

Periodico dell'Associazione Italiana Sommelier Lombardia NOVEMBRE 2023

ViniPlus

DI LOMBARDIA

Bergamo Brescia

CAPITALI ITALIANE DELLA CULTURA 2023

*Due città, due province
e due territori ricchi
di tesori enogastronomici*

+

MONDO VINO
Syrah e shiraz:
due nomi e mille volti

+

**AUTOCTONI,
CHE PASSIONE!**
Alla scoperta
della ribona

ViniPlus



Siamo sempre più numerosi, una responsabilità che ci riempie di orgoglio

Care socie, cari soci,

il 2023 si è rivelato senz'altro un'ottima annata per AIS Lombardia. Abbiamo lavorato coesi, guidati dal nostro motto: fare squadra rende unici, e abbiamo portato a termine tutti i progetti messi in campo.

Il socio è al centro di ogni attività. Ogni progetto è stato pensato, realizzato e curato nei minimi dettagli. Il lavoro è stato svolto con piena coscienza dei propri mezzi, dando voce e spazio a tutti i colleghi, sempre con spirito di inclusione.

Il Consiglio di AIS Lombardia è consapevole del grande lavoro che è chiamato a svolgere, ma ben contento di vedere i soci soddisfatti della qualità offerta e del coinvolgimento nella vita associativa.

Sul numero della primavera scorsa festeggiavo con voi il traguardo di 7500 soci, in questi giorni stiamo toccando gli 8500 soci; in meno di 6 mesi abbiamo accolto nella nostra famiglia quasi 1000 nuovi colleghi. Al di là dei numeri, tutto questo conferma che in Lombardia c'è sempre maggiore interesse ad approfondire e vivere la cultura del vino.

Questa crescita continua ci obbliga a rafforzare il comparto amministrativo per offrire un'assistenza adeguata a tutti i soci e ci spinge altresì ad ampliare l'offerta degli eventi - masterclass, banchi di degustazione, viaggi studio - per dare la possibilità a tutti voi di approfondire gli argomenti di maggiore interesse.

La scuola di preparazione ai concorsi e la scuola di formazione per i relatori, nonché il meeting dei giovani under 40, hanno fatto la differenza sia per i contenuti che per le aspettative create. I momenti di aggiornamento realizzati per oltre 220 degustatori e 260 membri del gruppo servizi, unitamente all'impegno quotidiano dei nostri relatori, dimostrano come AIS Lombardia voglia stare al passo coi tempi. Questo si riflette anche nella selezione dei vini per i corsi, dove il socio ha la possibilità di assaggiare una gamma di vini che spazia dai convenzionali ai PIWI, passando per i biologici e biodinamici, non solo della nostra regione, ma anche del resto d'Italia e del mondo.

Il Consiglio lombardo è fortemente convinto che l'obiettivo più importante sia quello di regalare al mondo del vino sommelier capaci di comunicare e raccontare le meraviglie e le emozioni che il nettare degli dei può donare.

Per l'anno nuovo ci attendono altre sfide da affrontare, altri traguardi da raggiungere, altri sogni da condividere con tutti voi. E tanti vini da degustare e storie di vignaioli da raccontare.

Il vostro collega

Hosam Eldin Abou Eleyoun
Presidente AIS Lombardia

Novembre

1

EDITORIALE

di Hosam Eldin Abou Eleyoun

3

IL SENSO DELLE COSE

di Alberto P. Schieppati

4

LE NOSTRE FIRME

5

EDITORIALE

di Alessandro Franceschini

6

SPECIALE

Bergamo Brescia

A cura di Anna Basile,
Francesca Ciancio, Anita
Croci, Alessandro Franceschini,
Davide Gilioli, Gabriele Merlo,
Sara Missaglia, Florence
Reydellet, Paolo Valente,

40

INTERVISTA

Federico Boverini

di Giuseppe Vallone

42

DIRITTO DIVINO I FATTI E LE OPINIONI

Sicurezza ed emergenze fitosanitarie

di Paola Marcone

46

PROFESSIONE SOMMELIER

di Sofia Landoni

48

MONDO VINO

Syrah e shiraz:

due nomi e mille volti

di Ilaria Ranucci

52

APPROFONDIMENTO FRANCIA

La Francia dei crémant

di Samuel Cogliati Gorlier

58

TERRITORI ITALIANI

Orvieto

di Anita Croci

62

VERTICALE

Frascati Superiore Riserva

di Armando Castagno

68

RI-GENERAZIONI

Fratelli Berlucchi

di Sara Missaglia

72

PRODOTTI DOPE IGP

Lenticchia di Castelluccio

di Norcia IGP

di Gabriele Merlo

76

VITA DA WINEMAKER

Cristiano Garella

di Paolo Valente

80

BIRRE

Manerba Brewery

di Maurizio Maestrelli

83

DISTILLATI

Haiti, l'ultima frontiera del rum

di Maurizio Maestrelli

86

FORMAGGI

Piacentinu Ennese DOP

di Beppe Casolo

88

AUTOCTONI, CHE PASSIONE!

La ribona

di Davide Gilioli

91

OLIO

Utili riflessioni intorno

ai prezzi dell'olio

extra vergine di oliva

di Luigi Caricato

94

IL PIATTO LOMBARDO

Il Manzo all'olio

di Andrea Grignaffini

96

LA LOMBARDIA E SUOI ARTIGIANI DEL GUSTO

Besuschio

di Marco Gatti

98

L'ABBINAMENTO

La cucina coreana

di Paolo Valente

100

VINO E TECNOLOGIA

E-commerce

di Raffaele Cumani

105

SOMMELIER

AL LAVORO

di Anna Basile e Anita Croci

108

BLOC NOTES

a cura di Céline Dissard

Laroche

PERIODICO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA SOMMELIER DELLA REGIONE LOMBARDIA

Hosam Eldin Abou Eleyoun
PRESIDENTE

Alessandro Franceschini
DIRETTORE RESPONSABILE

Prof. Leonardo Valenti
CONSULENTE SCIENTIFICO

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Nicola Bonera, Beppe Casolo,
Luigi Caricato, Francesca Ciancio,
Samuel Cogliati Gorlier,
Anita Croci, Raffaele Cumani,
Marco Gatti, Davide Gilioli,
Andrea Grignaffini, Sofia Landoni,
Céline Dissard Laroche,
Maurizio Maestrelli,
Paola Marcone, Gabriele Merlo,
Sara Missaglia, Luisito Perazzo,
Ilaria Ranucci, Florence Reydellet,
Alberto P. Schieppati,
Paolo Valente, Giuseppe Vallone

REDATTORE EDITORIALE
Anita Croci

REVISIONE TESTI
Anna Basile, Anita Croci

IMMAGINE DI COPERTINA
Barbara Viganò

FOTOGRAFIE

Adobe Photo Stock, Davide Arena,
Matteo Biatta, Federico Buscarino,
Paolo Chiodini, Giovanni Colosio,
Cucina Colori, M. De Luca,
Alex Moling, Kristian Pedretti,
Unsplash

ART DIRECTOR
Barbara Viganò

EDITORE

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

STAMPA

Àncora Arti Grafiche
Via Benigno Crespi, 30
20159 Milano MI

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

Chiuso in redazione il 9 Novembre 2023

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

ViniPlus



I successi non mancano, ma bisogna riflettere

Gli scenari di guerra che incombono sul mondo non lasciano certo tranquilli. E provocano inevitabili sconvolgimenti sui comportamenti individuali e collettivi. Eppure, nonostante queste innegabili emergenze, in questo 2023 il turismo internazionale ha dato un grosso contributo alla nostra economia, sia nell'hotellerie che nella ristorazione.

Anche in Lombardia abbiamo avuto esempi eloquenti di questo trend: di certo, nel valutare i numeri delle presenze nel settore dell'ospitalità, giocano fattori positivi da non sottovalutare. Cerco di ordinare quelli che, secondo me, sono i "valori aggiunti" che contribuiscono al successo, ma indico anche, in ordine seguente, le criticità che incombono sul settore. La qualità dell'offerta di ristorazione, decisamente migliorata per selezione delle materie prime, accoglienza dell'ospite, proposta di vini; la varietà dell'offerta vinicola nei format di ristorazione, frutto di scelte imprenditoriali oculate dei produttori lombardi, ma anche di accurate selezioni da parte dei sommelier nella gestione dei vini; la straordinaria stagione climatica che, se da un lato allarma per il riscaldamento globale, dall'altro ha consentito una crescita della cultura di viaggi/esperienze open air.

Dobbiamo però soffermarci anche su aspetti negativi, sui quali dobbiamo lavorare per evitare criticità e, soprattutto, dei business: vediamoli insieme. La diminuita propensione allo svolgimento dei propri compiti professionali. Ovvero, il calo delle prestazioni, della passione, dell'entusiasmo nel personale, spesso sottovalutato (e sottopagato).

Poi, aspetto da non trascurare, l'aumento dei costi all'origine delle materie prime, che comporta inevitabili lievitazioni dei prezzi al consumo. Da ultimo, la scarsa qualità della "comunicazione" da parte di molti uffici stampa (le eccezioni positive ci sono sempre, ma si contano sulle dita di una mano) che danno per scontato che il destinatario del messaggio sia già informato, a priori, su quanto l'azienda produce. Spesso queste agenzie non hanno neppure le conoscenze di base per poter raggiungere il pubblico. Insomma, bisogna ritornare a raccontare, a spiegare, a educare. Così come fanno i sommelier più bravi e preparati quando si avvicinano al tavolo e suggeriscono al cliente, con discrezione e sapienza, i migliori abbinamenti cibo-vino. Seguendo un approccio culturale, prima ancora che business oriented.

Siete d'accordo?

Alberto P. Schieppati
Giornalista

Le nostre firme

ANNA BASILE

La Franciacorta continua a investire nella proposta enoturistica per far conoscere agli appassionati le numerose bellezze del territorio, non solo vinicole.

> **pagina 34**

NICOLA BONERA

Nicola Bonera gioca in casa con il manzo all'olio e per l'abbinamento propone tre interpretazioni di pinot nero diverse per colore e tipologia.

> **pagina 95**

LUIGI CARICATO

L'olio EVO è sempre di meno e costa sempre di più. I motivi? Agricolo-ambientali, ma anche di politiche commerciali al ribasso.

> **pagina 91**

BEPPE CASOLO

Latte di pecora lavorato a crudo, zafferano e pepe nero in grani sono gli ingredienti del Piacentinu Ennese DOP.

> **pagina 86**

ARMANDO CASTAGNO

Il percorso stilistico ed evolutivo del Frascati Superiore Riserva Luna Mater di Fontana Candida in una verticale dall'esordio a oggi.

> **pagina 62**

FRANCESCA CIANCIO

La cucina bergamasca di oggi intreccia materie prime di sostanza a interpretazioni di modernità e leggerezza.

> **pagina 24**

SAMUEL COGLIATI GORLIER

Di antica tradizione o implementati dalle richieste del mercato, sono i crémant a caratterizzare la proposta spumantistica territoriale nelle AOP francesi.

> **pagina 52**

ANITA CROCI

L'Orvietano è uno dei più grandi territori italiani a vocazione vitivinicola, con la peculiarità di un microclima favorevole allo sviluppo della muffa nobile.

> **pagina 58**

RAFFAELE CUMANI

Con l'e-commerce il food&wine non ha confini, ma occorre saper approcciare i mercati in espansione, come quello cinese.

> **pagina 100**

MARCO GATTI

Sei generazioni di incrollabile fede nell'arte dolciaria: la famiglia Besuschio di Abbiategrasso è un'istituzione della pasticceria italiana.

> **pagina 96**

DAVIDE GILIOLI

La ribona, nota anche come maceratino per la sua presenza nel Maceratese, è un autoctono marchigiano dalle grandi potenzialità.

> **pagina 88**

ANDREA GRIGNAFFINI

Una carne morbidissima nel risultato, quanto rigida e codificata la sua preparazione: il manzo all'olio è il piatto simbolo di Rovato.

> **pagina 94**

SOFIA LANDONI

Umami, acidità, speziature: la cucina orientale non sovverte la tecnica dell'abbinamento, ma suggerisce migliori parametri e possibilità.

> **pagina 46**

CÉLINE DISSARD LAROCHE

Due letture che affrontano il vino in termini intimi e personali: dalla condivisione di viaggio e amicizia agli esercizi spirituali per ritrovare il piacere di assaporarlo.

> **pagina 108**

MAURIZIO MAESTRELLI

Haiti è uno scrigno fuori dal tempo e dalle logiche della modernità, che nei *clairin* conserva le origini e l'artigianalità del rum.

> **pagina 80**

PAOLA MARCONE

Anche la normativa recepisce evidente la tendenza siccitosa delle ultime annate e interviene nel rapporto tra acqua e viticoltura.

> **pagina 42**

GABRIELE MERLO

Un universo sospeso tra i monti e il cielo dove cresce da secoli un legume simbolo di un patto tra l'uomo e la terra: la Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP.

> **pagina 72**

SARA MISSAGLIA

Fratelli Berlucchi nel racconto di Pia Maria Donati, una donna che ha fondato sui valori umani il successo della propria azienda.

> **pagina 68**

LUISITO PERAZZO

La stagionatura è la chiave di lettura per scegliere l'abbinamento di un formaggio quale il Piacentinu Ennese DOP.

> **pagina 87**

ILARIA RANUCCI

Generoso e qualitativo, che si esprima da solo o in assemblaggio, il syrah è presente in 31 Paesi ed è la sesta varietà di vite da vino più coltivata al mondo.

> **pagina 48**

ALBERTO P. SCHIEPPATI

Nel 2023 il turismo internazionale ha dato un grosso contributo alla nostra economia, sia nell'hotellerie che nella ristorazione. Ma occorre lavorare per evitare criticità.

> **pagina 3**

PAOLO VALENTE

Cristiano Garella si racconta, dall'amore per il nebbiolo alla necessità di lasciar esprimere vitigno e territorio, con leggerezza.

> **pagina 76**

GIUSEPPE VALLONE

Preparazione e caparbietà consacrano la vittoria di Federico Bavarini al concorso di Miglior Sommelier di Lombardia 2023.

> **pagina 40**

ViniPlus



La centralità misconosciuta dell'agroalimentare italiano

“L'agroalimentare dovrebbe essere studiato dalle primarie sino alle università, perché significa studiare cosa siamo stati, cosa siamo e cosa potremmo essere”. Durante la chiacchierata che Giovanna Prandini ci ha concesso qualche tempo fa a “casa sua”, tra i vigneti della Lugana che cingono l'azienda di famiglia, per l'intervista che apre il nostro speciale di questo numero, dedicato a Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, più volte si è soffermata sul ruolo centrale che l'agroalimentare dovrebbe recitare nel nostro Paese, e che invece non riesce a conquistare. L'imprenditrice, in questo momento al timone anche di Ascovilo, ha sottolineato l'assenza di questo comparto da praticamente tutti i programmi didattici presenti nelle scuole, nonostante l'incredibile ruolo culturale che si porta in dote, in un paese come il nostro dove la biodiversità in ambito agricolo è uno degli aspetti più evidenti appena si esce di casa o si percorre qualche chilometro in autostrada. Neanche il peso economico che ha ormai raggiunto questo comparto – è bene ricordare come la somma di tutte le componenti della filiera agroalimentare supera di slancio un valore pari al 15% del PIL – riesce a fargli strappare qualche prima pagina o quanto meno una rubrica fissa tra le pagine economiche dei

più importanti quotidiani nazionali, se non nel caso di scandali. Eppure, durante il periodo più duro del Covid, nel 2020, l'agroalimentare è stata l'unica voce ad aver continuato a guadagnare punti percentuali, tanto che l'anno scorso ha persino stabilito un record storico superando i 60 miliardi di euro, con il vino tra le voci più importanti. Evidentemente non è sufficiente, tanto che, come ci ha spiegato ancora Giovanna Prandini, non è stato così immediato far includere anche l'enogastronomia tra i programmi culturali che le due città lombarde si accingevano a preparare quest'anno all'interno del calendario degli eventi del progetto Capitale Italiana della Cultura.

C'è ancora, evidentemente, molto da fare, nelle scuole così come all'interno di un po' tutti gli ambiti nevralgici della cultura italiana, per cercare di tenere sempre accesi i riflettori su un patrimonio di inestimabile valore non solo economico, quanto culturale. E non si tratta tanto di sventolare la bandiera del “made in Italy” agroalimentare ad ogni occasione propizia, quanto di cominciare a comprenderne per bene i meccanismi e la centralità di questo settore all'interno del tessuto sociale italiano.

Alessandro Franceschini

Alessandro Franceschini
Direttore Responsabile

Bergamo



Brescia





CAPITALI DI CULTURA ENOGASTRONOMICA

**PER UN ANNO BERGAMO E BRESCIA
SONO STATE AL CENTRO
DI NUMEROSE ATTIVITÀ DOPO
LA NOMINA A CAPITALE ITALIANA DELLA
CULTURA. DUE CITTÀ, DUE PROVINCE
E DUE TERRITORI, RICCHI DI TRADIZIONI
ENOGASTRONOMICHE CHE SI
CONSOLIDANO E SI RINNOVANO NEL TEMPO**

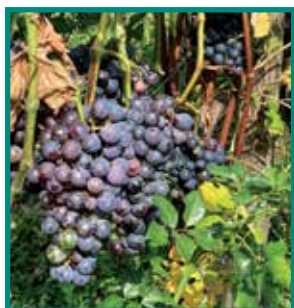


Operosi, a tratti instancabili e non a caso spesso caratterizzati da un'autentica tempra montanara, un po' cocciuti e scorbutici, orgogliosi delle proprie origini e con un senso di comunità pressoché inattaccabile. Quando il Covid ha fatto irruzione nel febbraio del 2020 e si è abbattuto con tutta la sua violenza soprattutto in Lombardia, Bergamo e Brescia hanno pagato un prezzo altissimo. Alcuni dei cliché che abbiamo elencato e con i quali spesso vengono dipinti gli abitanti di queste due cittadine della nostra regione – ma ognuno di noi che ha origini, parenti o amici che vivono in questi due territori potrebbe aggiungere molte più sfumature – sono emersi con forza e hanno rappresentato un valore aggiunto non certo secondario per uscir fuori da una situazione che non si era mai vista prima, cogliendo un po' tutti completamente impreparati.

Quando si è concretizzato il progetto Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023, pochi mesi dopo la prima grande ondata pandemica, l'obiettivo era quello di dare speranza e orgoglio a questi territori attraverso l'elemento centrale che consente di formare le coscienze civili, e quindi poi anche quelle sociali ed economiche: la cultura. Per la prima volta, da quando è stata istituita l'iniziativa Capitale della Cultura, due città hanno portato avanti insieme questo progetto, dando un segnale di condivisione non scontato in un Paese costellato di campanili e individualismi.

In mezzo a tanti eventi e rassegne che quest'anno hanno cercato di far emergere il patrimonio culturale di Bergamo e Brescia, anche l'enogastronomia e il vino si sono ritagliati un loro spazio, grazie a una serie di iniziative organizzate da Ascovilo, l'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi, ad alcune delle quali ha partecipato attivamente anche AIS Lombardia. E non poteva essere diversamente, considerando il peso che queste due province rivestono all'interno dello scacchiere agroalimentare lombardo e nazionale. Distretti che sono ripartiti immediatamente dopo lo tsunami pandemico mostrando una notevole vitalità in termini di idee e innovazione, ma che poggiava su solide basi. Ed è anche quello che emerge dai nostri otto approfondimenti, una fotografia nitida, ricca di luce ed energia.





Accanto ai tagli bordolesi da uve internazionali si affaccia una **fiera identità varietale**. Raccontiamo i tre vitigni principali
PAGINA 14



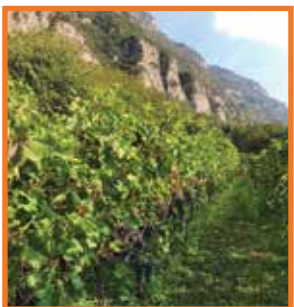
È difficile essere numericamente piccoli, ma il **movimento artigianal-birrario bergamasco** è grande nelle idee e fiero nella voglia di crescere
PAGINA 17



Il **Consorzio Tutela Valcalepio** istituisce una commissione giovani che avrà un ruolo essenziale per il futuro di eventi e comunicazione
PAGINA 20



Fortemente radicata, la tradizione gastronomica bergamasca si veste di contemporaneità in una **visione aperta e moderna della cucina**
PAGINA 24



Le incantevoli montagne della **Val Camonica** racchiudono una produzione vinicola sempre più attenta e sinergica con l'offerta gastronomica
PAGINA 28



Sono giovani ma dalle radici profonde nel territorio: è con loro che il **Montenetto** guarda lontano con tanti progetti e idee chiare
PAGINA 31



La degustazione è solo la base della proposta enoturistica della Franciacorta che spazia tra **arte e cultura, sport e natura** per immergersi completamente nel territorio
PAGINA 34



Autenticità, tradizione e sperimentazione sono le parole chiave che in differenti combinazioni riassumono l'offerta ristorativa bresciana
PAGINA 37

Formazione, conoscenza e coesione di filiera. La ricetta di **Giovanna Prandini** per il vino lombardo

Il ruolo del vino lombardo nel progetto “Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023” e le sfide del futuro, a partire dalle Olimpiadi invernali del 2026 a Milano e Cortina. «I rapporti con le produzioni dei territori di prossimità vanno curati con maggior attenzione»

di **ALESSANDRO FRANCESCHINI**

Una laurea in economia in Bocconi, un passato nel mondo assicurativo, da tempo saldamente al timone di un'azienda lombarda di riferimento nel territorio del Lugana, e dal 2021 presidente di Ascovilo, l'associazione che riunisce 13 consorzi di tutela del vino lombardo. «Ma non mi ricandiderò, da produttrice penso sia giusto interpretare il mio ruolo nel periodo di mandato che finisce nel 2023, passando il testimone ad altri colleghi, anche se rimarrò a disposizione». Giovanna Prandini è amministratore delegato di Perla del Garda, realtà di famiglia che conduce insieme al fratello Ettore, presidente di Coldiretti. Tra gli obiettivi portati avanti quest'anno da Ascovilo, quello di inserire anche il vino all'interno del calendario degli appuntamenti che hanno caratterizzato il progetto “Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023”. «Il nostro coinvolgimento è nato dal basso e dal desiderio di cogliere questa opportunità per inserire quello che secondo noi mancava: il vino. Ecco perché, come Ascovilo, abbiamo avanzato delle proposte». Tanti eventi, rassegne e iniziative di grande valore culturale, ma, quanto





“

L'agroalimentare dovrebbe essere studiato dalle primarie sino alle università, perché significa studiare cosa siamo stati, cosa siamo e cosa potremmo essere

meno inizialmente, poco spazio ad un mondo, quello dell'enogastronomia, che certo non è secondario in questa regione e che a tutti gli effetti fa parte della cultura, della storia e della tradizione della Lombardia secondo l'imprenditrice di Lonato del Garda.

MA PERCHÉ, QUANDO HANNO IDEATO “BERGAMO BRESCIA CAPITALE DELLA CULTURA 2023”, SI SONO DIMENTICATI DEL VINO?

Stiamo perdendo consapevolezza, un po' ovunque, del valore della nostra tradizione. L'agroalimentare dovrebbe essere studiato nelle scuole, sin dalle primarie sino ad arrivare nelle università. Se non si fa cultura nelle scuole è un problema. Studiare agroalimentare significa studiare cosa siamo stati, cosa siamo e cosa potremmo essere. Nessuno vuole precludere spazio alle innovazioni naturalmente, ma le tradizioni legate alla cultura del paesaggio e di quello che c'è intorno a noi sono fondamentali, altrimenti rischiamo di perderle, come è già successo in altri

settori, duramente attaccati da una globalizzazione senza criterio. Noi dobbiamo proteggere ciò che ha un valore e il vino incarna perfettamente questo tipo di ambizione, come d'altronde il nostro patrimonio enogastronomico.

COME SI È SVILUPPATO L'IMPEGNO DI ASCOVILO ALL'INTERNO DI QUESTO PROGETTO?

Abbiamo organizzato due degustazioni con AIS Lombardia a Brescia (febbraio 2023) e poi a Bergamo (maggio 2023). In questo caso ci siamo rivolti ad un target di esperti, come lo sono i sommelier iscritti in queste due province: questo perché spesso si conoscono vini prodotti in zone lontane, anche estere, ma non sempre si conosce ciò che la Lombardia produce. Nelle masterclass abbiamo focalizzato l'attenzione sulle eccellenze, evidenziando le complessità presenti, non dando nulla per scontato.

Poi abbiamo organizzato sette “restaurant week” dedicate alla ristorazione di Brescia e Bergamo nelle



••

quali venivano abbinati i vini delle due province: un format di successo già utilizzato in passato negli eventi condotti insieme a Grana Padano nel 2022. Infine, un momento differente da quelli classici, è il progetto teatrale ideato da Francesco Quarna e Maurizio Rossato di Radio DeeJay, insieme a Laura Donadoni, blogger e influencer di origine bergamasca che vive negli USA: si chiama “Parole al Vino” e racconta il vino e la passione per l’agricoltura sia con la citazione di grandi personaggi ma anche con immagini e musiche, per trasmettere un messaggio: anche il vino è cultura e deve essere considerato un patrimonio.

COSA MANCA AL VINO LOMBARDO PER FARE SISTEMA?

Ciò che è mancato negli anni scorsi è il desiderio di fare le cose insieme e comunicare la qualità del vino lombardo con dei progetti che fossero coerenti e soprattutto condivisi. A livello regionale si sono svolte in passato iniziative singole, ma senza una collocazione territoriale che spiegasse meglio le differenze e le peculiarità. È un progetto globale che come Ascovilo stiamo portando avanti, perché abbiamo molte ricchezze da raccontare. La Lombardia è ricca di occasioni, ma non basta fare vino buono: dobbiamo fare di più insieme per comunicarlo in Lombardia, ecco perché era importante far parte dell’iniziativa “Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023”.

È sempre più importante comunicare il territorio lombardo nel suo insieme

UNIRE LE ISTANZE E LE ESIGENZE DI DISTRETTI VINICOLI MOLTO DIFFERENTI COME QUELLI PRESENTI IN LOMBARDIA NON È SEMPLICE. ESISTE UNO SPIRITO LOMBARDO COMUNE?

Sì, c’è. Siamo partiti da tante individualità ma ora è cambiata la consapevolezza comune. La tragica esperienza del Covid ha, d’altronde, cambiato il mercato: chi riteneva di essere già affermato ha dovuto mettersi in discussione e quale migliore occasione di ripartire che facendolo insieme? Questo non toglie ai consorzi la libertà di fare le proprie azioni individuali di brand, ma secondo me è sempre più importante parlare di territorio lombardo, che è ciò che ci distingue e dobbiamo comunicare. Stiamo lavorando, per esempio, ad un progetto ambizioso, una carta dei suoli di Lombardia, che rende evidente quali sono le possibilità che abbiamo con determinate coltivazioni e varietà.

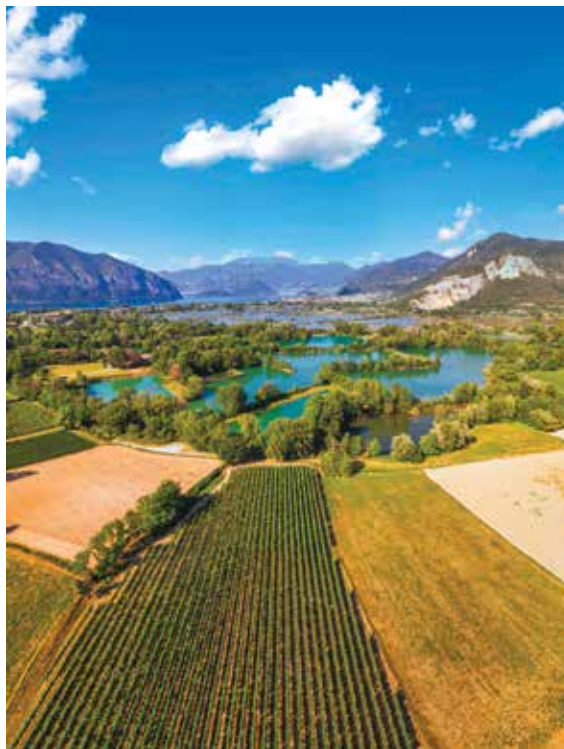
IL LOMBARDO È FIERO DEI VINI DELLA SUA REGIONE? LI CONOSCE?

Chi li conosce già ne è fiero. La lacuna però è di conoscenza generale. C’è la supponenza di voler prendere una bottiglia di altri territori, anche stranieri, pensando che siano di maggior pregio rispetto a quelli lombardi, e questo non è corretto. Noi dobbiamo lavorare affinché qualsiasi scelta uno faccia, non



COS'È ASCOVILO?

Ascovilo è l'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi a DOCG, DOC e IGT, nata il 28 luglio 1977, senza scopo di lucro. Tra i propri associati 13 Consorzi di Tutela Vino: Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, Consorzio San Colombano, Consorzio Tutela Lugana, Consorzio Tutela Moscato di Scanzo, Consorzio Vini Mantovani, Consorzio Tutela Valcalepio, Consorzio Tutela Vini di Valtellina, Consorzio Botticino, Consorzio Montenetto, Consorzio Valtènesi, Consorzio Terre Lariane, Consorzio Garda DOC e Consorzio Valcamonica. Per il triennio 2021-2023 è presidente Giovanna Prandini, affiancata dai vice presidenti Andrea Giorgi e Aldo Rainoldi.



pensi che ciò che arriva da altri territori sia necessariamente migliore rispetto a ciò che viene prodotto in Lombardia. Ogni territorio ha le sue eccellenze, naturalmente, ma forse anche dal punto di vista di un consumo più quotidiano il rapporto con la produzione del territorio di prossimità andrebbe curata con maggior attenzione.

Noi, nei nostri eventi, abbiamo riscontrato una grande curiosità da parte dei consumatori: c'è una richiesta di conoscenza e formazione. La voglia di apprendere è fertile e va coltivata in modo più serio e pregnante rispetto al passato.

L'EXPORT È UNA LEVA IMPORTANTE PER IL VINO LOMBARDO?

Sì, ma bisogna fare azioni mirate. I mercati dove noi dobbiamo andare ad affacciarci sono quelli dove c'è già un livello di preparazione e conoscenza medio-alto. Francia e Germania possono essere sicuramente due Paesi target, così come la Svizzera e l'Austria. Poi, e questo me lo dice anche la mia esperienza di imprenditrice, è evidente, ad esempio, che il mercato giapponese abbia grande cultura e sa apprezzare anche il vino lombardo nonostante non sia così conosciuto nel continente asiatico. Però, pur non essendo un dogma, i mercati di prossimità sono fondamentali: non dobbiamo dimenticarci che noi

abbiamo una grande opportunità e si chiama enoturismo. Il miglior modo per far conoscere i nostri vini è invitare i turisti a vedere come li facciamo. È una fetta di mercato che non arriva in modo spontaneo e va coltivata con servizi mirati e proposte diverse da quelle che abbiamo sempre fatto: ci vogliono esperienze e professionalità specifiche.

LE OLIMPIADI MILANO-CORTINA 2026 SONO UN'OPORTUNITÀ ANCHE PER IL VINO LOMBARDO?

Possono esserlo, ma prima bisogna aver costruito dei contenuti. C'è una grande fragilità di fondo: le carte dei vini dei ristoranti lombardi. Solo laddove ci sono ristoratori appassionati o che hanno fatto un percorso formativo importante sul vino, sono presenti, ma sono una minoranza. Solo in quei casi c'è attenzione. Altre regioni, penso alla Toscana, ma anche a Campania, Puglia e Sicilia, sono più brave di noi nel fare sinergia tra ristorazione e vino. Stiamo lavorando per questo e stiamo incontrando apertura da parte della ristorazione. Certo, nel post-covid la prima emergenza era ripartire con i vini presenti in magazzino. L'iniziativa #IoBevoLombardo creata dall'ex assessore all'agricoltura Fabio Rolfi fu geniale nell'unire le due filiere, quella della ristorazione e del vino, e generò molta curiosità. Ci auspichiamo che venga riproposta. ♦

Bergamo

La rinascita dell'interesse per i vitigni autoctoni nella Bergamasca

Se è vero che l'identità varietale aggiunge carattere al valore enologico di un territorio, quello bergamasco guarda con interesse a incrocio Terzi n. 1, schiava lombarda e merera: tre uve rosse ben diverse, che possono ampliare l'orizzonte oltre l'internazionalità dei tagli bordolesi

di **PAOLO VALENTE**

Nella Kalos Epias, la Terra Buona, l'odierna Valcalepio, si coltiva da sempre la vite, anche se a fasi alterne. Al tempo di Plinio la viticoltura era molto sviluppata, soprattutto in collina. Anche durante i secoli bui, quelli della dominazione longobarda, i bergamaschi non abbandonarono la vigna e il vino. Tracce documentali ci arrivano dall'anno 750 con un atto di cessione di una vigna e dalla metà del 1200 quando viene imposto di piantare viti. Nel 1700 un altro tracollo causato dall'arrivo dell'allevamento dei bachi da seta. Più recentemente, terminata la devastazione causata dalla fillossera, si reimpiantarono vaste superfici di vigneto e nell'immediato Dopoguerra, per opera della Camera di Commercio, fu incentivata l'introduzione di vitigni internazionali o comunque non locali. Il resto è storia recente.

IL RECUPERO DEI VITIGNI AUTOCTONI

Storia che vede il Consorzio Valcalepio, che gestisce anche la DOC Terre del Colleoni e la IGT Bergamasca, avviare agli inizi degli anni 2000 un interessante progetto di recupero dei vitigni autoctoni del territorio. Punto di partenza, i risultati delle attività di ricerca svolte negli anni '90 in un vigneto sperimentale di Torre de' Roveri. Grazie anche all'istituzione della DOC Terre del Colleoni, nata per valorizzare le varietà tradizionalmente coltivate nella bergamasca, il progetto si è concentrato, a vario titolo, su tre varietà ritenute interessanti: incrocio Terzi n. 1, schiava lombarda e merera.

Dopo anni di studio, ora si cominciano a vedere i primi risultati concreti.

INCROCIO TERZI N. 1

Forse è il vitigno autoctono, a eccezione ovviamente del moscato di Scanzo, più noto anche se le produzioni sono decisamente ridotte a fronte di pochissimi ettari coltivati. Il vitigno, nato dalla mano del viticoltore bergamasco Riccardo Terzi di Monasterolo di Sotto il Monte, è stato ottenuto dall'incrocio di cabernet franc x barbera. Iscritto nel Registro Nazionale delle Varietà di Vino dal 1970, è coltivato esclusivamente in Lombardia, nelle province di Bergamo e Brescia.

È un vitigno dalla forte vigoria con grappoli piramidali mediamente compatti; la produzione è costante ma è particolarmente sensibile a muffe e marciumi tanto da richiedere forme di allevamento che permettano l'arieggiamento dei grappoli.

Vinificato in purezza, produce un vino dall'intenso colore rosso rubino e dai profumi fruttati di frutta rossa e note vegetali a cui seguono accenni floreali. Di buon corpo, con tannini importanti e buona persi-





stenza, presenta una nota amara e un finale fruttato. Come ci conferma **Sergio Cantoni**, direttore della Cantina Sociale Bergamasca, «è un prodotto completamente diverso dagli altri, una bella sorpresa per il cliente. È molto carico di colore, come il vino che piace ai bergamaschi, si adatta bene ai piatti locali, come il salame o i casoncelli; è versatile in cucina». Attualmente sono vitati quattro ettari ma, per il prossimo futuro, si può ipotizzare che la superficie vitata aumenti fino ad arrivare a una decina di ettari.

SCHIAVA LOMBARDA

Anche se praticamente sconosciuta, esiste una schiava lombarda che fino agli anni '50 del secolo scorso era grandemente coltivata in Lombardia. Fu soppiantata dalle schiave altoatesine che garantivano una produttività maggiore.

●●
Il progetto di recupero dei vitigni locali è iniziato negli anni Duemila

Ne esistono quattro varietà, tre le più conosciute: la schiava gentile (o schiava piccola, o schiava media, o vernatsch), la schiava grossa (o schiavone, o grossvernatsch) e la schiava grigia (o grauvernatsch) tutte coltivate principalmente in Trentino e in Alto Adige, dove rientrano nelle omonime denominazioni regionali e in altre DOC di carattere locale. Queste tre varietà sono ammesse anche dai disciplinari delle DOC lombarde Botticino e Cellatica.

Esiste poi anche un'altra varietà di schiava diffusa nella bergamasca (conosciuta con il nome di schiava locale) e nel comasco (con i nomi di botaschera, matta, mergellana, schiava di Como). Si tratta, in effetti, della schiava lombarda. Il Registro Nazionale delle Varietà di Vite la cataloga però con il semplice nome di schiava e ne definisce la sinonimia con il vitigno erbanno. L'unica Denominazione che contempla que-

sto vitigno è la DOC Terre del Colleoni.

Si tratta di un'uva dai grappoli conico allungati, acini dalla buccia sottile e poco pruinosa di media grandezza. I vini presentano caratteristiche olfattive che riportano alla frutta rossa, alla mela, alla mandorla con accenni floreali ed erbacei; buone la sapidità e la freschezza, medio il corpo e un finale che rimanda al fruttato.

Nella Bergamasca sono noti solo un paio di vigneti. Uno piantato 12 anni fa a Torre de' Roveri di circa un ettaro dal quale si ricavano poco più di 70 ettolitri di vino vinificato in rosa dalla Cantina Sociale Bergamasca e un altro vigneto a Castelli Calepio. Nel bresciano, in Valcamonica, Togni Rebaioli coltiva l'erbanno e lo vinifica in purezza.

MERERA

Si tratta di un vitigno conosciuto fin dal XVIII secolo; è citato nel tomo VII, nel "dizionario" del Trattato di Ampelografia di Viala e Vermorel dove è indicato come uva tipica delle colline bergamasche.

Dopo approfondite analisi genetiche si è giunti alla conclusione che si tratta di un vitigno autonomo e autoctono della Bergamasca; da qui l'iscrizione al Registro delle Varietà di Vite nel 2016.

Dal grappolo piccolo e conico con acini scuri dalla buccia consistente e pruinosa, resiste bene alle muffe e ai marciumi del grappolo, caratteristica interessante vista la maturazione tardiva; la produzione è mediamente scarsa e gli acini accumulano con difficoltà gli zuccheri.

Il vitigno è stato riscoperto da **Carlo Zadra**, enologo del Castello di Grumello, che ne individuò alcune piante in un vecchio vigneto. Convinto delle potenzialità del vitigno, replicando le piante creò un nuovo vigneto; il figlio Paolo, succeduto al padre, ne ha iniziata la produzione nel 2015.

Come ci racconta **Stefano Lorenzi**, direttore della Tenuta del Castello di Grumello, dalla vinificazione in purezza si ottiene un vino «dal colore purpureo, violaceo, con una speziatura marcata sul finale, pepe bianco e pepe nero e nel mezzo tutta la frutta nera, dalla mora di rovo alla prugna, alla visciola; una bella acidità e un tannino che risulta sempre "birichino", non setoso ma con una bella rusticità».

Anche l'azienda **Le Mojole** di Tagliuno di Castelli Calepio da qualche anno ha un piccolo vigneto dedicato a questa varietà. «La decisione di piantare la Merera – confermano dall'azienda - nasce dalla volontà della titolare **Marta Mondonico** di realizzare un vino un po' diverso che non potesse confondersi con le migliaia di tagli bordolesi che esistono nel mondo dando una interpretazione assolutamente personale e legata al territorio». ♦

I tre vitigni autoctoni reintrodotti nella Bergamasca

INCROCIO TERZI N. 1

Dall'incrocio di cabernet franc e barbera, è coltivato solo in pochi appezzamenti tra Bergamo e Brescia. Dà vini decisi, vegetali e fruttati.



SCHIAVA LOMBARDA

Catalogata solo come schiava, ha tra i sinonimi l'erbanno e rientra nella bergamasca DOC Colleoni. Pochissimi i vini, esprimono freschezza, corpo medio e richiami erbacei.



MERERA

Ritrovato in un vecchio vigneto e riconosciuto autoctono bergamasco, ha buccia solida che lo protegge nella maturazione tardiva. I vini sono scalpitanti di freschezza e tannino, ma deliziosamente fruttati e dalla bella speziatura.



Bergamo

Il movimento artigianal-birrario bergamasco, tra passato e futuro

Con un occhio sempre rivolto al livello qualitativo e alla costanza produttiva, il comparto bergamasco è oggi fra i più blasonati della scena artigianal-birraria italiana. Un punto di riferimento che deve ora aumentare creatività e innovazione

di FLORENCE REYDELLET

La birra cresce nelle preferenze degli italiani e ancor di più la birra artigianale. Nel Belpaese, la *craft beer revolution* è partita solamente poco più di venticinque anni fa; e così anche nella provincia di Bergamo. «Fortunatamente il movimento artigianal-birrario nella Bergamasca ha subito polarizzato l'attenzione e da tempo si è guadagnato un posto d'onore» ci spiega **Stefano Berzi**, bergamasco d'origine, Miglior Sommelier d'Italia AIS 2021 e fondatore assieme a **Fabio Speranza** di una piccola distribuzione di birra che di nome fa Unconventional-beer. Insomma, uno di cui ci si può fidare.

