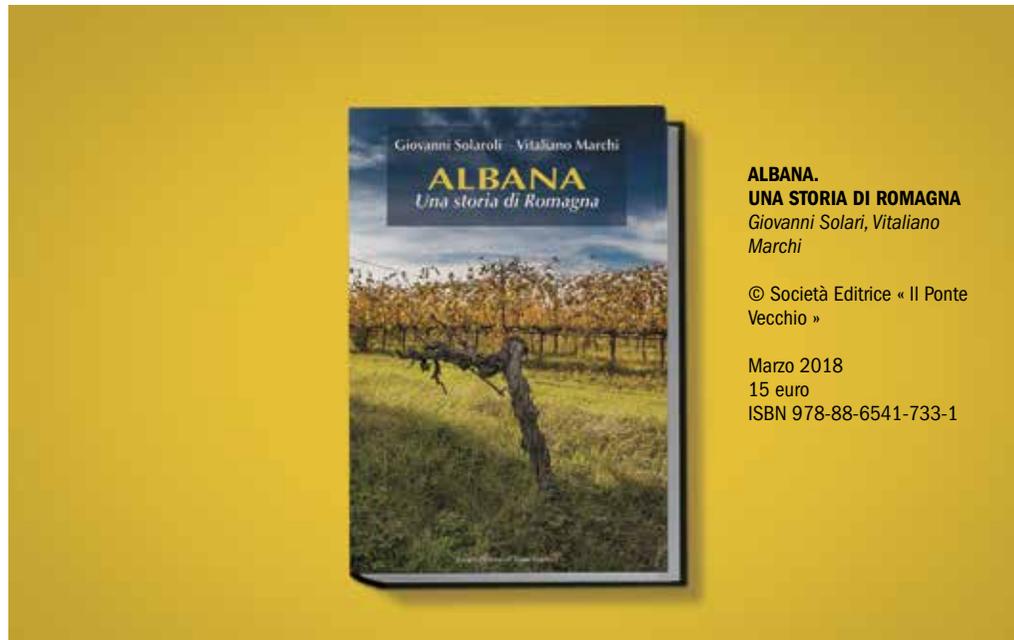
Quindi, se vi viene voglia di dire di un vino semplicemente: “è buono, mi piace” sentitevi liberi di farlo. ■



LIBERI DI BERE
Per goderti il vino senza
pensieri
Titolo originale: The
Commonsense Book of Wine
Leon D. Adams

© Mondadori Electra S.p.A.
Settembre 2018
per l’edizione italiana
1958 per la prima
edizione americana

189 pagine
16,90 euro
ISBN 978-88-918-1945-1



ALBANA.
UNA STORIA DI ROMAGNA
Giovanni Solaroli, Vitaliano
Marchi

© Società Editrice « Il Ponte
Vecchio »

Marzo 2018
15 euro
ISBN 978-88-6541-733-1

L'Albana, il più romagnolo dei vini

In Romagna tutto sembra essere grande. Terra di eccellenze e di grandi passioni, la Romagna non ha mai temuto di apparire eccessiva nel raccontare se stessa. L'immaginario di Fellini, le parole suadenti e vitali di Tonino Guerra, il ciclismo, le auto, le donne, le piadine, il sangiovese, le ceramiche: la Romagna costruisce e racconta il mito di se stessa, creando una partecipazione e un coinvolgimento che solo i territori con un grande passato e un'idea di futuro sanno fare.

È in questo filone narrativo che si colloca **"Albana. Una storia di Romagna"**, pubblicato dall'editore Il Ponte Vecchio. Giovanni Solaroli e Vitaliano Marchi, entrambi sommelier e docenti AIS, si cimentano in un' "opera omnia" sul bianco di Romagna: *"Si dice che la Romagna sia una terra forte e gentile. Se il Sangiovese rappresenta la prima qualità, è l'Albana che identifica la seconda. (...) Una caratteristica data sia dal sapore che dal colore perché quando l'Albana scende nel bicchiere, brilla più bella dell'oro ed è più fluida di una matassa di luce" »**.