LE ORIGINI DEL MOVIMENTO BRASSICOLO ARTIGIANALE NELLA BERGAMASCA

«Da noi l'avventura si è sviluppata in due ondate. I pionieri sono stati un manipolo di tre produttori, partiti con pochi mezzi ma con le idee giuste e molte speranze». Dobbiamo la prima cotta al **Maivisto** di Botta

di Sadrina nel 1999. L'hanno seguito lo **Sguaranda: Birra La Bergamasca** di Pagazzano (2003) e il **Maspy** di Ponte San Pietro (2007). Sono loro ad aver fatto da battistrada a una seconda generazione. Ecco allora **Valcavallina**, **Elav**, **Via Priula**, **Endorama**, **Hammer**. Alcuni di questi birrifici hanno potuto beneficiare di investimenti cospicui alle spalle e sono partiti subito facendo numeri produttivi di rilievo. «Per un mercato competitivo come questo, una solidità finanziaria di partenza aiuta davvero molto» afferma Stefano.

A dare impulso al movimento e alimentare un fecondo dinamismo ha contribuito anche la piccola **Compagnia del Luppolo**: una onlus nata nel 2003 (e sciolta nel 2019) per diffondere la cultura brassicola artigianale, attraverso incontri mensili e scambi di idee e competenze. «Una squadra affiatata e desiderosa di imparare», commenta **Simonmattia Riva**, titolare del pub indipendente **Beer Garage** a Bergamo. «Molti soci che trafficavano con i kit arrivavano da esperienze



professionali che non avevano nulla a che fare con il mondo della birra. Gli incontri contribuirono a migliorare la loro perizia tecnica». Pian piano, alcuni di loro hanno elevato a professione la loro passione amatoriale. Talvolta hanno inciampato e rischiato di perdersi. Ma oggi sono una ventina le aziende bergamasche che raccolgono consensi fra gli esperti e gli appassionati. Un numero forse esiguo ma che è stato sufficiente a dar vita alla cultura *craft* nella provincia.

PICCOLO E ARTIGIANALE È BELLO, MA COMPLICATO

«Ma non è facile», afferma con lucido disincanto **Fausto Brigati**, fondatore di Hammer. «Maivisto ed Elav, ad esempio, hanno chiuso i battenti. La mortalità dei birrifici artigianali ci mette davanti alla realtà di un mercato estremamente ostico». Per quanto il comparto bergamasco sia diventato un punto di riferimento per qualità a livello nazionale, rimane tutto sommato ancora giovane e fragile. «In provincia di Bergamo la produzione media per birrificio si aggira attorno ai 1.700 ettolitri l'anno, ma solamente una manciata di noi superano quota 3.000 ettolitri», prosegue Fausto. E nonostante molti birrifici godano di buona fama, nella stragrande maggioranza dei casi

Una ventina
i birrifici
bergamaschi,
distribuiti
quasi
totalmente
sui canali
corti

le loro birre non si vendono al di fuori dei confini regionali, situazione peraltro comune anche ad altre zone di produzione brassicola italiana. Conti alla mano, infatti, circa il 92% degli opifici italiani sviluppano una rete impernata sui canali corti e sulla vendita diretta nella taproom e/o nel brewpub dello stabilimento; e meno del 2% della produzione supera i confini nazionali (report 2022 di Unionbirrai: «Birra artigianale, filiere e mercati»).

A questo bisogna aggiungere la crisi economica dovuta alla pandemia che ha suscitato notevoli preoccupazioni nel comparto. «Sono fondamentalmente le piccole e medie imprese ad aver sofferto. A differenza dell'industria, noi abbiamo costi superiori e non siamo agevolati per quanto riguarda logistica, distribuzione e vendita. Nel 2020 ho chiuso con un calo del fatturato attorno al 35%», dice, ad esempio, apertamente **Renato Carro** del birrificio Valcavallina, «senza parlare della chiusura temporanea o definitiva di molti bar, pub indipendenti, ristoranti e beershop che per noi sono i principali sbocchi commerciali». E oggi i due spauracchi più grandi sono dovuti al conflitto russo-ucraino: il notevole aumento dei costi delle materie prime e la speculazione energetica.

Birre da non perdere

Selezionare solo una manciata di birre della provincia è un esercizio piuttosto arduo. Eccone però cinque che lasciano il segno e sembrano in grado di sbaragliare ogni concorrenza. Tra le Golden Ale, nota di merito va alla **Sun Flower** di Valcavallina (4,4% vol.): di facile approccio, maltata sia al naso sia al palato, scorrevolissima, anche grazie a un'adeguata carbonazione. Sempre di Valcavallina è

pericolosamente beverina la **Smoked Porter Dark Side** (5,8% vol.), birra bandiera che dopo il primo assalto di note torrefatte propone un gagliardo impatto in bocca e un finale persistente. Altro ottimo esempio di Porter è la **Bulk** di Hammer (5,8% vol.), attraente al naso per gli aromi dettati da un mix di cioccolato, caffè e caramello ed estremamente bilanciata al sorso. Una bella sorpresa

è poi stata la **Caliban** di Endorama (8,5% vol.), ispirata alle belghe Tripel. Profumi fruttati e speziati garriscono come bandiere di festa, mentre al gusto la dolcezza si fa leggera e aggraziata. Infine, merita sicuramente una menzione **L'** di Hop Skin (9% vol.): una fitta folla di caffè, cacao e tabacco, un buon corpo e una splendida chiusura amarognola.



TURISMO, E-SHOP E LATTINE: ALLA RICERCA DI NUOVE VIE

Insomma, la situazione non è rosea ma si reagisce affrontando il mercato con determinazione. Per ampliare la platea di consumatori, c'è chi ha avviato un e-shop sul proprio sito, chi ha razionalizzato gli spazi e si accinge ad aprire una taproom e/o un brewpub; o ancora chi ha pensato a un modello di vendita diretta non lontano dello stabilimento, con l'apertura di uno o più locali di proprietà. Allo stesso tempo si è cercato di favorire l'aumento del consumo domestico, puntando su bottiglie e lattine dai colori vivaci e disegni pop. «Le lattine attirano di più l'attenzione del consumatore, essendovi più spazio fisico a disposizione per la grafica» sottolinea **Paolo Algeri**, gestore di Hop Skin assieme a **Gioia Ravasio**.

Occorre però anche farsi sentire dal resto del mondo. «Cerchiamo di puntare sul turismo brassicolo», aggiunge Paolo. «Al momento, le nostre birre non hanno una specificità regionale, dato che la materia prima non proviene necessariamente dall'Italia. Ma la territorialità è una delle leve più importanti che si ha verso il pubblico: dobbiamo quindi lavorarci». Sarebbe dunque auspicabile sviluppare filiere corte

e incrementare l'uso di materie prime locali, dal luppolo ai grani antichi a ingredienti quali erbe e frutti per proporre birre veramente percepibili come territoriali. A pensarci, infatti, la birra - al pari del vino - è un prodotto agricolo e solamente sviluppandosi in ambito territoriale non correrà il rischio di essere catalogata come una moda passeggera, divenendo invece un importante tassello della cultura italiana.

Il segmento *craft* bergamasco ha dunque superato la prova della pandemia e si spera che cresca la partecipazione del turista interessato a "birrovagare". «Sicuramente la nomina di Bergamo a Capitale Italiana della Cultura 2023 aiuterà ad accendere ulteriormente i riflettori sui birrifici della provincia e inaugurerà una stagione felice», conclude Stefano Berzi. Ora confidiamo che vi verrà la tentazione di fare un salto (o anche più di uno) nella Bergamasca. E per semplificarvi la vita, ecco alcuni posticini dove scoprire eccellenze artigianali senza possibilità di errore: **Balzer Globe**, **Beer Garage**, **DeGusto** e **PIVO** a Bergamo; e a pochi chilometri la **Locanda del Monaco Felice** a Suisio e **Joe Koala** a Osio sopra. Tutti bei luoghi in cui siamo stati, levandoci il cappello. ♦

Bergamo

Giovane è bello (e utile)

Il Consorzio Tutela Valcalepio ha costituito una commissione “giovani”, un gruppo che avrà un ruolo fondamentale nel futuro piano di comunicazione, a partire dall’organizzazione degli eventi. Trasversalità e pensieri “out of the box”

di SARA MISSAGLIA

Lorenzo il Magnifico si sbagliava: “quant’è bella giovinezza, che si fugge tuttavia! Chi vuol esser lieto, sia: di domani non c’è certezza”. Ci sono giovani che invece hanno tutte le capacità per lasciare il segno: è l’idea di **Enrico Rota**, neo presidente del Consorzio Tutela Valcalepio, che si è fatto promotore di un recentissimo progetto che ha messo al centro i giovani. Perché siano protagonisti e, al tempo stesso, motore del cambiamento. Un gruppo che ha fatto della trasversalità il proprio carattere distintivo: Diversity & Inclusion, come si usa dire oggi. All’interno della commissione sono presenti aderenti del Consorzio e, aspetto più interessante, anche rappresentanti di aziende non aderenti. «Parliamo sempre di giovani, ma si fa veramente poco per cercare di inserirli, perché forse abbiamo il timore che possano non farcela. Noi, invece, vogliamo che dal vivaio del Consorzio nasca una realtà inclusiva. La svolta epocale è proprio rappresentata da una quota importante di partecipazione di aziende che attualmente non sono socie. Purtroppo

abbiamo soci che talvolta hanno atteggiamenti negativi nei confronti delle gestioni precedenti e che sono legati a logiche ormai sorpassate. Abbiamo quindi bisogno di giovani. I senior devono essere così maturi da capire che il futuro va costruito oggi». Parole, quelle di Enrico Rota, dotate di una precisione chirurgica. Insomma, il passato è archiviato.

Alla commissione giovani è stato affidato il piano di comunicazione legato a un programma eventi, che verrà presentato al Consiglio del Consorzio stesso e che avrà bisogno non solo di approvazione ma anche di copertura finanziaria. «Siamo sicuri che non si limiteranno solo alle normali degustazioni, ma daranno spazio alla loro fantasia: lo spirito guida dovrà essere il confronto finalizzato alla conoscenza reciproca. Non esiste il mio Valcalepio, il suo, ma esiste il nostro Valcalepio». Ma che cosa si intende per giovani? «Prima di tutto il limite anagrafico è di 39 anni: sono produttori che hanno fatto un percorso importante, che





FEDERICO BUSCARINO

Il Consorzio Tutela Valcalepio



Il Consorzio Tutela Valcalepio nasce nel 1974 con lo scopo di tutelare la produzione enologica di quella lunga e stretta fascia pedemontana che si sviluppa per circa settanta chilometri tra i fiumi Adda e Oglio. Inizialmente dedicato solo alla Valcalepio, con la nascita dell'omonima DOC nel 1976, prima denominazione di tutela bergamasca, oggi si estende anche alla DOC Terre del Colleoni e alla IGT Bergamasca. Gli oltre 80 soci aderenti al Consorzio, che rappresentano più dell'80% della produzione totale di Valcalepio DOC, ne hanno decretato l'Erga Omnes, ovvero il ruolo di rappresentanza di tutti i produttori della denominazione.

zionalmente dedicato solo alla Valcalepio, con la nascita dell'omonima DOC nel 1976, prima denominazione di tutela bergamasca, oggi si estende anche alla DOC Terre del Colleoni e alla IGT Bergamasca. Gli oltre 80 soci aderenti al Consorzio, che rappresentano più dell'80% della produzione totale di Valcalepio DOC, ne hanno decretato l'Erga Omnes, ovvero il ruolo di rappresentanza di tutti i produttori della denominazione.

••
Inclusività, fantasia, confronto: queste le carte vincenti della commissione giovani

hanno ricevuto spesso la passione dai genitori e che oggi hanno un solo padrone, il mercato. Abbiamo già registrato una buona risposta con oltre quindici adesioni». Il progetto è che si arrivi a venti membri della commissione, di cui il 75% rappresentato da aziende socie e il 25% da cantine al momento non aderenti. «Il nostro compito è dare loro piena autonomia: immagino che nelle prime sedute come presidente sarò presente solo in modalità ascolto per i saluti, poi mi allontanerò. I ragazzi devono sentirsi liberi di affrontare le tematiche senza condizionamenti o interferenze. Mi auguro soprattutto che ci siano situazioni difficili che possano emergere, per comprendere cosa non va e cosa possiamo fare. Spero di avere tante provocazioni per capire meglio il contesto attuale». Un progetto serio, definito, fortemente voluto e strutturato: non c'è improvvisazione nelle parole del presidente, ma un intento onesto, dichiarato e profondamente responsabile.

“

La nostra produzione merita di essere conosciuta anche al di fuori della denominazione. Non parleremo quindi solo di fiere o di eventi a Bergamo, ma vogliamo andare fuori perimetro

Il referente della commissione giovani è **Edoardo Medolago Albani**, tra le prime aziende per capacità produttiva in Valcalepio, figlio d'arte in un certo senso in quanto il papà Emanuele è stato Presidente del Consorzio per nove anni. Edoardo ha 31 anni, ha studiato ingegneria al Politecnico di Milano e ha lavorato per una multinazionale. Poi è tornato a casa: come spesso succede il richiamo della terra è molto forte, soprattutto quando si è trascorso parecchio tempo lontano. Edoardo si è inserito nell'attività della cantina: «è il primo anno che sto seguendo questo mondo», ci racconta, «voglio portare l'esperienza che ho maturato fuori dal territorio al suo interno: l'idea forte della commissione è quella di conferire gioventù al Consorzio, dove per gioventù si intendono la trasmissione di passione e la comunicazione originale, distintiva, nuova per il mondo enologico bergamasco. La nostra produzione merita di essere conosciuta anche al di fuori della denominazione». I giovani della commissione guardano con interesse al settore della ristorazione: se oggi in Valcalepio nei ristoranti c'è sempre almeno un vino locale in carta, l'idea è di andare oltre confine. Nelle parole di Edoardo c'è molta voglia di fare e tanta passione. Grinta e determinazione da vendere: «ho un obiettivo personale: vorrei che questa commissione fosse vissuta come opportunità, soprattutto da parte di chi oggi è fuori dal Consorzio. Siamo ai primi passi di questo lavoro, ma vogliamo originalità. Non parleremo quindi solo di fiere o di eventi a Bergamo, ma vogliamo andare “fuori” perimetro, creando dei momenti di approfondimento aperti». Obiettivo è quindi la vicina Milano, 54 km in treno, traiettoria spesso percorsa per lavoro ma poco per il vino.

Sara Invernici ha trent'anni da compiere, è mamma di una bambina: rappresenta la quinta generazione



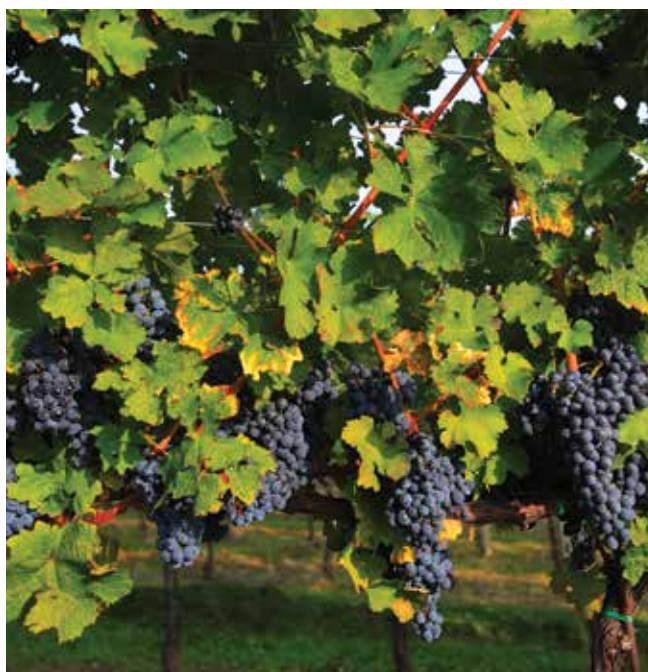
della cantina **La Collina in Valcalepio**, un'azienda storica che ha avviato la propria attività nella seconda metà dell'Ottocento, con un forte radicamento nella tradizione vitivinicola bergamasca. La Collina è stata membro attivo del Consorzio per molte vendemmie, ma una decina di anni fa le strade si sono separate, pur continuando ad aderire al disciplinare con circa 100.000 bottiglie prodotte su base annua. «Sono una new entry nell'azienda di famiglia, mi sono sempre occupata di altro dopo gli studi universitari, lavorando nel settore privato. Sono tornata con la ricchezza negli occhi di chi arriva da un mondo diverso». Come per Edoardo, sembra che l'esperienza vissuta al di fuori del proprio territorio d'origine sia stata arricchente, motivante e, in un certo senso, abbia aperto le menti e offerto nuove prospettive. «Ho aderito alla commissione giovani del Consorzio con la voglia di partecipare a una attività promozionale reale che porti a una valorizzazione del territorio. Siamo in questo momento in una fase di costruzione, il progetto deve essere ancora compiutamente messo a terra: attendo di capire



● ●
La commissione
punta a venti
membri: il 75%
di aziende
aderenti al
Consorzio e il
25% esterne

le modalità e come sia possibile impostare i rapporti tra interni ed esterni». Nelle sue parole c'è un grande senso di responsabilità e gli intenti rispondono a una volontà reale di cambiare il paradigma e scardinare le logiche del passato: «c'è sempre più volontà di uscire dal mercato locale, che in precedenza rispondeva solo alle esigenze domestiche: sono convinta che farlo da soli non porti a nulla, c'è bisogno di fare squadra. Bisogna agire, e agire nel breve: quello che mi auguro è di poter portare all'interno della commissione un po' più di flessibilità. C'è necessità di lavorare in modo più smart: filiera corta, autonomia decisionale, velocità di uscita, queste sono le modalità che ritengo indispensabili».

Il Consorzio della Valcalepio vuole rimanere giovane, e lo ha fatto puntando proprio sulle nuove generazioni con un atteggiamento profondamente inclusivo. Non ci resta che aspettare: non manca molto per passare dallo storytelling allo storydoing. Come si dice in questi casi, sentiremo parlare di voi. ♦



Bergamo

Oltre i casoncelli. Cosa succede di nuovo nella cucina bergamasca

Salumi e formaggi, certamente, ma anche pesce, vegetali e la necessità contemporanea di alleggerire il viaggio esperienziale della tavola, senza perdere gusto e tradizione

di **FRANCESCA CIANCIO**

Iniziamo dai primati: il territorio bergamasco è primo in Italia per numero di formaggi Dop (9), è la città che ha dato i natali a Luigi Veronelli, il gastronomo ed esperto di vini che ha fatto nascere la figura del critico enogastronomico. Qui è nato anche il gusto gelato straciatella.

Di tutte le province lombarde, però, sembrava essere quella con meno voglia di apparire e di rivendicare una tradizione gastronomica. Fateci caso, è difficile trovare un ristorante bergamasco fuori dai confini del territorio: casoncei e polenta e osei sono cose di casa loro.

Dicevamo, sembrava. Sono sempre di più gli indirizzi in zona diventati meta di milanesi e bresciani gourmand. Senza dimenticare gli stranieri che, grazie all'aeroporto di Orio al Serio e al richiamo di Bergamo-Brescia Capitale Europea Italiana della Cultura 2023, si sono spinti oltre la Franciacorta e il lago d'Iseo per conoscere la città del compositore Gaetano Donizzetti e le valli e le malghe tutte intorno.

Così nuove proposte e rivisitazioni si sono fatte

avanti, con un occhio attento alla tradizione, ma senza alcun approccio reverenziale.

MANGIARE IL PESCE A BERGAMO. IL SOGNO DI VITTORIO CEREÀ E UN PO' DI SICILIA IN CITTÀ

Non solo un'ottima cucina, ma anche una resa e una qualità costanti nei decenni. La **famiglia Cereà**, titolare del Tre Stelle Michelin **Da Vittorio** di Brusaporto, è, a detta di tutti, "una macchina da guerra". La vocazione al lavoro di un bergamasco deve essere un cromosoma specifico e ai Cereà di certo non manca: che si parli di fine dining, di catering, di produzioni industriali di panettoni, il risultato è sempre lo stesso, grandi numeri e grande qualità. I pittogrammi de "la Rossa" sono arrivati nel 1978, nel 1996 e nel 2010, ma la claire del locale venne tirata su, allora nel centro di Bergamo, nel 1966 da Vittorio e Bruna. Con loro arriva il pesce in città, una scelta "esotica" in anni in cui la carne prendeva tutto lo spazio disponi-



ALEX MOLING

bile nei menu, come ricorda una delle figlie, **Rossella Cerea**. «Mio padre ha insegnato ai bergamaschi a mangiare il pesce. Gli inizi non sono stati facili, ma lui era determinato a offrire una cucina diversa. Aveva imparato a cucinarlo grazie a due zie venete e ad apprezzarlo grazie all'amicizia con il siciliano Giovanni Cacciolo Molica, il fondatore dell'Orobica Pesca, una ex pescheria di quaranta metri, diventata, in 50 anni di attività, un'azienda da 30 milioni di fatturato. Così accanto alla polenta comparvero i gamberi rossi di Mazara del Vallo».

Siciliano di origine ma nato a Bergamo è anche **Filippo Cammarata**, chef dell'**Antica Trattoria ai Tre Gobbi**, la più antica di Bergamo. Un bell'impegno doversi confrontare con una tradizione che ha inizio nel 1855, ma il cuoco, con il suo socio e amico del cuore **Marco Carminati**, ha fatto contenti tutti, conservatori e progressisti delle tavole in città. Cammarata vanta esperienze nelle cucine di Niko Romito e Massimo Bottura, Carminati ha il suo attivo oltre

●●
Nuove proposte e rivisitazioni, con un occhio attento alla tradizione

400 stellati visitati in tutto il mondo: «Quando ho rilevato l'insegna nel 2019 – spiega il gestore – davo per scontato di muovermi nel solco della tradizione culinaria locale, ma l'entrata in scena di Filippo ha cambiato l'approccio. Così il pane lo facciamo con la farina siciliana di tumminia e usiamo l'olio extravergine di Castelvetro; c'è il pesce di lago ma anche di mare, il casoncello è invece tradizionale e lo fa ancora mia madre. Abbiamo creato anche un menu dedicato a Bergamo Brescia 2023 dove il casoncello incontra il formaggio bagòss bresciano e la guancetta si prepara come il manzo all'olio, ricetta storica di Rovato».

MENU VEGETALI, NON NECESSARIAMENTE VEGETARIANI

Nessun – almeno non più – vegetariano verrà maltrattato nella Bergamasca. L'offerta di verdure e ortaggi è andata moltiplicandosi e anche **Ai Tre Gobbi** c'è un menu dedicato, si chiama centralità vegetale. Perché se è giusto riconoscere bontà e salubrità alla cucina

green, questa non deve necessariamente essere priva di proteine animali. Siamo pur sempre in Lombardia!

E se procacciarsi verdure di stagione dovesse essere meno facile che altrove, ci pensano i ristoranti a mettere giù gli orti per la spesa necessaria. Lo ha fatto uno degli indirizzi più interessanti dell'odierna ristorazione lombarda, **Contrada Bricconi** a Oltressenda Alta, un posto che punta tutto, attraverso la sua cucina, a serrare il rapporto tra uomo e montagna (hanno la Stella Verde Michelin). Siamo in Val Seriana, in un agriturismo dove cuochi, proprietari, responsabili di sala sono anche agricoltori, come **Giacomo Perletti**: «La tradizione non è ortodossia, per noi ha a che fare con la modalità con cui creiamo le cose, con i gesti, è la valorizzazione della nostra azienda agricola. Michele (Lazzarini, lo chef, n.d.r.) è figlio di una cuoca di trattoria, a Contrada Bricconi ha portato il respiro dei suoi ricordi. Si parte da lì per evolversi». Così se la carne di coniglio è religione a Bergamo, qui se ne fa una tartare da mettere in un guscio d'uovo con zabaione salato, cavolo riccio e salsa koji. Oppure si re-inventa il Bertagni, la frittella di merluzzo che si vendeva nei banchi del mercato. Ora si usa il pesce siluro del Lago d'Iseo – specie invasiva – e si pastella nella farina di segale. «Poi nel nostro orto – continua Perletti – crescono anche il basilico thailandese e i tomatillos messicani. Bella l'idea che vengano bene in Val Seriana, no?».

Chi invece ha l'ambizione di rimanere fedele alla tradizione – riuscendoci egregiamente – è la **Trattoria Visconti**, ad Ambivere dal 1932. Ci lavora la quarta generazione che di licenze creative se ne prende davvero poche ai fornelli: «Ma è quello che cerca la nostra clientela – sottolinea **Daniele Visconti**, responsabile di sala – una cucina schiettamente bergamasca». A cominciare dall'antipasto con il salame bergamasco (il locale organizza da anni anche una nota disfida sui salami più buoni), il formaggio Agri Valtorta, piccolissimo Presidio Slow Food, per arrivare alla polenta con il coniglio e alla Chisola, una palla di polenta ripiena di formaggio da far fondere. «E poi c'è l'orto giardino con decine di piante aromatiche e tante verdure di stagione, coltiviamo il rostrato rosso dell'isola, una varietà di mais autoctona per la polenta e abbiamo un bel frutteto. Accanto c'è quello che noi chiamiamo il *giardinopollai* con un centinaio di polli allevati con nutrimenti biologici».

LA VIA LIGHT DELLE RICETTE BERGAMASCHE

Lorenzo Bonini, 31 anni, è un cuoco profondamente territoriale. Innanzitutto perché, a Lenna, in Val Brembana, c'è nato e qui ha rilevato la storica **Trattoria delle Miniere**. E poi perché tutta la sua esperienza si gioca qui, tra centro città e provincia, nelle cucine



La tradizione non è necessariamente ortodossia, ma un riflesso di gesti e valori



dell'**Agriturismo Ferdy**, nella brigata dell'Ezio Gritti e nella squadra del Casual. Ora, però, è tempo della sua cucina: «Io sono sempre stato un goloso e mi piace tanto mangiare. Per questo so che i piatti bergamaschi possono risultare impegnativi. Da qui la scelta di alleggerirli: la mia polenta taragna ha una parte pannosa che passa però al sifone, dando morbidezza senza appesantire; il laedèl, un dolce da forno fatto con mele, fichi e noci, viene proposto come una bavarese al cucchiaino, i miei casoncelli sono piccoli e il salame bergamasco non lo servo a fette ma lo uso come ripieno nei ravioli. Sto usando sempre più olio extra vergine di oliva, quello delle sponde del lago d'Iseo e quello delle colline della Valcalepio».

Alleggerire vuol dire anche portare in tavola porzioni piccole. E magari dargli un nome, come cluetti. È l'idea, ma anche la filosofia, di **Edoardo Codalli**, chef del ristorante **Clu** a Ubiale Clanezzo, una cucina divertente e spensierata in un castello da fiaba, il castello di



●●
Ingredienti territoriali di sostanza trovano nuove forme in una cucina più leggera

Clanezzo per l'appunto. Si chiama Cluettata il menu da otto portate che dà modo di spaziare in lungo e in largo nell'idea di cucina di Codalli: «Vengo da Isola bergamasca e per me la tradizione è soprattutto una suggestione intima, confidenziale, più che un corpus di ricette. Però anche qui la domenica prepariamo i casoncelli ma fatti a modo nostro, più piccoli e con burro in crema anziché fuso. È la proposta che noi chiamiamo *Domenicata*, quello del pranzo di casa, c'è anche la polenta servita con tagli particolari come lo sgombro alla griglia». Nel cluetto – che assomiglia a una tazza – ci finisce anche la pecora gigante. Si tratta di una razza autoctona quasi del tutto scomparsa, la cui carne rimanda a ricette antichissime in zona: «Non si usava più sia per la cattiva gestione degli allevamenti che per le forti note selvatiche – continua lo chef – noi la proponiamo in una veste più giovane, servita in tartare con tuorlo, senape, worcester, scalogno, nocciole e cialda di polenta». ◆



Perché Enrico Bartolini crede in Bergamo

Executive Chef di Villa Elena,
Belvedere San Vigilio, Bergamo

Qual è il suo legame con Bergamo e come ha cambiato questo territorio la sua cucina?

Anche se oggi vivo a Milano, a Bergamo vivono i miei bimbi e per questo con la città ho un legame affettivo prima che professionale. Grazie a loro e ad alcuni amici ho scoperto la quotidianità, le botteghe e gli scorci mozzafiato di Città Alta con le sue mura patrimonio Unesco. Ci sono industrie e personaggi che muovono il mondo: dalla Brembo, ai materiali di precisione e contenimento calore di Itai, dalla moda di Trussardi, al settore edile e commerciale di Percassi, e tanti altri. Bergamo è una città dinamica, aperta all'innovazione: vive di business, di creatività, di impresa, di cultura, ma è anche molto attenta all'ambiente e alla sostenibilità. Temi che non possono non coinvolgere la ristorazione e il lavoro di noi cuochi e ristoratori.

C'è qualcosa della Bergamasca che l'ha ispirato in particolare?

Da sempre a Bergamo si mangia bene, in città come nelle valli. Tutti hanno un buon salame, un orto e sanno cucinare polenta e casoncelli. Tanti elementi che donano ai giovani un'identità da seguire e da raccontare. A Bergamo si apprezzano le cose buone e soprattutto chi lavora sodo. Marco Galtarossa (Resident Chef) sta facendo un lavoro straordinario con tutto il team per far brillare Villa Elena nel nostro splendido panorama gastronomico. L'architettura della villa, la magnifica terrazza, il giardino, le sale affrescate... tutto alimenta la nostra voglia di cucinare e servire. Gli ingredienti sono quelli del territorio, dalle verdure degli orti bergamaschi alle carni ai formaggi.

Brescia

Non solo sci e sport invernali. La dinamica offerta enogastronomica della Val Camonica

Incantevoli montagne e tanto turismo che cerca la neve e il trekking. Ma ci sono vini sempre più autentici, con alle spalle tanto studio e ricerca, e un'offerta ristorativa che ha saputo rinnovarsi

di **DAVIDE GILIOLI**

Fra le aree lombarde meno conosciute, ma che negli ultimi anni hanno maggiormente riscontrato un incremento dell'attenzione mediatica, una particolare menzione va fatta certamente per la Val Camonica. Parliamo di un'ampia valle formata dal fiume Oglio e situata a nord del Lago d'Iseo (conosciuto anche con il nome di Sebino), che si estende per circa 90 km tra le province di Brescia e Bergamo incuneandosi nel cuore delle Alpi Centrali, fino a raggiungere Ponte di Legno, ultimo centro abitato prima del Passo del Tonale che segna il confine tra Lombardia e Trentino, incastonato tra due meravigliosi parchi naturali: il Parco Nazionale dello Stelvio a nord-ovest e il Parco dell'Adamello a sud-est. L'offerta turistica è in primis orientata allo sci e agli sport invernali, con i diversi impianti come quelli di Ponte di Legno e Passo del Tonale, con la presenza del ghiacciaio Presena. Nei mesi estivi, bellissimi sentieri con escursioni tra i boschi si alternano a percorsi più montani e arrampicate che richiedono nei casi più estremi l'ausilio di guide alpine.



LA RINASCITA DEL VINO CAMUNO

Le preoccupazioni legate al fenomeno del global warming hanno acceso un faro di interesse sulla viticoltura camuna, un'area finora poco sviluppata ma che negli ultimi anni ha dimostrato di poter regalare sui propri vini una qualità in costante ascesa. A livello legislativo, in Val Camonica è presente esclusivamente l'omonima IGT, creata nel 2003 e totalmente collocata in provincia di Brescia, che prevede sia la tipologia bianco sia quella rossa. Importante, in questo senso, il lavoro portato avanti dal Consorzio Vini IGT Valcamonica, che insieme a diversi ricercatori dell'Università di Milano da alcuni anni sta conducendo, in collaborazione con la Comunità Montana locale, un progetto di ricerca – denominato Val.So.Vi.Ca. – per la valorizzazione del territorio attraverso studi di zonazione dei terreni. L'obiettivo è quello di individuare, data l'eterogeneità di suoli, altitudini ed esposizioni, i vitigni più vocati per ciascun areale di produzione, in modo da creare dei “micro-distretti” dove sviluppare



KRISTIAN PEDRETTI



ed esaltare la particolare tipicità dei vini prodotti con uno specifico vitigno. «In questi ultimi 10-15 anni, la Val Camonica vinicola ha saputo ritagliarsi un ruolo sempre più riconoscibile nella viticoltura lombarda, pur rimanendo ancora sottodimensionata a livello produttivo con circa 200 mila bottiglie l'anno» ci spiega **Tino Tedeschi**, presidente del locale Consorzio. Sono ormai numerosi gli eventi enoturistici organizzati nei periodi di alta stagione sia estiva che invernale, particolarmente amati anche degli stranieri: fra questi, le cene gourmet in collaborazione con Ascovilo (l'Associazione Consorzi Tutela Vini Lombardi) e la Valle dei Segni Wine Trail, un evento podistico lungo la Valle, con percorsi differenziati che includono anche tappe di ristoro presso alcune aziende vinicole consorziate.

ALLA RICERCA DEI VITIGNI PIÙ VOCATI E RAPPRESENTATIVI

Un prototipo di sviluppo che punta in futuro ad ottenere, attraverso una specializzazione produttiva, il

Il cambiamento climatico ha acceso l'attenzione su territori come la Val Camonica

riconoscimento di una DOC camuna che possa incarnare le caratteristiche identitarie di questo territorio, coniugando quelle doti di freschezza e sapidità – in particolare sui vini bianchi e sugli spumanti – a ricchezza olfattiva ed equilibrio gustativo. In questa direzione, interessanti si sono rivelati gli assaggi condotti in questi anni – anche nell'ambito degli eventi organizzati da AIS Lombardia – con vini a base di riesling, incrocio Manzoni, müller-thurgau, chardonnay (quest'ultimo molto utilizzato anche per la spumantizzazione in metodo classico). Fra i vitigni a bacca rossa, marzemino e merlot – che un tempo si potevano definire “importati” dalle regioni confinanti – possono considerarsi alla stregua di “autoctoni”, per il modo in cui si sono perfettamente integrati nei maggiori areali della Valle. Si trovano, in misura sempre meno rara, anche vini da nebbiolo, cabernet sauvignon, pinot nero e cabernet franc. In termini di varietà pre-fillosseriche, sopravvissute nelle zone più remote e impervie, sono da citare l'erbanno (un biotipo locale di lambrusco

Maestri), il ciàss negher (geneticamente appartenente alla famiglia della schiava) e alcune varietà ancora in attesa di riconoscimento e registrazione, e pertanto al momento escluse dalla IGT. Si tratta di vini rossi tendenzialmente dal profilo sottile e fresco, dotati di buona beva e da cui non ci si deve attendere - salvo nei casi delle zone più basse e climaticamente temperate dall'influsso del lago - particolare struttura e persistenza. Infine, le caratteristiche montane della zona e la presenza di un particolare fermento sperimentativo nei produttori presenti, hanno favorito la nascita di diversi vini prodotti con varietà resistenti (PIWI). Anche in questo caso, i vitigni a bacca bianca sono i più gettonati: in primis il solaris, che regala vini agrumati e freschi, particolarmente riconoscibili, o lo johanniter, dalla vibrante acidità compensata da una buona morbidezza gustativa.

NON SOLO RISTORANTI CASALINGHI

La tradizionale cucina camuna è costellata di piatti dai sapori decisi, di montagna, che affondano le proprie radici nel tempo. Ma in questa dimensione sempre più integrata tra turismo di qualità e offerta enogastronomica, il territorio sta raccogliendo e interpretando al meglio le sfide e le opportunità di sviluppo? Il primo esempio di cooperazione è stato sancito dalla collaborazione tra il Consorzio Vini Valcamonica e l'Associazione Ristoratori di Valcamonica e Sebino e comprende oggi oltre 40 ristoratori della Valle e del nord del Lago di Iseo. «La battaglia comunicativa più difficile in questi anni è stata convincere gli stessi camuni ad acquistare e ordinare i vini locali al ristorante!» confessa sempre Tino Tedeschi. «Si è passati dagli oltre 2500 ettari vitati nel Dopoguerra, dove ogni famiglia aveva un vigneto, ai circa 150 ettari odierni, ma con produzioni di alta qualità, non ancora completamente percepita da chi le immagina ancora ferme al livello dello sfuso casalingo del nonno».

Per scoprire questo legame tra vini camuni e cucina tradizionale ma, moderna, abbiamo visitato alcuni locali. Ad Esine troviamo il celebre **Da Sapi** (premiato dalla Guida Michelin), storico ristorante a gestione familiare, che unisce l'eleganza dei piatti all'accuratissima selezione di materie prime locali. Inoltrandoci lungo le pendici della Valle, nel comune di Borno troviamo l'**Osteria al Cantini**: menu focalizzato su salumi e formaggi locali, primi e secondi piatti tradizionali con attenzione a qualità e stagionalità delle materie prime. Salendo a Villa di Lozio, incontriamo il suggestivo **Al Resù**: l'insegna recita come sottotitolo "il bosco nel piatto" e fin dall'arrivo ci si trova immersi in un'atmosfera da chalet di montagna: il menu completa l'effetto, snocciolando piatti tradizionali, arricchiti da



●●
Supporto sinergico essenziale all'offerta vinicola camuna è l'attenzione del comparto gastronomico

germogli ed erbe spontanee, al naturale o infuse. A Edolo, l'**Osteria La Corte di Bacco** (Osteria Slow Food), ricavata in una storica cantina di fine Ottocento, dove il menu è assolutamente a km zero: selvaggina, pesce di lago, funghi, formaggi e verdure locali.

Nei locali aderenti all'Associazione Ristoratori, osservando le carte dei vini emerge una fotografia certamente positiva: è sempre presente una selezione di prodotti della Valle, presentati in prima pagina e caldamente consigliati dal personale di sala. «Prediligiamo un rapporto diretto con i nostri ospiti: così come ci piace raccontare a voce i nostri piatti, così facciamo con i vini della nostra Valle» ci racconta **Nadia**, titolare con il marito e chef **Michele** dell'**Osteria La Cantinetta** di Edolo, dove recita a voce il menù del giorno e la carta dei vini. «I clienti in questo modo sono più invogliati a seguire i suggerimenti della sala, senza pregiudizi e condizionamenti».

La ristorazione camuna non è più solamente costellata da trattorie casalinghe – certamente autentiche e buonissime – e da qualche piatto di casoncelli al burro e salvia, ma anche da ristoranti più innovativi, che offrono un ventaglio di opportunità capace di soddisfare anche i palati più esigenti, a cui oggi si sta affiancando un'offerta vitivinicola di crescente qualità e autorevolezza. ◆

Brescia

Passato, presente e futuro del Montenetto

Una denominazione in fermento, tra cambio generazionale e consapevolezza delle peculiarità del proprio territorio. Tanti i progetti in campo, a partire dal futuro cambio del nome

di **GABRIELE MERLO**

Una collina di argilla che si staglia in mezzo alla pianura, un altopiano che si eleva solitario a sud di Brescia fino a raggiungere i 133 metri sul livello del mare e che comprende i territori comunali di Capriano del Colle, Poncarale e Flero. È questo il territorio del Montenetto. E proprio in questo piccolo lembo di terra vocato alla viticoltura della Lombardia sono in atto cambiamenti importanti grazie soprattutto al lavoro di un Consorzio molto attivo, vivace e dalla ferrea volontà di farsi conoscere ed emergere in mezzo alle altre, e forse più conosciute, denominazioni bresciane. «Il Consorzio raggruppa oggi dodici aziende, in passato si cercava sempre di tutelare il territorio e le denominazioni magari mettendo in secondo piano la qualità dei nostri prodotti» ci spiega **Maria Grazia Marinelli**, dell'azienda agricola Beccalossi, da diversi anni presidente del Consorzio Montenetto. «Negli ultimi dieci anni, anche grazie al ricambio generazionale, abbiamo capito le potenzialità del Montenetto e cercato di valorizzare principalmente la qualità dei vini, promuovendo il territorio che dona valore alle nostre aziende».



La viticoltura sul Montenetto risale al XVI secolo, come emerge dalla prima edizione de “Le dieci giornate della vera agricoltura e dei piaceri della villa” scritta da Agostino Gallo, agronomo rinascimentale residente nella frazione di Borgo Poncarale. «In questo trattato viene fatto un accenno alla coltivazione del vitigno marzemino nella zona – continua Maria Grazia Marinelli –. Proprio da queste fonti storiche sono partiti gli studi per recuperare le varietà locali caratterizzanti il territorio». Il marzemino è, ancora oggi, il vitigno alla base dei vini rossi Capriano del Colle DOC, al quale si aggiungono il merlot e il sangiovese nel caso del Capriano del Colle DOC Rosso e Rosso Riserva. «Dal 2011, inoltre, a seguito degli studi sopracitati e per valorizzare questa peculiarità del territorio, è stata inserita nel disciplinare la tipologia Capriano del Colle DOC Marzemino». Le uve a bacca rossa rappresentano circa il 70% delle superficie vitata del Montenetto, la restante parte è coltivata a bacca bianca. Il trebbiano è il vitigno a bacca bianca maggiormente coltivato in zona ed è alla base dei vini Capriano del Colle DOC.

IL RINNOVAMENTO IN ATTO E IL CAMBIO GENERAZIONALE

«Qui i vigneti sono gestiti prevalentemente da aziende familiari che lavorano terreni di proprietà» ci spiega questa volta **Mario Danesi**, proprietario assieme alla cugina Elena, della **Cantina San Michele** e vice presidente del Consorzio. «A partire dagli anni Novanta si è assistito a un forte ricambio generazionale, sia nelle aziende di produzione, che di agronomi ed enologi locali con un forte legame con il territorio. Si è avviato un continuo sviluppo della viticoltura che ha portato molte aziende a incentivare produzioni qualitative e caratterizzanti, alcune delle quali hanno anche abbracciato la scelta dell'agricoltura biologica. Tra gli obiettivi futuri di questo gruppo coeso di produttori locali, c'è quello di consolidare ulteriormente un percorso volto alla ricerca di tutte le potenzialità che il territorio può esprimere in termini di tipologia e qualità del prodotto. Poiché il principale mercato di sbocco della produzione è quello locale, abbiamo l'obiettivo di promuovere la diffusione dei vini attraverso il canale horeca, la vendita diretta e l'enoturismo, che sono in crescita costante».

Secondo **Davide Lazzari**, giovane e vulcanico titolare della cantina **Lazzari**, che si affianca nel ruolo di vice presidente a Mario Danesei, Capriano del Colle e la collina del Montenetto rappresentano un unicum non solo a livello regionale, ma anche in Italia. «Geologicamente si tratta di un "panettone" d'argilla rossa che poggia in mezzo alla Pianura Padana. Il clima caldo e soleggiato contrasta con la composizione fredda e pesante del suolo, permettendo una viticoltura di qualità. I contadini che per secoli hanno coltivato l'uva in questa zona ne erano a conoscenza, ma hanno sempre coltivato la vite con lo scopo di massimizzare le rese». Oggi, però, qualcosa sta cambiando, molte cantine hanno capito che riducendo la produttività è possibile ottenere vini territorialmente più interessanti. «Si tratta, tuttavia, di uno sforzo economicamente coraggioso per le piccole realtà, soprattutto visto il difficile riscontro economico di queste denominazioni sul mercato».

Non mancano energia e voglia di fare, anche per merito del cambio generazionale in atto. «Io e Mario (Danesi) siamo due dei "giovani" del Montenetto, a cui aggiungo anche mio fratello Giordano. Al momento il rinnovamento giovanile è tuttavia legato alle famiglie già presenti sul territorio. Capriano del Colle attira regolarmente investitori dall'esterno, principalmente di altri settori, che vedono in questa zona un ottimo investimento alla luce dell'attuale prezzo dei terreni, molto accessibile se rapportato al potenziale ancora inespresso. Purtroppo, però, molti



Marzemino per i rossi e trebbiano per i bianchi sono le uve più rappresentative

di questi progetti, per diverse ragioni, sono naufragati lasciando ogni volta da sole le storiche famiglie presenti nel territorio».

IN FUTURO IMPORTANTI MODIFICHE AL DISCIPLINARE

«La denominazione Capriano del Colle DOC ha il grande proposito di modificare il proprio nome in Montenetto DOC, che rispecchia immediatamente il suo territorio: una singola collina che ha esattamente questo nome geografico» continua Davide Lazzari. «Questo permetterà di comunicare con più semplicità l'attuale territorio, senza ampliarne i confini, e di riunire sotto un'unica denominazione i tre comuni che oggi ne fanno parte, allontanando definitivamente i residui campanilismi». Un cambiamento importante che, secondo Danesi, riuscirà a migliorare l'identità territoriale, anche se il percorso per raggiungerlo



“

Geologicamente il Montenetto è un “panettone” d’argilla rossa che poggia in mezzo alla Pianura Padana. La felice combinazione tra clima e suolo restituisce una viticoltura di qualità



non è immediato, vista la complessità del suo iter. «È un lavoro molto lungo e delicato già iniziato due anni fa, ci saranno molti ostacoli da superare, ma siamo ottimisti – conferma Maria Grazia Marinelli –. Modificheremo anche alcuni aspetti all’interno della denominazione stessa, togliendo, ad esempio, le tipologie frizzante e novello».

Quello di Montenetto è un Consorzio in grande fermento, anche nell’ambito della promozione territoriale attraverso eventi e manifestazioni. «L’attività di promozione del Consorzio ha previsto, per questo 2023 e per i prossimi anni, numerose attività con banchi d’assaggio gestiti in autonomia o in collaborazione con le amministrazioni locali o con altre associazioni. È sempre più forte la sinergia con l’Associazione “Colli dei Longobardi, Strada del Vino e dei Sapori” che ricade sul nostro territorio e sulle colline che circondano la città di Brescia e che ha portato

a una proficua cooperazione. Sono in programma inoltre diverse attività promozionali per rafforzare la conoscenza dei vini sul territorio provinciale, come la “Gala Dinner” che si svolgerà a Cascina San Giorgio Capriano del Colle, ma non solo. Nell’ambito di Brescia e Bergamo Capitale della Cultura 2023, infatti, abbiamo partecipato e parteciperemo a diversi eventi a Palazzo Martinengo, con degustazione dei nostri vini. Alcuni eventi saranno anche in collaborazione con As.Co.Vi.Lo, associazione che raggruppa i Consorzi lombardi. I nostri vini sono stati presenti ai seminari curati dall’Associazione Italiana Sommelier nelle due città di Bergamo e Brescia e abbiamo inoltre aderito alle “Restaurant Week”, sempre in collaborazione con As.Co.Vi.Lo e il Consorzio Grana Padano DOP. Infine, stiamo organizzando anche un mini corso di degustazione itinerante nelle nostre aziende». ♦

Brescia

Ospitalità in Franciacorta. Un fiore all'occhiello del sistema lombardo

Non è solo la culla della produzione di Metodo Classico in Italia, ma anche una meta sempre più turistica che punta sul far vivere esperienze in sintonia con il territorio

di ANNA BASILE

Un verde mare di colline moreniche, un tappeto di vigneti con filari che sembrano dipinti, un patrimonio artistico di ville e monasteri: la Franciacorta è un'oasi nell'industrializzata Lombardia. Da anni questa terra accoglie chiunque voglia immergersi nella sua storia: la crescita enoturistica ha spinto le cantine ad arricchire l'offerta, adeguandola alle esigenze dei visitatori. «L'ospitalità nelle cantine in questi ultimi anni è cambiata per vari motivi», ci spiega **Camilla Alberti**, presidente della Strada del Franciacorta. «Innanzitutto il Covid ha modificato le nostre abitudini e per quanto riguarda l'accoglienza, ora si prediligono gruppi più piccoli, con prenotazione obbligatoria e un servizio quasi "sartoriale", dedicato alle esigenze dei clienti. Si privilegiano le attività all'aperto e le visite ai vigneti, non solo a causa degli strascichi delle regole di distanziamento, ma anche perché c'è molta più curiosità da parte dei visitatori su metodi di coltivazione, terreni, scelte agronomiche, e anche voglia di attività all'aria aperta che culminano in una ricca degustazione». L'offerta è ampia: dai tradizionali tour in cantina con visite e degustazioni a quelli sportivi che prevedono trekking, passeggiate in bici, quad, buggy o addirittura a dorso di un cavallo; chi ama l'avventura

può noleggiare un idrovolante e bearsi dall'alto del paesaggio. Non mancano i percorsi enogastronomici: un tagliere da degustare dopo la visita, un picnic in vigna, o una cena nel ristorante della cantina. Insomma, i produttori si sono organizzati! D'altronde erogare servizi enoturistici vari e ben strutturati è la cosa migliore per incrementare le visite e le vendite dirette: lo confermano i dati dell'ultimo report sull'enoturismo di Divinea. L'offerta enoturistica italiana sta cambiando: nonostante per ora sia ancora incentrata sulla classica visita in cantina con degustazione (70,8%), le proposte speciali quali picnic in vigna o bike tour sono in aumento (18%).

LE CANTINE COME SCRIGNI DI ARTE

Molte esperienze poi portano fuori dalla cantina, alla scoperta del territorio, creando così una sinergia tra vigneti e città vicine. È la sfida di **Emanuele Rabotti**, patron di **Monte Rossa**: «il nostro lavoro, come quello di altre aziende franciacortine, ha salvaguardato il territorio dalla brutale industrializzazione. La Franciacorta è un'isola felice grazie a noi produttori, grazie ai nostri vigneti, alla cura e alla passione che mettiamo nel nostro lavoro. L'interesse per l'arte, poi, è una tradizione. Questa è una zona salubre e bella, qui in passato venivano in



M. DE LUCA

villeggiatura le famiglie nobili di Brescia e Bergamo, lo testimoniano le ville costruite tra il '300 e il '700, vere e proprie opere d'arte che hanno contribuito ad affinare il nostro gusto del bello» Oggi l'ambizione da parte dell'azienda è quella di continuare il dialogo con l'arte e la cultura, trasformando alcune vigne in gallerie aperte ai visitatori e ai cittadini. Da qui l'idea di "Pusterla", il vigneto urbano più grande d'Europa. «Si tratta di un polmone verde in cui si respira aria d'arte – continua il produttore –. Acquistarlo è stata una pazzia! Si trova in città, a Brescia, alle pendici del colle Cidneo, ed era in totale abbandono: noi l'abbiamo restituito alla città». Tanti gli artisti che hanno ambientato qui le loro installazioni: l'opera EXPECT MORE di Massimo Uberti è diventata un'icona: un led in cima alla collina che lancia un messaggio alla città, «pretendere di più da se stessi. Un obiettivo per il futuro».

LA VISITA COME ESPERIENZA UNICA E DISTINTIVA

Un futuro che non può fare a meno del passato perché è la memoria che orienta i passi del domani. Anche da **Bersi Serlini** il legame con le radici è determinante per l'ideazione di luoghi capaci di accogliere e raccontare. **Chiara Bersi Serlini** non ha dubbi a

Non solo degustazioni ma arte natura e sport, per vere esperienze immersive nel territorio



proposito di ospitalità e punta su un'accoglienza che sia prima di tutto esperienza: «Non è la visita in sé che mi interessa: vorrei che le persone vivessero una vera esperienza di questi luoghi, che portassero a casa un pezzetto di noi lasciando qui un pezzetto di loro stessi». Bersi Serlini ha fatto dell'ospitalità un vero elemento distintivo, ideando luoghi magici come L'Orto Vitae, un orto a forma di vite di chardonnay. «Si tratta di un nuovo progetto con il quale vogliamo rigenerare la terra, stimolare la ricchezza vegetativa e rafforzare il nostro legame con le radici di questo posto. Chi entra nell'orto dovrebbe farlo a occhi chiusi per risvegliare la memoria olfattiva e ritrovare qualche



DAVIDE ARENA

“

Più che una degustazione tecnica o una spiegazione sono le esperienze a costruire i ricordi, è questo che le persone cercano nell'incontro con un produttore



frammento della propria vita nei profumi che sente. Bisogna sporcarsi le mani con la terra, annusare l'aria gravida di odori, guardare con occhi puri quello che la natura è in grado di fare. Qui da noi, chi vuole può vendemmiare, ma la felicità che ne deriva è più forte della stanchezza e poi è così che gli ospiti entrano nel mondo del fare che è il mondo della cultura».

BISOGNA SAPER ANDARE OLTRE LA DEGUSTAZIONE TECNICA

Chi visita una cantina di solito porta con sé oltre al ricordo anche un po' di bottiglie: da Bersi Serlini, per esempio, la metà della produzione viene venduta in loco. Divinea lo conferma: l'azienda è il miglior luogo per vendere vino ai privati, tant'è che alcuni produttori hanno fatto dell'ospitalità la propria caratteristica peculiare. È il caso della cantina **Al Rocol**, di Ome, della famiglia Castellini. «Tutto è iniziato nel 1995, con la ristrutturazione della cascina progettata per accogliere

65.000 bottiglie che si esauriscono nelle sole vendite dirette: con l'enoturismo si può

visitatori. Da subito abbiamo creduto nell'accoglienza», dice **Gianluigi Vimercati Castellini**. «Con 18 ettari produciamo circa 65.000 bottiglie che vendiamo solo ai nostri visitatori: non abbiamo distributori e per farci conoscere organizziamo molte attività come passeggiate nei vigneti e wine trekking, bike tour, corsi di cucina nel nostro agriturismo e degustazioni». La famiglia Castellini guida Al Rocol da quattro generazioni e in trent'anni di attività ha visto quanto sono cambiate le esigenze dei clienti: «la parola d'ordine è vivere un'esperienza: il cliente vuole sapere cosa c'è dietro una bottiglia di vino, come si fa il vino, non analizzarlo con degustazioni statiche. Le persone sono interessate a quello che facciamo, vogliono sentirsi parte per qualche ora della nostra grande famiglia, ascoltare le storie che la terra ha da raccontare e stringere la mano al produttore, alla persona che ha realizzato il vino. Tornano a casa con un'esperienza autentica, un ricordo che vale più di mille degustazioni tecniche». ♦

Brescia

Svincolarsi dalle ricette classiche, non dai sapori

Da dove veniamo? Chi siamo? Dove andiamo? Parafrasando il titolo del celebre dipinto di Gauguin, è con questo trittico di domande che abbiamo ricercato il significato attuale della tradizione ristorativa bresciana

di ANITA CROCI

La provincia bresciana è la più vasta della Lombardia e la prima in Italia per estensione nord-sud. Dalle montagne della Val Camonica, scendendo per la Val Trompia fino alla Franciacorta e spianando verso i territori di Mantova e Cremona; senza dimenticare i laghi: le competono la sponda orientale di quello di Iseo e quella occidentale del Garda, che la separa dal Veneto e dal Trentino. Non è solo una questione di ampiezza, quindi, ma soprattutto il fatto che l'areale sia così morfologicamente variegato, che rende difficile parlare in modo univoco di cucina locale; le tradizioni gastronomiche si sono sviluppate infatti attorno a materie prime differenti, dalle carni cacciate a quelle allevate, ai pesci di lago o al baccalà (eredità del dominio veneziano), alle farine, al riso, ma anche, semplicemente, l'alternata presenza di burro e olio. Troviamo quindi i famosissimi casoncelli, lo spiedo bresciano, il manzo all'olio, la tinca con l'ubiquitaria polenta, il coregone in carpione, il risotto alla pitocca, i capù, i brasati, le tripe e i bolliti, senza dimenticare capisaldi di orgoglioso campanilismo quali i salumi e soprattutto i formaggi: dal Bagoss della Valsabbia alla Rosa Camuna e i caprini della Val Camonica e a numerose, quanto esigue, produzioni nascoste tra le valli.

LA PAROLA CHIAVE? AUTENTICITÀ

Troviamo sì, ma dove? Quattro generazioni e la prossima pronta a scendere in campo, l'**Osteria della Villetta** a Palazzolo sull'Oglio è una vera istituzione, da più di trent'anni salda nelle mani di **Maurizio Rossi** e della moglie Grazia, lei in cucina lui in sala, a perpetuare una storia iniziata a metà Ottocento e consolidatasi poi tra le mura de La Villetta, un delizioso edificio liberty dove dal 1900 la famiglia Rossi si è avvicinata in questo lavoro. La cucina e la conviviale ospitalità ne hanno fatto uno degli indirizzi preferiti di Gualtiero Marchesi e molti chef blasonati siedono spesso tra questi tavoli. Ma perché queste realtà sono poche? «Gli anni Settanta e Ottanta hanno fatto la selezione dei locali storici perché le famiglie, nella consapevolezza dei grandi sacrifici ereditati, hanno preferito far studiare i figli e dare loro altre opportunità». Lo sviluppo economico ha segnato anche un altro, fondamentale aspetto: quello della materia prima. «L'industria aveva cancellato il prodotto nostrano, un po' per la facilità di approvvigionarsi a prezzi più bassi e un po' perché in tanti avevano abbandonato il lavoro agricolo». E oggi? «Negli ultimi dieci anni è più facile fare il mio mestiere, perché attorno alla ristorazione è cresciuta una nuova generazione di allevatori, pescatori, agri-

coltori. Per il pesce abbiamo lo stesso fornitore di trent'anni fa: oggi c'è il figlio; i polli sono nostrani e le uova addirittura selvagge: vengono raccolte nel bosco, hanno proteine che cambiano la consistenza dei gelati. E lo stesso per le farine. Sono molto contento di come vanno avanti i giovani». Aggiungiamo che gli ortaggi sono di produzione propria e la carta vini un autentico omaggio alla Franciacorta. Come vede il futuro? «Autenticità è la parola chiave. Bisogna essere legati al territorio, ai produttori e ai prodotti. Terminerà l'epoca dell'originalità fine a se stessa, che scade nella banalità. È giusto sperimentare, altra cosa è il narcisismo delle sperimentazioni spinte, che prevaricano il gusto con il rischio di soddisfare più se stessi che i clienti». Qui non si corre questo pericolo. Del menu segnaliamo un vero classico dell'Osteria: le polpette fatte con il bollito di carne.

OLTRE IL "SEMPLICEMENTE BUONO"

Autenticità, tradizione, sperimentazione. Riflettiamo su queste parole insieme a **Michele Valotti**, chef e patron de **La Madia** a Brione, in Val Trompia. Un locale a gestione familiare che nei suoi venticinque anni di attività non è mai rimasto ancorato alla ricetta, ma senza dubbio all'autenticità del prodotto e al valore del territorio. «Andavamo per valli fino alle cinque del pomeriggio a cercare i micro produttori per realizzare una cucina molto semplice ma basata su grandi materie prime. Poi c'è stata una fase di ricerca sulle ricette dimenticate, che nessuno faceva più». E poi, dal 2006, le fermentazioni «Un mondo che è l'esatto contrario della standardizzazione, quasi magico, dove vai a modificare la materia prima attraverso l'allevamento di microorganismi che la lavorano per te». Nessuna improvvisazione, ma anni di studio e un laboratorio esterno dove si fanno diversi tipi di fermentazioni e reazioni enzimatiche; anche una salsa "di soia" fatta invece con i fagioli antichi della Valcamonica e diversi tipi di legumi.

«Cerco di avere un atteggiamento verso la tradizione che sia il più lontano possibile dalla rappresentazione della tradizione» perché qui non si guarda alla ricetta dal punto di vista finale, quello di un risultato sempre uguale che necessiterebbe di materie prime a controllo numerico. L'atteggiamento veramente tradizionale è quindi un menu in continuo cambiamento, che si evolve combinando la reperibilità momentanea del prodotto locale a ciò che è stato preparato in laboratorio anni prima.

E così a La Madia non ci si annoia mai, né in cucina né a tavola, anche se la carta è stata sostituita da un



Maurizio Rossi e Grazia Omodei

GIOVANNI COLOSIO



Una nuova generazione di produttori di materie prime è cresciuta in sinergia alla ristorazione

percorso fisso a 7 o a 10 portate (che poi, rispettivamente, sono 10 e 13 uscite). Spese mirate per una migliore gestione degli sprechi, del lavoro di cucina e quindi anche dei prezzi, senza rinunciare a una proposta qualitativamente altissima. Una, massimo due proteine animali perché «è più tradizionale avere in menu dieci animali diversi cucinati secondo la tradizione o proporre una declinazione delle diverse verdure disponibili quella settimana e arrivare alla fine a gustare un solo piatto di carne?»

«Dal punto di vista organolettico cerchiamo di fare piatti il più interessanti possibile. A me interessa fino a un certo punto che siano buoni». Una provocazione alla standardizzazione del gusto moderno incentrato sulla facilità del binomio dolce-salato. «A me piace metterci anche acidità e amaro: una mi dà profondità, l'altro lunghezza, per proporre un percorso di degustazione con più possibile ampiezza e sfumature al suo interno. Ci sta anche il piatto buono e basta, ma mi interessa di più qualcosa che mi spinga al limite per riflettere su quello che sto mangiando e sulla mia percezione del gusto». Un lavoro che continua a tavola. «Bisogna portare al cliente il concetto che sta alla base di un'idea, in modo che sia più portato a recepire la "non convenzionalità" di un piatto come parte di un percorso meditato e non qualcosa di fine a se stesso».



"Dolce Stilnovo", La Madia



Riccardo Camanini

PAOLO CHIODINI

“LA CREATIVITÀ È COME LA MARMELLATA, VA SPALMATA SU UNA SOLIDA FETTA DI PANE”

Originario di Lovere, e quindi della sponda bergamasca del Lago di Iseo, è invece **Riccardo Camanini**. È però il Garda ad aver ospitato gran parte della sua vita lavorativa e qui, a Gardone Riviera, nel 2013 ha rilevato il **Lido 84**. Un successo immediato e consolidato: oggi è il primo ristorante italiano e il settimo nella classifica assoluta 2023 del The World's 50 Best Restaurants. Eppure Camanini non ostenta e non si compiace. È la gentilezza il sentimento che tutto profonde incontrandolo, nell'attenzione verso i collaboratori – primo tra tutti il fratello Giancarlo – e nell'evidente ritrosia al personaggio dello chef idolatrato. Alla sua tavola l'esperienza trascende il valore del gusto, facendo del percorso sensoriale un viatico di connessione tra presente e passato che si fondono in una partitura sorprendente e attuale, in una straordinaria alchimia di tecnica e immaginazione. Molti i piatti iconici che raccontano come storia e antropologia siano tra i fondamenti del suo percorso personale e professionale, dalla cacio e pepe cotta in vescica, che attinge a metodi di duemila anni fa, al cera una volta la sbernia, omaggio a un ricordo di famiglia.

«Occorre guardare con molta attenzione alla salvaguardia del patrimonio storico che ci circonda perché,

Le ricette tradizionali oltre l'ambito culinario costituiscono una ricchezza sociale e antropologica

se in questi ultimi vent'anni si sono emancipate molte interpretazioni personali intorno alla gastronomia, è anche vero che è sempre più difficile trovare la buona trattoria, il gusto tradizionale bresciano». Cita Pirandello “la creatività è come la marmellata, va spalmata su una solida fetta di pane”. «Oggi il rischio è la carenza di aderenza alla storia e al nostro patrimonio. Viviamo un tempo troppo veloce, di individualismi che si esibiscono in manifestazioni dove si scorge poca solidità, poca conoscenza della materia prima e delle basi classiche, mentre a volte servirebbe un passo indietro sullo studio e sulla ricchezza della tradizione». Una tradizione a rischio. «Occorre parlarne con costanza, ricercarne le tracce e codificarle, come hanno fatto le più grandi cucine. In questo i giovani sono la più importante forma di investimento. Bisogna partire dalle famiglie, perché il gusto è memoria, si annida nel cervello. E poi le scuole, perché mostrino agli studenti la ricchezza tangibile sul territorio. Paul Bocuse disse che la più grande cucina del mondo potrà essere quella italiana quando si accorgerà delle province; un ragazzo oggi rischia di sapere tutto di dry aging e salsa barbecue, ma ignorare cosa sia un capù e la poesia che c'è dietro: dobbiamo cercare di raccontare queste cose e non disperderle, è la ricchezza sociale e antropologica del nostro Paese». ♦

Federico Bovarini: il talento della parola al servizio di un calice di vino

Comunicare il vino con umiltà ed efficacia.
È questo il principio che guida il lavoro
del neo Miglior Sommelier della Lombardia

di GIUSEPPE VALLONE

Foto di CUCINA COLORI



Il concorso di Miglior Sommelier di Lombardia 2023 si è svolto a Milano presso l'Hotel The Westin Palace di Milano lo scorso 7 luglio. In giuria Hosam Eldin Abou Eleyoun, Nicola Bonera, Luisito Perazzo, Artur Vaso e Pietro Sangiorgio, miglior sommelier lombardo nella scorsa edizione

«L'approccio al vino è fondamentale. Non si tratta di scienza infusa, astrofisica, religione o dogmi della vita. Stiamo parlando soltanto di un calice di vino». Sono da poco passate le 9:30 di una mattina di fine luglio, siamo in un bar alla periferia di Bergamo e seduto davanti a noi, da qualche minuto, c'è il Miglior Sommelier di Lombardia 2023. Facendo conoscenza all'ora della colazione, questa frase ci colpisce per la sua semplice inconfutabilità.

Trentuno anni, chioma di luna e dialettica briosa, bergamasco di nascita e di formazione,

Federico Bovarini ci racconta della sua adolescenza, degli studi in medicina interrotti e del primo lavoro in farmacia mentre conseguiva la laurea in Scienze della Comunicazione. Il primo contatto con il mondo del vino avviene tramite una piccola realtà agricola e la collaborazione con il Consorzio del Moscato di Scanzo: «ero estasiato di poter comunicare il vino, ma ben presto ho capito che non potevo prescindere da una solida base tecnica e da lì è iniziato il mio percorso in AIS».

Una strada culminata nel 2016 con l'attestato di sommelier e proseguita nel 2018 con il

Il mio obiettivo, ieri come oggi, è comunicare efficacemente il vino a chiunque. È fondamentale arrivare ad avere una preparazione che consenta di scegliere liberamente il registro più adatto alla platea che si ha davanti



diploma in Comunicazione, Gestione & Marketing dell'omonimo Master ALMA.

L'esperienza nella scuola di Colorno è stata decisiva per Federico; lo capiamo dall'enfasi delle sue parole, traspare dall'affetto e dal trasporto con cui si abbandona al ricordo delle esperienze vissute e delle persone conosciute. «ALMA ha cambiato il modo con il quale oggi mi avvicino al calice di vino; ho imparato a limitarmi al fatto che si tratta soltanto di questo. Ma, soprattutto, ho capito che è dirimente saper ascoltare e comprendere fino in fondo ciò che ti sta raccontando. Soltanto così sarai capace di poterlo comunicare».

Oltre alla collaborazione con il Consorzio del Moscato di Scanzo, che prosegue tutt'oggi in veste di *Ambassador*, Federico ha accompagnato gli studi con diverse esperienze come sommelier e direttore di sala in ristoranti – anche stellati – di Bergamo e provincia, oltre a un lavoro come agente di commercio per due società di distribuzione. La curiosità, grande motrice che muove la luna e le stelle del suo cielo, lo ha poi spinto a partecipare al concorso di Miglior Sommelier della Lombardia: «nel 2020 ci ho provato per gioco, volevo testarmi e capire il livello della mia preparazione. Non andai male», e qui è ironico, essendo arrivato terzo, sconfitto in semifinale da Stefano Berzi, che alla fine vinse e l'anno successivo salì sul gradino più alto anche al nazionale. Nel 2022 Federico ci ha provato nuovamente, ma non era ancora il suo momento, e a sbarrargli la strada è stato un altro campione di Lombardia, Pietro Sangiorgio. Al terzo tentativo, il 2023 gli ha sorriso: «riprovandoci capisci come prepararti e affini la degustazione».

L'aver vinto il concorso ha conferito alla sua

La vittoria di Federico Bovarini arriva dopo due secondi posti. Il sommelier bergamasco è salito sul gradino più alto del podio davanti a Cristian Russomanno (AIS Milano), classificatosi secondo, e Andrea Russetti (AIS Como) al terzo posto



autostima la consapevolezza dei propri mezzi: «prima ero io, oggi sono ancora io. Ciò che è cambiato è la certezza di aver svolto una prova che riconosco essere stata eccellente». Ma niente autococelebrazioni di troppo: «a ben guardare ho però soltanto salito un altro gradino di una scala che resta ancora lunga da percorrere».

Salutandoci, non possiamo fare a meno di fargli l'ovvia domanda: come sarà il futuro di Federico Bovarini? «Ragiono a capitoli» ci dice lui, spiazzandoci nuovamente. «Oggi so di avere diverse porte aperte ma sono ancora nella fase in cui sto guardando il vino a tutto tondo, conscio della grande fortuna di vivere la mia passione. Pian piano ritaglierò la sagoma del mio futuro, l'età è dalla mia». ♦



Siccità ed emergenze fitosanitarie

Anche la viticoltura è chiamata a strategie di adattamento tra cambiamenti climatici e stringenti normative ambientali

di **PAOLA MARCONE**

IL rapporto del CREA, il Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria, racconta dell'annata 2023 come di una stagione caratterizzata nei primi mesi da siccità e caldo, con una primavera mite, forti piogge ed elevata umidità, ossia condizioni che hanno talmente inciso sul metabolismo delle viti da rallentarne la maturazione, esponendole a massicci attacchi fungini, primi tra tutti a quelli della peronospora.

Alle problematiche riscontrate in fase di maturazione dei grappoli l'estate poi ha aggiunto quelle legate alle aggressive ondate di calore, che hanno determinato un anomalo stress idrico nelle piante, già sofferenti per il limitato e tardivo sviluppo.

Non sono mancate violente grandinate e fenomeni a carattere alluvionale che hanno inciso sulla gestione del vigneto, così che non devono stupire le stime che calcolano una contrazione, rispetto agli anni precedenti, della produzione vinicola italiana 2023-2024 intorno ai 44 milioni di ettolitri, anche se – assicurano le organizzazioni di settore – la qualità del raccolto risulterebbe preservata.

In ogni caso, se questa fotografia dell'anna-



ta 2023 potrebbe apparentemente giustificarsi con il fatto che il lavoro agricolo è di per se stesso legato all'andamento meteorologico di ogni singola stagione, quella che risulta parimenti incontestabile è ormai la tendenza ciclica di periodi ravvicinati caratterizzati tanto dall'innalzamento del riscaldamento termico quanto da eventi estremi e repentini.

Se ne potrebbero discutere i motivi, ma non certo potrebbe negarsi la realtà del cambiamento, che tutti gli indici degli osservatori istituzionali concordemente confermano.

I dati ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) sulla disponibilità idrica nazionale, fotografata al 2022, certificano che è stato colpito da siccità estrema circa il 20% del nostro territorio mentre siccità severa e moderata hanno riguardato più o meno il 40% del suolo italiano. Sicilia, Sardegna e Distretto idrografico del Po sono state le aree più colpite dal deficit di risorsa

LA SICCIÀ PROLUNGATA

Secondo i dati rilasciati da Copernicus, il programma di osservazione della Terra dell'Unione Europea, la stagione estiva 2023 è stata la più calda mai registrata a livello globale e, per rimanere in Lombardia, la stazione di Milano Brera, che rileva le temperature dal 1763, ne ha registrato nel 2022 l'aumento di + 1.9 °C rispetto alle medie 1991-2020; addirittura di + 3.2 °C nel più ampio periodo dal 1901 al 2000.

Né va meglio nel resto della regione. ARPA Lombardia ha calcolato nel 2022 temperature superiori alla media di + 1.3 °C a Mantova, + 2.5 °C Sondrio, + 1.8 °C a Pavia e Brescia.

Una tendenza ormai acclarata alla siccità meteorologica, quindi, che è destinata a determinare tanto siccità idrologica, per deficit di risorse su ghiacciai, laghi, fiumi, falde, quanto siccità agronomica, perché, esaurite le riserve di acqua utilizzabili più facilmente dall'apparato radicale delle piante, inevitabilmente cominciano a manifestarsi sintomi di stress idrico.

Tradizionalmente, la resistenza della vite alla siccità ha fatto sì che la pratica dell'irrigazione fosse riservata alle piante quasi esclusivamente nei primi anni d'impianto per tutelarne l'attecchimento, mentre per le viti più adulte l'operazione è stata considerata con un certo disfavore, potendo avere carattere di forzatura agronomica per aumento delle rese.

Un eccesso d'acqua, infatti, determina una maggiore crescita vegetativa e produttiva delle piante, anche se con mortificazione di parametri come zuccheri, pigmenti, acidità e dunque della qualità del vino finale.

All'opposto, tuttavia, anche uno stress idrico severo scatena una serie di reazioni biochimiche nella pianta che determinano diminuzione o annullamento della sua attività di assimilazione, con il risultato di scarsa qualità del vino.

In condizioni climatiche siccitose come quelle ormai usuali, allora, l'irrigazione assume un valore non più svilente ma viceversa diligente, essendo mirata al mantenimento della corretta fisiologia della vite.

Non a caso il nostro Testo Unico del vino, nel ribadire il divieto delle pratiche di forzatura ha esplicitamente precisato come tra queste non debba considerarsi l'irrigazione,



Andrea Sala

Produttore - Pietramatta (Cenate Sotto - BG)

Colle di Loreto, pochi chilometri da Bergamo, offre uno sguardo aperto a 360°. È il biglietto da visita che Andrea Sala ci porge passeggiando tra le vigne che sono al contempo meraviglioso giardino della casa di famiglia. «Siccità e peronospora sembrano una costante delle vendemmie: cosa ritieni essenziale per affrontarle?», chiediamo subito. «Conoscere a fondo i suoli. L'area bergamasca non è mai stata considerata un'eccellenza per il vino. Il sass de luna, la pietra matta appunto, come la chiamano i muratori locali, è porosa e si sfalda, assorbendo acqua. In passato era un limite per la viticoltura di qualità, oggi un vero aiuto, poggiando la pietra su strati di roccia più solida che diventano serbatoio di accumulo. L'irrigazione, sempre di precisione, è così molto più limitata.

Per il mio progetto di spumantizzazione, Altebolle, ho scelto però una vigna sotto il massiccio della Presolana, in alta Val Seriana, più alta e fresca, con prevalenza di dolomia ricca di magnesio, che limita l'assorbimento di po-

tassio, preservando l'acidità.

Altro fattore essenziale è la minima invasività agronomica. La vite tendenzialmente si autoregola e servono pochi interventi per accompagnarla nel ciclo vegetativo. Non faccio cimature proprio per proteggere i grappoli da scottature e grandine; tolgo foglie solo nella fascia più bassa per arieggiare; preferisco acini più piccoli ma con buccia in proporzione maggiore che tanta polpa, acqua e meno polifenoli.

Sul fronte malattie, la peronospora è sempre in agguato: temperatura calda e umidità notturna sono spie del potenziale sviluppo del fungo, che resta difficile da gestire soprattutto non utilizzando pesticidi chimici.

Attualmente sperimento dei biostimolanti di origine naturale che stimolano le difese della pianta attraverso le fitoallessine. L'utilizzo non è però così semplice anche perché vanno utilizzate entro 2 giorni dalla pioggia infettante.

I vitigni PIWI comunque resistono sempre più degli altri: per me è un dato di fatto».

laddove serva a soccorso della vite, garantendole uno stress idrico controllato.

L'impostazione normativa, quindi, non riserva più alla discrezionalità dei singoli disciplinari di produzione la facoltà di ricorrere all'irrigazione, ma ne riconosce la valenza di strumento di supporto al vigneto nei periodi di prolungata siccità, fermo naturalmente il rispetto del limite massimo di resa previsto dai disciplinari e i controlli effettuati dagli enti di verifica.

Si è assistito così a un costante aumento del ricorso all'irrigazione sia attraverso l'autoapprovvigionamento sia ricorrendo alla rete collettiva, tradizionalmente gestita da enti pubblici come i Consorzi di Bonifica che forniscono alle aziende acqua con opere infrastrutturali di prelievo, stoccaggio e trasporto.

Naturalmente la necessità di maggiore irrigazione pone ai viticoltori anche quesiti sulla sostenibilità economica degli impianti e su questo tema molti enti hanno attivato progetti a supporto del comparto vitivinicolo.

Regione Lombardia ha concluso a dicembre 2022 un articolato programma, SOS – Agricoltura Precisione, finanziato con fondi europei e nazionali per lo sviluppo rurale, che ha visto protagoniste, per la viticoltura, due aziende del Garda mantovano, Ricchi e Cantine Gozzi.

Nei rispettivi appezzamenti si sono testate tecniche di agricoltura di precisione per ridurre l'impatto sul consumo e sulla qualità delle acque, nell'intento anche di ottenere incrementi di ricavi.

La massimizzazione dei profitti in viticoltura è, infatti, tanto più possibile quanto maggiormente aumenti il valore del prodotto e, alla luce del cambiamento climatico, è evidente come l'acqua giochi un ruolo primario.

Ovviamente per usare acqua, piovana o supplementare che sia, è necessario poterne avere sufficiente disponibilità.

Il ripetersi di prolungate siccità, in aggiunta spesso a infrastrutture irrigue inefficienti, rendono viceversa sempre più critico il tema della scarsità delle risorse idriche, mentre temperature calde associate alle piogge e all'umidità espongono le viti alle più varie malattie.



LE EMERGENZE FITOSANITARIE

La stagione vitivinicola 2023 è stata contrassegnata da un massiccio sviluppo della peronospora, così difficile da contenere che in alcune zone del Centro-Sud e in particolare nel vigneto biologico si sono calcolate perdite di raccolto anche del 50% di media.

Per arginare la situazione emergenziale il Governo ha stanziato circa un milione di euro per compensare i danni subiti dai viticoltori, riferibili non solo a perdite di raccolto, ma anche a maggiori costi per incremento di mezzi e manodopera utilizzata nei trattamenti ulteriori, attivati nel tentativo di salvare il salvabile.

L'uso di pesticidi che già nell'ordinario non è poi così secondario nel mondo vitivinicolo, assorbendo circa il 25% dei prodotti di trattamento utilizzati in agricoltura, con rame, zolfo e fungicidi in testa.

Proprio questo aspetto è ormai di grande interesse per i viticoltori (almeno di quelli che si dedicano alle vigne non per mero fine speculativo), sperimentando loro stessi in prima persona quanto l'uso elevato di agrofarmaci determini un tale squilibrio nell'ecosistema del vigneto da impoverirne la biodiversità e portare persino al paradosso di sviluppare resistenza proprio in quei pa-

Il Regolamento comunitario 2020/74, applicato dal 26 giugno 2023, rappresenta lo strumento normativo più recente sul riutilizzo a scopi irrigui delle acque reflue urbane, prescrivendo parametri minimi di qualità dell'acqua, con monitoraggi cadenzati e uniformi per tutti gli Stati membri e indicazione dei trattamenti applicabili alle diverse tipologie di colture irrigate



rassiti che si vorrebbero contrastare.

In ogni caso sicuro è l'effetto inquinante per suolo e acqua ma anche aria, per il maggior rilascio di gas serra nell'utilizzo dei macchinari irroratori.

Un quadro critico questo acuito dai cambiamenti climatici e che si pone in netto contrasto con le strategie europee che già da alcuni decenni hanno normativamente ridotto, in percentuale totale o significativa, l'impiego di tanti principi attivi.

I piani Farm to fork e Biodiversità rappresentano la sintesi più recente di questo percorso e su quest'indirizzo il progetto italiano Green Grapes, concluso nel 2021 e finanziato dall'Unione Europea, offre un valido contributo ai viticoltori suggerendo linee guida per una difesa fitosanitaria a protezione del vigneto con pratiche sostenibili in linea con la normativa comunitaria.

Proprio in materia di uso di fitofarmaci è infatti attualmente in discussione una proposta legislativa di modifica del precedente testo normativo che punta ad aumentare del 25% la superficie agricola utilizzata in biologico e contemporaneamente a contrarre del 50% l'uso dei prodotti fitosanitari entro il 2030 (in Italia addirittura del 62%).

Il conflitto tra Russia e Ucraina e il relativo effetto sull'economia agricola europea hanno al momento imposto il rinvio dell'approvazione del documento per consentire ulteriori valutazioni di impatto regolatorio, che tengano conto di come in tale difficile contesto la portata assai stringente delle disposizioni rischi di renderle di fatto inapplicabili.

Quelli che però non appaiono in alcun modo negoziabili sono i principi cardine delle politiche europee, che vedono come uniche strade percorribili dal punto di vista della sostenibilità l'incremento della difesa a basso apporto di prodotti antiparassitari, dell'agricoltura integrata e del biologico.

Su questi temi abbiamo raccolto l'opinione di **Andrea Sala**, viticoltore bergamasco di **Pietramatta**, e di **Gladys Lucchelli**, direttrice di **ANBI Lombardia** (l'Unione Regionale delle Bonifiche, delle Irrigazioni e dei Miglioramenti Fondiari), che ci hanno anche parlato di alcuni interessanti progetti in corso. ♦

Gladys Lucchelli

Direttrice di ANBI Lombardia (Unione Regionale delle Bonifiche, delle Irrigazioni e dei Miglioramenti Fondiari).

I Consorzi di bonifica, enti pubblici gestori delle acque utilizzate per diversi fini, operano in tutta Italia. In Lombardia sono 12 e con altri 6 enti di regolazione idrica sono articolati in un'Unione regionale, di cui Gladys Lucchelli è direttrice e alla quale abbiamo chiesto se ci sono progetti che riguardano la viticoltura.