Gli autori ne narrano la storia, il contesto culturale e antropologico, le modalità produttive

e le procedure commerciali; un ritratto completo ed articolato dell'Albana, il primo vino bianco, (come ci ricordano con orgoglio romagnolo), ad aver ottenuto la Docg. Inoltre, nel libro, sono raccolte e raccontate le storie di 44 produttori locali: interviste, schede riassuntive sui sistemi di produzione, sugli stili di vinificazione. Interessante anche la parte dedicata alla gastronomia, alle modalità di consumo, agli abbinamenti, con tanto di ironiche indicazioni sui ristoranti da evitare, quelli che non sanno abbinare o valorizzare l'Albana.

Una storia appassionante, come le storie di Romagna sanno essere, quella dell'Albana: da vino umile, popolare, contadino a simbolo di ricercatezza, finezza, esclusività. Gli autori descrivono tutte le tappe del percorso che ha portato l'Albana contemporanea, ancora troppo poco conosciuta, ad esprimere elevati standard sensoriali, una notevole versatilità, un'ottima qualità. Lo fanno con un linguaggio chiaro e lineare, con un libro di agevole lettura e di buona fattura. Un omaggio non solo all'Albana ma all'intera Romagna, terra forte e gentile come i suoi vini. ■

*Marino Moretti citato da Beppe Sangiorgi

Il Presidente e il Comitato esecutivo

PRESIDENTE AIS LOMBARDIA



Hosam Eldin Abou Eleyoun

SEDE AIS LOMBARDIA

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

VICEPRESIDENTE AIS LOMBARDIA



Alessandro Caccia



Luigi Bortolotti



Rossella Ronzoni

I Delegati



COMO
Paolo Vismara
 cell. 335 52 99 486
 paolo.vismara@aislombardia.it



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



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



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



VARESE
Serena Lattuada
 cell. 393 90 53 452
 serena.lattuada@aislombardia.it



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



MILANO
Francesca Provenzi
 cell. 347 56 27 298
 francesca.provenzi@aislombardia.it