«In vaste aree del Paese la rete di bonifica assolve anche al ruolo di distribuzione irrigua, ormai necessaria per le scarse precipitazioni e le poche riserve nei suoli dovute alla siccità. Questo riguarda l'agricoltura in genere ma non risparmia la viticoltura e proprio in Lombardia stiamo sperimentando alcuni progetti per ovviare a crisi stagionali.

Insieme al Consorzio di bonifica Oglio Mella e al Consorzio Franciacorta per esempio abbiamo concluso un accordo per migliorare l'efficienza del servizio irriguo già presente ma anche per estenderlo, mettendo a disposizione del privato competenze e risorse di un ente pubblico specializzato, con costi contenuti per la collettività.

Il progetto, che coinvolge il dipartimento di idraulica

dell'Università di Milano, ha visto al momento la Regione finanziare la realizzazione di 8 pozzi consortili.

Anche in Oltrepò sarebbe utile un'irrigazione collettiva a supporto dei viticoltori, ma a differenza della Franciacorta che vede l'Oglio come corso regolamentato e i laghi come bacini naturali di accumulo, la conformazione del territorio, il regime torrentizio dei corsi di acqua e la competenza di un Consorzio di bonifica interregionale (Piemonte e Lombardia) complicano un po' le cose.

ANBI nazionale, poi, ha iniziato un progetto pilota di riutilizzo delle acque stringendo accordi con due importanti gestori idrici di Brescia dotati di impianti per la depurazione altamente tecnologici. L'intento è sfruttare tutte le opportunità che il recente Regolamento comunitario sull'uso di acque reflue offre, garantendo sicurezza anche in agricoltura per via dei severi parametri chiesti sulla qualità dell'acqua.

Se l'esito del progetto avrà buon esito si potrebbe così sopperire all'indisponibilità di risorse idriche approfittando della vicinanza dei depuratori alle aree agricole da servire».





Cucina etnica e tecnica dell'abbinamento: le nuove sfide della sommellerie

Contrapposizione e concordanza. I due paradigmi della tecnica di abbinamento cibo-vino sono stati formulati su misura della tradizione italiana e su un universale principio di analisi sensoriale. Come fare nell'odierna cucina senza frontiere?

di **SOFIA LANDONI**

Sushi, ma non solo. La cucina etnica ha seguito il flusso di una migrazione culturale, abbattendo frontiere e mescolandosi di continuo. Ha quasi fin poco senso categorizzare la cucina “fusion”, poiché ad oggi nell’alta ristorazione la contaminazione di tecniche, ingredienti e cotture è alla base della creazione dei piatti.

Se prendiamo in analisi la cucina orientale – a rappresentanza di migliaia di cucine esistenti nel mondo – già si coglie il grande cambiamento che le tavole stanno affrontando in termini di abbinamento cibo-vino. «L’abbinamento del vino con la cucina asiatica è un tema ancora poco affrontato ed è una sfida per tutti i sommelier» ci spiega **Guido Biotti**, assistant sommelier di **Iyo Omakase**. Una strada ancora piuttosto inesplorata, che rappresenta un fertile terreno di sperimentazione, dove ci si spoglia dell’accostamento territoriale e si disegna l’equilibrio – o almeno, ci si prova – con il solo ausilio dell’analisi sensoriale.

LE SFIDE DELL'ACIDITÀ E DELL'UMAMI

La tecnica dell'abbinamento cibo-vino appresa sui banchi AIS, quindi, rimane valida anche per un tipo di cucina così distante dalla nostra come lo è quella asiatica? «La tecnica dell'analisi sensoriale è ancora valida e la sua regola è molto semplice – continua Guido Biotti –. La sua applicazione, tuttavia, risulta qui più complessa poiché ci sono differenti spunti nel piatto; a volte, con la cucina etnica in generale, si può stravolgere l'attuazione della tecnica di abbinamento poiché le componenti gustative hanno un valore sensoriale differente». Qualche esempio? «Prendiamo in considerazione l'elemento dell'acidità: ci sono piatti asiatici dove spicca un distinguibile tipo di acidità, che può essere lattica, succinica o citrica; in questo caso l'abbinamento che sceglieremo potrà essere in concordanza, ricercando nel vino la medesima tipologia di acidità, che all'interno del piatto assume quasi un ruolo strutturale e necessiterà pertanto di qualcosa che le tenga testa».

Lo stesso discorso vale per l'umami, quel quinto gusto entrato ormai a far parte della nostra dizione gastronomica. «Nella cucina giapponese usiamo molti ingredienti fermentati» racconta questa volta **Kiyomi Yoshida**, sommelier giapponese di nascita e comproprietaria dell'Enoteca Wine a Milano. «Avremo quindi bisogno di un vino che esalti il gusto fermentativo, composto da acidità e umami». E ci svela i suoi segreti nella proposta degli abbinamenti, che si trova spesso a consigliare non solo alla sua numerosa clientela giapponese, ma anche a quella italiana, sempre più diretta alla scoperta delle nuove frontiere della cucina e del food pairing. «Di solito propongo un vino in cui sia marcata la percezione del lievito, per sottolineare il tratto umami, come un Metodo Ancestrale. Con il curry giapponese consiglio un rosso speziato; con l'agrodolce invece un rosso strutturato e non un vino dolce perché risulterebbe stucchevole». Molto spazio è dato, nell'abbinamento con la cucina nipponica, ai vini naturali o macerati, dotati di leggera componente tannica e personalità talvolta fuori dai canoni, perfetti per un gioco di sperimentazione.

NON SOLO VINO

L'abbinamento tipico, quasi un passe-partout, con la cucina giapponese è certamente il sake, fermentato di riso che sta guadagnando una fetta di mercato sempre più ampia, anche fra i giovani. «Tempo fa molti non sapevano nemmeno cosa fosse» ci dice **Luca Pedinotti**, consulente ed ex F&B manager del gruppo Finger's. «Oggi, anche grazie alla mixology, si sta facendo conoscere in tutte le sue varianti». E di varianti è giusto parlare, poiché il sake ne presenta davvero molte. «Di sake esistono diverse tipologie e temperature di servizio; può essere servito freddo oppure caldo» afferma Guido Biotti, che non si è fatto mancare una formazione da sake sommelier. Anche le abitudini di consumazione cambiano nella cucina giapponese e nel suo abbinamento. «Sulle tavole italiane si mangia, si deglutisce e poi si beve un sorso di vino – precisa Kiyomi –. Nella tradizione giapponese invece si prende un boccone di cibo e, contemporaneamente, un sorso di sake.

L'equilibrio dell'abbinamento si deve instaurare già lì. In generale sebbene la tecnica dell'abbinamento basata sull'analisi sensoriale sia sempre valida, con cucine etniche credo si debba ragionare su binari diversi da quelli della cucina italiana. Gli elementi da esaltare e smorzare sono differenti perché assumono ruoli e intensità diversi nei piatti».

Sake e vino, ma anche tanto altro. «La cucina etnica permette una maggiore vivacità negli abbinamenti e, su questo, i giovani sono i consumatori più ricettivi, stanno più al gioco, vogliono provare vini e abbinamenti diversi» racconta Luca Pedinotti. E poiché il primo criterio da guardare per



Esistono diverse tipologie di sake e può essere servito sia freddo che caldo

un sommelier è la richiesta del cliente, la disponibilità della generazione Z ad addentrarsi in questa avventura di palato diventa complicità per l'estro del sommelier, il quale non si pone limiti nel provare abbinamenti di cucina etnica anche con cocktail, birre, the, distillati, vini aromatizzati o fermentati vari.

Insomma, siamo di fronte ad un universo ancora in via di definizione, che trova consensi soprattutto fra i più giovani, abituati forse più delle vecchie generazioni all'assenza di frontiere. Spazio quindi ai vini "insoliti" e a un utilizzo nuovo della tecnica di abbinamento, immutata nei suoi fondamenti sensoriali ma elastica nella sua applicazione. Si assegnano ai gusti del piatto protagonisti differenti e ci si smarca da un'equazione geografica che oggi non esiste ancora per mancanza di materia vinicola "etnica", ma che domani potrebbe sorprenderci anche su questo versante. ♦



Syrah e shiraz: due nomi e mille volti

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

di **ILARIA RANUCCI**

Tanto più un vitigno è storico, tanto più di solito ha nomi diversi. Questo succedeva quando non era così facile viaggiare, e tanto meno distinguere le diverse varietà di vite. Oggi tutto è più identificabile e di solito prevale un nome, mentre gli altri restano solitamente legati a specifiche aree geografiche. Non è però il caso del syrah/shiraz, perché ha due nomi quasi ugualmente usati. In alcuni casi, è chiaro quale dei due prevalga in un determinato Paese: syrah in Francia e shiraz in Australia. In altri casi, invece, è una scelta del produttore o della singola denominazione. Con l'idea che il nome dia anche indicazione dello stile, più speziato ed elegante il syrah, più fruttato e potente lo shiraz. Un puzzle che riflette l'estrema versatilità e generosità di quello che è, meritatamente, uno dei grandi vitigni internazionali.

UNA STAR MONDIALE

Il syrah è davvero un cittadino del mondo. Le ultime statistiche dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV) sulla superficie vitata mondiale (Focus 2017) indicano 190 mila ettari vitati globalmente, facendone la sesta varietà di vite da vino più coltivata dopo cabernet sauvignon, merlot, tempranillo, airén e chardonnay. Soprattutto, è la terza, dopo merlot e chardonnay, per numero di Paesi in cui risulta coltivata: 31.

La qualità che è in grado di esprimere è indubbiamente uno dei motivi della sua diffusione. Non va comunque dimenticata la sua generosità in vigna. E infine la socievolezza: si esprime benissimo come vitigno migliorativo e in assemblaggio, la sua versione più tradizionale. Basti pensare alla sua presenza tra i vitigni dello Châteauneuf-du-Pape nel Rodano del Sud, ma anche ai GSM (grenache, syrah e mourvedre)

e gli shiraz-cabernet del Nuovo Mondo. Storicamente, prima che venisse creato il sistema delle denominazioni, si parlava persino di vini *Hermitagé*, cioè "corretti" con vini dell'Hermitage, anche in zone di grandissimo pregio, soprattutto Bordeaux.

Come il merlot, questo vitigno è sia principe che povero: domina tra vini premiatissimi e costosissimi, ma è allo stesso tempo utilizzatissimo nelle zone di grande produzione di vini semplici e a costo contenuto, come ad esempio il Languedoc-Roussillon in Francia e la regione dei fiumi in Australia.

In termini di fama e pregio, sono tre le zone più rinomate per la sua produzione: una nel "vecchio mondo", il Rodano del Nord in Francia, e due nel "nuovo mondo", la Barossa Valley in Australia e la Central Coast degli Stati Uniti. Inutile dire che si tratta di una semplificazione poiché vi sono esempi di syrah e shiraz affascinanti in ben più Paesi.

Infine, osservando la sua diffusione, non si può non rimarcare la sua natura bivalente: quantitativamente è quasi equamente diviso tra vecchio e nuovo mondo, dove ha radici storiche molto profonde. In Australia è arrivato quasi prima che in Italia, poiché era tra le varietà importate da James Busby nel 1832 e in Italia il vitigno è citato per la prima volta da Agresti nel 1843. Negli Stati Uniti le varietà del Rodano, apprezzate perché molto produttive, sono state portate nell'800 dai migranti e complantate, con grande confusione tra i vitigni. Per questo non è detto che quanto indicato come syrah lo fosse veramente, ma è altamente probabile che il syrah/shiraz sia arrivato insieme alle altre già nel XIX secolo.

Le viti di questo vitigno più vecchie al mondo si trovano in Australia, dove sono ancora censite e in produzione diverse vigne "ancestor", con oltre 125 anni. Compresa quella che è probabilmente la vigna

di shiraz più vecchia al mondo, ancora in produzione a 180 anni: The Freedom 1843 di Langmeil.

LA GEOGRAFIA DEL SYRAH/SHIRAZ

Oggi in Europa è presente soprattutto nella nativa **Francia**, in cui conta 64 mila ettari, pari al 7,9% della superficie vitata del Paese. Il pensiero, evidentemente, corre subito alle perle del Rodano, soprattutto del nord di questa regione, ma in realtà il maggiore areale vitato è in altre zone del sud e sud-est della Francia. In particolare, oltre 40 mila ettari si trovano nel Languedoc-Roussillon, in cui è largamente usato a diversi livelli di qualità, ed è stato ampiamente piantato come vitigno migliorativo al posto delle varietà ad alto rendimento e bassa qualità, espantate grazie agli incentivi europei.

Sempre in Europa è presente negli altri principali Paesi produttori di vino, ma quasi mai rappresenta una percentuale elevata della superficie vitata, massimo il 3% del totale. Ve ne sono circa 20 mila ettari in **Spagna**, prevalentemente in Castilla-La Mancha, ma anche in Aragona e Catalogna, prevalentemente usati in assemblaggio. In **Italia** ci sono circa 6 mila ettari, soprattutto in Sicilia, Toscana e Piemonte, e 6 mila ettari anche in **Portogallo**, per lo più in Alentejo, Tejo e Lisbona.

È nel Nuovo Mondo, però, che il syrah/shiraz ha maggiore peso. In **Australia** copre il 26,8% della superficie vitata, pari a 40 mila ettari. E vale la pena di sottolineare che la situazione non è molto diversa da quella francese: anche se tutti hanno a mente la celeberrima Barossa Valley, il grosso della superficie vitata è nelle regioni dei fiumi (Riverland, Murray Darling e Riverina), quelle dove si produce vino a basso costo, in grande quantità.

In **Argentina** rappresenta il 5,8% del vigneto (13 mila ettari) ed è presente soprattutto nella zona di Mendoza, ma anche in San Juan, Catamarca e la Rioja, in purezza ma soprattutto in assemblaggio, spesso con il malbec. In **Sud Africa** l'Associazione Wine of South Africa indica che il syrah/shiraz rappresenta circa il 10% (10 mila ettari) della superficie vitata e che, se pure Stellenbosch rimane la regione di riferimento, si sta affermando anche in altre regioni, comprese quelle a clima più fresco.

Ce ne sono 9 mila ettari negli **Stati Uniti** (2%), soprattutto nella Central Coast della California (principalmente a San Louis Obispo, Madera e San Joaquin), ma anche nello stato di Washington e in Oregon. La storia di questo vitigno negli Stati Uniti è emblematica della dinamicità del Paese. È esploso verso la metà degli anni '80 del Novecento grazie al movimento del Rhone Rangers, ma quando sembrava destinato a diventare una stella, è partito il fenomeno Sideways, il famoso film diretto del regista Alexander

L'origine del syrah

La leggenda più nota e diffusa sostiene che il syrah abbia origini antiche e abbia iniziato a viaggiare in tempi lontanissimi. Proverrebbe dalla antica Persia e precisamente dalla città di Shiraz nell'attuale Iran, portato poi nel sud della Francia dai Focei, o dai Fenici, o forse dai crociati. O forse prenderebbe il nome da Siracusa, città in cui l'avrebbe portato dall'Egitto il tiranno Agatocle, tra il IV e il III secolo a.C. Sarebbe arrivato in Francia nel III secolo dopo Cristo, grazie all'Imperatore Probo. Se così fosse avrebbe origini antichissime, e potrebbe persino

essere la vite allobrogica citata da Plinio il Vecchio e Columella. In effetti è una varietà a bacca scura e tardiva, proprio come la vite allobrogica.

A quanto se ne sa oggi, grazie all'analisi del DNA, è invece un autoctono francese, incrocio tra mondeuse blanche e dureza e parente del nostro teroldego, ma anche, più alla lontana, del pinot nero. Proprio l'insieme dei complicati rapporti di familiarità fa puntare al Rodano come zona di origine del vitigno. Il primo riferimento scritto al "Sira de l'Ermitage" è peraltro relativamente recente, 1781.

Payne nel 2004, interpretato da Paul Giamatti e Thomas Haden Church. Il pinot nero ha iniziato la sua vorticosa ascesa e il syrah è restato un comprimario, per quanto molto amato da alcuni produttori.

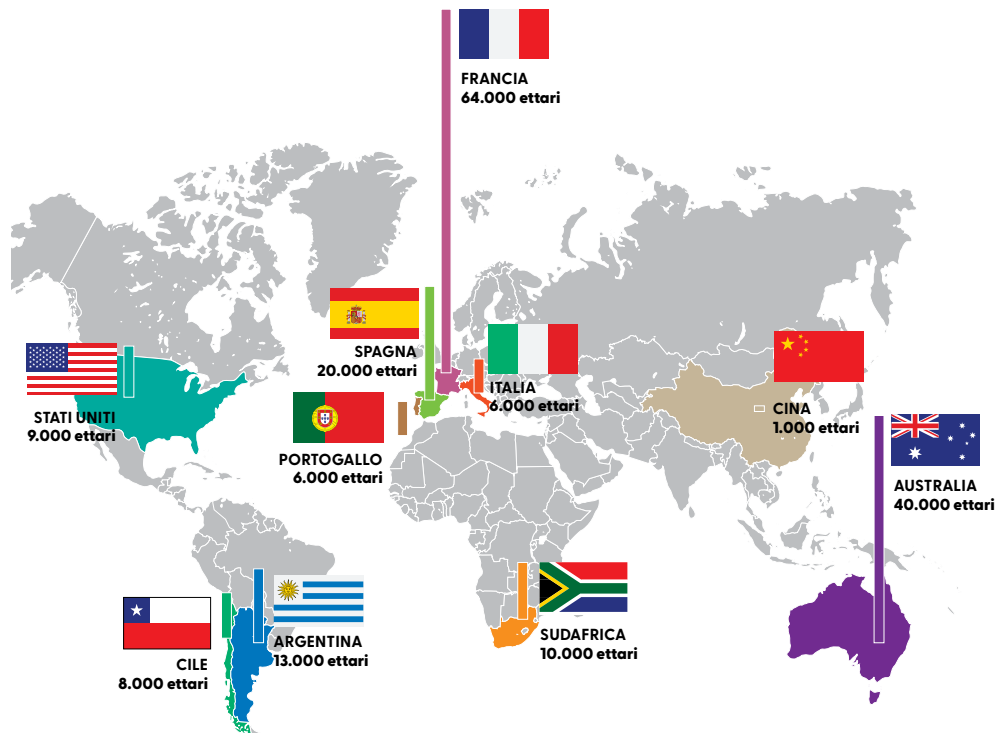
Infine, abbiamo 8 mila ettari in **Cile** (3,8%), prevalentemente nella zona di Colchagua, ma con forte crescita nelle zone più fredde. Se ne registrano persino 1.000 ettari in **Cina**.

LE DIFFERENZE DI STILE

Nella percezione più diffusa i due nomi del vitigno rifletterebbero in modo netto la dicotomia Vecchio/Nuovo Mondo: più tannico e fresco, con eleganti profumi di pepe e viola il syrah del Rodano del Nord, più muscoloso e irruente, improntato su frutto, sigaro e cioccolato lo shiraz della Barossa Valley. La realtà, vista da vicino, è che ci sono molte altre sfaccettature: il vitigno, infatti, è molto espressivo, anche se non si può non riconoscere che i climi più caldi (e l'esposizione al sole) attenuano le note varietali del rotundone e accentuano la tendenza alla surmaturazione.

Nella stessa Australia non ci sono solo i sontuosi shiraz del Southern Australia, i vini di grande corpo di Barossa Valley, Clare Valley, Coonawarra e McLaren Vale. Si produce shiraz praticamente in tutte le zone, comprese le più fresche come quelle del Southern Victoria, come Macedon, Geelong e Mornington Peninsula, dove l'espressione del vitigno vira più su note di pepe e spezie. Anche i vini della Hunter Valley hanno di solito un corpo meno imponente di quelli della Barossa Valley, pur in presenza di un clima subtropicale con scarsa escursione termica tra giorno e notte. A metà strada si trovano i vini della parte occidentale e centrale dello Stato di Victoria, ad esempio quelli di Grampians, Bendigo e Heatcote.

Syrah e shiraz nel mondo



Ci sono espressioni diverse anche in Argentina, dove comunque lo stile prevalente è quello improntato sul frutto maturo. Il punto intermedio più evidente tra lo stile della Barossa Valley e quello del Rodano del Nord è forse il Sud Africa, dove è prodotto in regioni diverse, soprattutto quelle storiche. Stellenbosch esprimeva tradizionalmente syrah/shiraz improntati su frutto e potenza, anche per via del clima più caldo di quello del Rodano, ma con il tempo sono sopraggiunti eleganza e articolazione, con un uso più moderato del legno. Nel contempo, anche la crescente presenza del vitigno nelle regioni più fresche del sud (Elim e Malgas) ha spinto maggiormente l'ago della bilancia verso lo stile francese.

La situazione della California è molto più sfumata

Il vitigno in breve

Acini scuri, medio piccoli e ovali, con buccia molto pruinosa, che ne definisce la struttura tannica, tendenzialmente fine. Vigoroso e tendenzialmente molto produttivo, va gestito accuratamente per mantenere buona qualità. Ha germogliazione medio tardiva con un periodo di maturazione abbastanza breve e una

tendenza alla surmaturazione. Predilige climi caldi e asciutti, ma ha buona resistenza al freddo, alle gelate tardive e al marciume. È sensibile ai venti, allo stress idrico e alla clorosi ferrica. Soffre occasionalmente di una patologia varietale, il deperimento del syrah (syrah decline) dalla causa sconosciuta e molto distruttiva.

di come sembrerebbe pensando al fatto che il syrah/shiraz preso a riferimento dai Rhone Rangers, come dice il nome stesso, è quello francese, come di provenienza dalla Francia sono i principali cloni, a volte importati avventurosamente. Ma non si può ignorare la grande variabilità climatica dello Stato, che rende difficile avere un riferimento preciso. Anche se l'ispirazione dei Rhone Rangers veniva prevalentemente dalla Francia, le loro vigne più vecchie sono state piantate in zone troppo più calde del Rodano, producendo vini più potenti e fruttati e meno aromatici del syrah francese. Nel tempo è migliorata sia la scelta dei cloni che quella dei vigneti, in zone più fresche, per raggiungere uno stile sicuramente scuro e intenso ma aromaticamente complesso e meno debordante. Allo stesso tempo, dopo il successo di Sine Qua Non con il Queen of Spades 1994, si è comunque affermato per il vitigno anche uno stile che nella potenza rimanda ai grandi shiraz australiani, creando una situazione articolatissima. Ulteriormente diverso, il syrah/shiraz di Stati mediamente più freschi, come Stato di Washington e Oregon.

In sintesi, una foto un poco più da vicino del syrah/shiraz nel mondo mostra un vitigno davvero generoso che ha mille volti ed è in continua evoluzione. Come per molti altri vitigni, è in atto un trend che mira alla ricerca della territorialità e alla valorizzazione della sua versatilità. ♦

La Francia dei crémant Storie di metodo e di nomenclature

Non si tratta solo
di assecondare una tendenza
attuale: sono molte
le regioni viticole francesi
a vantare dimestichezza
con la spumantistica da secoli

di **SAMUEL COGLIATI GORLIER**

L'effervescenza francese non è solo Champagne. Certo: Reims ed Épernay rimangono l'incrollabile e indiscusso punto di riferimento della spumantistica d'Olttralpe. Ma il mondo dell'anidride carbonica intrappolata in bottiglia ha da secoli esplorato anche altre latitudini, altre longitudini e altri vitigni. La *méthode* ancestrale prima, la *méthode champenoise* poi (in seguito ribattezzata *méthode traditionnelle*), allungano le loro radici in regioni transalpine meno note, talora insospettite: il Sud-ovest e il Languedoc, la Loira, lo Jura...

Con il tempo alcuni di questi areali hanno assunto denominazioni specifiche, ratificate dal sistema delle *appellations d'origine*: Saumur brut, Vouvray, Saint-Péray, Blanquette de Limoux, Clairette de Die... Altre realtà hanno invece gradualmente sposato un nome suggestivo ma fallace, che solo da qualche decennio è stato inquadrato sul piano normativo: *crémant*.

CHE COSA C'ENTRA LA CREMA?

Crémant è un sostantivo derivato da un aggettivo, a sua volta derivato dal participio presente del verbo *crémer*, attestato fin dal 1580 con il significato di "coprirsi di crema".

Che cosa c'entra la crema? In questo caso non si tratta di un prodotto del latte, bensì di un sinonimo di *mousse*, ovvero "spuma". *Crémant* evoca dunque la generosità con cui il vino genera una spuma così delicatamente compatta da aderire al calice e sormontare il liquido. Un'immagine poetica, di ben altre classe e raffinatezza rispetto alle prosaiche metonimie *bolle* o *bollicine*, oggi incresciosamente predominanti nella comunicazione dei vini spumanti.

Forse però *crémant* possiede nella lingua di Molière una connotazione leggermente più blanda di *mousseux*, vocabolo più energico e impetuoso. Non a caso, cento o duecento anni or sono, *crémant* era impiegato in Champagne per designare vini effervescenti con una minore *sovrappressione* dei *mousseux*, dunque in grado di produrre solo una crema, anziché una spuma tumultuosa. La Champagne si è servita di questo termine per decenni, sempre allo scopo di indicare uno spumante più mansueto¹.

Nel corso del Novecento però altre regioni transalpine iniziano a usare questa parola, destinandola ai loro spumanti. A metà anni Settanta, alcune di esse ottengono il riconoscimento delle prime *appellations d'origine contrôlée*, a iniziare dalla Loira e dalla Borgogna. A poco a poco si determina così un conflitto tra "mamma Champagne" e le sue emuli. Attrito che diviene pressoché insanabile, finché non risulta evidente che una regolamentazione ad hoc è indispensabile.

¹ Proprio come, in seguito, farà la Franciacorta, scegliendo la parola *satèn* – improbabile calco di un *satin* francese – per i suoi vini con minor sovrappressione di CO₂.



CRÉMANT FRANCESI: I NUMERI

SUPERFICIE VITATA

12.473 ETTARI

AZIENDE VINIFICATRICI

1.100

PRODUZIONE ANNUA MEDIA

(ultimi 5 anni)

747.074 ETTOLITRI

(= 99,6 mln bott./anno)

BOTTIGLIE VENDUTE

(ultimi 5 anni)

92,3 MLN/ANNO



La sosta sui lieviti di un *crémant* è di almeno 9 mesi, mentre il residuo zuccherino non può superare i 50 g/l

le per pacificare i contendenti. Occorre attendere il 1985, e il regolamento CEE 3309, affinché si sancisca che, otto vendemmie più tardi, ossia dal 1° settembre 1994, il termine *crémant* sarà riservato a un novero limitato di denominazioni d'origine (dal quale è esclusa la Champagne) e obbligatoriamente legato a un toponimo.

CRÉMANT... DI CHE?

In base all'attuale normativa è dunque necessario specificare la provenienza geografica di un *crémant*. Per legge, il *crémant tout court* non esiste². Possono rivendicarlo otto regioni d'Oltralpe, cui si aggiungono il Lussemburgo e la Vallonia (Belgio), assimilate al mondo francofono e anch'esse inquadrate dalla legislazione europea. Con il regolamento dell'85 la Champagne perdette il diritto di servirsi di questo nome (che peraltro correva il rischio di essere fuorviante, se si pensa che Cramant è uno dei suoi Grand cru più celebri, spesso

LE NORME DEI CRÉMANT

- Vendemmia manuale
- Rese massime uva/mosto
= 150 kg/100 litri
- Seconda fermentazione
in bottiglia
(presa di spuma ≥ 90 giorni)
- Invecchiamento in bottiglia
("sui lieviti") ≥ 9 mesi,
- Travaso o sboccatura
- Sovrappressione ≥ 3,5 bar
- Residuo zuccherino ≤ 50 g/l
- Solfiti ≤ 150 mg/l

rivendicato in etichetta).

Quale che sia l'origine del *crémant*, la legislazione vigente prevede tuttavia alcuni parametri comuni, cui non è possibile derogare (vedi riquadro).

ESEMPI ILLUSTRI

È plausibile che tutte le regioni francesi che oggi producono *crémant* siano arrivate alla spumantizzazione "a traino" dell'esempio *champenois*, ma non mancano vicende storiche illuminanti.

La Borgogna si inorgoglisce di una tradizione di presa di spuma risalente almeno al 1820 (in particolare a Rully, nella Côte Chalonnaise). In Loira si parla di fermentazione o rifermentazione in bottiglia da duecento anni, specie nel settore di Saumur. Lo Jura produce vini effervescenti addirittura dal tardo Seicento, anche se bisogna attendere il XX secolo perché questa tipologia si strutturi. L'Alsazia di fine Ottocento, assoggettata al dominio imperiale tedesco, vedeva alcune *maisons*

² A meno che il produttore non possa certificare l'uso di un marchio commerciale precedente al 1986.

LE SCHEDE DELLE AOP

CRÉMANT DE BOURGOGNE

Comprende tutta la "Grande Borgogna", da Chablis e dintorni fino al Mâconnais e anche a parte del Beaujolais. In linea di massima non spicca per qualità, in quanto a questa appellation sono spesso riservate uve di seconda scelta. Non manca tuttavia qualche lampo illuminante.

DATA DI ISTITUZIONE: 1975

SUPERFICIE VITATA: 2.900 ha (in 373 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 20 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: chardonnay, pinot nero, pinot gris, pinot blanc (>30%); gamay (<20%), aligoté, melon, sacy

CRÉMANT DE LOIRE

Ricade su un'area assai estesa e dispersa, di quasi 2.500 comuni! La denominazione paga tuttavia il dazio dell'esistenza di altre AOP più antiche e accreditate nella produzione di vini spumanti, quali ad esempio Vouvray e Saumur.

DATA DI ISTITUZIONE: 1975

SUPERFICIE VITATA: 2.600 ha (in 2.456 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 17 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

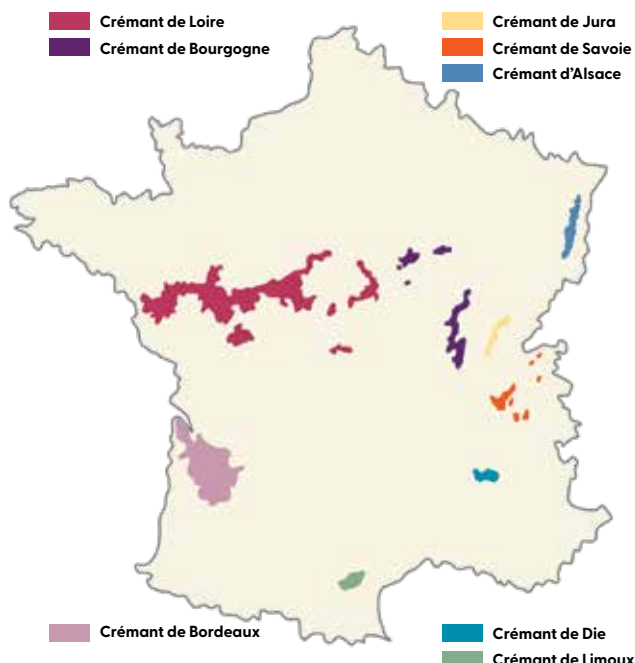
VITIGNI: chardonnay, chenin, orbois; cabernet franc, cabernet-sauvignon, grolleau, grolleau gris, pineau d'Aunis, pinot noir

CRÉMANT D'ALSACE

Coinvolge tutto il territorio regionale e autorizza sostanzialmente tutti i vitigni. Il pinot bianco è il più utilizzato per i bianchi, il pinot noir è l'unica varietà consentita per i rosé (obbligatoriamente da pressatura diretta o macerazione). Spesso si impiegano le uve di pianura, con rese molto elevate e risultati modesti. I produttori che invece puntano su terroir e vigne di qualità realizzano cuvée di encomiabile profilo.

DATA DI ISTITUZIONE: 1976

SUPERFICIE VITATA: 3.900 ha (in



119 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 33 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: pinot blanc, pinot noir, riesling, pinot gris, auxerrois, chardonnay

CRÉMANT DE LIMOUX

È l'erede "aggiornato" della Blanquette de Limoux, metodo classico di storica tradizione, legato al vitigno mauzac. Circa trent'anni fa il crémant fu invece concepito per aprire la porta ai vitigni champenois. Non sono molte le aziende che si distinguono, ma la fascia di prezzo è generalmente molto conveniente.

DATA DI ISTITUZIONE: 1990

SUPERFICIE VITATA: 830 ha (in 41 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 5,8 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: chardonnay >50%; chenin blanc, mauzac, pinot noir (nei rosé >15%)

CRÉMANT DE BORDEAUX

A inizio anni Novanta Bordeaux si adegua alla crescente richiesta di vini spumanti e ottiene il riconoscimento del proprio crémant, che raccoglie

il testimone del Bordeaux mousseux, già ufficializzato nel 1943. Purtroppo nella grande maggioranza dei casi il livello resta quello di una produzione agroindustriale molto tecnica.

DATA DI ISTITUZIONE: 1990

SUPERFICIE VITATA: 910 ha (in 498 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 6,5 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: tutti i vitigni rossi e bianchi del Bordolese; per il rosato tutti i vitigni rossi

CRÉMANT DE DIE

Il Diois è una delle aree dalla più remota vocazione viticola di Francia, e il vitigno clairette fa coppia con la città di Die fin dal Settecento. Senonché, controintuitivamente, l'antica Clairette de Die (AOC dal 1942) è prodotta con uve moscato, mentre è il più recente crémant a prevedere l'utilizzo di clairette, eventualmente aggiunta di aligoté e/o moscato! Rispetto alla Clairette (circa 10/12 mln di bottiglie l'anno), la produzione di crémant (una ventina di produttori) rimane così marginale da creare perplessità sulla sua ragion d'essere.

DATA DI ISTITUZIONE: 1993

SUPERFICIE VITATA: 30 ha (in 31 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 200mila bottiglie

TIPOLOGIE: bianco

VITIGNI: principalmente clairette; aligoté, muscat

CRÉMANT DU JURA

Anche nello Jura la produzione di vini effervescenti risale a tempi insospettabili, forse alla fine del XVII secolo. Ma la posizione periferica di questa piccola regione terrà i suoi vini lontano dalla ribalta per molto tempo. Solo nel corso del Novecento le aziende locali si specializzano a poco a poco in un'enologia sorvegliata. Oggi i più talentuosi vignaioli si dimostrano in grado di creare bottiglie al culmine della spumantistica nazionale.

DATA DI ISTITUZIONE: 1995

SUPERFICIE VITATA: 515 ha (in 105 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 1,7 mln bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: soprattutto chardonnay e pinot noir; poi pinot gris, pinot noir, poulsard, trousseau, savagnin

CRÉMANT DE SAVOIE

Una manciata di vinificatori si dedica a una produzione che rimane di nicchia, pari a quella di una piccola maison champenoise. Malgrado il clima fresco, di matrice alpina, il metodo classico savoiaro, dalla lenta gestazione novecentesca, stenta a decollare e il consumo rimane quasi tutto locale.

DATA DI ISTITUZIONE: 2015*

SUPERFICIE VITATA: 57 ha (in 44 comuni)

PRODUZIONE ANNUA: ca. 400-350.000 bottiglie

TIPOLOGIE: bianco e rosato

VITIGNI: jacquère (>40%) e altesse prevalenti; poi aligoté, chardonnay, gamay, mondeuse, pinot noir, chasselas, molette / gringet; altesse, roussette d'Ayze

*Già Vin de Savoie mousseux dal 1973

champenoises investire *in loco*, ma fu soprattutto l'iniziativa di Julien Dopff, "infiltrato" in Champagne dopo le suggestioni dell'esposizione universale del 1900, a trasferire le sue competenze nella regione d'origine.

Non si può poi tacere di Limoux, che insiste nel fregiarsi di una presunta tradizione spumantistica risalente addirittura al Cinquecento (un documento scritto del monastero di Saint-Hilaire evoca l'esistenza di un vino mosso nel 1531: il progenitore della celebre blanquette)!

UNA TENDENZA INARRESTABILE?

Il vino effervescente – sia esso spumante o frizzante – incassa il favore di una tendenza commerciale in vertiginosa ascesa da anni. Le "bollicine" piacciono in tutto il mondo – si veda la prodigiosa vicenda del Prosecco! – perché rimandano a un'idea di festa, di spensieratezza, di lusso, e possiedono una facilità di beva in grado di mascherare un livello qualitativo modesto della materia prima.

Per questo motivo, il successo dei vari *crémant* incentiva le aziende a gonfiare la produzione. Flagrante in tal senso è l'esempio dell'Alsazia, passata in meno di dieci anni da 13 a 33 milioni di bottiglie annue. Ma anche del *Crémant de Loire*, con un balzo del +653% nello stesso arco temporale (cui vanno aggiunti 10 milioni di bottiglie l'anno di Saumur brut, 5 milioni di Vouvray, 1 milione di Touraine mousseux, 600 mila di Montlouis, e altri vini fuori AOP).

Una tendenza in crescita, dunque, quella dei *crémant*, con un picco di oltre 102 milioni di bottiglie vendute proprio nel 2022. E una quota di export pari al 41% dei volumi venduti (a fronte di un 32% cinque anni or sono).

QUALE SNODO QUALITATIVO?

Le domande relative alla qualità di questi vini sono molteplici, ad esempio riguardo le implicazioni di una tale crescita nei volumi. Ma la questione che sorge spontanea e per prima rimane immutata: i *crémant* sono in grado di rivaleggiare per qualità con gli Champagnes? Se il quesito suona insidioso, la risposta è molto semplice: sì. Anzi, in vari casi il livello dei migliori *crémant*



L'EMINENZA BORGOGNONA

Per tentare di rivaleggiare con il prestigio della Champagne, nel 2016 i borgognoni hanno creato una nuova categoria merceologica facente capo a un sodalizio di operatori. I marchi **Éminent** e **Grand Éminent** sono riservati ai *crémant* da affinamento prolungato rispetto al disciplinare regionale: almeno 24 mesi sui lieviti per il primo e almeno 36 mesi sui lieviti (+3 mesi dopo sboccatura) per il secondo. Il Grand Éminent implica inoltre l'uso del solo mosto fiore (solo il 75% iniziale della pressatura). Per aderire a questo club occorre far parte dell'Union des Producteurs et des Elaborateurs de Crémant

de Bourgogne, nonché superare l'esame gustativo di un jury. Nonostante la sua ambizione, questa iniziativa non sembra riscuotere particolare successo tra i produttori né tra il pubblico. Poche le aziende aderenti e rare le proposte in commercio. Solo una maison, Louis Bouillot, ha risposto alla richiesta di campioni, inviando una piccola gamma di brut millesimati (tra 2017 e 2019), ben confezionati e di fattura molto sorvegliata ma non inespessiva: *crémants* molto classici, con un rapporto qualità/prezzo interessante (i Grand Éminent si posizionano sotto i 30 €).



Almeno 24 mesi sui lieviti



Almeno 36 mesi sui lieviti
(+3 mesi dopo sboccatura)



Anche i terroir dei crémant sono attentamente selezionati dalle AOP

è paragonabile se non nettamente superiore a uno Champagne medio. Dato per assodato che, dalla Champagne al Languedoc, tutti i terroir si sono visti certificare con le AOP la loro adeguatezza viticola, il nodo da sciogliere non è geografico, bensì umano. A fare la differenza sono cioè la perizia e la sensibilità del vignaiolo.

Resta tuttavia fuori discussione che, al di là delle querelle sull'antecedenza storica (sia Gaillac sia Limoux contestano alla Champagne la capziosa palma di più antico territorio capace di produrre intenzionalmente un vino mosso), la Marne rimane senza dubbio il punto di riferimento assoluto nella definizione e nella messa a punto del metodo classico, chiamato appunto *champagnisation*. E lo Champagne è il faro quanto a blasone, a tal punto che, per rivaleggiare, c'è chi ha istituito delle versioni "premium" dei propri vini, come la Borgogna, con i crémant Éminent e Grand Éminent (vedi riquadro).

UNA SPIGOLATURA DI AZIENDE

Lungi dal volersi esaustiva degli oltre mille produttori di crémant, questa breve lista mette in evidenza solo qualche azienda e qualche cuvée in grado di rivendicare un'offerta qualitativamente affidabile o, al contrario, messasi in luce di recente.

La regione che ha forse più motivo di vanto è l'**Alsazia**. A fronte di un mare di crémant insipido, vignaioli come Pierre Frick*, Sylvie Spielmann*, Julien Meyer, Dirler-Cadé e soprattutto Stéphane Binner offrono in pianta stabile vini di altissimo pregio. I crémant di Frick sono liberi, leggeri ed estrosi. Quelli di Spielmann più profondi, maturi e grassi. Meyer punta sull'essenzialità e sull'asciuttezza. I vini di Dirler-Cadé coniugano personalità, precisione e tensione. I metodi classici di Binner, irriverenti e disorientanti, sono ambiziosi, naturali, esotici, ricchi.

Anche la **Loira** ha non poche frecce al proprio arco. Lo Château Pierre-Bi-

se, ad esempio, produce in Anjou dallo chenin blanc dei crémant pieni, dritti, succosi e completi. La versione brut nature è meno ampia del brut, ma sfodera una classe cristallina. Il Domaine de la Paleine*, nel Saumurois, si segnala per crémant più semplici ma generosi, spumosi e assai gustosi.

Mediamente meno dotata è la **Borgogna**, che destina le sue uve migliori ai vini fermi. Non si può tuttavia dimenticare il crémant di Céline e Laurent Tripoz, che nel Mâconnais ricavano dallo chardonnay un metodo classico puro e assai espressivo. La cuvée "Charme" di Jean-Paul Brun (Domaine des Terres Dorées) dimostra che anche il Beaujolais può servirsi dello chardonnay a dovere: questo vino è semplice e diretto, ma di beva stimolante e golosa. Ottimo il crémant del Domaine d'Édouard*, che nell'Yonne, vicino Auxerre, produce bottiglie di tutto rispetto. Meno irresistibile, ma dal buon rapporto qualità prezzo, il crémant di Dominique Gruhier (a Épineuil). Da segnalare i vini di Alice e Quentin Beaufort (di rinomata famiglia champenoise), ottenuti nello Châtillonnais (Borgogna nord), non sempre etichettati come crémant.

Lo **Jura** brilla innanzi tutto grazie agli splendidi crémant di Julien Labet*, secchi, complessi e minerali, ma anche gli spumanti del Domaine de Montbourgeau, del Domaine des Marnes Blanches e del Domaine Pignier s'illustrano con pieno merito per la loro franchezza, godibilità e affidabilità.

A **Limoux** è soprattutto Alain Cavailès a ridar lustro a un territorio un po' opacizzato dal produttivismo; personalmente preferisco però la blanquette al crémant.

Infine, in **Savoia** l'indiscusso paladino della spumantistica locale è stato per anni Dominique Belluard, che ad Ayse, non lontano dal lago di Ginevra, illustrava il vitigno gringet come nessun altro. Purtroppo Belluard ci ha lasciati poco più di due anni or sono. Oggi la sua azienda, rilevata da alcuni amici, si chiama Domaine du Gringet. ♦

* Trasparenza sul conflitto d'interessi: l'autore ritiene doveroso segnalare che è consulente di Stefano Sarfati, importatore italiano dei domaine contrassegnati dall'asterisco.

ORVIETO

Terra di fuoco e di mare

Una complessa storia geologica e una tradizione colturale plurimillenaria affidano al vino l'immagine del panorama orvietano “roccioso e frondoso, tutto vigne e spelonche”, tra bianchi di finezza e carattere e millimetriche produzioni degli eccezionali muffati

di **ANITA CROCI**

Condizioni pedologiche, morfologiche, microclima e biodiversità sono fattori che decretano innegabilmente l'Orvietano tra i territori a più spiccata vocazione vitivinicola in Italia e non solo



Nella parte sudoccidentale dell'Umbria, a poca distanza dal confine con il Lazio, sorge Orvieto. Dai suoi 300 metri di altezza la città domina la piana del Paglia, fiume che poco più a valle confluisce nel Tevere. Poggia infatti sulla celeberrima rupe, un monolite tufaceo che “sorge come un'isola sul piano del fiume”, originatasi dai depositi dell'attività quaternaria del complesso vulcanico Volsinio, matrice degli omonimi monti e della caldera che ospita il Lago di Bolsena.

LA STORIA

Una copiosa quantità di ceramiche vinarie testimonia la familiarità tra Orvieto e il vino già diversi secoli prima di Cristo, con gli Etruschi e poi con i Romani. La facilità di lavorare il substrato tufaceo ha permesso già in tempi antichi di crivellare la rupe di grotte e gallerie progettate per la vinificazione: l'uva pigiata raggiungeva per caduta i livelli sottostanti, ideali alla conservazione del vino perché bui e umidi, ma ventilati e con temperatura costante; di contro, il freddo non permetteva alla fermentazione di concludersi, lasciando nei vini una gradita quota di residuo zuccherino.

Sul vino si incentravano i guadagni e il prestigio della città, tanto che già nel Medioevo vigeva al riguardo una severa

normativa, con tanto di “custodi delle vigne” a vigilare sulla qualità del prodotto così come sulla conduzione delle piante, per quanto allora le colture fossero promiscue e la vite maritata agli alberi.

A metà del Quattrocento Orvieto entra definitivamente a far parte dello Stato Pontificio. La bellezza dei luoghi e la prossimità con Roma la rendono meta preferita di pontefici e porporati, contribuendo da un lato al fiorire economico e architettonico della città – dal Duomo, magnifico esempio di architettura gotica italiana, al Pozzo di San Patrizio, capolavoro di ingegneria, alla Fortezza Alborno e molti altri –, dall'altro agli scambi commerciali con la capitale, sancendo nei secoli il successo del vino orvietano: dal Pinturicchio, che nel contratto per affrescare la cappella del Duomo ne pretese una fornitura illimitata, fino a Garibaldi e a Enrico Fermi, che lo scelsero per brindare ai rispettivi successi.

Il Novecento ne inquadra luci e ombre: prima Doc dell'Umbria nel 1971, viene in larga parte banalizzato da imbottigliamenti massivi fuori regione. Una tendenza contrastata negli ultimi decenni dal proliferare di aziende medio piccole e dal loro felice impasto di approccio scientifico e tradizione, senza dimenticare gli interventi sul disciplinare a tutela di identità territoriale e qualità, nonché il lavoro operato dal Consorzio,





Elemento determinante alla viticoltura, la luminosità contraddistingue anche il vino

volto a riaffermarlo tra le eccellenze della produzione bianchista italiana, con un'importante promozione sui mercati esteri.

IL TERRITORIO

Partendo dal basso, ovvero dai suoli, l'Orvietano - "terra di mare e di fuoco" per usare le parole del Prof. Scienza - offre alla vite un'eccellente pluralità di combinazioni dovute alla sua storia geologica, che ha ospitato mari e vulcani: argille e sabbie plioceniche, ricche di conchiglie e fossili marini, depositi alluvionali e materiale vulcanico di varia natura caratterizzano più o meno prevalentemente le diverse zone, per quanto la variabilità della loro distribuzione suggerisca di prestare maggiore dettaglio rispetto alla catalogazione per macro aree.

Alla propensione viticola concorre inoltre la morfologia collinare, intervallata da quei picchi e rilievi isolati dall'erosione selettiva dei terreni magmatici più friabili, che rendono così suggestivo un paesaggio di notevole variabilità orografica ed eterogeneità di esposizioni, altitudini e pendenze; il territorio viticolo si sviluppa infatti sui due versanti opposti al corso dei fiumi: quello orientale, delimitato dalla dorsale montuosa dei monti Peglia e Citerrella, e quello occidentale, connotato da un susseguirsi di colline che digradano verso

il Lago di Bolsena.

Il clima, mite e mediterraneo, è influenzato non poco dalla presenza di imponenti bacini e corsi d'acqua, con il Lago artificiale di Corbara da sommare a quelli già citati, condizione rilevante per la produzione dei preziosi muffati.

LE DENOMINAZIONI

La Doc Orvieto è una denominazione interregionale che abbraccia 18 comuni, di cui 13 in Umbria nella provincia di Terni e 5 in provincia di Viterbo, nel Lazio, riservata ai

vin bianchi nelle tipologie Secco, Abboccato, Amabile, Dolce, Vendemmia Tardiva e Muffa Nobile, inclusa la qualifica Superiore. Da sola rappresenta circa un terzo di tutta la produzione regionale a denominazione di origine.

Il disciplinare è stato oggetto di numerose revisioni; tra le più significative, l'introduzione della zona Classica, riservata alla sola Valle del Paglia, a ridosso della rupe di Orvieto, e quelle riguardanti la base ampelografica.

All'inizio prevaleva nettamente il

procanico (trebbiano toscano) con accanto una decisa quota di verdello (verdicchio), coadiuvati da grechetto, drupeccio (canaiole bianco) e malvasia bianca lunga; riflettendo una situazione di fatto in cui, fino agli anni Sessanta, le diverse

Orvieto è la sola denominazione italiana a prevedere la tipologia Muffa Nobile, che si sviluppa grazie alla peculiare combinazione di calore, umidità e brezze

uve coabitavano su ciascun filare, impedendo sia tecniche colturali ad hoc che una vendemmia separata. Studi dedicati e viticoltura specializzata hanno poi messo in luce le qualità enologiche del grechetto, riconoscendogli un ruolo fondamentale nell'Orvieto e in tutta la viticoltura della regione. Oggi il disciplinare demanda proprio a questo e al procanico l'identità del vino, imponendoli per almeno il 60%, limitando al 40% altri vitigni idonei e non aromatici a bacca bianca.

Da segnalare anche una "quota rossa", rappresentata dal 1998 dalla Doc Rosso Orvietano, per quanto adombrata sia in termini numerici che di notorietà dalla produzione bianchista: nel 2020 l'Orvieto Doc contava una superficie rivendicata di oltre 1400 ettari e 88.000 ettolitri certificati, il Rosso Orvietano appena 31 e 548*. L'areale è sovrapponibile a quello dell'Orvieto, ma include solo i comuni ternani. La base ampelografica prevede aleatico, cabernet franc, cabernet sauvignon, canaiolo, cilieggiolo, merlot, montepulciano, pinot nero e sangiovese, che da soli o variamente combinati hanno già testimoniato risultati tutt'altro che trascurabili.

I VITIGNI PROTAGONISTI

Gli studi sui grechetti hanno portato all'individuazione di due vitigni distinti: il grechetto di Todi (detto anche "gentile" e corrispondente al pignoletto) e quello di Orvieto, il quale presenta un grappolo meno compatto e una maggiore consistenza dell'acino, più resistente alle malattie fungine e quindi più adatto a vendemmie tardive e appassimenti. Il suo punto debole è perdere velocemente l'acidità con la maturazione, motivo per cui nelle coltivazioni promiscue, raccolto insieme

agli altri vitigni, veniva banalizzato. La sua capacità di conferire struttura e carattere all'uvaggio, con profumi intensi ed eleganti, lo rendono protagonista della denominazione insieme al trebbiano toscano: un'uva più neutra dal punto di vista aromatico, ma cui si può demandare l'accumulo di zuccheri senza rischiare di perdere l'acidità.

IL VINO

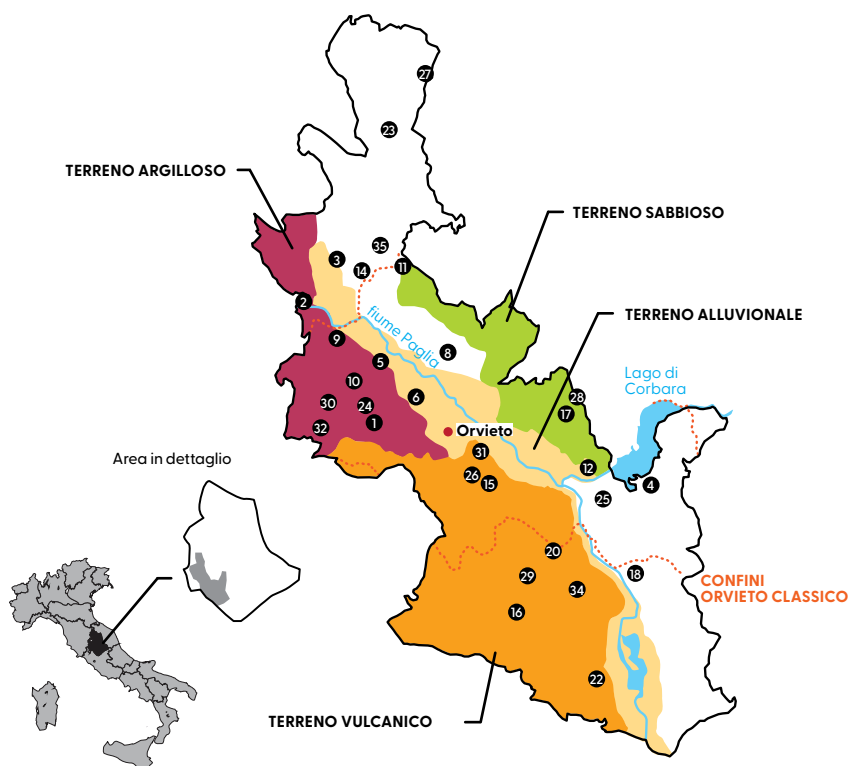
Il secco è il più diffuso, ma la tradizione dell'Orvieto era quella di vino dolce e più propriamente muffato, spesso preferito ai Sauternes. Come per altri, fu l'ampliamento dei mercati a indirizzare la produzione verso una tipologia più stabile (perché con il trasporto, senza le tecniche attuali, gli zuccheri tendevano a rifermentare in bottiglia), che a sua volta modificò il gusto contemporaneo del vino. Dei circa 40 produttori di Orvieto Doc, sono in pochi a proporre ancora la tipologia Muffa Nobile, che richiede un enorme lavoro in vigna e in cantina; quote di uva bottrizzata possono concorrere anche alla realizzazione dei bianchi secchi, con risultati di imperdibile assaggio.

"Vino etereo e vulcanico, vino di sole e di caverna, vino asciutto con un fondo dolceamaro" lo descriveva Soldati. Una visione poetica che non solo trae dall'impossibilità di tracciare genericamente il profilo organolettico di prodotti diversi ai quali concorrono molte e significative variabili (pedologiche, varietali ed enologiche), ma che coglie l'essenza di un territorio di abbagliante fascino e silenzioso mistero, che da sempre condensa tutti gli elementi naturali per trasporre nel vino un riflesso di storia e identità. ♦

*fonte ISMEA

Le Cantine

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| 1 Altarocca | 19 La Carraia |
| 2 Antica Selva di Meana | 20 Madonna delle 21 Macchie |
| 3 Argillae | 21 Madonna del Latte |
| 4 Barberani | 22 Sergio Mottura |
| 5 Bigi | 23 Murogrosso |
| 6 Cantina Cardeto | 24 Palazzone |
| 7 Cantina Colli Armerini | 25 Podere Barbi |
| 8 Cantina Sassara | 26 Poggio Cavallo |
| 9 Cantine Monrubio | 27 Tenuta Corini |
| 10 Cantine Neri | 28 Tenuta di Freddano |
| 11 Castellodella Sala | 29 Tenuta La Pazzaglia |
| 12 Castello di Corbara | 30 Tenuta Lapone |
| 13 Castello di Montegiove | 31 Tenuta Le Vele |
| 14 Cirulli - Castelrio | 32 Tenuta Santa Croce |
| 15 Custodi | 33 Tenute Salviano e Titignano |
| 16 Paolo e Noemi D'Amico | 34 Trappolini |
| 17 Decugnano dei Barbi | 35 Vitalonga - Maravalle |
| 18 Falesco | |



Frascati Superiore Riserva Luna Mater 2021-2007

Il binomio tra la ricca complessità del suolo vulcanico e i vitigni storicamente legati al territorio, una vinificazione articolata in tre fasi e l'irrinunciabile fattore attesa: è così che il Luna Mater splende su Frascati

di ARMANDO CASTAGNO

Oltre che aver mosso la penna dei viaggiatori e il pennello dei pittori lungo oltre cinquecento anni per la sua straordinaria bellezza paesaggistica, il rilievo a sud-est di Roma appare ideale per una viticoltura di elevata qualità, impostata per produrre con costanza vini di personalità e valore. Si percorrono le strade di Frascati, Grottaferrata, Marino, Monte Compatri, Monteporzio, Genzano o Lanuvio, e le si trova quasi tutte in pendenza: rampe bordate da pini, ville, terrazze, uliveti e vigne, che ogni tanto lasciano filtrare panorami da togliere il fiato. Da un lato, giù in basso, si stende la città di Roma, che da certi vigneti si abbraccia quasi nella sua interezza, sovente coronata dal nuvolone piatto dello smog; dall'altra, un fresco susseguirsi di aree rurali, boschi, laghi e borghi medievali, i quattordici "Castelli". Tra essi, per via della sua lunghissima storia come paese *del vino*, ecco Frascati, centro principale della zona e sorta di balcone sulla Capitale, ai cui abitanti, tradizionalmente, ha offerto accoglienza all'ombra delle pergole.

«Qui è il campo del dio coronato di pampini» ne scrisse Hans Barth, scrittore e giornalista tedesco venuto da Stoccarda e mai più tornato in patria, in un memorabile libretto-compendio per gourmet del 1909 dal titolo "Osteria". «I pali delle viti, come piramidi di fucili di un esercito, o come una apocalittica fortezza, circondano e difendono i luoghi della grazia, e l'odore di vino, e il sole, si spandono su questa terra. Poeticamente».

La storia e la tradizione del vino dei Castelli Romani. Ai tempi di questo scritto, il luogo era, se non proprio una capi-

tale, quantomeno un luogo celebre e a suo modo emblematico del vino italiano di qualità: al civico 26 di Oxford Street, nel cuore di Londra, faceva all'epoca numeri da capogiro il "Restaurant Frascati" di Frederick Gordon, inaugurato nel 1873. La tradizione agricola dei Castelli Romani, che ha sempre avuto il vino come elemento centrale e qualificante, era peraltro meno aneddotica e avventurosa di quanto si possa pensare ai giorni nostri, quando magari tendiamo in buona fede ad andare con la mente a feste di piazza in costume folcloristico con le fontane che danno vino, e in generale all'ebbrezza come esito tangibile del consumo locale dei tempi andati. Certo, c'erano anche le feste e le fontane; ma i dati della viticoltura castellana, i documenti che ne attestano la febbrile attività di ricerca scientifica su più fronti, e la qualità dei vini migliori per come la ricorda chi li ha a lungo conservati, mostrano del vino storico locale un volto diverso. L'esplosione delle Cantine Sociali, la redazione di disciplinari a dir poco permissivi, l'urbanizzazione di molte aree di arcaica vocazione (esempio: il Frascati ha perso in un colpo solo 120 ettari di vigneto per la costruzione dell'Autostrada del Sole nel 1961), l'abnorme e disordinato sviluppo della città di Roma che si estende ai suoi piedi, e la mancanza di una "locomotiva" trainante – sotto forma di un'azienda capace sia di produrre sia di comunicare ad alti livelli: in genere o si sa fare una cosa, o l'altra – hanno determinato a partire dalla fine degli anni Sessanta una serie di conseguenze, alcune delle quali negative. Certo, le Cantine Sociali hanno consentito di salvaguardare i vigneti più "fragili", per essere molto vecchi, o molto piccoli, o le due cose



assieme. Tuttavia, oltre al sacrificio del poco richiesto rosso locale, che aveva tanta tradizione quanta il bianco, il vino del luogo, prodotto in quantità e con mentalità industriale e con un aumento improvviso della tecnologia utilizzata, è uscito dalla transizione depotenziato, trasfigurato nella direzione di una neutralità frustrante, di una pallida, anaffettiva correttezza. Va aggiunta alla colonna delle perdite l'inevitabile estinzione di un patrimonio di varietà che era una banca botanica: sono scomparse uve di antica consuetudine, molte delle quali buone anche "da mensa", leggere i cui nomi oggi lascia un'espressione interrogativa: avete mai sentito nominare la garbagorba, il merichino, la marzacca, l'albarosa, la garofolella, il gennariello, il panzaprecoce e il chiapparone? No? Tranquilli: siete in buona e numerosa compagnia, anche ai Castelli.

Lo scadimento qualitativo del materiale vegetale nel vigneto castellano è stato a sua volta conseguenza di piani assistenziali di reimpianto e progetti vivaistici che col senno di poi vengono oggi considerati privi di criterio e del minimo sindacale di lungimiranza. Allo spaesamento stilistico del vino della zona è andata di pari passo l'amnesia collettiva sulla modalità espressiva dei bianchi castellani di un tempo, magari più approssimativi nella fattura, ma dieci volte più intensi. Quanto alla superficie vitata effettiva del Frascati, abbiamo raccolto dati sconcertanti: l'urbanizzazione delle estreme periferie del comune di Roma, e soprattutto l'apparentemente inarginabile fenomeno di abbandono dei vigneti hanno fatto sì che i 1.700 ettari del 2001 si siano contratti a circa 900 nel 2022: il 52,9% in meno in un arco temporale di vent'anni.

Le peculiarità del terroir

Presa coscienza di questa tormentata vicenda e dei relativi contraccolpi, che vino fare oggi ai Castelli? Quali caratteristiche enfatizzare? Con che denominazione uscire sul mercato, e su quali uve puntare, delle molte che i disciplinari consentono? Domande dalle risposte molto, molto difficili; la più frequente, infatti, è stata "lascio perdere".

Noi, però, partiamo, cercando di rispondere, da una premessa doverosa: i dati stabili del terroir, che sono una garanzia. Merita un cenno, ad esempio, l'eccezionale situazione geologica del distretto. I Castelli Romani altro non sono, infatti, che i borghi fortificati svettanti sulle alture del cosiddetto "Vulcano Laziale", un colossale edificio vulcanico di pozzolane, tufi, rocce laviche e basalti il cui diametro reale di quello che ne fu il cratere principale supera i 18 chilometri sull'asse est-ovest (da Frattocchie di Marino a Lariano) e i 22 da nord (Colonna) a sud (Lanuvio). In effetti, tuttavia, il cratere si individua solo – ma in modo nitido – tracciando la mappa dei sottosuoli; al suo posto, dopo una serie di esplosioni e trasformazioni morfologiche avvenute circa mezzo milione di anni fa, c'è oggi visibile una coppia di piccoli laghi (Albano-Castelgandolfo e Nemi) e almeno sei caldere gassose a distribuzione irregolare. L'area "di rispetto", cioè quella di effettiva matrice vulcanica, si estende ulteriormente per oltre venti chilometri, soprattutto in direzione della città di Roma: scavando il primo metro di terra nel quartiere ormai divenuto centrale della Garbatella, nel Parco delle Tre Fontane, a Grottarossa e Saxa Rubra, all'estremo nord della città, o accanto agli edifici barocchi di Villa

Borghese, si troveranno inequivoci materiali vulcanici: tufi grigi e pozzolane nere, viola e rosse, lapilli e ceneri, leucociti e pietre pomice, e persino colate laviche, talora salienti dal terreno come onde rimaste sospese, fossilizzate. Ebbene, le denominazioni castellane sono tutte all'interno di questa matrice, come i disciplinari stabiliscono limitando l'areale ai "terreni di origine vulcanica": e del resto i contadini hanno da sempre presente la differenza tra la *terrinnella*, ossia l'ottima pozzolana, e il *terraccione*, termine che battezza i fondi fertili di argille grasse, atti a vini generosi ma mediocri. Di conseguenza, le vigne insistono su terreni straricchi di elementi minerali, tanto peculiari quanto positivi per la viticoltura, quali la silice, lo zolfo, il potassio, il fosforo, il magnesio, ma anche il calcio, il rame, il manganese e lo zinco. Di norma, il pH di questi suoli formati dalla degradazione dei basalti è a reazione sub-alcina, con quel che ne consegue in termini di scelta della varietà, del clone e soprattutto del portainnesto.

Nonostante l'omogeneità geologica, peraltro, la varietà di situazioni ambientali ha portato all'individuazione di un gran numero di zone, qualcuna con oltre cinquecento anni di storia. Distinti via via nel corso dei secoli per posizione, altitudine, declività, esposizione o ventilazione, per la gestione mezzadrile per conto di nobili o per la proprietà ecclesiastica, per la commercializzazione o il consumo interno, la vastissima estensione o la chiusura entro recinti murari, emergono dalle pagine dei vecchi catasti gli antichi "cru" dei Castelli Romani. Elencando qui a braccio i più celebri della sola zona di Frascati, ecco Santi Apostoli, Casale Marchese, Grotte Dama, Prataporci, La Torretta, Colle Pisano, Fontana Candida, Marmorelle, Casale Filonardi, Santa Teresa, Colle Mattia, Torricella, e ancora Val-lechiesa, Spinoretico, Quarto Santa Croce, Quarto 22 Rubbia (un rubbio: 1,85 ettari), Vigna Ferri, Pian dell'Olivo, Casale Piccolomini, Castel de' Paolis, Sant'Andrea, San Matteo.

Dal lato climatico, il distretto vive stagioni vegetative all'insegna del caldo e di una diffusa luminosità, anche per l'effetto della massa riflettente del Mar Tirreno, che dista in linea d'aria solo 27 km da Frascati. La piovosità annuale è sopra la media nazionale, quella nei mesi estivi di parecchio al di sotto, con frequenti periodi di siccità, i cui effetti sono acuiti dalla grande capacità drenante dei suoli. Le temperature medie annue sono elevate, le escursioni termiche estive rilevanti, sebbene l'effetto più evidente del "global warming" degli ultimi 20 anni sia qui proprio l'appiattimento del delta termico giorno-notte, una caratteristica preziosa anche per le uve e i vini che ne vengono, e non solo per i romani in fuga dalla città, e che da sempre salgono qui alla ricerca di un po' di frescura.

L'eterogeneità della base ampelografica

Si accennava al patrimonio di uve dei Castelli Romani, che oggi consente, per la produzione del Frascati e dei suoi "fratelli" limitrofi (le micro-denominazioni Marino, Montecompatri e Zagarolo, tutte previste nella sola tipologia "bianco", ma poco rivendicate) la scelta da un ventaglio piuttosto ampio, con evidente pungolo all'uvaggio piuttosto che all'utilizzo di una varietà in purezza. Quest'ultima può essere per il Frascati, a termini di



legge, solo una delle due malvasie previste, ossia la più generosa e neutra "bianca di Candia" oppure la qualitativa e autoc-tona "Puntinata", nota anche come "del Lazio", "Nostrale" o "Gentile"; in ogni caso il contributo delle malvasie non deve essere inferiore al 70%. Il saldo eventuale può essere costituito da uve di indole anche assai diversa, il che consente una certa plasmabilità del vino a seconda dello specifico ambiente di coltivazione. Ve ne sono di neutre ma sostanziose come il trebbiano toscano o il trebbiano giallo (nel nord regionale chiamato "rossetto" o "roscetto"), di più sottili, acidule e vibranti come il greco bianco e il bombino bianco (detto qui "bonvino", o anche "ottonese bianco"), o appena aromatiche come il raro bellone, una delle uve più rustiche e generose d'Italia, un tempo così popolare in queste campagne da portare più o meno un nome diverso per ogni comune in cui veniva piantato: arciprete bianco, zinnavacca, pampanaro, cacchione, pacioccone, bello velletrano e persino – il nome più toccante di tutti - uva pane. Infine, è possibile utilizzare, nell'inconsueta misura del 15% del saldo (e quindi al massimo per il 5% circa del totale), altre uve bianche presenti nei vigneti; una sorta di "sanatoria" per situazioni di promiscuo conseguenti all'enorme confusione degli anni Settanta e Ottanta (fiano, grechetto, verdicchio, nonché le internazionali). Queste prescrizioni valgono sia per il semplice "Frascati", una delle DOC più vecchie e tribolate del Paese (nata nel 1966, è stata modificata 18 volte), sia per il "Frascati Superiore", che segue un disciplinare proprio, approvato nel 2011 e rivisto nel 2014. I due vini, così come la loro tradizionale versione abboccata, il "Frascati Cannellino", possono essere prodotti entro i territori amministrativi di Frascati, Grottaferrata e Monteporzio Catone, e in lembi dei comuni di Roma e Monte Compatri. Il varo (2011) della DOC Roma, che si sovrappone per intero all'areale, non ha inciso che per una percentuale minima sulla superficie dei vigneti del Frascati: chi lo faceva prima, lo fa ancora, o non fa più viticoltura.

Il Luna Mater di Fontana Candida

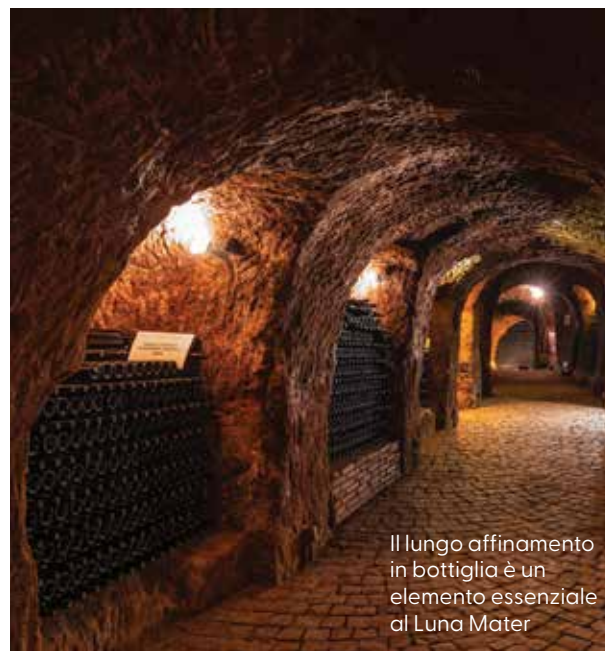
Alla denominazione “Frascati Superiore”, e con la qualifica “Riserva”, appartiene il Luna Mater, il bianco di punta di una delle aziende più famose e meglio organizzate del territorio, Fontana Candida, 22 ettari di proprietà (dei quali 13 del solo, antico vigneto detto “Santa Teresa”, al lembo estremo orientale del comune di Roma) e un vasto contributo dai viticoltori della zona. Mauro Merz, trentino classe 1960 ma ormai castellano di adozione, è enologo e direttore generale della cantina, dove opera da più di vent’anni. Insieme a lui, una mattina di marzo, abbiamo ripercorso il tragitto progettuale che ha portato alla realizzazione di questo vino, fondamentale per una serie di ragioni che la verticale di cui qui diamo conto intende mettere in luce. Fosse il copione di un film, partirebbe a questo punto una lenta carrellata sulle bottiglie aperte e allineate sul tavolo, e sul gradiente cromatico dei vini nei calici. Il più vecchio ha quindici anni e ha la stessa vitalità di quello che ne ha quattro, e più o meno lo stesso colore. Penso ai tempi in cui il già citato Barth, centodieci anni fa, annotava come i vini dei Castelli andassero consumati *sul posto e velocemente* - un viaggio di un’ora in calesse li avrebbe ossidati - e chiedo a Merz di partire dalla genesi dell’idea, da questo nuovo possibile punto di ritrovo e ripartenza.

«L’idea di fare un vino come il Luna Mater è nata nel 2007, quando preparavamo i festeggiamenti per il cinquantenario dell’attività di imbottigliamento della Cantina» racconta. «Fontana Candida esisteva già molto prima del 1958, ma fino a quell’anno produceva solo uva, conferendola. Poco prima, nel 2003, avevamo ripensato e ristrutturato l’intero ambiente della vinificazione in bianco, per cui ci eravamo dotati di nuove attrezzature al passo con i tempi; e ci era apparso subito chiaro che l’aggiornamento tecnologico era inutile senza una adeguata qualità della materia prima, ossia delle uve che arrivavano, e che risentivano ancora di retaggi della viticoltura e delle modalità di raccolta di un tempo, poco accurate per usare un eufemismo. L’imminente ricorrenza ci dette lo spunto per elaborare un nuovo protocollo da proporre ai nostri viticoltori, cercando di ottenere delle uve sane, mature e integre; si stabilì di assumere in pianta stabile un agronomo che potesse seguire i nostri conferitori che ne avessero bisogno; così facemmo, e devo dire che fu un’idea molto apprezzata. Al contempo, decidemmo di proporre un nuovo vino, che non rimanesse solo una citazione della storia passata, ma che segnasse una forte presa di responsabilità da parte della nostra cantina, la quale, allora come oggi, rappresenta pur sempre un 40% della denominazione. Nacque in questo modo il Luna Mater 2007, un bianco che intendeva recuperare la migliore tradizione agricola ed enologica del territorio, esaltando sia i tratti delle uve tipiche, sia quella speciale energia gustativa che secondo me è il carattere più qualificante dei vini dei Castelli Romani. Il primo provvedimento “operativo” fu la selezione dei vigneti adatti a fornire uve per il Luna Mater. Scelsi i più vecchi, con le produzioni più contenute, cloni e biotipi di qualità, ad altitudini significative, fino ai 350 metri; a seguire, vagliammo le tecniche

di vinificazione più adatte a trasformare queste uve nel vino che cercavamo. Ne abbiamo “trovate” tre, e via via abbiamo imparato a usarle tutte».

Parliamone.

«Una parte delle uve, che sono di malvasia puntinata, malvasia bianca di Candia, greco e bombino, segue un normale protocollo di vinificazione in bianco, ma utilizzando l’acciaio solo per le fermentazioni, perché trovo che con i vini locali l’acciaio esalti valori di crudezza, di spigolosità, di freddezza, che non desidero. A seguire, il vino passa in vasche di cemento per la maturazione, e dalla vendemmia 2016 compresa partecipano a questa fase anche alcuni tonneau. Una seconda frazione delle uve segue una strada diversa: viene raccolta in cassette e depositata in fruttai per tre o quattro settimane, che non bastano per un vero “appassimento”, ma per una piccola “asciugatura” sì. Queste uve vengono poi diraspate e pigiate, e il vino fermenta e matura a contatto con le bucce in botticelle da dieci ettolitri, non più di legno di castagno del Tuscolo, come usava ai tempi del tuo Barth, ma di acacia, che trovai adatte alla delicatezza



Il lungo affinamento in bottiglia è un elemento essenziale al Luna Mater

dei profumi delle malvasie. Le abbiamo adottate quasi subito, dal 2008. Anche i tonneau cui accennavo prima sono di legno di acacia, ungherese per la precisione».

Resta la terza tecnica.

«Una piccola quota, un 10% circa, delle uve “appese” viene lasciata nel fruttai un po’ più a lungo. Quando le vasche della fermentazione in bianco sono arrivate a tre o quattro gradi di alcol svolto, immettiamo nel mosto, senza schiacciarli, i soli acini da questa quota di uve “asciugate”, sgranati a mano. La fermentazione va avanti, e gli acini freschi subiscono una sorta di fermentazione intracellulare, che dona al vino finale

un bel contributo di profumi varietali e primari, assai eleganti. Una procedura che pare complessa, ma che ci consente di tirar fuori le risorse più interessanti delle nostre uve. Il vino risulta fresco e salino, profumato senza eccessi, e cospicuo al sorso, ma con una certa soavità, una certa delicatezza, e tiene a lungo, in qualche caso migliorando molto sui cinque, sei anni almeno. Infine, abbiamo rivisto l'affinamento in bottiglia, che oggi prolunghiamo, consentendo un assestamento del vino che mi sembra in generale faccia un gran bene a tutto quanto di buono prodotto in zona. L'annata attualmente in commercio del Luna Mater è quindi la 2019 (data della degustazione: marzo 2023). Ho sempre pensato, anche perché la letteratura li descrive così, che i vini bianchi più riusciti della storia del territorio avessero queste caratteristiche. Inclusa la conservabilità».

La Verticale

Iniziamo la degustazione dalle annate più giovani, partendo da due dei tre campioni che stanno affinando in bottiglia: per il **2022** è troppo presto. Al netto dei diversi andamenti stagionali, la differenza tra i due vini a livello di compiutezza espressiva è abissale, e giustificerebbe da sola la scelta dell'uscita ritardata. La **2021** è grezza e opulenta, prodiga di profumi ma ancora poco complessa, imbozzolata com'è nel suo corredo varietale, in cui spicca veemente il contributo della malvasia puntinata: glassa, resina, miele caldo e una fragranza vanigliata, con una vasta apertura gustativa verso una modalità avvolgente, eterea, e con l'immane bordata salina di fondo. La **2020** è più rigida, ma è già al naso un vino fatto, e un signor Frascati, tipico e riuscito: sa di fiori di campo, acetosella, buccia di cedro, ha un tono fresco, erbaceo a far da quinta, e un che di piccante a ricordare forse l'odore del pepe bianco. In bocca ha una superiore presenza scenica, una materia coesa e saporita, e finisce lunghissimo e appena ammandorlato come da tradizione, su vaghe citazioni di agrume e salsedine.

«Io credo» chiosa Mauro «che anche con due vini così giovani, e per noi ancora non pronti, si possano distinguere i due caratteri irrinunciabili di un Frascati. Uno è la sapidità, questa scia salina finale che rilancia la sensazione del gusto e che trovo molto nobile; l'altro è il patrimonio aromatico della malvasia puntinata, un'uva capace di fare la differenza nonostante a livello di ricerca genetica e vivaistica di cloni esenti da virus si sia purtroppo ancora indietro».

La successiva batteria allinea vini dai 4 ai 7 anni di età: ci aspettavamo il meglio della degustazione, e invece ci siamo fatti l'idea che al Luna Mater serva più tempo. Il **Luna Mater 2019** è indietro ma promette mirabile; ha un profumo austero e un carattere minerale cupo e potente, quasi metallico.

All'assaggio sciorina una tale dovizia di materia da preludere, aspettandolo ancora almeno un paio d'anni, ad abbinamenti emozionali con gli strepitosi piatti regionali di carne bianca e di quinto quarto, dall'abbacchio "a scottadito" alla coda alla cacciatora, alla pajata arrosto. La **2018** è l'annata di gran lunga più piovosa delle ultime nove ai Castelli; il vino è elegante, affilato, floreale, e in bocca compie un percorso cauto, attento al dettaglio, fino a un'uscita oggettivamente un po' sbrigativa. La sua diluizione non lo ha segregato sui toni amari né dotato di un temperamento ombroso, ma solo di una silhouette esile ed essenziale, sacrificandone la persistenza sapida. La **2017** si dispone al suo opposto diametrale; come spesso accade con i bianchi castellani da annata rovente, parte con un odore di "elastico" dal tono idrocarburo, poi si stende bene rivelando somiglianze con la scorza di limone e la pesca gialla matura.

In bocca è generoso, ampio, alcolico, e in fondo punge per quanto è salato. La **2016** chiude degnamente il quartetto: come gli altri, ha un colore luminoso e intatto, un intenso profumo di marmellata di limoni, olio di girasole, salicornia, salvia e tarasaco, e una bocca vasta e bellicosa, in cui tuttavia splende un equilibrio generale perfetto. È come una musica che suona splendidamente nonostante le levette dell'equilibratura tutte impostate al massimo.

«La 2018» ricorda Mauro «è stata difficile, per noi, c'è stata poca luce e troppa acqua: credo che la sola via fosse quella di puntare sui valori di misura e raffinatezza dei profumi. La 2016 è invece la sola mia annata in cui il vino ha "deciso" autonomamente di fare la malolattica, che di solito evito, per conservare quella piccola pungenza malica che dà freschezza

senza incrudire. Ebbene, questo vino mi sta sorprendendo, si sta comportando ottimamente e migliora anno dopo anno. Le altre due edizioni sono valori sicuri, concordo con te».

La **2015** è una sorta di gemella della 2017: ha profumi provocanti, indole da vino pronto e sicuro, valori alcolici non timidi e un senso di bilanciamento assicurato dalla vitalità sapida. La **2014** è come ce la si aspetta, ove si rammenti l'impetoso meteo di quell'estate bagnata e piuttosto buia. È una versione flebile ai profumi, eterei e un po' sfrangiati (ovatta bagnata, un tocco di glicine, alcol, mentolo) e stemperata al gusto, che ha come una pausa di silenzio tra il promettente attacco e il composto finale. È un'anima lunare e intimidita, non priva di un suo lirismo, e con ogni probabilità il miglior esito attingibile in zona nella stagione. Il **Luna Mater 2013**, l'anno prima, non era stato invece prodotto per la situazione ancora più drammatica delle uve, ovunque aggredite dalla botrite e dai marciumi. Quindi, procedendo all'indietro, c'è qui da registrare l'unico salto di millesimo. La **2012** ha fatto tesoro della precocità di alcune aree della denominazione, perché il clima si guastò a fine estate, ma



a vigneti già vendemmiati. Ne è venuto fuori un bel vino: ha stato evolutivo incoraggiante (è di un oro zecchino chiarissimo, brillante di riflessi), una generosa dotazione di frutta esotica e fiori grassi come la gardenia al naso, un sorso vigoroso e dalla apprezzabile completezza. Manca la scintilla imprevedibile, ma è un bianco dalla coordinazione sorprendente, dopo dieci anni abbondanti dalla vendemmia.

«Sento questi vini e trovo che qui si fosse arrivati a una buona coscienza di ciò che stavamo facendo. Arrivavano finalmente uve sane, mature al punto giusto, effettuavamo vinificazioni pulite, affinamenti lunghi; insomma, si lavorava con le idee chiare. Poi, sai, serve una mano dal buon Dio: e purtroppo, queste dalla 2012 alla 2015 non sono state annate eccezionali come le precedenti, specie le due intermedie. Però noi siamo andati avanti con piena convinzione; forse, con le vecchie procedure di raccolta, avremmo dovuto saltare anche la 2014, che invece trovo si difenda bene, così come la 2012, un'annata felice che ha dato il vino più logico, un bianco goloso».