MONZA
Paolo Valente
 cell. 379 13 91 723
 paolo.valente@aislombardia.it



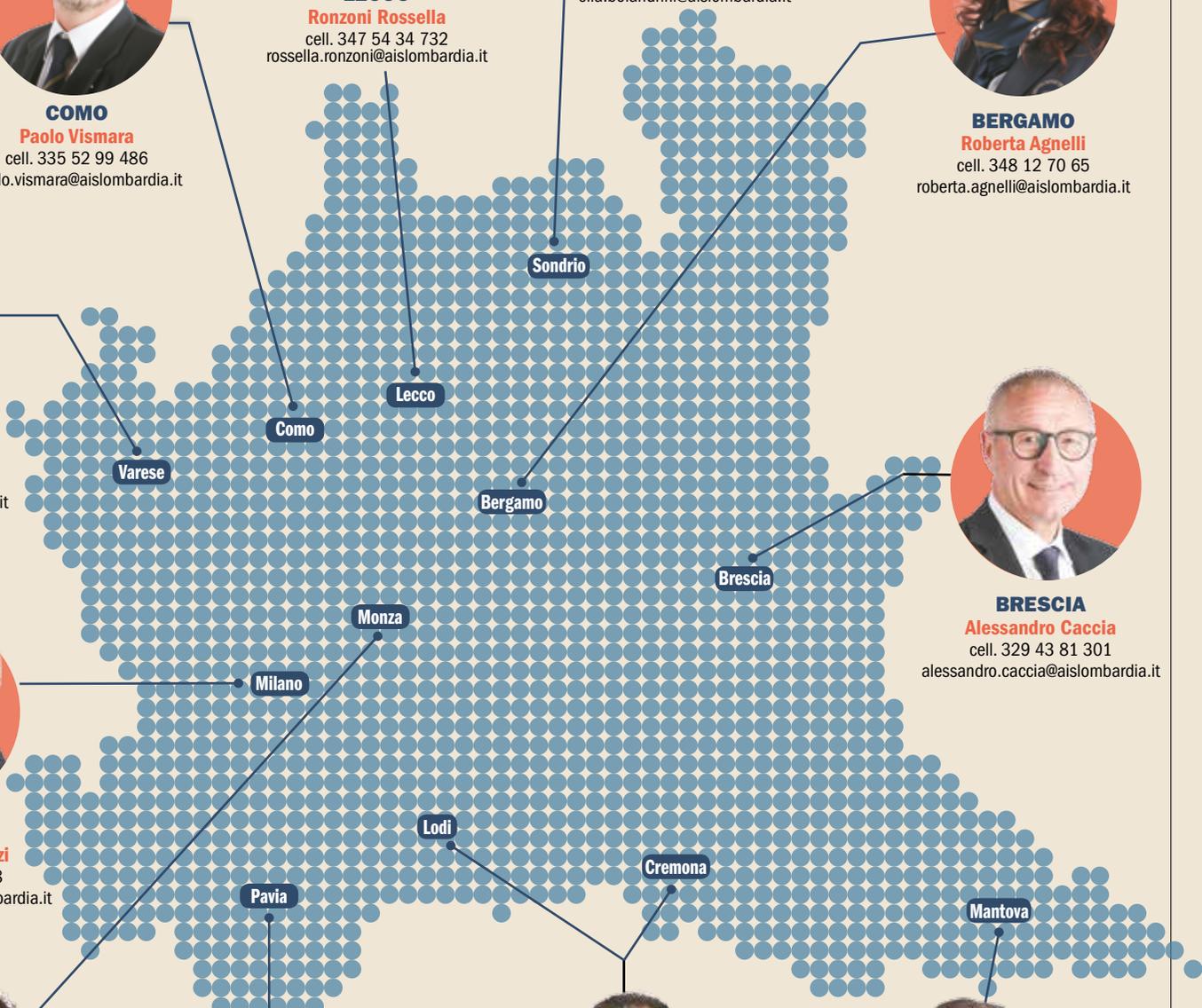
PAVIA
Benedetto Gareri
 cell. 348 31 05 451
 benedetto.gareri@aislombardia.it



CREMONA/LODI
Attilio Marinoni
 cell. 335 73 57 366
 attilio.marinoni@aislombardia.it



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



— Consiglieri regionali —



Elisa Cremonesi
cell. 393 90 53 452
elisacremonesi@icloud.com



Luigi Mascheretti
cell. 349 26 76 432
Luigi.mascheretti@aislombardia.it
mascherettiluigi@libero.it