Ed ecco infine le cinque annate più risalenti, il banco di prova al quale aspettavamo il Luna Mater. La **2011** traccia un gradevole quadro campestre, in cui la frazione erbaceo-vegetale-balsamica è in inconsueta evidenza; menta, latte di fico, lantana, scorza di lime e una sfumatura dolceamara di miele di cardo ne compendiano la palette aromatica "filtrata in verde", mentre all'assaggio il suo punto forte è per così dire il garbo espositivo, l'ordine cartesiano della sua struttura. Raro trovare bianchi del 2011 così precisi nella fattura; il millesimo, perfetto dal lato climatico, ha spesso convinto i vignaioli a premere a fondo il pedale del gas, sfornando vini in effetti impressionanti – e che riscossero consensi unanimi – ma in cui si avverte più potenza che controllo. Sul **Luna Mater 2010** le chiacchiere al tavolo si interrompono di colpo. Nel bicchiere rotea infatti uno dei tre migliori vini dei Castelli Romani mai assaggiati da chi scrive, e un grande bianco in senso assoluto; un bianco che pretende un ascolto attento. Ricco e morbido di suggestioni di pasticceria, di fiori dolci e sfumature agrumate, ma salato in fondo come uno Chassagne-Montrachet, con echi tra la ginestra e il mais tostato, è un vino che lascia senza fiato anche per il "ritmo" che impone, privo di pause e in accelerazione continua.

Sono apparsi straordinari anche i tre Luna Mater degli esordi. Il **2009** ha una austerità ai profumi che è di suo un successo, vista l'estate afosa e fin troppo asciutta; invece ha la statura dei migliori, una materia dalla densità calibrata e un'impeccabile puntualità nei rimandi tra l'acidità, l'amabilità alcolica e la limpida mineralità. Il **2008**, dal colore surrealmente giovanile, è dei tre il più contraddittorio, perché fa seguire a un profumo dolce, glassato e mellito, che suggerirebbe la derivazione da uve surmature – oppure un residuo zuccherino – una bocca ruggente, di micidiale coesione, tenacissima eppure espressiva, e inequivocabilmente secca. Una vaga citazione vanigliata è la sola concessione di un vino di lapidaria assertività, tra i più in forma della degustazione, ancora con margini di crescita. L'ultimo della serie, il capostipite, è il **Luna Mater 2007**, trovato in ottimo e per noi impronosticabile stato di servizio.



Vini freschi e salini, dal sorso cospicuo ma soave

Unico a non aver mai toccato legno, e unico a non aver svolto affinamento (uscì in tutta fretta per la convention dei 50 anni di Fontana Candida, a febbraio 2008) ha davanti a sé come minimo dieci o dodici anni di ulteriore, virtuosa evoluzione. La forte sapidità del sorso, irrorato di acidità, segue uno sfoggio di giovanile compostezza ai profumi che non avremmo mai immaginato di trovare dopo 15 anni: tutto è nitido, e ha colori intatti. «Se penso a un manifesto delle potenzialità del luogo, penso a un vino così», dico a Mauro.

«Ne vuoi un altro?»

«Di cosa?»

«Di manifesto».

Scompare per un minuto e torna con una bottiglia di malvasia puntinata aziendale del 1996. La stappa e versa nel mio calice un vino che, tirando le somme di quanto mi ha detto, viene da una filiera precedente al suo arrivo, ben più anarchica, e da una vinificazione artigianale svolta con strumenti obsoleti. Non mi aspetto nulla. Avvicino il naso. È un prodigio di minuzie: noce, palmito, miele amaro, foglia di tè, crema pasticciata, complesse sfumature minerali e salmastre, e una bocca compatta, dallo sviluppo severo e capace di sfumare lentamente, con classe, sulla solita, inconfondibile scia salina.

Mi guarda.

«Ci sono molti semi che possono tornare a germogliare qui» dice.

«Dimmene qualcuno».

«L'impegno. Il talento. Il rispetto. E la memoria. Perché fare un grande bianco qui non è inventare nulla».

«E cos'è?»

«Recuperare qualcosa». ♦

Pia Donata Berlucchi: gusto, eleganza e ferrea passione

Un'azienda franciacortina che affonda le sue radici nel XIX secolo, e che non ha mai smesso di cogliere la sfida del cambiamento. Quella di Fratelli Berlucchi è una storia legata alla terra. Ed è la storia di Pia Donata

di SARA MISSAGLIA



Si può essere Berlucchi a modo proprio: quando nasci in una famiglia numerosa è il destino a scegliere per te la strada giusta. **Pia Donata Berlucchi** è figlia di Antonio: suo nonno era quel Francesco che si innamorò perdutamente di Giustina, figlia del Conte Ignazio de Terzi Lana, proprietario della Tenuta di Borgonato di Corte Franca, nel cuore della Franciacorta. Alla morte del Conte, Antonio, che era diventato un ingegnere esperto in dighe e condotte per centrali idroelettriche, ricevette in eredità una parte dell'azienda. Oggi la Cantina è di proprietà di Pia Donata, Francesco, Gabriella, Marcello e Roberto, che proseguono l'attività del padre Antonio. Rimasta orfana di papà ancora bambina (Antonio morì all'età di 57 anni), Pia Donata cresce con la mamma, vedova a quarant'anni con cinque figli. Una famiglia numerosa, da mandare avanti con l'aiuto del figlio maggiore Francesco, già allievo del Politecnico di Milano, senza accantonare la passione per la musica come pianista. «Erano gli anni in cui cadde la mezzadria» ci racconta Pia Donata, «in quel momento si dovette decidere se vendere i terreni o se passare a una gestione imprenditoriale con operai agricoli. Mia mamma e mio fratello maggiore tentarono l'impresa, e tutti i mezzadri rimasero con noi, trasformati in dipendenti con stipendio e contributi. Questa è la bellezza della

grande famiglia: non abbiamo licenziato nessuno, e nessuno è andato via. Ognuno faceva la sua parte».

C'è un grande senso di appartenenza alla comunità di Franciacorta nelle sue parole, un legame fortissimo che si è tradotto negli anni anche in sostegno e aiuti concreti. Pia Donata parla della mamma con un amore profondo che gli anni non hanno scalfito, e la ricorda come un grande esempio di onestà, educazione, gentilezza e cortesia. Sul concetto di gentilezza tornerà più volte nel corso del nostro incontro, sottolineando quanto possa rappresentare per lei e per la sua famiglia un elemento portante. È dalla mamma che ha imparato che il valore non ha sesso. «È solo l'articolo a essere maschile», dice sorridendo. Pia Donata sembra non avere età, e quando ti aspetti risposte scontate, lei cambia sempre ritmo e prospettiva: «il segreto per non invecchiare è stato l'amore per lo sci. Le mie rughe sul viso altro non sono che le valli delle mie discese sulle nevi dell'Alto Adige». Occhi azzurro cielo di primavera, si muove con grazia ed eleganza nella Tenuta: veloce, perché è da una vita che non ha tempo da perdere: «credo nel rigore, nell'educazione e nella puntualità. Prima di pretendere, dai, e non dimenticare di mettere sempre l'uomo al centro dell'universo». Gli occhi guizzano, lo sguardo è attento, ama raccontarsi. È dotata di rara bellezza, eppure



SARA MISSAGLIA

“In un mondo di uomini sono sempre stata trattata con rispetto. Rispetto è l'unica parola al mondo che si pronuncia nello stesso modo in tutte le lingue. È l'ingrediente fondamentale che tiene insieme il mondo”

Pia Donata
Berlucchi e le
amate bottiglie di
Freccianera

non smette di ironizzare sul profilo del suo naso: verrebbe da dire aristocratico, così da ricordare il volto di tante donne famose, da Meryl Streep a Barbra Streisand. Quello che i più scambiano per un difetto estetico, per Pia Donata è un punto di forza: una Cleopatra dei giorni nostri, fiera e consapevole del suo grande fascino. Equilibrio nelle sue parole e nei suoi gesti, come la sua capacità di essere pragmatica e, al tempo stesso, visionaria e amante dell'arte e della letteratura. Tutto un gioco di proporzioni che torna nella storia di famiglia, in quel loro essere “agricoli”, legati alla terra, e ingegneri: natura e razionalità, fuori e dentro il controllo.

Ammirazione e affetto sono i primi sentimenti che Pia Do-

nata suscita: è sempre in azienda, la sua vita è lì. Age quod agis, le ripeteva la mamma: se non vuoi fare qualcosa adesso, cambia il momento, vivi il tuo presente al meglio: e consigliava di mettere su l'acqua per il tè e di mangiare una fettina di torta. Dolcezza come antidoto per le asperità della vita, dalla versione di greco alla grandine in vigna. Pia Donata di momenti ne ha cambiati tanti: doveva fare il medico, ma poi ne ha sposato uno. Si è trovata immersa nella realtà aziendale forte di grande entusiasmo, formandosi sul campo anche negli aspetti legati alla gestione economica. Metteva l'orgoglio da parte e cercava di imparare il più possibile, chiedendo e osservando: carta assorbente degli eventi, dei ritmi delle stagioni,



Marcello Berlucci (alla destra del guidatore del trattore) durante lavori nella campagna franciacortina negli anni '50.
Coppia, foto in bianco e nero: Antonio Berlucci e sua moglie Antonia.
Foto a colori in diagonale: i cinque fratelli Berlucci, figli di Antonio: da destra a sinistra Pia Donata, Francesco, Gabriella, Marcello, Roberto



delle sensazioni dei vini. Nel vino c'è la sua storia: «la mia più grande soddisfazione è voltarmi indietro e vedere cosa ho fatto. Non sono i premi, che non ricordo più, ma le persone ad aver fatto la differenza. Ho vissuto onestamente, e intorno alla nostra azienda ho sviluppato una comunità che oggi ci è vicino con affetto e stima. Per me l'azienda è un coacervo di terra, stagioni, meraviglie della natura, anime, affetti, sentimenti: un luogo dove, se c'è un dispiacere, tutti piangono, ma se c'è una gioia, tutti ridono».

Intorno a lei gli antichi edifici restaurati del 1200, ricchi di affreschi perfettamente conservati: più in là le cantine di vinificazione, le pupitre, i generatori delle straordinarie bollicine. Negli spazi una rara commistione tra le tradizioni della storia familiare e una operatività moderna e tecnologicamente avanzata. Pia Donata è stata più volte raccontata come una donna dal polso di ferro e dal guanto di velluto, una sorta di Thatcher della Franciacorta: per sei anni Presidente nazionale dell'Associazione Donne del Vino, oggi è punto di riferimento per l'intera comunità vitivinicola. «In un mondo di uomini sono sempre stata trattata con rispetto. Rispetto è l'unica parola al mondo che si pronuncia nello stesso modo in tutte le lingue. È l'ingrediente fondamentale che tiene insieme il mondo, e su cui è possibile costruire le basi per il nostro avvenire». Alle donne dice: «Fate vedere quello che

siete. Fatelo con gentilezza, educazione e rispetto». Pia Donata crede nelle nuove generazioni, e oggi si divide tra azienda, amore per la letteratura e università, dove è invitata a tenere conferenze per diffondere la cultura del vino: parla di storia e di bere responsabile, di classici greci e latini e di ambiente pedoclimatico, in uno straordinario connubio che la vuole innamorata dell'umanità. Con i giovani instaura un flusso energetico: instancabile e paziente, non racconta mai cosa c'è in un calice di vino, ma cosa c'è «oltre»: «ma chi ha detto che ai ragazzi non piace la storia? Dalla Georgia ai Romani, la storia del vino non ha confini. Al termine della conferenza, di fronte a tanti applausi, mi commuovo». Thatcher sì, ma con un grande cuore. Determinata, idealista, forte nelle sue convinzioni, così si rivolge ai giovani: «non abbiate paura a chiedere, non abbiate paura, apritevi all'altro». È la sintesi della sua vita: oggi è il Presidente dell'azienda vitivinicola, e racconta che durante i Consigli di Amministrazione lascia immancabilmente spazio a figli e nipoti: un'azienda che è una famiglia, nei confronti della quale Pia Donata sa fare un passo indietro, e ascoltare. Ma è sempre l'unica che, per prendere la parola, non ha bisogno di alzare la mano: «la cosa che esigo, al di là dei contenuti, è la forma. Mai una espressione fuori posto, mai un gesto che non sia grazia e gentilezza». Questa è la regola, che rispetta con la grande responsabilità da «buon



In bianco e nero: i cinque fratelli Berlucchi, figli di Antonio: da sinistra a destra: Francesco, Gabriella, Marcello, Roberto, Pia Donata. La Casa delle Colonne nella Tenuta, la casa storica di famiglia. L'ing. Nicola Berlucchi, figlio di Roberto, e Pia Donata Berlucchi



SARA MISSAGLIA



SARA MISSAGLIA

esempio». «Se tu hai un nemico davanti, ti trovi di fronte a due scelte: o lo uccidi, o lo tiri dalla tua parte: mia madre mi ha insegnato questa seconda possibilità. E ho cercato sempre di applicarla».

Classe ed eleganza, che proseguono oggi con la terza generazione: Nicola, Tilli, Alessandro, Elena, Antonio, Ignazio, Antonello, Gabriella, Lorenzo, Matteo e Sebastiano.

Il concetto economico di family company per Fratelli Berlucchi (ma anche nipoti, verrebbe da dire) è una realtà con cui misurarsi quotidianamente. «Siamo undici cugini, insieme stiamo affrontando un passaggio generazionale» ci racconta **Nicola Berlucchi**, ingegnere di fama internazionale, esperto in restauro architettonico monumentale, Consigliere dell'azienda. Classe 1963, è figlio di Roberto, Pia Donata è la zia: nell'intreccio dei legami familiari c'è il segreto di questa dinastia: «senza titoli ma con tanta storia, con un progetto di crescita dalle attuali 350.000 bottiglie a 500.000, puntando sempre all'eccellenza e a un posizionamento di mercato più alto». Il driver per il cambiamento passa attraverso una moderna identità voluta dalla famiglia Berlucchi. Si chiama Freccianera, e rappresenta un nuovo modo di essere Fratelli Berlucchi. Freccianera è il nome che nel 2014 venne dato al Franciacorta Brut Millesimo 2007, prodotto in serie limita-

ta: un nome che portò fortuna, ispirato al design del famoso art publisher Franco Maria Ricci. Venne scelta un'etichetta nera, nuova e dirompente soprattutto per l'epoca. «Le nuove etichette parleranno solo di Freccianera: proprio noi che siamo attaccati alle radici, affrontiamo questo cambiamento con entusiasmo. Saranno i vini a parlare di noi e lo faranno attraverso i Freccianera, in una nuova collezione dei nostri storici millesimati». Non basta cambiare abito per acquisire una nuova identità: e infatti, in questo caso, non si parla certo di packaging. Si tratta invece di un percorso che Pia Donata ben conosce e che ha sposato senza riverse, come attesta il suo abbraccio quasi materno alle sue bollicine, nella versione storica e contemporanea. Il Franciacorta è uno spumante unico: si esprime senza fretta, per valorizzare quel terroir del tutto particolare, fatto di colline di detriti lasciati dal ghiacciaio che plasmò la Valle Camonica con la formazione del Lago d'Iseo. Pia Donata e suo nipote, a fianco, vicini e uniti: il tempo sembra non essere un limite, ma una vera risorsa. D'altro canto, si sa, la grandezza non si misura in secondi: l'obiettivo è diventare l'azienda che si è, facendo crescere le persone. Come scriveva San Giovanni Crisostomo, «i Magi non si misero in cammino perché avevano visto la Stella, ma videro la Stella perché si erano messi in cammino». La Famiglia Berlucchi ha trovato la sua. Che brilla, su sfondo nero. ♦

Il prodotto simbolo di Castelluccio di Norcia: la lenticchia IGP

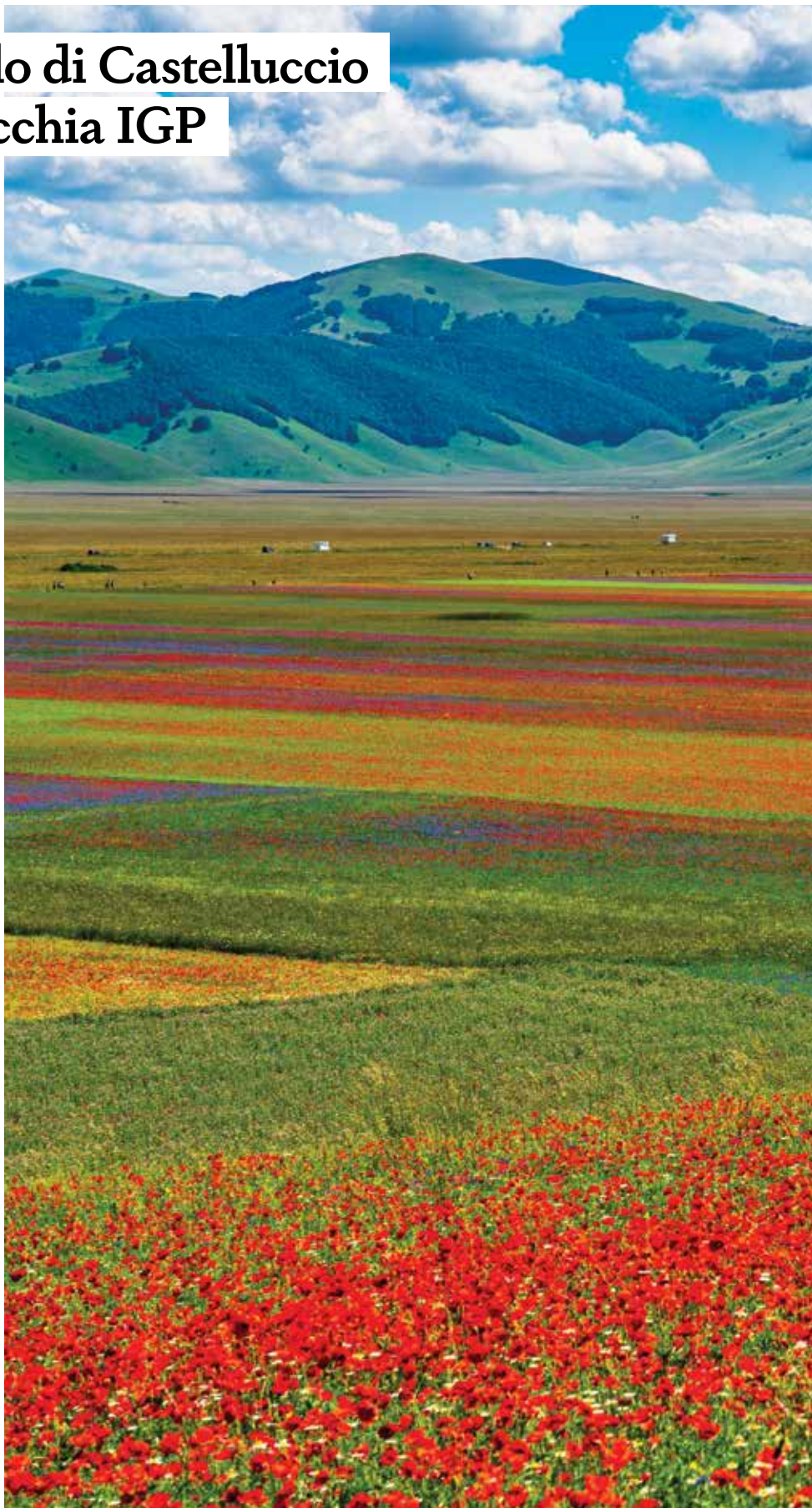
Ricche di sapore e di valori nutrizionali, la loro fioritura che domina l'altipiano è uno degli spettacoli naturali più belli che si possano ammirare, prima che diventino protagoniste della tavola in inverno

di **GABRIELE MERLO**

Salendo da Norcia verso la piana di Castelluccio, in quel piccolo angolo di Umbria che s'insinua nelle Marche, si ha l'impressione di entrare in un altro mondo, un microcosmo contadino, dove il tempo sembra essersi fermato e l'uomo e la natura sono un tutt'uno. In questo universo sospeso tra i monti e il cielo cresce da secoli un legume che qui è il simbolo di un patto tra l'uomo e la terra, la Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP.

Originaria dell'Asia Minore, la lenticchia è una pianta che ha sempre accompagnato la storia dell'umanità, tanto da essere menzionata nel Libro della Genesi. Anche in Umbria la lenticchia può vantare una storia antichissima, sono infatti stati ritrovati dei semi di lenticchia nella zona di Castelluccio, in tombe neolitiche risalenti al 3000 a.C., che dimostrano la sua coltivazione sin dalle origini della civiltà agricola umbra.

La Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP si riferisce al seme secco degli ecotipi locali della specie leguminosa *Lens culinaris*. I semi appaiono molto piccoli, appiattiti e tondeggianti, dalla buccia fine e di colore variabile dal verde screziato al marroncino chiaro, con presenza anche di semi tigrati. La pianta della lenticchia è una leguminosa dal ciclo annuale con un'altezza che va dai 20 ai 40 centimetri, dagli steli e rami glabri, i fiori sono piccoli e di colore bianco con sfumature celeste, i baccelli contengono da uno a tre semi tondeggianti.





→
Pulitura delle lenticchie
a Castelluccio di Norcia



Le Cooperative e l'IGP

Ad oggi non esiste un Consorzio di Tutela che protegga, valorizzi e faccia conoscere la Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP; questo compito è affidato a due Cooperative e ad alcuni coltivatori privati non associati. Queste realtà coltivano, assieme alla lenticchia, altre varietà di legumi e cereali, come farro, roveja, cicerchia e orzo; il metodo di semina avviene nel pieno rispetto ambientale, e le tecniche di produzione si rifanno a quelle tradizionali.

Grazie alla tipicità territoriale del prodotto e agli antichi metodi di produzione, dapprima nel 1997 e poi definitivamente del 1999, l'Unione Europea ha conferito alla Lenticchia di Castelluccio di Norcia il marchio IGP, che, con grande sforzo e passione, viene tutelato dalle Cooperative.

Nello e Nicholas Perla sono a capo di una delle due Cooperative, la Cooperativa Lenticchia di Castelluccio di Norcia, e ci confermano che: «Nel corso degli anni gli ettari investiti a lenticchie sono aumentati, ad oggi i soci della nostra cooperativa coltivano circa 100 ettari di lenticchie con una produzione complessiva di circa 650-700 quintali. I trend produttivi, sebbene legati alla stagionalità, auspicano una crescita della domanda di questo prodotto nei prossimi anni, soprattutto legata all'esportazione».

IL TERRITORIO

La zona di coltivazione della Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP è l'altopiano di Castelluccio che si estende per circa 20 chilometri quadrati di superficie e ricade, per la parte del Pian Grande e del Pian Piccolo, nel comune di Norcia in Umbria e, per la parte del Pian Perduto, nel comune di Castelsantangelo sul Nera nella regione Marche. Il territorio di produzione è situato ad un'altitudine media di 1400 metri sul livello del mare e giace interamente all'interno del Parco Nazionale dei Monti Sibillini.

L'altopiano di Castelluccio, chiamato anche Piani di Castelluccio, rappresenta il fondo di un lago prosciugatosi nell'era preistorica per il manifestarsi di fenomeni carsici, ed è circondato da diverse vette, tra le quali spicca la sagoma del Monte Vettore. I piani carsici sono costituiti da un terreno di tipo franco-argilloso, ricco di sostanza organica, adatto alla coltivazione della pianta della lenticchia.

La conformazione dell'altopiano accentua alcune caratteristiche del clima umbro, con inverni molto rigidi, innnevamento continuo da fine novembre a marzo e gelate primaverili che si protraggono fino all'inizio di giugno, l'estate risulta solitamente molto calda con eccessi termici dovuti anche all'altitudine che aumenta l'incidenza delle radiazioni UV. Grazie a queste condizioni climatiche piuttosto rigide, la Lenticchia di Castelluccio di Norcia

IGP è l'unico legume che non ha bisogno di essere trattato per la conservazione perché non viene attaccata dal tonchio, insetto parassita le cui larve si nutrono dei legumi.

Dal punto di vista turistico, il periodo migliore per visitare questo suggestivo territorio è senz'altro la fine del mese di giugno, quando si festeggia la "Fiorita del Pian Grande". Nei giorni che precedono l'estate fino a metà luglio, i Piani di Castelluccio si colorano con i fiori che sbocciano e regalano un'esplosione di sfumature uniche e diverse di volta in volta: il giallo della senape e della colza, l'azzurro dei fiordalisi, dei ciclamini e delle genzianelle, il rosso dei papaveri e il bianco del fiore della lenticchia. La vivacità dei colori si fonde magicamente al verde del manto erboso, regalando agli spettatori uno scenario unico al mondo e difficile da descrivere a parole.

COLTIVAZIONE E PRODUZIONE

La tecnica culturale della Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP è quella tradizionale, in uso da centinaia di anni, che prevede siano effettuate operazioni di aratura ed erpicatura all'inizio della primavera, quando il manto nevoso si scioglie; la semina invece avviene dalla metà di marzo alla metà di maggio, a cui fa seguito il processo di rullatura dei campi per facilitare la germinazione. Da questo momento, fino alla raccolta, la lenticchia ha bisogno solo di pioggia.

Il periodo di maturazione della lenticchia termina con lo sfalcio o “carpitura”, da fine luglio alla prima metà di agosto. Nel passato questa operazione veniva fatta totalmente a mano dalle “carpirine”, paragonabili alle mondine delle risaie, oggi si è passati all’uso della falce e delle falciatrici elettriche.

Le piante falciate vengono lasciate a essiccare nel campo per alcuni giorni, raccolte in piccoli mucchi disposti su file parallele. Quando le piante di lenticchia sono sufficientemente secche vengono portate con i trattori all’aia, una particolare zona del Pian Grande dedicata alla trebbiatura, dove sono raccolte in grandi mucchi e coperte con teli per proteggerle dalle piogge. Un tempo la trebbiatura veniva fatta manualmente attraverso le antiche operazioni di “trita” e “scamatura”, oggi si preferisce la trebbiatura con la mietitrebbia o con la trebbia a cintone.

La successiva fase di pulitura o “conciatura”, che ha lo scopo di togliere gli altri semi, la pula e le altre impurità dalla lenticchia, può essere fatta manualmente o attraverso appositi macchinari. L’ultima fase della lavorazione della lenticchia è quella del confezionamento che deve avvenire in sacchetti di juta e in confezioni di cartone o di plastica.

La produzione di Lenticchia di Castelluccio di Norcia IGP consentita per ettaro dal disciplinare è di massimo 800 chilogrammi.

IL TERREMOTO E LA LENTICCHIA

Lo sciame sismico del 2016 ha ridotto in macerie il paese di Castelluccio di Norcia ma i coltivatori e i produttori della Lenticchia di Castelluccio IGP non si sono mai fermati e, in tutti questi anni, hanno sempre garantito la presenza del tradizionale legume che accompagna le festività di fine anno.

Ancora oggi questo territorio mostra le evidenti cicatrici del terremoto, Castelluccio di Norcia è ancora parzialmente distrutto, inaccessibile, i paesi limitrofi spopolati, le piccole comunità rimaste costrette a vivere nei prefabbricati, eppure, anche se la vita è cambiata, rimangono e perdurano le tradizioni, il lavoro e la quotidianità. Chi vive in questi luoghi li ama profondamente e sente il dovere di preservarli e farli conoscere, cosicché, anche semplicemente gustando un piatto di lenticchie coltivate con fatica, chi è lontano da questo piccolo angolo verde e lo ha ammirato almeno una volta, si possa ricordare della sua sincera bellezza. ♦

ZUPPA DI LENTICCHIE ALLA CASTELLUCCIANA

Ricetta tratta dal sito: www.lenticchiaigpcastelluccio.it

INGREDIENTI PER 4 PERSONE

- 350 grammi di Lenticchie di Castelluccio di Norcia IGP
- 1 costa di sedano
- 1 spicchio d'aglio
- Olio EVO
- Sale fino
- 8 mezze fette di pane tostato

PROCEDIMENTO

1. Mettere le lenticchie in una pentola, aggiunge acqua fredda quanto basta per coprirle bene, lo spicchio d'aglio e la costa di sedano tagliata a cubetti.
2. Portare a ebollizione a fiamma vivace, quindi abbassare la fiamma in modo che l'acqua bolla lentamente.
3. Dopo circa 30-40 minuti di bollitura aggiungere il sale e portare le lenticchie a fine cottura facendo rimanere un po' d'acqua; se dovesse servire, aggiungere altra acqua calda.
4. Mettere in una scodella due fette di pane tostato e versare la zuppa di lenticchie, attendere una decina di minuti, aggiungere un cucchiaino di olio EVO e servire.

ABBINAMENTO

Preparazione antichissima, semplice, verace, come gli abitanti di questo piccolo angolo verde tra Umbria e Marche. Non si tratta di un piatto particolarmente strutturato, ma è capace di riportare alla mente le tradizioni ancestrali legate a un prodotto e a un territorio. La notevole tendenza dolce delle lenticchie, la succulenza della zuppa, l'aromaticità del legume, del pane e dell'aglio, una punta di untuosità devono essere abbi-

nate con maestria da un vino che sia semplice, poiché la zuppa non possiede notevole struttura, ma non banale, dotato di freschezza, golosità, moderata alcolicità e di un delicato tannino.

La scelta per un perfetto matrimonio regionale tra questo piatto tradizionale e un vino territoriale, è ricaduta sul **Narni IGT Ciliegiole 05035 di Leonardo Bussolotti**. Un vino rosso capace di esprimere semplicemente la fresca dinamicità e la rusticità elegante del vitigno ciliegiole.

Il primo vino rosso creato in azienda porta il nome del codice d'avviamento postale del paese di Narni, è ottenuto da uve ciliegiole, provenienti da due vigneti coltivati in regime di agricoltura biologica a San Gemini, uno in località Colle Ozio, l'altro a Colle Pizzuto. I terreni, di tipo argilloso calcareo a medio impasto, si trovano a 230-290 metri sul livello del mare. La fermentazione avviene spontaneamente; dopo la svinatura il vino matura in acciaio inox sui suoi depositi fini per circa 6 mesi. Dopo l'imbottigliamento, il 05035 riposa in cantina per ulteriori 1-2 mesi.

Uno scintillante rosso porpora è il preludio che rivela l'identità di questo vino. Il bouquet olfattivo esprime nette percezioni di ciliegia e geranio. All'assaggio è slanciato, puntualmente fresco e dal sottile tannino, assolutamente coerente nel finale con quanto percepito all'olfatto. Diretto, scorrevole e di facile comprensione, le caratteristiche di cui necessita la Zuppa di lenticchie alla castellucciana per poter essere meritatamente accompagnata.



Cristiano Garella: la leggerezza è la chiave di tutto

Enfant prodige dell'enologia piemontese, Cristiano Garella oggi collabora con diverse aziende seguendo una sola filosofia: minimo intervento, in vigna e in cantina

di **PAOLO VALENTE**

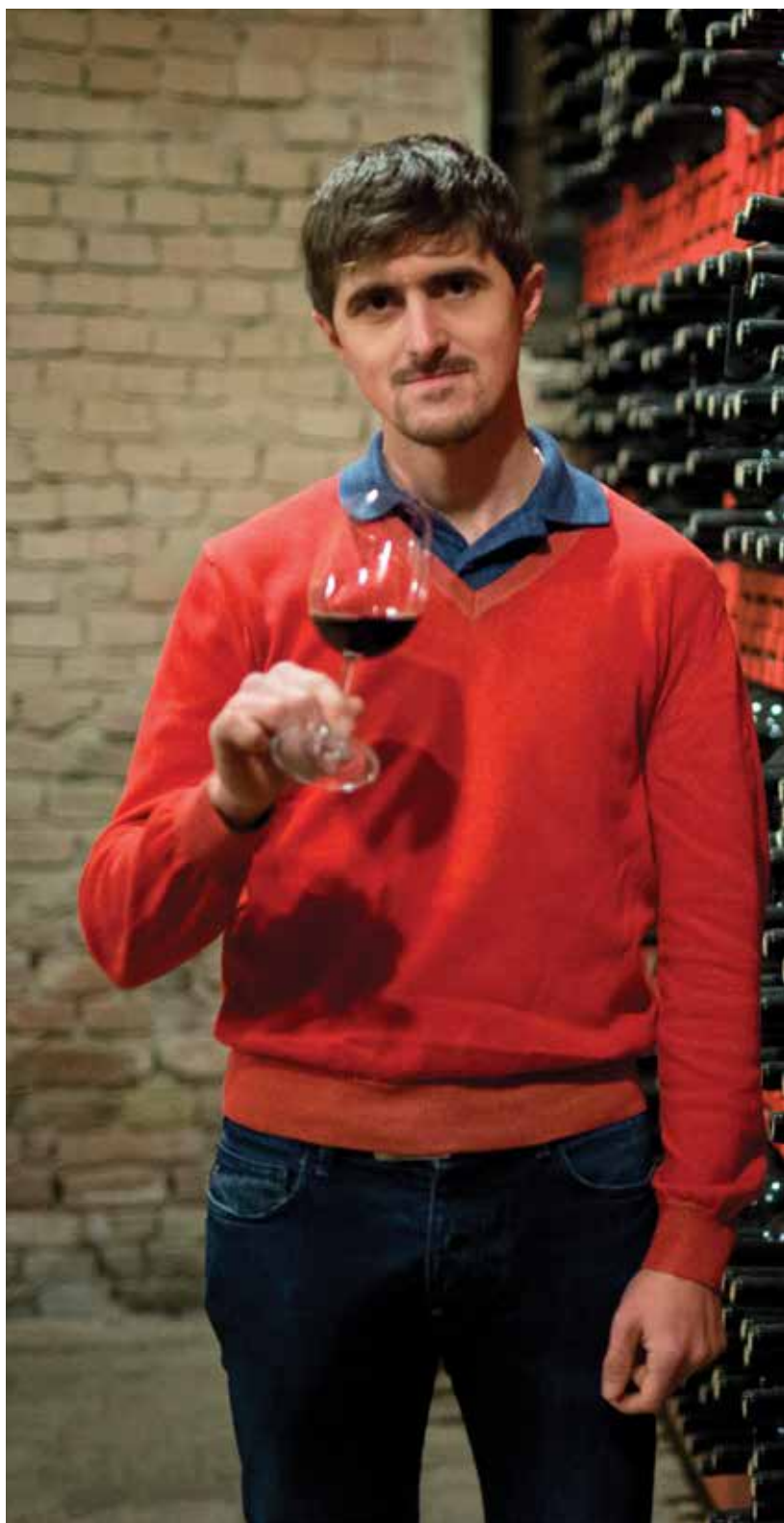
Nato in Piemonte nel 1984, Cristiano Garella si avvicina fin da piccolo al mondo del vino diventandone appassionato interprete. Una impegnativa e gratificante esperienza lavorativa lo forma e gli consente di intraprendere la professione di enologo consulente quando è solamente trentenne. I suoi vini hanno ricevuto numerosi riconoscimenti sia a livello nazionale che internazionale.

Raccontaci un po' di te.

Mi sono avvicinato al mondo del vino intorno ai dodici, tredici anni: la prima vendemmia nel 1998 con Giuan, un anziano vignaiolo che ho seguito fino al 2003. Ho iniziato il corso di Enologia all'Università di Torino e Alba e nel 2006, quasi al termine, sono stato chiamato da Tenute Sella; mi mancavano 3 esami, gli stessi che mi mancano ancora oggi. Ho lavorato per loro fino al 2013 come direttore, agronomo ed enologo; è stato un capitolo importante per la mia vita professionale.

Nel 2003, alla morte di Giuan, era iniziata, con mio fratello Daniele, l'avventura dell'Azienda Agricola Garella; nel 2009 iniziai la collaborazione con una piccola realtà dell'Etna viste le analogie con l'Alto Piemonte in termini di finezza, acidità, estrazioni e, purtroppo, problemi di peronospora. L'anno dopo, il 2010, con la famiglia Colombera, abbiamo creato Colombera & Garella e poi, con una compagine variegata di soci, ho costituito l'azienda Le Pianelle; entrambe le realtà sono diventate, per me oggi, progetti chiave.

Quando poi ho lasciato Tenute Sella, ho iniziato a collaborare con tante persone di varie aziende, alcune minuscole da solo 500 bottiglie altre più strutturate: Boniperti a Barengo, Crotin a Mareto d'Asti, Ioppa a Ghemme, Frecciarossa in Oltrepò Pavese, solo per citarne alcune.



Credo che per essere
un bravo enologo si debbano
assaggiare tanti vini buoni, vini
in grado di trasmettere emozioni





Piemontese di nascita
e di formazione,
il vitigno preferito
di Cristiano non può
che essere il nebbiolo

Si sente tanto parlare di agricoltura di precisione, è possibile applicare lo stesso concetto anche all'enologia?

Il punto chiave di tutto è come si interpreta un terroir e come lo si gestisce, nella sua accezione più classica. L'agricoltura e l'enologia di precisione devono andare di conseguenza con la consapevolezza del terroir. Occorre ragionare su cosa si può fare senza stravolgere le carte in tavola rispetto a quello che il territorio offre. Il nostro intervento, come enologi, deve avere un peso inferiore a quello del luogo dove produciamo e delle persone con cui lavoriamo. La chiave di tutto è la leggerezza. Minimo intervento in vigna per quanto riguarda i trattamenti e minimo intervento in cantina. Sopprimerli agli errori è sempre una mancanza. Il lavoro di qualità in vigna deve essere per forza seguito da un lavoro di consapevolezza, precisione e leggerezza in cantina. Spesso sono solo parole ma questo è veramente quello che fa la differenza: esprimere il luogo in cui produciamo è l'unica arma che abbiamo per diventare insostituibili. Tutti sono in grado di fare un vino buono in qualsiasi parte del mondo, l'importante è saper trasmettere il luogo, altrimenti qualcun altro potrà fare la stessa cosa.

Tutto questo come si concilia con il cambiamento climatico?

Il global warming è un problema importante e impattante se si opera in zone vitivinicole calde come, per esempio, l'Oltrepò Pavese; lo è molto di meno, anche se permane, in zone più fresche come l'Alto Piemonte.

Non si può più far riferimento a quanto fatto negli anni precedenti; stiamo vivendo annate molto diverse l'una dall'altra e dobbiamo essere elastici sia dal punto di vista viticolo che enologico. Lo scorso anno è stata un'annata siccitosa mentre

quest'anno, in Alto Piemonte, da aprile a giugno sono caduti 600 mm di acqua. Se avessimo agito nello stesso modo avremmo fatto dei danni. Serve ragionare puntualmente su quello che sta accadendo rimanendo flessibili anche in termini di data della vendemmia.

Quali possono essere le azioni di contrasto da mettere in atto?

Occorre salire di altitudine dove si può, piantare in versanti che in passato erano considerati non vocati, mantenere i grappoli più coperti, utilizzare reti antigrandine anche per gestire l'ombreggiamento e per avere una chioma più compatta. La grandine, purtroppo, è diventata una costante; può danneggiare al 30% o al 90% ma quasi sicuramente colpirà e proteggersi è diventato un obbligo. Le reti non azzerano i danni ma li riducono; ti faccio un esempio: la scorsa stagione una vigna non protetta ha perso dal 90 al 95% della produzione mentre quella confinante, protetta, ha avuto danni tra il 50 e il 55%.

Cosa significa essere enologi oggi?

Veramente non l'ho ancora capito! Credo voglia dire essere in grado di mettersi in secondo piano; il nostro peso, la nostra influenza, deve essere fortemente inferiore a tutto quello che ci sta attorno, dal territorio alle persone. Quindi vuol dire anche accettare il fatto di non poter lavorare con tutte le aziende magari anche solo perché non si condividono gli obiettivi o i mezzi per raggiungerli. Occorre maggiore consapevolezza e rispetto dei ruoli reciproci. Oltre a questo, credo che per essere un bravo enologo si debbano assaggiare tanti vini buoni, vini in grado di trasmettere delle emozioni in modo da migliorare il palato e cercare di portare nel bicchiere analoghe sensazioni.

Qual è la tua filosofia produttiva?

In sintesi, è quella di far esprimere il territorio. Se sono in un luogo benedetto dove c'è un vigneto di qualità, io devo esaltare quel vigneto. Può essere che all'inizio del percorso non sia in grado di farlo perché occorre ancora capirne le peculiarità ma pian piano devo essere in grado di lavorare con quello che ci dà la vigna, lieviti compresi, l'uso degli indigeni rappresenta un salto di qualità. Poi fermentazioni a grappolo intero per avere maggiori tannini e maggiori sensazioni fruttate, gestione delle fecce per controllare le riduzioni e avere più frutto, miglioramento nell'uso della solforosa per il contenimento delle ossidazioni. Nel nebbiolo, ad esempio, siamo in grado di andare in bottiglia con solo due travasi e dosi minime di solfiti.

Dunque, non sei un nemico della solforosa?

Non sono in grado di essere contro la solforosa, almeno per adesso. È ancora un'alleata quasi indispensabile; ad oggi, per me, fare vini senza solforosa significherebbe dare alla scelta tecnica un peso superiore a quello del territorio di provenienza.

Quali sono stati gli incontri fondamentali per il tuo percorso professionale?

Sicuramente Giuan, un signore che aveva 88 anni quando io ne avevo 13. Mi ha insegnato a vinificare e a lavorare in vigna. Mi viene da sorridere quando penso che mi ha forzato a bere vino, nella sua cantina e nelle sue vigne era vietato bere acqua. Tagliando l'erba o facendo i trattamenti non potevi bere altro che vino...

Luigi Veronelli, sia negli incontri di persona che attraverso i suoi scritti: una persona che ho frequentato poco ma che mi ha fatto pensare molto. Bartolo Mascarello e i grandi di Langa; sono stato, e lo sono ancora, nonostante punti di vista talvolta distanti, molto legato a Enzo Boglietti che, con i modernisti, mi ha insegnato ad avere un altro punto di vista; che ci sono tante vie possibili per esprimere un terroir.

Infine, non posso dimenticare la famiglia Sella, in particolare Sebastiano, Gioacchino, Gaudenzio e Giacomo: quando li ho incontrati per la prima volta avevo 22 anni e mi hanno messo in mano l'azienda. Da loro ho ricevuto tanto e mi hanno permesso di imparare molto.

Qual è stata la tua migliore intuizione?

Direi che è stata quella di non travasare i grandi vini a base nebbiolo dell'Alto Piemonte per far sì che mantenessero un maggior frutto e un miglior equilibrio con il legno come, ad esempio, nei primi "Omaggio a Quintino Sella".

Sono anche molto legato al vino di Frecciarossa "Anamari" che mi ha permesso di lavorare in uvaggio con i vitigni classici dell'Oltrepò Pavese. All'inizio della mia storia da assaggiatore, quindi tra i 14 e i 16 anni ho avuto modo di confrontarmi con alcuni dei produttori storici dell'Oltrepò: dal Barbacarlo

al Gaggiarone, sono stato abituato a bere Oltrepò Pavese rosso riserva e, in questo caso, ho avuto la fortuna di lavorare su un vigneto molto vecchio con l'uvaggio vespolina, barbera, croatina e uva rara per tornare a esprimere un terroir in un altro modo. Non so se sia un'intuizione ma ci sono molto legato.

Qual è il punto di forza dell'enologia italiana e quello che gli stranieri invidiano?

Sicuramente la ricchezza in termini di vitigni e di interpretazioni del territorio. Se facciamo un viaggio in Germania, in Spagna o in Francia possiamo constatare come dieci o quindici vitigni coprano la totalità del vino interessante di quei paesi. Invece in Italia ci sono un'infinità di vitigni interessanti che esprimono diversamente zone molto diverse tra loro. Questa ricchezza di vitigni abbinata alla morfologia del territorio, a livello viticolo, è un valore enorme.

A livello enologico, invece, il mondo è franco-centrico e l'Italia è rimasta, per tanti anni, un po' indietro; sicuramente all'estero ci riconoscono alcune zone storiche come, ad esempio, Barolo ma l'enologia italiana non gode di una fama imperitura come invece accade per la viticoltura.

Quali sono i tuoi prossimi progetti?

Il primo progetto, se vuoi generico, è quello di continuare a imparare. La fortuna di lavorare in diverse aziende mi consente di imparare ogni anno un pezzettino in più.

Andando più sullo specifico, stiamo facendo alcune prove

di innesto. Piantiamo un vigneto con i soli portainnesti e poi innestiamo gemme di materiale antico prelevandole da vigneti storici dove scegliamo le piante più belle ed esenti da virus.

Questo è uno dei pochi modi che abbiamo per evitare di depauperare ulteriormente il nostro patrimonio genetico e di superare le malattie che spesso si trovano nelle barbatelle, una per tutte il mal dell'esca. L'innesto diretto senza passare dal vivaista, a livello enologico, ci consente

di esprimere ancora di più l'imprinting del territorio, oltre a consentirci di comprendere meglio il vitigno.

A proposito di vitigni, prediligi quelli autoctoni o gli internazionali?

Non ho nulla contro i vitigni internazionali anche se non vi ho mai lavorato se non in rari casi; credo però che in un territorio storico i vitigni tradizionali abbiano basi più solide. Ovviamente parlo di vitigni autoctoni nell'accezione più ampia; il pinot nero in Oltrepò Pavese credo possa essere definito, se non autoctono, quantomeno adattato all'ambiente.

Qual è il tuo vitigno preferito e perché?

Non posso non dire nebbiolo. Ci sono i vitigni e poi c'è il nebbiolo. Ci sono tante altre varietà che mi piacciono ma quando hai la fortuna di lavorare con il nebbiolo diventa impossibile tornare indietro. ♦

L'Italia si
contraddistingue
per la ricchezza
in termini di vitigni
e di interpretazioni
del territorio

Manerba Brewery: il birrificio con taproom annessa o viceversa

L'idea era valida
fin dall'inizio, ovvero
creare allo stesso tempo
azienda di produzione
e locale di mescita.
Ed è anche per questo che
Manerba Brewery è
una solida realtà dal 1999,
ma poi ci sono le birre,
la costanza qualitativa
e lo spirito di ricerca

di MAURIZIO MAESTRELLI

Nel 1999 esistevano già alcuni birrifici artigianali ma la febbre della birra non pastorizzata era ancora di là da venire. Aprirne uno era dunque una bella sfida che presentava molti rischi e poche certezze. E se a questo aggiungiamo che l'idea era balenata a una persona che apparteneva a una delle famiglie storiche della viticoltura sulle sponde lombarde del lago di Garda, quindi già impegnata sul fronte della produzione e della vendita di vino e olio, la sfida poteva sembrare quantomeno strana. Eppure Sandro Avanzi, erede di quel Giovanni che nel 1931 fondò l'omonima attività, della sfida aveva il gusto e sulla sfida aveva le idee molto chiare. Nel 1998, un giro di visite a birrifici già operativi in Trentino lo aveva convinto a provarci ma, evidentemente consapevole che, oltre a fare un buon prodotto si deve poi trovare anche il modo di venderlo, aveva preso una decisione. Il birrificio si sarebbe fatto ma, allo stesso tempo, si sarebbe fatto anche un locale dove la gente avrebbe potuto mangiare e bere le future birre. La Manerba Brewery, a Manerba del Garda in provincia di Brescia, nasce così e ancora oggi ristorante e birrificio sono separati da grandi vetrate. A dire il vero, per essere affidabili cronisti, nasce Orso Nero ma questo nome scompare presto, rimanendo solo come effigie nel logo della nuova azienda. La produzione è inizialmente affidata a un certo Friemer, poi è il turno di Maurizio Cancelli, nome noto nel giovane ambiente artigianalbirrario, ma è nel 2009 con l'arrivo di Alfredo Riva che le birre di Manerba Brewery iniziano a farsi notare davvero, ottenendo medaglie in diversi concorsi e allargando la fama del birrificio anche al di fuori del territorio bresciano. Il 2017 è l'anno dell'affiancamento a Riva di Federico Conta, giovane dai modi ineccepibili ma dalla volontà ferrea. Il suo percorso di avvicinamento alla birra è una serie di occasioni colte al volo, dagli studi con Slow Food all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, al volontariato in qualsiasi festival o quasi, dal lavoro nei pub milanesi come Pizzeria, dove per la prima volta gli si aprono le porte della bevanda spumeggiante, agli stage in birrifici semilegendari come il belga Cantillon. Dal 2021, guida da head brewer il birrificio proseguendo e affinando il lavoro dei suoi predecessori: le sue sono birre pulite, senza cedimenti, fragranti nei profumi e solide nel gusto. Il 40% della produzione prende la strada della taproom, il termine con cui si identifica un locale di mescita annesso a un birrificio, che nel frattempo è cresciuta a dismisura raggiungendo i trecento posti a sedere ai quali si devono sommare gli altrettanti nel giardino esterno, ma ben l'80% della birra viaggia in fusto mentre il resto è in bottiglia e qualche iniziale sperimentazione in lattina.

«La nostra filosofia produttiva», spiega Conta, «è centrata su birre stabili e pulite. Ci prendiamo il tempo necessario per la maturazione, non usiamo chiarificanti e nemmeno filtri di qualunque sorta o centrifughe. Gli ingredienti li selezioniamo con cura, anche grazie al fatto che, essendo un po' più grandi per dimensioni rispetto alla media italiana, abbiamo più possibilità di scelta».



Manerba Brewery

ANNO DI FONDAZIONE
1999

BIRRIFICIO

Via Trevisago, 19
Manerba del Garda
(Brescia)

manerbabrewery.it
info@manerbabrewery.it

La taproom ha
trecento posti a
sedere ai quali si
devono sommare
gli altrettanti nel
giardino esterno





Gli ingredienti possono essere selezionati con grande cura grazie alle dimensioni più grandi rispetto alla media dei birrifici artigianali italiani

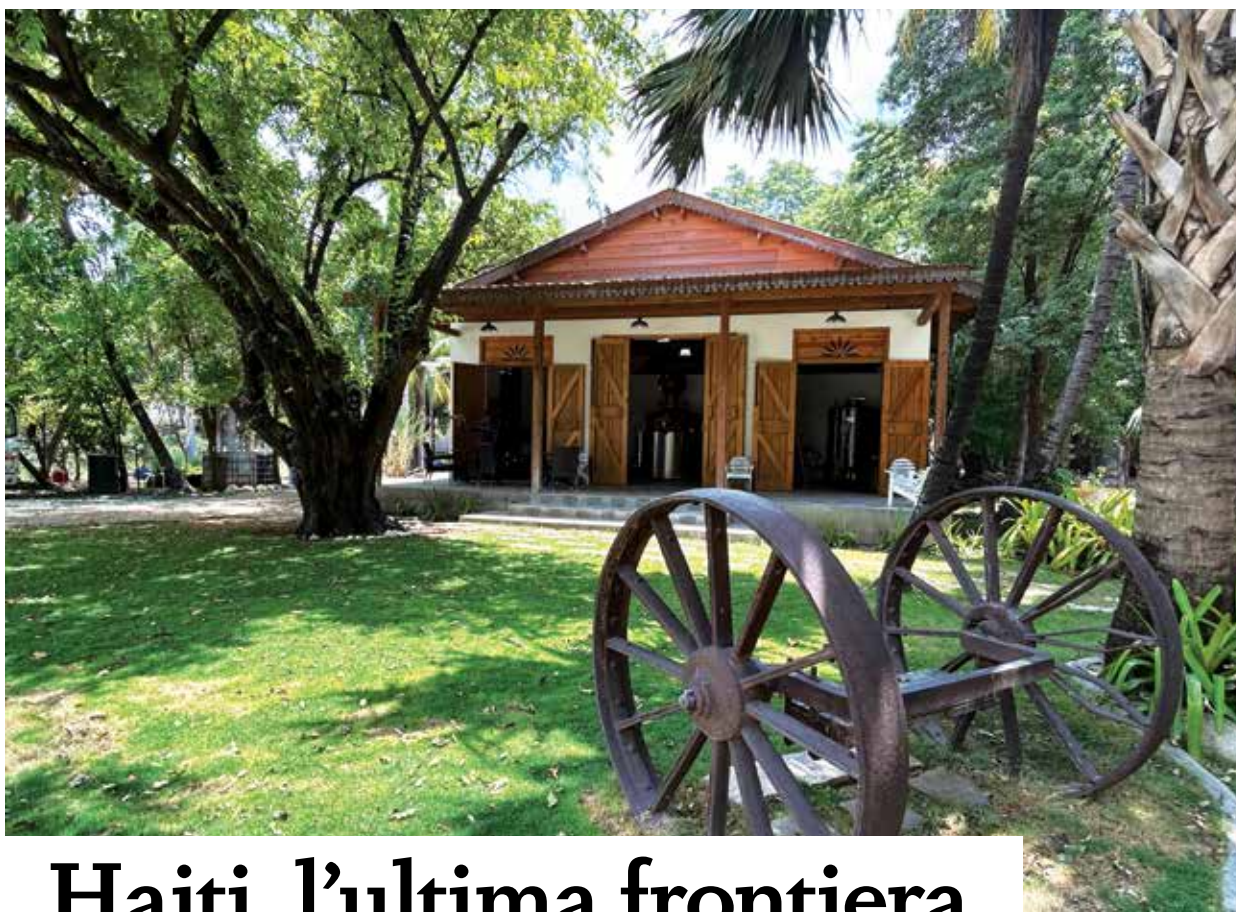


Il risultato sono birre da bere senza tema, mai stancanti, mai esagerate. Insomma, di quelle che nel bicchiere scompaiono presto. La solidità aziendale, il chiaro successo del locale e le “spalle coperte” garantiscono ovviamente serenità sul lavoro e possibilità di coltivare ricerca e sviluppo. «Stiamo lavorando a una Italian Grape Ale con mosto di Lugana, che è il vitigno principe del nostro territorio», prosegue Conta, «ma è presto per dire quando con esattezza vedrà la luce. Stiamo facendo dei test, quello che posso dire è che molto probabilmente sarà una tripel. Poi, certo, il mio sogno nel cassetto sarebbe quello di dare vita a una vera e propria linea di IGA legate ai vitigni coltivati da Cantine Avanzi. Vedremo...».

Certo, a Cantine Avanzi i vitigni non mancano: trebbiano di Lugana ma non solo, anche groppello, rebo e barbera solo per citarne pochi altri. C'è l'imbarazzo della scelta e nel birrificio, con Conta alla produzione e Francesco Avanzi alla gestione, le idee non sembrano mancare. Ventiquattro anni di vita per un birrificio artigianale italiano sono già una bella prova di longevità nel mare affollato di proposte “craft” nazionali e internazionali. La scelta fatta a suo tempo da Sandro Avanzi, ovvero quella di aprire produzione e mescita contemporaneamente e in prossimità, è stata quantomeno lungimirante considerato che attualmente quella della taproom e dei locali “controllati” da birrifici è la strada intrapresa da molti per ovviare alle difficoltà distributive di vario genere. Tuttavia non ci si deve, almeno a nostro avviso, far sviare dalla semplice equazione produzione-vendita diretta per comprendere il successo di Manerba Brewery. Questo successo è soprattutto dovuto alla qualità delle birre, certificata in anni e anni di piazzamenti nei concorsi (a vincere una medaglia si fa anche presto, per ripetersi si deve invece avere della stoffa) e alla scelta di puntare su prodotti facili da bere. Che poi le cosiddette birre facili sono sempre le più difficili da fare, quelle dove l'equilibrio è questione di millimetri, o di grammi se volete o anche di temperature e tempi. Insomma, per durare quasi un quarto di secolo, riempire un locale di dimensioni ragguardevoli e vincere in Itali o in Germania devi essere bravo. Sia a livello tecnico sia sotto il profilo creativo. E, a Manerba Brewery, potete scommetterci, lo sono davvero. ♦



Se c'è un filo conduttore tra tutte le birre prodotte da Manerba Brewery quello è la pulizia, che tradotto in termini meno birrari significa facilità di approccio, grande bevibilità, fragranza aromatica e, in termini più tecnici, un adeguato tempo di maturazione evitando filtri o centrifughe. Tra tutte le birre forse la più nota è la **Luppululà**, una Italian Pilsner da 5,2% vol prodotta con luppoli tedeschi e per decozione. Elegante, ricca di note erbacee, speziate e floreali rivela grande equilibrio al primo sorso con la giusta quantità di amaro che ne impone rapidamente un secondo. Da non perdere letteralmente è la pluripremiata **Weizen**, perfetta interpretazione del tradizionale stile bavarese. Stessa gradazione alcolica della Luppululà, la Weizen si differenzia ovviamente per ingredienti, il malto di frumento, e per il profilo organolettico fruttato e speziato, un sorso pieno, la giusta carbonazione e la grande freschezza finale. Un palmares di tutto riguardo, ottenuto nei concorsi birrari più importanti e in anni diversi, è poi la **Fiordalisa**, una blanche da 5% vol dalle note agrumate e speziate; scorza d'arancia, coriandolo e frumento non maltato garantiscono un sorso oltremodo dissetante. Menzione d'onore infine per la **Garda, West Coast Ipa**, da 5,8% vol e dalle note balsamiche e agrumate ben delineate, intriganti ma non stancanti e per la **Cucunera**, una bock da 7% vol ambrata e con un bouquet dal quale emergono ricordi di caramello, pane tostato e nocciola.



Haiti, l'ultima frontiera del rum

Haiti è una “capsula del tempo”, preziosa e fragile. Una nazione a lungo isolata, ostacolata da una storia politica travagliata e colpita da calamità naturali, i terremoti del 2010 e del 2021, che tuttavia rappresenta un unicum sotto tanti punti di vista. Incluso quello del distillato di canna da zucchero che qui porta un nome “musicale”, il clairin

di MAURIZIO MAESTRELLI

IL nome Hispaniola forse oggi non dice molto, tranne forse costringendoci ad attingere a qualche reminiscenza storica studentesca. È quello dell'isola dove sbarcò Cristoforo Colombo il 4 dicembre 1492 e dove fu fondata la prima colonia europea del Nuovo Mondo. Oggi quasi nessuno la chiama con il nome che lo stesso Colombo le diede rivendicandone il possesso alla corona spagnola, ma si parla di lei come di due entità separate, quali in realtà sono: Repubblica Dominicana o Santo Domingo e Haiti. Due facce, diversissime, della stessa medaglia. Se infatti Santo Domingo è presente in tutti i cataloghi dei tour operator che lavorano nei Caraibi, negli stessi è impossibile trovarvi Haiti. La metà occidentale di quest'isola delle Antille seconda solo a Cuba per dimensioni ha una storia

piuttosto travagliata: colonia francese tra le più preziose per la produzione di cacao, caffè, canna da zucchero ma anche cotone e indaco fondò a lungo la sua economia sugli schiavi africani portati a lavorare, e molto spesso a morire, nelle piantagioni governate dai bianchi. Nel 1790 Haiti poteva contare su una popolazione di poco superiore al mezzo milione di abitanti, appena trentamila dei quali erano bianchi europei. Una situazione in effetti del tutto simile a quella di altri territori conquistati dopo la “scoperta” di Colombo ma che in Haiti prese una piega imprevista e, soprattutto, mai più replicata nel corso della storia mondiale. Nel 1791 infatti scoppiarono le prime rivolte, appena due anni dopo i ribelli applicarono la dichiarazione francese sui diritti



dell'uomo, che sostanzialmente affrancava tutti gli schiavi, e nel 1805 veniva approvata la Costituzione all'interno della quale si dichiarava che "la schiavitù è abolita per sempre". Esattamente sessant'anni prima degli Stati Uniti. La vittoria degli schiavi haitiani ebbe tuttavia un prezzo: preoccupati che il fuoco della ribellione potesse espandersi ad altre colonie, Haiti fu tagliata fuori dalle rotte commerciali e da qualsiasi influenza europea. La sua storia politica e la sua evoluzione economica fu di conseguenza lenta e travagliata, attraversata da un lungo periodo di dittatura, François Duvalier meglio noto con il nomignolo di Papa Doc la governò con pugno di ferro dal 1957 al 1971 e a seguire fu il figlio Jean-Claude a raccoglierne il testimone fino alla rivolta popolare del 1986, e afflitta da calamità naturali come lo spaventoso terremoto del 2010, che fece più di duecentomila morti, e quello recente del 2021.



I clairin esprimono artigianalità, che si traduce in assaggi diversi a seconda della varietà di canna da zucchero, l'utilizzo in distillazione dello sciroppo o del puro succo, talvolta addizionato di erbe locali

Ancora oggi, avendola visitata su invito e in compagnia di Luca Gargano, patron di Velier, la genovese azienda leader nell'importazione di distillati da tutto il mondo, le difficoltà per gran parte del popolo haitiano non mancano. Ma non mancano nemmeno le ricchezze che, in parte anche in virtù del lungo periodo di isolamento, fanno di questo paese un gioiello prezioso. Una specie di ultima frontiera dove il tempo sembra essersi fermato alla rivoluzione. Per rendersene conto basta avere il coraggio e la tempra fisica per mettersi in viaggio da Port-au-Prince, la capitale, verso l'entroterra, percorrendo strade sterrate e, con la pioggia, fangose, attraversando piccoli villaggi nei quali manca tutto, l'elettricità, le fognature, l'acqua corrente, tranne il sorriso della gente e la loro incredibile voglia di vivere. Seminate tra la vegetazione, all'ombra di enormi alberi di mango, si possono scoprire le *guildive*, le piccole

I clairin assaggiati

Le differenze di terroir, di varietà di canna da zucchero impiegata e di tecnica di produzione danno vita a clairin molto diversi tra loro. Senza entrare nel merito degli invecchiamenti che pure sono oggi oggetto di sperimentazioni ma che, purtroppo, non

siamo riusciti ad assaggiare, basta mettere a confronto un **clairin Sajous** con un **clairin Le Rocher** per capire che ci si trova di fronte a due prodotti completamente diversi. Elegante, setoso, dalle spiccate note erbacee quello di Sajous, più intenso e com-

plesso quello di Le Rocher. Il primo esce dall'alambicco sui 55% vol, il secondo sfiora i 50% vol. Più o meno a metà strada si colloca il **clairin Casimir**, particolarmente aromatico, il **Sonson**, dalle caratteristiche note minerali, e il **Vaval**. Per quanto "bianchi" sono tutti

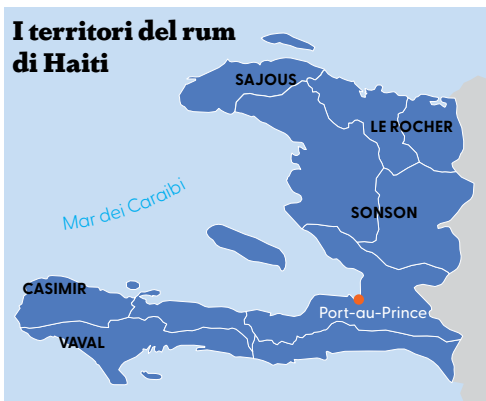
dei distillati che andrebbero, almeno per la prima volta, assaggiati in purezza per godersi appieno delle sfumature e di una incredibile ricchezza aromatica. Ma ovviamente funzionano molto bene anche in miscelazione: dal Mojito al Mai Tai.

distillerie a conduzione familiare che distillano il succo della canna da zucchero in alambicchi che un tempo appartenevano ai coloni francesi. È una tradizione che si trasmette di generazione in generazione e praticamente ogni villaggio ha la sua guildive. Per capire la differenza che passa tra Haiti e il resto dei Caraibi produttori di rum, basta sottolineare il fatto che qui sono in attività più di cinquecento alambicchi mentre in tutto il resto dei Caraibi le distillerie sono circa una quarantina. E qui il distillato non è chiamato rum ma *clairin*, termine che significa "chiaretto" e indica il colore cristallino del distillato.

Non c'è un solo clairin

Il clairin haitiano è un piccolo mondo antico, riportato alla luce per il pubblico internazionale in anni recenti grazie proprio a Gargano che nel mondo del rum è riconosciuto come uno dei più grandi esperti. Un mondo perché il clairin non è un monoprodotto, ogni distillatore infatti sceglie la propria strada per arrivare allo spirito finale. Le varietà di canna da zucchero sono diverse e ad Haiti sopravvivono alcune discendenti delle prime importate dagli europei: la *cristalline*, una canna particolarmente sottile ma ricca di zucchero che non è mai stata ibridata con altre varietà maggiormente produttive come è accaduto nel resto dei Caraibi, o come la *Hawaii*. E ci sono distillatori che lavorano il succo puro, altri lo sciroppo, ossia succo di canna da zucchero portato a ebollizione, al

I territori del rum di Haiti



Caratteristiche comuni sono la coltivazione biologica, la raccolta manuale, il trasporto a dorso di mulo, la non diluizione con acqua, la fermentazione di almeno centoventi ore e l'imbottigliamento a grado pieno

quale si aggiunge la *vinasse*, o la *vindange* come la chiamano in creolo, ovvero il residuo non alcolico che rimane nel pot still al termine della distillazione precedente, altri ancora il puro succo al quale però aggiungono erbe locali, tra cui l'anice e la citronella. La distillazione è sempre per alambicco discontinuo e i lieviti impiegati sono quelli presenti in natura. Ma ogni clairin ha la sua personalità e le sue caratteristiche organolettiche, tutti quelli assaggiati in questo viaggio tuttavia hanno dei parametri fissi: la coltivazione biologica, la raccolta manuale, il trasporto a dorso di mulo, la non diluizione con acqua e la durata della fermentazione, di almeno centoventi ore, e infine l'imbottigliamento. Che deve essere fatto a grado pieno e ad Haiti.

Le sorti del clairin di Haiti, riconosciuto oggi anche come presidio Slow Food, sembrano sorridere. Produttori come Michel Sajous e Béthel Romélus, della distilleria Le Rocher, stanno ottenendo il riconoscimento che meritano e le bottiglie di clairin appaiono con sempre maggiore frequenza nei cocktailbar italiani e non solo. Ma il clairin tradizionale, proprio perché finalmente arrivato a godere della luce dei riflettori dei media e degli appassionati, va oggi protetto con maggiore forza e convinzione per il motivo che la sua unicità da ultima frontiera del rum, anche se forse in effetti, guardandola da una prospettiva storica, si dovrebbe più correttamente parlare di "prima frontiera" del rum caraibico, è sinonimo anche di fragilità. ♦



Il Piacentinu Ennese DOP

È difficile non farsi attrarre dal colore giallo carico di questo formaggio siciliano. Spicca tra gli altri formaggi per il colore uniforme, costellato sapientemente di grani di pepe nero. Conquista subito chi lo incontra, ma dopo il colpo di fulmine, è appassionante conoscere il prodotto in modo più approfondito

di **BEPPE CASOLO**

IL Piacentinu Ennese DOP è un formaggio a pasta dura, prodotto nella sola provincia di Enna in Sicilia, con latte di pecora, proveniente dalle razze autoctone Comisana, Pinzirita, Valle del Belice e loro incroci. In merito all'origine del nome potremmo accontentarci del riferimento alla piacevolezza del formaggio (Piacentinu, ovvero "che piace"), qualcun altro ritiene, invece, che derivi da "piagentinu", che significa "piangente", a causa delle lacrime di siero che talvolta trasudano dalla forma. La leggenda vuole che il formaggio sia stato inventato intorno al 1100 d.C. per combattere la depressione di Adelasia, moglie del Re Ruggero il Normanno. All'epoca lo zafferano era considerata una spezia energizzante e antidepressiva, per questa ragione utilizzata come ingrediente fondamentale.

Ancora oggi l'unico zafferano utilizzabile è quello prodotto all'interno della zona di tutela della DOP, particolarmente aromatico, che molto spesso è coltivato direttamente dai produttori che, nel caso dei prodotti più tipici e tradizionali, sono anche gli allevatori delle pecore. Il formaggio Piacentinu di Enna ha ottenuto il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta nel 2011, ed è anche un presidio Slow Food.

La produzione

La sua produzione è circoscritta alla provincia di Enna, dove si trova un territorio collinare e montuoso, ricco di pascoli e di biodiversità. Le pecore allevate in questa zona sono alimentate con foraggi naturali, integrati con cereali e legumi locali.

Il latte crudo viene trasformato in formaggio seguendo una tecnica tradizionale che prevede l'aggiunta di caglio di agnello o capretto e la rottura della cagliata, effettuata con un tipico bastone, la rotula, fino a ridurre la massa caseosa alla dimensione del chicco di riso. Successivamente, questa viene cotta con acqua calda a



Le pecore allevate sulle colline di Enna sono alimentate con foraggi naturali, integrati con cereali e legumi locali

75°C, trasferita, poi, sopra una tavola di legno o acciaio, pressata e tagliata, arricchita di grani di pepe, preventivamente scottati in acqua, e collocata in canestri. Le forme vengono quindi collocate per alcune ore in un contenitore di legno, la tina, e ricoperte con la scotta, il liquido di risulta della produzione della ricotta. Lasciate ad asciugare per almeno 24 ore, i formaggi vengono salati a secco, in due tempi.

Il formaggio Piacentinu di Enna è un formaggio grasso, a pasta dura e compatta, con occhiatura fine, rada, distribuita regolarmente. La crosta, che riporta l'impronta del canestro utilizzato per la formatura, non diventa mai troppo dura, rimanendo sempre abbastanza elastica. Oltre che all'interno, i grani di pepe sono presenti anche sulla superficie esterna.

La maturazione minima è di 60 giorni (primosale), ma generalmente si protrae sino a 3-4 mesi (semistagionato), ma forse le forme che esprimono la maggiore ricchezza e varietà di sensazioni sono quelle di 5, o 6 mesi (stagionato).

La notevole grassezza del latte di pecora contribuisce a mantenere la struttura del formaggio leggermente untuosa, mai secca, con una certa deformabilità e una modesta granulosità. La pasta presenta una solubilità medio-elevata.

Le caratteristiche organolettiche

Una dote tipica di questo formaggio è l'equilibrio gustativo, grazie alla dolcezza conferita dal tipo di latte che crea un buon bilanciamento del sale, una leggera punta di acidità, che ci invita a ulteriori assaggi e assenza di note amare.

Ma ciò che colpisce di questa produzione così particolare è l'aromaticità conferita dallo zafferano in prima istanza e dal pepe nero, successivamente, che si avvertono con precisione sia all'olfatto che in bocca, durante la masticazione. Ma oltre a queste sensazioni più intense, si avvertono le note lattiche di burro, le note animali, il vegetale che riporta a un pascolo di essenze mediterranee, e poi ritorna, lo zafferano e il pepe: percezioni intense, persistenti, ma nel contempo delicate e avvolgenti.

È un formaggio con un profilo complesso, ma per nulla ostico, neanche al primo assaggio: "Piacentinu", per l'appunto.

Il formaggio Piacentinu di Enna è un prodotto che esprime al meglio la cultura, la storia e il territorio della Sicilia. È il frutto della sapienza degli allevatori e dei casari, che hanno saputo valorizzare il latte di pecora con l'aggiunta di spezie locali. ♦

L'ABBINAMENTO DI... Luisito Perazzo



Sicilia e Lombardia

Il Piacentinu fresco e poco stagionato fino a 60 giorni, il cosiddetto "Primosale", ben si addice a un vino bianco, ad esempio quello di **Cantina Marilina** in Val di Noto: **Sketta 2021**, realizzato con uve grecanico dorato, ha un colore paglierino denso dai profumi floreali a cui si agganciano sfumature minerali che richiamano la garbata aromaticità del formaggio, sapore e precisione sapida del vino bilanciano la tendenza dolce in un quadro piacevole e armonioso.

In Lombardia, invece, è perfetto il **Lisander 2021**, a base trebbiano di Lugana, dell'azienda familiare **Fratelli Campagnari** nei colli mantovani. Un vino aperto e godibile con media maturazione, per un calice dalla veste attraente.

Il **Sicilia Rosso Passomaggio 2019** di **Abbazia Santa Anastasia**, è il vino del territorio in abbinamento al cacio ennese semistagionato, per il quale le note lattiche cedono il passo a profumi più speziati e con una struttura meno snella; si tratta di un blend di nero d'Avola in prevalenza con un saldo di merlot, che concorrono con una maturazione mista tra legno e acciaio in grado di sostenere egregiamente lo spicchio.

Tornando alla Lombardia, scegliamo in questo caso un vino di **Alberto Marsetti** per bilanciare il Piacentinu di media stagionatura: il **Valtellina Superiore Grumello 2018**, da uve nebbiolo elevate in legno ha un colore granato, aroma di frutta e spezie, e palato dal tannino cesellato, perfetto per un formaggio saporoso e succulento.

Il **Faro 2015** di **Palari**, da uve nerello mascalese, nerello cappuccio e nocera, bilancia il Piacentinu lungamente stagionato; grassezza, aromaticità di grotta unita a quella di zafferano e pepe nero, struttura untuosa, relativa solubilità, note tostate e persistenza per un calice che regala ampiezza e calore, acidità e lunghezza. L'ultima scelta lombarda è il **San Colombano Vigna La Merla Riserva 2015** di **Banino** che si distingue per note di frutta polposa, spezie dolci, liquirizia e balsamo, tannino poderoso ma simmetrico, profilo avvolgente e finale seducente.



Ribona, orgoglio autoctono di Macerata

Per decenni all'ombra del più celebre verdicchio e, più recentemente, di pecorino e passerina, la ribona, nota anche come maceratino, rappresenta una nuova riscoperta della viticoltura marchigiana, valorizzata da nuove tecniche colturali ed enologiche e dal coraggio di alcune cantine maceratesi che ne hanno perfezionato l'espressione

di **DAVIDE GILIOLI**

È ben noto, anche ai meno esperti, come all'interno dell'ampia base vitivinicola marchigiana vi siano numerosi vitigni bianchi d'eccellenza, a partire dal verdicchio, che vanta anche il record di vitigno a bacca bianca più premiato d'Italia, nonché pecorino e passerina, due varietà che negli ultimi 10 anni sono saliti alla ribalta del mercato. Ma avete mai assaggiato una **ribona**?

La storia e il territorio: agronomia ed enografia

La coltivazione della vite nelle Marche risale all'VIII sec. a.C. e le varietà che nel tempo sono andate perdute sono molteplici. Anche se pochi ne hanno contezza, fin dagli anni Sessanta, tra le prime colline che guardano la costa e i rilievi che salgono verso l'Appennino, nel maceratense si coltiva un vitigno bianco denominato appunto **maceratino** o **ribona**. Questa uva, in passato nota anche con diversi sinonimi (montecchiese, uva stretta) è stata per anni confusa con greco, grechetto gentile e trebbiano (la provenienza è infatti molto probabilmente quella degli antichi vitigni importati in Italia dai primi coloni della Magna Grecia), ma recenti studi genetici hanno in re-

altà rivelato strette analogie con il verdicchio, seppure con caratteristiche agronomiche e di vinificazione differenti.

Il legislatore lo riconosce e lo individua già nel 1975, inserendolo come una delle uve atte a produrre il Bianco dei Colli Maceratesi DOC, un disciplinare più volte rivisto e oggi ridenominato **Colli Maceratesi DOC**, dove al suo interno sono previste sia la tipologia **Bianco (min. 70% ribona)** sia la tipologia **Ribona (min. 85% di questa varietà)**, potendo utilizzare come complementari tutti i vitigni bianchi ammessi alla vinificazione nella regione Marche.

Ad oggi viene ufficialmente prodotto da 15 aziende diverse, principalmente dislocate nei due areali più vocati: la valle del fiume Chienti (che da Tolentino arriva a Civitanova Marche) e la valle del fiume Potenza (che da Macerata scende verso il mare Adriatico, tagliando in due le dolci colline collocate tra Recanati e Potenza Picena).

La superficie coltivata è limitata, si aggira intorno ai **170 ettari**, ma con una buona presenza di vigne vecchie (talune anche centenarie), in grado di dare – nelle versioni più affinate – struttura e soprattutto longevità a

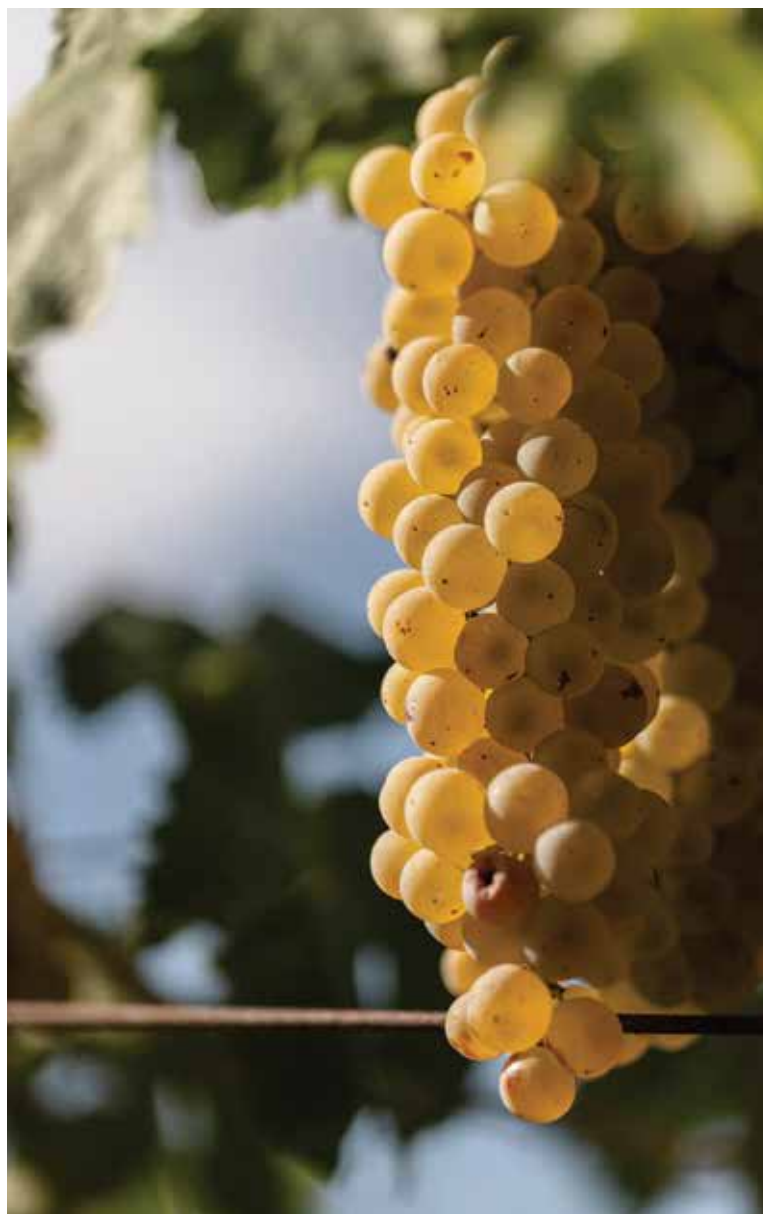


un vino che nell'immaginario collettivo ha sempre rappresentato un bianco "da taglio" o da bersi in annata.

Il riconoscimento della denominazione di origine controllata Colli Maceratesi DOC Ribona è arrivata solamente negli anni 2000, dopo diverse sperimentazioni e una lunga serie di analisi sensoriali portate avanti con pazienza e dedizione dai vari viticoltori del territorio maceratese con lo scopo condiviso di migliorare ulteriormente la denominazione iniziale Colli Maceratesi DOC e dare valore a questo antico vitigno a bacca bianca che lega fortemente storia, cultura e qualità organolettiche.

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

La ribona è un vitigno che presenta un grappolo medio-grande, si caratterizza per una produttività abbondante e altamente resistente a parassiti e malattie fungine. Germoglia tardivamente – evitando le gelate primaverili – e normalmente matura intorno alla metà di settembre. Predilige suoli freschi e moderatamente fertili (in particolare quelli marno-



so-calcarei), un clima ventilato e non eccessivamente caldo, ragione per cui soffre le aree troppo pianeggianti o assolate.

Storicamente utilizzata come uva da taglio, nell'odierno disciplinare può essere vinificata anche in purezza, nelle diverse versioni: spumante, fermo e dolce. In cantina va lavorata con cura, perché tende a ossidarsi molto facilmente con conseguente perdita delle sue caratteristiche organolettiche.

La ribona genera infatti vini di medio corpo, dal colore **giallo paglierino** tenue che assumono tonalità più dorate nella versione passito e in quelle sottoposte a più lunghi affinamenti. All'olfatto dominano **fiori e frut-**

Grazie alle doti di freschezza e sapidità la ribona è un vitigno versatile che nell'omonima Doc Colli Maceratesi si esprime nelle tipologie fermo, spumante e dolce



ta gialla, dalla ginestra alla camomilla, dagli agrumi alla pesca e all'albicocca. In bocca si distingue per una **buona freschezza** e una **decisa sapidità**, che lo rendono di piacevole beva grazie anche a una struttura piuttosto leggera. Nel finale può caratterizzarsi per un lieve sentore ammandorlato, a testimonianza di una parentela genetica con il verdicchio.

Gli abbinamenti

Sono numerose le soluzioni offerte dalla cucina locale, prevalentemente a base di pesce e di verdure. Lo **spumante** è perfetto in aperitivo, come accompagnamento ai salumi tradizionali marchigiani (il **ciauscolo IGP**, il **salame Fabriano IGP** o il **prosciutto di Carpegna DOP**) o a una frittura di paranza dell'Adriatico.

Le versioni **ferme** d'annata si prestano bene a preparazioni a base di crudi di mare (sia carpacci che coquillage) o uno spaghetti alle vongole. Quelle più complesse e affinate trovano invece un perfetto connubio con il celebre **stoccafisso all'anconetana** (preparato con patate, pomodori, olive, acciughe e capperi) o con il **pollo in potacchio** (pollo cotto lentamente in un tegame con pomodori, olio, aglio, rosmarino e vino finché le carni non diventano morbide e il sugo prende la consistenza di una salsa). Infine, il **passito** è l'abbinamento imprescindibile per dolci tipici maceratesi quali i **cavallucci di Apiro** (gustosi dolcetti natalizi a forma di caramella, con un impasto a base di olio, vino bianco e farina, ripieni di mosto cotto e uvetta e spolverati di zucchero a velo) o il **torrone biondo di Camerino**. ♦

Le aziende di riferimento

TENUTA FONTEZOPPA

(Civitanova Marche)

Ribona Spumante Dosaggio Zero 2019 (Metodo Classico 30 mesi sui lieviti, da uve 100% ribona): un perlage cremoso, fine e persistente affianca a un sorso sapido e dalla spiccata freschezza, che si accompagna a delicati aromi di fiori gialli, agrumi e pesca.