Simone Penati Ronnie
cell. 335 68 59 519
enotecapenati@gmail.com



Luigi Scaramuzzi
cell. 347 44 42 563
scaramuzziluigi@tiscali.it

— 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

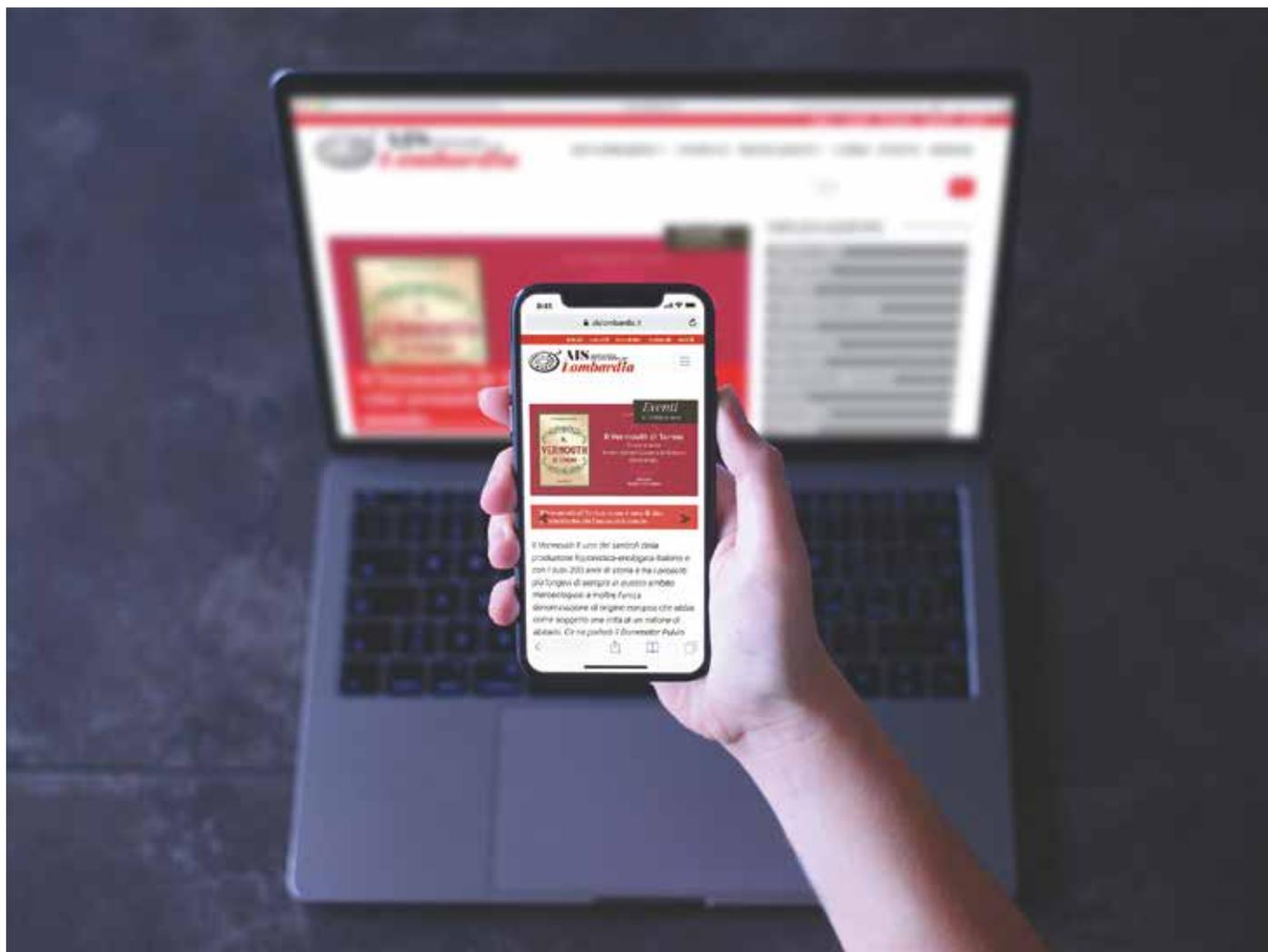
Via Villorresi 88
21019 Somma Lombardo (VA)
tel 0331/25268
cell. 347 26 64 401
valerio@studiobergamini.net



Riccardo Foglio

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





www.aislombardia.it **Iscriviti alla newsletter e rimani sempre aggiornato**



Una veste grafica completamente rinnovata, tanti contenuti sempre aggiornati e un sito responsive, che si adatta automaticamente al dispositivo che utilizzi. È la nuova versione del sito regionale. All'interno tutte le informazioni sui corsi di qualificazione professionale per diventare Sommelier, gli eventi organizzati dalle 11 Delegazioni, le notizie sulla vita associativa, i racconti dalle Delegazioni e tutti gli approfondimenti nella sezione Viniplus di Lombardia.