AZ. AGR. BOCCADIGABBIA

(Civitanova Marche)

Colli Maceratesi DOC Ribona 2021 (100% ribona, acciaio): giallo paglierino dai riflessi verdeoro; naso delicato, di erbe aromatiche e fiori bianchi, sambuco e biancospino; bocca tesa e sapida, che richiama pompelmo e lime, con un piacevole finale di mandorla amara.



■ Altre aziende da segnalare per la produzione di questo vitigno: Valle del Chienti: Capinera (Morrovalle), Podere Sabbioni (Corridonia). Valle del Potenza: Fattoria Forano (Appignano); I Tre Filari (Recanati).



Utili riflessioni intorno ai prezzi dell'olio extra vergine di oliva

Crollo della produzione a causa della siccità e quotazioni alle stelle. Che fare? Ora più che mai è necessaria una profonda riflessione sui problemi di questo settore

di **LUIGI CARICATO**

Andiamo sul concreto. Ragioniamo intorno ai prezzi degli oli extra vergini di oliva in commercio. È necessario farlo, perché le indicazioni poste sui frontalini porta prezzo degli scaffali danno luogo a dubbi e a tanta confusione. Il 2023 sarà ricordato come l'anno nero dell'olivicultura, ma pure il 2024 non

si prospetta migliore. Le quotazioni all'ingrosso segnano livelli mai battuti. Non è speculazione: manca proprio l'olio. Il colosso spagnolo che in certe annate produce fino a un milione e 800 mila tonnellate di oli da olive ha subito una drastica riduzione nel 2022-2023, scendendo a quota 664 mila. Considerando che l'Italia ha un fabbisogno di

Il drammatico crollo produttivo è utile a interrogarci sugli effetti del cambiamento climatico e sulla necessità di riconsiderare il modo di fare agricoltura

un milione di tonnellate e ne ha prodotte molto meno di 200 mila, si comprende la drammaticità del momento. Il consumatore se ne è reso conto in parte, perché le scorte di olio hanno garantito un minimo contenimento dei prezzi. Tuttavia, i prezzi a scaffale sono davvero alti, anche per gli oli comunitari da “primo prezzo”. Un paragone? Al 15 settembre gli oli spagnoli erano quotati a 8,60 euro al kg. Negli anni passati si aggiravano poco sopra i 2 euro, raggiungendo in casi eccezionali i 3 o i 4 euro. Le quotazioni record del 2023 fanno riflettere. È un evento epocale. Il cambiamento climatico ha creato una inedita situazione di emergenza. Perfino l’olio non commestibile, il cosiddetto “verGINE lampante”, quota 7,50 euro in Spagna. Si tratta del lampante, l’olio destinato alla raffinazione, quello da cui si ottiene l’olio di oliva (non extra vergine). Il consumatore non comprende tali aumenti e calano così i consumi. Non tutto viene però per nuocere. L’inaspettato crollo produttivo è utile per interrogarci sugli effetti del cambiamento climatico e sul fatto che si debba riconsiderare il modo di fare agricoltura. Occorre una concreta e urgente presa di coscienza. Ci vorrebbe una task force di esperti per affrontare le nuove problematiche e individuare le più efficaci soluzioni agronomiche. Nel contempo, si deve anche ragionare sul delicato fronte dei prezzi, attraverso un’analisi storica retrospettiva e una, invece, in prospettiva futura. I prezzi al dettaglio precedenti lo stato di crisi del 2023 hanno compromesso la tenuta del settore produttivo, negando di fatto, alle imprese olivicole e olearie, la possibilità di investire in innovazione di prodotto e in comunicazione. La grave perdita di valore degli ultimi tre decenni ha indebolito le strutture produttive e fatto credere al consumatore che l’olio extra vergine di oliva si possa acquistare a poco, quasi fosse un generico olio tra i tanti – buono sì, ma di scarso valore. La scienza medica

sostiene da sempre che si tratti di un prodotto “nutraceutico”, un “functional food”, e per questo non si comprendono i prezzi stracciati delle continue offerte frutto di politiche commerciali deprecabili fondate sul sottocosto. Non ha alcun senso che un prodotto di grande valore nutrizionale e sensoriale qual è l’olio extra vergine di oliva – ottenuto peraltro in un periodo storico che per varie ragioni ce lo fornisce di una qualità di gran lunga superiore rispetto ad altre epoche – possa essere immesso sul mercato a prezzi che ne sviscerano di fatto il valore. Le perenni offerte a prezzi sottocosto hanno creato danni irreversibili, demotivando il lavoro di milioni di operatori. Così, nonostante la Gdo parli tanto di sostenibilità e di valori etici, le ininterrotte campagne di promozione, dodici mesi su dodici, hanno dato luogo a un danno economico e morale incalcolabile per il settore oleario. Un danno sia in termini di immagine e reputazione del prodotto, svilito e banalizzato nel suo valore intrinseco, sia in termini commerciali, con la conseguenza che si sottrae futuro e ogni briciola di speranza al comparto produttivo.

Per gli atteggiamenti assunti, sembra che alla Gdo non importi nulla del futuro. I buyer si concentrano solo sull’oggi, sui volumi di vendita e sul fatturato, generando rovinosi squilibri strutturali alle imprese olearie. Di conseguenza, nonostante la Gdo abbia avuto il merito, in passato, di rendere democratico e accessibile a tutti un prodotto come l’extra vergine – un tempo confinato solo nei luoghi di maggior produzione, in un ambito strettamente regionalistico – tale merito nel tempo è venuto purtroppo meno, proprio per via di politiche commerciali ingiustificatamente estreme e poco lungimiranti, mettendo in ginocchio l’intero settore oleario e compromettendo la reputazione stessa del prodotto. I prezzi selvaggi che per decenni si sono re-

IL CARRELLO DEGLI OLI



Pantaleo, Fasano (Brindisi): **IGP OLIO DI PUGLIA**; olive Coratina. Fruttato erbaceo dalle note di mandorla verde e mela, morbido al palato, sapido, fine, dal gusto di carciofo, con amaro e piccante armonici.



Ugolini, San Pietro in Cariano (Verona): **VALLE ALTA**; olive Grignano e Favarol. Fruttato erbaceo e sentori di foglia di pomodoro, buona fluidità, amaro e piccante ben dosati, mandorla verde e carciofo in chiusura.



gistrati sugli scaffali hanno reso l'olio extra vergine un prodotto commodity e come tale viene ancora avvertito dal consumatore. Così, dinanzi a una emergenza climatica evidente a tutti, le aziende olearie non sono pronte per fronteggiare le conseguenze del mancato raccolto. I loro deboli bilanci, depauperati da logiche commerciali aggressive, non hanno permesso di investire in ricerca e innovazione, per stare al passo con i tempi. Nello stesso tempo, il consumatore, posto di fronte alle lusinghe del sottocosto continuo, con l'illusione del risparmio ha di fatto perso di vista il reale valore degli extra vergini. Pertanto,

in ragione di un 2023 disastroso per la produzione olearia, e anche in vista di un 2024 altrettanto poco rassicurante, sarebbe il caso di ripensare il presente e il futuro, permettendo di recuperare, una buona volta per tutte, il valore perduto, abituando nel contempo il consumatore ad accettare e accogliere – senza che vi sia una riduzione dei consumi – i prezzi di costo reali di un extra vergine, non quelli pretesi dalla Gdo, con atteggiamenti di ricatto verso le imprese produttrici e confezionatrici. Ora, non me ne vogliano gli operatori della distribuzione organizzata, ma il disastro, sia ben chiaro, è stato generato da loro. ♦

La politica commerciale aggressiva di proporre l'extra vergine in costante sottocosto ha indebolito le aziende e la percezione qualitativa del prodotto



Frantoio di Sant'Agata d'Oneglia, Imperia:

MUSICALE; olive Taggiasca. Sentori freschi di mandorla, mela ed erbe di campo, si apre morbido al palato, armonico, dolce al primo impatto, con lieve amaro e piccante.



Archibusacci, Canino (Viterbo): JÒ, Grand Cru, olive Caninese. Fruttato erbaceo con rimandi al cardo e al carciofo; avvolgente e morbido, sapido, amaro e piccante armonici, mandorla verde in chiusura.



Il manzo all'olio

Un grande classico che, in una manciata di ingredienti, dà voce alla cultura e alle più ancestrali tradizioni di una piccola città e del suo territorio

di **ANDREA GRIGNAFFINI**

La pietanza in questione, antica e goduriosa, è il manzo all'olio e il paese, *ça va sans dire*, è Rovato. Il legame tra i due, tanto indissolubile quanto naturale. Perché dove, se non in questo gioiellino della Franciacorta vegliato dal Monte Orfano, la cui storia s'intreccia sin da tempi immemori al commercio del bestiame, poteva eleggere i suoi natali tale carnea, prelibatissima preparazione? A Rovato, le prime tracce di un'esposizione periodica di animali risalgono al Regno Longobardo (V-IX secolo d.C.) e la prassi s'intensifica nel Medioevo, quando i mandriani e i pastori della Val Camonica e della Valtellina conducevano i loro capi migliori nella piazza della città, gettando le basi di un mercato stabile di bestiame che nel tempo si sviluppò radicandosi tra le consuetudini cittadine, una tradizione testimoniata, oggi, dalla rassegna annuale Lombardia Carne, il più rilevante evento zootecnico del Nord Italia, giunto lo scorso marzo alla sua 132esima edizione. Dunque, secoli orsono, la carne rovatense di primissima scelta si sublimò in una pietanza di incredibile succulenza che nel tempo è diventata patrimonio della città e

piatto principe della gastronomia franciacortina. La più antica ricetta codificata del manzo all'olio è attribuita a **Donna Veronica Porcellaga**, nobildonna di Rovato che visse nel 1500. Pochi, gli ingredienti: polpa bovina (scamone o cappello del prete), un bicchiere di olio d'oliva, due bicchieri di vino bianco, uno spicchio d'aglio, prezzemolo e rosmarino tritati, sale e pepe. In una pentola si lascia insaporire la carne con l'olio e gli aromi sopra elencati, poi si versa il vino, facendolo evaporare a fuoco vivace. Aggiunto un bicchiere d'acqua, si copre il tutto e si cuoce a fuoco moderato. Fondamentale che la preparazione avvenga il giorno precedente a quello in cui si consuma: riposando coperta del suo sugo, la carne s'insaporirà eccezionalmente.

A fine '800, la versione tramandata dal ragioniere rovatense **Alessandro Natali** arricchisce il piatto di un ingrediente chiave, le acciughe. E qui giova ricordare che Rovato, sorgendo sull'asse di scambio Venezia-Milano, durante il dominio della Serenissima costituiva un importante snodo commerciale – ecco perché, in una terra pedemontana vocata al burro, l'uso in cucina delle acciughe e dell'olio d'oliva portati dai mercanti liguri, si affermò in modo naturale. Il Natali raccomanda di cuocere la carne coprendola «*con pari quantità d'olio d'oliva e acqua aggiungendo un paio d'acciughe tagliate a pezzetti*» e di unire, a cottura ultimata «*un pesto con il prezzemolo, l'aglio, le acciughe spinate e pulite e i capperi, facendolo amalgamare per alcuni minuti a fuoco lento*». Da gustare non prima di qualche ora, con abbondante polenta. La consacrazione delle acciughe come componente irrinunciabile della ricetta ufficiale arriva oltre due secoli dopo, nel 2017, sancita dal disciplinare della “De.Co” di Rovato dedicata al suo piatto simbolo, dove si specifica inoltre che l'unico taglio ammesso per la pietanza è il cappello del prete e si ricorda l'attesa di una notte prima di servire con l'accompagnamento di polenta o patate e spinaci bolliti. Infine, i membri della Confraternita del Manzo all'Olio di Rovato (istituita nel 2018) caldeggiavano nella loro versione l'aggiunta al fondo di cottura di pangrattato e Grana Padano DOP grattugiato, accentuando gusto e cremosità dell'intingolo. Del sontuoso manzo all'olio esistono varianti giocate su dettagli minimi, come la presenza di verdure in cottura. Celebre il Manzo 2.0 del grande chef iseano **Vittorio Fusari** (che già nel 2011 aveva rivisitato il piatto in versione sushi) «*in cui la polenta, cibo dei poveri, diventa un panino per il manzo all'olio, piatto per la borghesia, in cui l'olio di cottura si mantiene a bassa temperatura per non alterare le proprietà nutritive della carne*» o quella dello chef **Stefano Cerveni**, ispirata alla versione “light” elaborata nel 1955 dalla sua pionieristica nonna, Elvira (che ottimizzava l'uso dell'olio in cottura e usava fecola di patate anziché pane per legare la salsa) e da lui ancor più alleggerita senza sacrificare sapore e tradizione. ♦



Così tenero che invece di mangiarlo lo coccoleresti!

Il manzo all'olio è una delle tante ricette che hanno visto i propri natali grazie agli scambi culturali, alle esperienze di viaggio, alle necessità di sopravvivere barattando ingredienti.

Proverbiale è la morbidezza delle carni, vista la lunga cottura e il condimento con cui la si realizza.

Questa sua caratteristica rende ridondante e superflua una tannicità tenace, tipica dell'irruenza giovanile di alcuni vini. Al contrario, si dovrebbe prediligere la garbata asciuttezza di un vino rosso più maturo, oppure la capacità detergente di un vino effervescente di alta qualità, rosé e con qualche anno di affinamento sui lieviti.

La partenza della cottura vede nel soffritto con interferenza “marittima” un ingrediente saporito che lascia un notevole ricordo. Il vino dovrà possedere persistenza a intensità aromatica di tutto rispetto.

Il territorio prevede un'ampia gamma di vini ideali per questa preparazione, dal Franciacorta con lunghi affinamenti ai vini che riportano la IGT Sebino, prodotti con il vitigno pinot nero nella sua veste tradizionale, ossia in rosso e non spumantizzato come di norma si fa per ottenere i Franciacorta Rosé.

Tra i vini scelti, la costante è il vitigno, proposto in tre versioni cromatiche.

1 L'Arturo Pinot Nero del Sebino IGT 2019 – Ronco Calino, uve pinot nero 100%, maturato 20 mesi in barrique. *Il noir de noirs.*

2 Franciacorta DOCG Extra Brut Rosé Operarosa Riserva 2013 – Castello di Gussago La Santissima, uve pinot nero 100%, 90 mesi sui lieviti. *Il rosé de noirs.*

3 Franciacorta DOCG Extra Brut Blanc de Noirs 2016 – Abrami Elisabetta, uve pinot nero 100%, 54 mesi sui lieviti. *Il blanc de noirs.*



Besuschio, pasticceri dal 1845

Ad Abbiategrasso, una delle migliori pasticcerie artigianali italiane, dove la tradizione è innovazione

di **MARCO GATTI**



Quest'arte si tramanda di generazione in generazione, proprio come ha fatto la vostra famiglia, caro amico Andrea, col vostro legittimo orgoglio di maestri pasticceri, per dare a noi il piacere di gustarne l'esito in tante squisitezze».

A spendere queste parole ammirate per Andrea Besuschio, Ermanno Olmi, regista, sceneggiatore, scrittore, produttore cinematografico. Citiamo il maestro di Bergamo, artista cui si devono capolavori come "L'albero degli zoccoli" e "La leggenda del santo bevitore", perché lo spazio è tiranno, ma è impossibile non dire quanti siano stati gli attestati di stima da parte di personalità del mondo della cultura, dell'imprenditoria e della politica, che negli anni hanno manifestato la loro ammirazione per l'opera dei Besuschio, pasticceri dal 1845, ad Abbiategrasso.

Ad avviare la storia di questa famiglia sin dagli esordi sinonimo di pasticceria di eccellenza, Ambrogio. Poi è stata la volta di Emilio, Giulio, Attilio. Ora il presente è rappresentato da Andrea, affiancato da Giacomo. Con la soddisfazione di sapere che con loro l'attività non solo è in buone mani, ma essendo Andrea e Giacomo, appunto, veri fuoriclasse, vive una stagione di meriti e importanti successi e viaggia spedita verso il futuro.

In un'epoca come quella che stiamo vivendo, dove tutto sembra rispondere alla logica del morde e fuggi, le foto d'epoca danno il senso dell'importanza di un percorso che da metà Ottocento ha visto questi artigiani – artisti, con capacità di sacrificio e passione – passarsi responsabilità e saperi, arrivando all'oggi con una forza unica.

Sei generazioni, una dopo l'altra, con un filo rosso a unirle, essere sempre alla ricerca dei dolci che sapessero meglio interpretare lo spirito del tempo. Un'eredità storica che si traduce in un bagaglio ineguagliabile di sapienza ed esperienza, ma anche in un tramandarsi di un dna

dove la ricerca e la curiosità sono uno stimolo formidabile per la crescita, e vanno di pari passo con studio continuo e voglia di sperimentare.

Vi aspettano nel cuore di Abbiategrasso, con il loro negozio storico che è stato trasformato in scintillante boutique del gusto, con i diversi spazi che son stati pensati per favorire una pausa dolce per qualunque momento della giornata, visto che è possibile sia acquistare le loro creazioni golose al bancone, sia fermarsi ai tavoli delle ampie sale da tè, piuttosto che, nella sala accanto, scegliere una buona bottiglia dall'enoteca fornitissima, in cui spiccano decine di etichette di valore (Andrea è anche sommelier).

Per quanto riguarda le specialità che più hanno reso famosa questa famiglia di pasticceri, per cui la tradizione è stata sempre fattore di innovazione, innanzitutto quelle paste lievitate che, impreziosite con frutta candita o frutta secca, hanno il loro vertice qualitativo, a Natale, con il panettone (uno dei migliori d'Italia), ma che son preparate sempre e si possono consumare tutto l'anno.

Poi quei macarons, che fanno bella mostra di loro in negozio, e che sono croccanti meringhe ripiene di morbide e cremose ganache, al gusto di nocciola del Piemonte IGP, pistacchio di Bronte, vaniglia di Tahiti, cioccolato fondente, lampone, caffè, ciliegia, mirtillo, fragola, mango o zabaione. E ancora, le loro specialità tradizionali, vale a dire il "Biscotto 1934" (con farina di riso e mais), la Tegola (dal morbido impasto con burro fresco, mandorle e nocciole), il Pan Meino (dolce tradizionale del territorio, ideale da intingere nella panna liquida fredda) e quella Pagnotta di Fràa, che è antico dolce abbatense prodotto con ingredienti locali (farina di mais, miele e fichi). Fino alle creazioni al cioccolato e alle creme spalmabili. Su tutto, le torte, che in questi anni sono diventate un biglietto da visita dell'eccellenza dei Besuschio! La storia continua! ♦

BESUSCHIO

Piazza Marconi, 59
Abbiategrasso (MI)
Telefono 029.4966479



Sei generazioni a cavallo di tre secoli, che sempre hanno saputo cogliere nei gusti della pasticceria lo spirito del tempo. Non fanno eccezione oggi Andrea e Giacomo, con una proposta ricca e attuale da gustare anche sul posto



La cucina coreana

Nota in tutto il mondo per la sua piccantezza e la presenza di fermentati, la cucina coreana svela caratteristiche identitarie proprie e ben differenti rispetto alle altre cucine orientali

di **PAOLO VALENTE**

La Corea è un paese o, meglio, una penisola - vista la suddivisione tra nord e sud avvenuta dopo la Seconda Guerra Mondiale - dalla cultura millenaria che è riuscita a mantenere una sua identità culinaria precisa nonostante le influenze della Cina e del Giappone. Così come tante altre cucine tradizionali, quella coreana affonda le proprie radici nella storia. L'alimento base è il riso sebbene non sia originario; ha soppiantato il miglio nel ruolo di cereale maggiormente coltivato. Appena introdotto, visto il suo costo proibitivo, veniva miscelato ad altri cereali (orzo o fagioli) per ridurne il prezzo. Ancora oggi alcuni piatti prevedono questo miscuglio.

LE SPECIALITÀ DELLA CUCINA COREANA

Il riso non è un accompagnamento alle portate ma è, esso stesso, portata principale che viene accompagnata con dei contorni di carni, verdure e, in maniera limitata, pesce. La tavola tradizionale prevede, per ogni commensale, una ciotola di riso e, al centro, da condividere, numerosi contorni conditi con abbondante salsa di soia, olio di sesamo, aglio, zenzero, doenjang (pasta di soia fermentata) e gochujang (pasta di peperoncino piccante fermentato). Trattandosi di una penisola, i prodotti ittici sono comunque presenti ma, essendo costosi, sono riservati ai pasti importanti.

Gli spaghetti di patate, conditi con



L'abbinamento con la cucina etnica è una materia sempre più attuale e affrontata da molti sommelier, come approfondito nella rubrica "Professione sommelier" a pagina 46

solo di recente; tradizionalmente sono altre le bevande consumate durante i pasti.

Il Soju è un distillato di riso (ma anche di grano o patate) dal sapore vagamente abboccato con un tenore alcolico solitamente intorno

al 15%; ne esistono versioni aromatizzate alla frutta o con un tenore alcolico più alto.

Il Makgeolli è invece un fermentato di riso dal colore lattiginoso che contiene numerose sostanze nutritive e poche calorie; è considerata una bevanda salutare. Il tenore alcolico è intorno al 6%.

Forse però la più diffusa bevanda per accompagnare i pasti è il Somaek, una miscela di birra e Soju, circa 7 parti di birra per una di Soju.

In Corea si produce anche vino; una piccola produzione avviata solo di recente, il vigneto più vecchio ha circa 25 anni. All'estero è

praticamente impossibile reperirlo in quanto tutta la produzione viene consumata internamente.

I coreani bevono soprattutto vini stranieri. All'inizio si prediligevano i vini con un po' di residuo zuccherino mentre oggi vengono consumanti maggiormente quelli secchi purché aromatici. Molto apprezzati i vini francesi, in particolare quelli di Bordeaux. L'import del vino (dati 2022) vale 565 milioni di dollari e l'Italia ne rappresenta il 15%; meglio fanno Francia, Cile e USA. Tra la classe media e i giovani è in aumento il consumo domestico di vino. ♦

verdure, sono invece il piatto per le ricorrenze. Nella cultura tradizionale, ogni differente colore delle verdure ha un significato particolare: il verde rappresenta la terra, il giallo il sole, l'arancione è di buon auspicio.

Il Kimchi è la preparazione che più rappresenta la Corea; sempre presente in ogni pasto, diviene anche base per altri piatti tradizionali. Sostanzialmente è un cavolo fermentato a cui vengono aggiunte spezie e peperoncino. È un'ottima preparazione in grado di arricchire le pietanze tipiche, dal panino alle carni stufate. Si prepara lasciando il cavolo (cinese o cappuccio) una notte in salamoia; una volta scolato si aggiungono carote e altre verdure, peperoncino, aglio, zenzero e una salsa di riso. Si lascia fermentare in frigorifero in un barattolo chiuso. Più a lungo rimane a fermentare maggiore sarà la sua acidità a discapito della piccantezza. Il miglior bilanciamento si ottiene intorno alle due settimane di fermentazione.

LE BEVANDE TRADIZIONALI

Se è vero che in Corea si usa dire "per diventare amici bisogna bere insieme", è altrettanto vero che i coreani si sono avvicinati al mondo del vino

Qualche indirizzo utile

GIMNI

via Giovanni Paisiello, 7
Milano

IGIO

via Roma Libera, 26
Roma

U'KOR

via Roberto da Bari, 130
Bari


**Abbinamenti
con il vino:
qualche
suggerimento**

Il Garda DOC Chardonnay

Colombara di Cantina Gozzi con la sua struttura e morbidezza, gli aromi del vitigno e il passaggio in barrique racchiude quella complessità necessaria ad accompagnare degnamente i piatti della cucina coreana. Se invece preferiamo un vino rosso dobbiamo sceglierlo di struttura, morbido e con sentori intesi come potrebbe essere il **Bergamasca IGT Cabernet Sauvignon Kalòs** de Il Calepino, anche in questo caso la lunga sosta in legno esalta e completa il corredo aromatico donando complessità e ricchezza.

Uscendo dalla regione, potremmo abbinare un **Alto Adige DOC Kerner Aristos** della Cantina Valle Isarco; il vitigno semiaromatico si abbina perfettamente; con la sua aromaticità riesce a stemperare la piccantezza del cibo. Se volessimo un vino frizzante, potrebbe fare al caso nostro il **Lambrusco dell'Emilia Rosato IGT Perfranco** di Soc. Agricola Terrevive; attenzione però a non abbinarlo a piatti che contengono il Kimchi, il fermentato non si sposa proprio con la bollicina.



E-COMMERCE

La grande (e complessa) sfida del mercato cinese

Un'opportunità da cogliere senza indugio o una scommessa da affrontare con cautela e preparazione? Anche il gigante cinese Alibaba sta investendo nel food & wine, incluso quello italiano

di RAFFAELE CUMANI

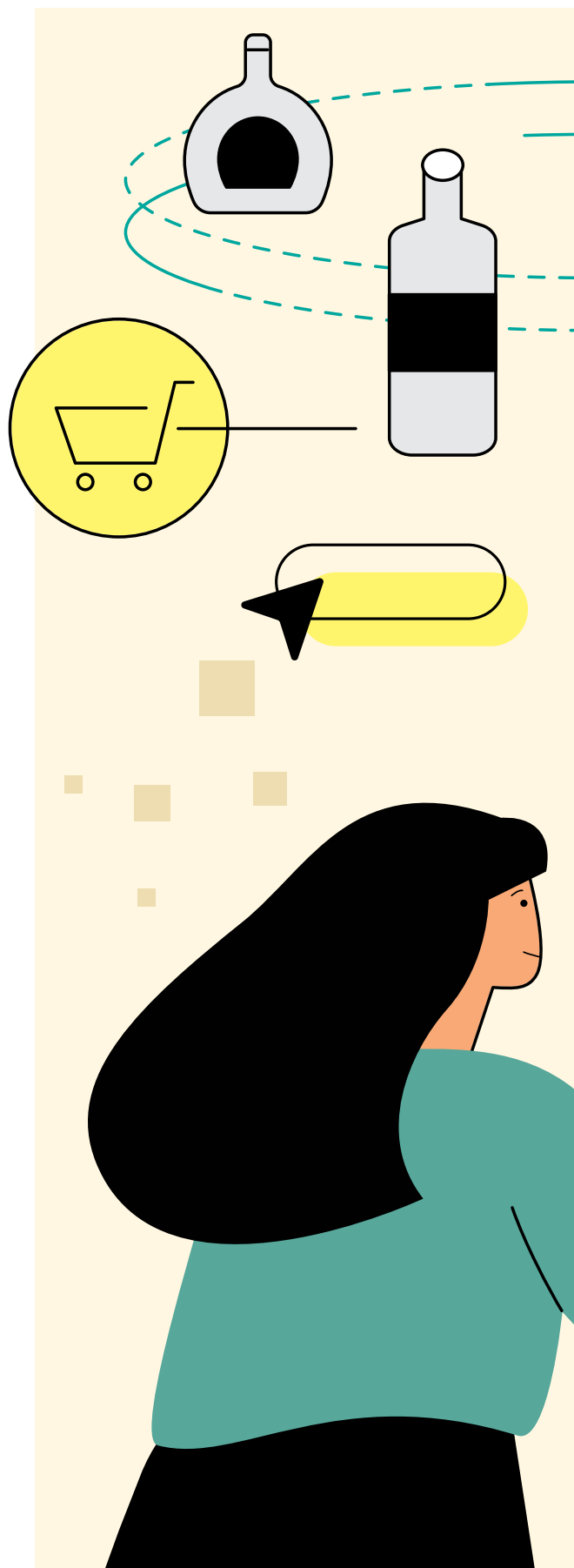
Come spesso capita nella storia i grandi cambiamenti, anche tecnologici, vivono sottotraccia per periodi più o meno lunghi, finché arriva un momento in cui tutti noi ci troviamo ad osservarne quasi d'incanto l'affermazione. Tutti noi wine lovers, ad esempio, ci siamo lentamente abituati a trovare sul pianerottolo di casa i cartoni con le bottiglie di vino ordinate dal vicino o a cercare sul web quella precisa bottiglia che non troviamo in enoteca, per poi vedere il fenomeno esplodere in molteplici forme durante la pandemia con servizi di ogni tipo.

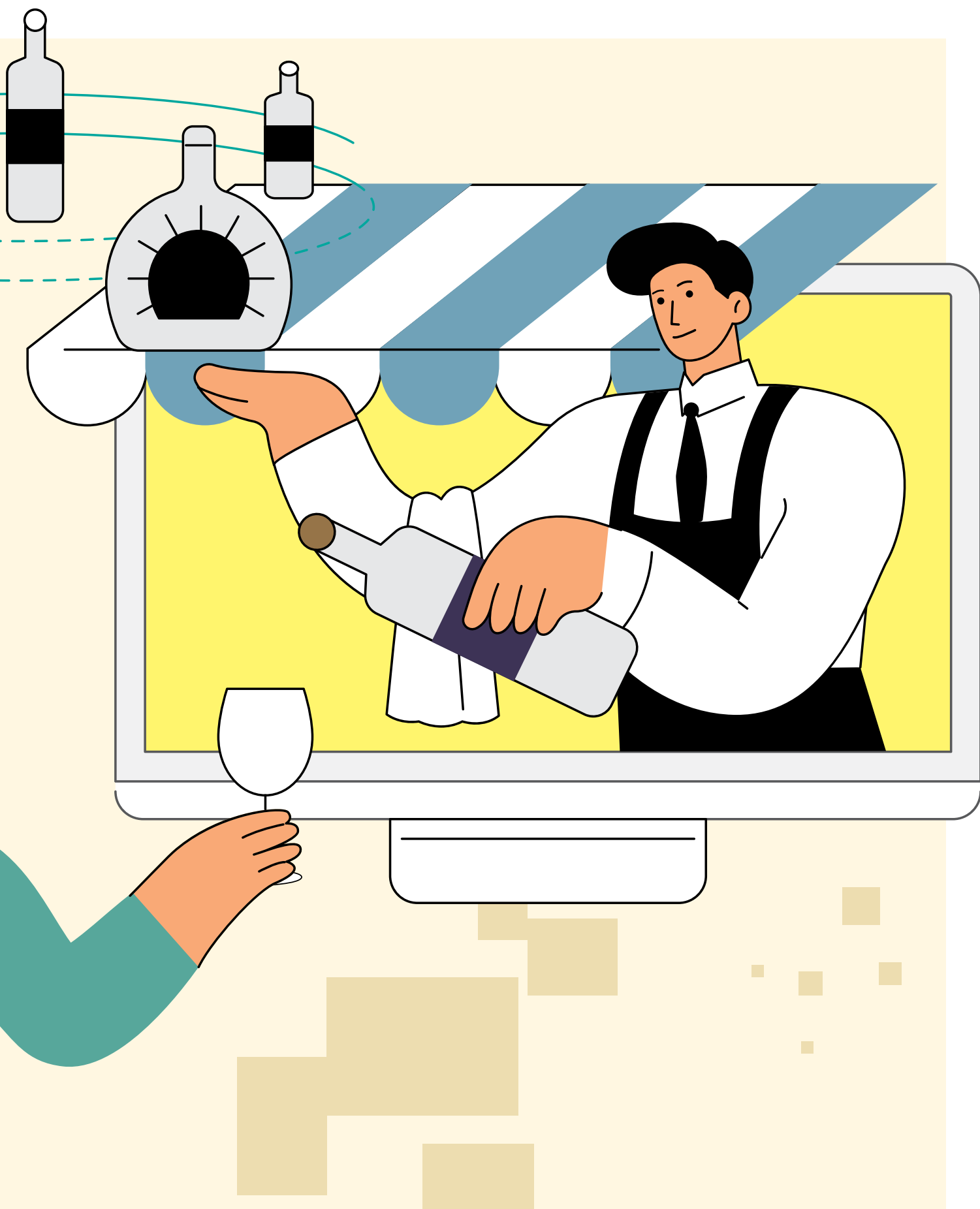
Negli ultimi anni anche il colosso mondiale dell'e-commerce Alibaba ha investito sul food & wine italiano. Abbiamo così deciso di approfondi-

re il tema della vendita on line, in particolare sul mercato cinese, confrontandoci con un esperto del settore come Albert Antonini Mangia, autore per Hoepli del libro "Digital Marketing & Ecommerce", docente di International Business and Ecommerce Strategy presso l'Università Carlo Bo e direttore marketing Sud Europa di Alibaba Group.

LE INFINITE OPPORTUNITÀ DELL'E-COMMERCE PER IL MONDO DEL VINO

Per prima cosa è importante capire quali siano le opportunità di crescita rispetto ai canali tradizionali per i produttori italiani. «L'e-commerce ha avuto un impatto significativo sull'industria del vino, offrendo mol-





teplici vantaggi per i produttori e i rivenditori del vino, consentendo di raggiungere un pubblico più vasto, senza le limitazioni geografiche dei canali di distribuzione tradizionali. Questo ha portato a una maggiore visibilità dei marchi e la possibilità di commercializzare i prodotti direttamente ai consumatori, ad esempio cinesi, e a buyers, distributori e importatori in tutto il mondo».

La crescita dell'e-commerce nell'agroalimentare a livello mondiale, secondo Antoni Mangia, è stata significativa negli ultimi anni e si prevede continuerà a svilupparsi in futuro. «La pandemia ha accelerato ulteriormente questa tendenza, con un aumento della domanda di consegne a domicilio e servizi di acquisto online di alimenti». Internet è indispensabile per i produttori di vino perché offre accesso a un pubblico globale e consente di diversificare le fonti di reddito incrementando le vendite e di conseguenza il volume di affari. Attraverso strategie di marketing online, possono promuovere i loro prodotti, raccontare la loro storia – aspetto fondamentale per il vino – e contribuire a generare interesse e fedeltà verso il loro marchio. «Inoltre, le aziende vitivinicole più avanzate nell'utilizzo dell'e-commerce possono raccogliere dati sui consumatori e analizzarne il comportamento, portando beneficio anche al business tradizionale. Ciò consente loro di



Albert Antonini Mangia, autore del libro "Digital Marketing & Ecommerce"

adattarsi alle esigenze dei consumatori, migliorare l'esperienza di acquisto e guidare il successo aziendale».

Le potenzialità globali sono interessanti dunque, ed è indubbio lo siano anche per i consumatori, in grado di accedere facilmente a molteplici prodotti confrontandone i prezzi e aumentando la possibilità di scelta. Inoltre le aziende, dal canto loro, hanno oggi maggiori possibilità di studiare proprio le abitudini di consumo e offrire servizi sempre più efficaci al consumatore.

LA DOMANDA DI VINO ITALIANO IN CINA
Altrettanto interessante però è fotografare la situazione del vino italiano in un grande mercato come la Cina. Il Paese è considerato da molti analisti il mercato vinicolo con le maggiori potenzialità di crescita, basti pensare che secondo le previsioni di Global Data dello scorso anno la spesa pro capite dei cinesi per il vino raddoppierà entro il 2026. Negli ultimi tempi, però, non tutto sembra andare in questa direzione: il consumo di vino nel paese è diminuito nel 2022 del 16% rispetto all'anno precedente, secondo quanto rilevato questa primavera dall'Organizzazione Inter-



nazionale della Vigna e del Vino (OIV) e la perdita di quote di mercato dell'Australia a causa dei dazi introdotti sui loro vini non è stata rimpiazzata da altri, segno forse di un'ulteriore tendenza a puntare sul vino di produzione locale.

«Sebbene non venga consumato in grande quantità rispetto alle tradizionali bevande alcoliche come la birra e il Baijiu, il famoso “liquore bianco” a base di cereali fermentati, il vino è entrato nelle case da diversi anni ormai» continua Albert Antonini Mangia. La domanda di vino è concentrata nelle città a più alto reddito, come ad esempio Hong Kong, Pechino e Shanghai, dove sono maggiormente presenti anche Millennials e consumatori della Generazione Z, che hanno avuto modo di studiare o viaggiare all'estero e quindi di conoscere meglio di altri la cultura del vino. Data la sua vasta popolazione, oltre 1.4 miliardi di abitanti, e la rapida occidentalizzazione dei consumi, la Cina si posiziona al quinto posto a livello mondiale per consumo di vino. «Il vino cinese continua a essere popolare e consumato in Cina: negli ultimi anni l'industria vinicola cinese ha registrato una crescita significativa e ha investito molto nella produzione di vini di alta qualità, con l'obiettivo di competere con i marchi stranieri. Se guardiamo all'export di vino in Cina, l'Italia, pur essendo storicamente sempre il primo produttore di vino al mondo per volume, si classifica solo al terzo posto tra gli importatori di vino, dopo la Francia e il Cile (dopo di noi la Spagna e l'Australia)».

IL GIUSTO APPROCCIO: MARKETING, PACKAGING E CONOSCENZA DEL CONSUMATORE

Ma come bisogna affrontare il mercato cinese, sia on line che off line? «In questi ultimi 7 anni ho avuto il privilegio di entrare in contatto con quasi 20 mila aziende del sud Europa interessate a vendere sul web – spiega ancora Albert Antonini Mangia –. Solo le aziende che mettono la Cina al centro della loro strategia aziendale, con un export manager che viaggia spesso nel paese, che studiano bene il mercato e il consumatore, che preparano un piano di marketing specifico di medio e lungo periodo, riescono a ritagliarsi una presenza importante e vendere in Cina on line e al dettaglio con successo».

La Cina rappresenta un mercato prometten-

“La Cina rappresenta un mercato promettente per l’industria del vino, ma è fondamentale comprendere che il consumatore è completamente diverso da quello occidentale”

COS'È ALIBABA?

Alibaba è una multinazionale cinese che opera nel campo dell'e-commerce, fondata nel 1999 da Jack Ma. A differenza degli altri grandi player globali del settore, che vendono e consegnano direttamente ai consumatori, Alibaba nasce come marketplace, ed è soprattutto un intermediario tra acquirenti e fornitori che permette agli utenti e alle aziende di utilizzare la piattaforma per vendere i propri articoli. Il modello è quindi principalmente B2B ed è particolarmente popolare in Asia ed in Cina.



te per l'industria del vino, ma è quindi fondamentale comprendere che il consumatore è completamente diverso da quello occidentale in termini di cultura e abitudini di consumo derivanti da tradizioni, valori e stili di vita differenti. «Per avere successo nel mercato cinese del vino, è necessario acquisire una conoscenza approfondita di questo consumatore e soprattutto adattare la propria strategia di marketing e vendita di conseguenza. Anche la presentazione del prodotto qui è di grande importanza: il packaging attraente e di qualità, con un'attenzione particolare ai dettagli e all'estetica, può influenzare profondamente le scelte dei consumatori cinesi».

Insomma, mercati complessi e distanti necessitano approcci diversi per sfruttare le grandi potenzialità presenti. Allo stesso modo, le evoluzioni tecnologiche aprono enormi opportunità, per i consumatori ma anche per le cantine italiane. Nuovi strumenti e nuovi mercati hanno bisogno però di studio, specifiche competenze e una voglia incessante e mai banale di confrontarsi con sfide altrettanto nuove. E il vino italiano può avere tutto il potenziale per guardare all'Oriente e al mondo intero con successo. ♦



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



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

sommelier al lavoro

a cura di

Anna Basile e Anita Croci



La ristorazione di qualità, oggi più che mai, è un settore multidisciplinare e di alta specializzazione. È proprio nel dialogo con questa vastità di ambiti e di potenzialità espressive che Alberto ha scoperto la propria dimensione, combinando personalità e professionalità per dare vita al proprio ristorante dove tutto si fonde, si anima e si completa. «Lo definisco “la mia bottega” perché è la sintesi di tutte le mie più grandi passioni: il vino, il cibo e i miei quadri».

Chef, sommelier, artista. Nel cassetto una doppia laurea in Economia e Commercio e Giurisprudenza e un lavoro per una multinazionale americana in giro per il mondo, ma la strada da seguire era un'altra e portava verso casa. «Mio padre aveva già un ristorante ad Almenno, prima di passare alla ristorazione collettiva. Da bambino aiutavo come potevo». Un mestiere appreso per necessità, utile per pagarsi gli studi, ma la passione si accende solo nell'incontro con una ristorazione diversa da quella massiva. «Lavoravo nel ristorante di Bruno Federico, all'epoca delegato AIS di Bergamo, che spesso ospitava degustazioni. Ricordo una serata Montrachet: folgorante». Ecco che il vino diventa la chiave di volta, la scintilla che fa scoccare l'amore per tutto il mondo sensoriale dell'enogastronomia. «Nel vino, come poi nel cibo, ho visto una sintesi di scienza e umanesimo. Quello che mi ha appassionato è proprio la vastità e la trasversalità della cultura che c'è dietro



Alberto Magri

Cantina Lemine

Via Gaetano Buttinoni 48, Almenno San Salvatore (BG)

info@cantinalemine.com +39 339 45 27 561

Orari di Apertura - Previa Prenotazione

Cena da mercoledì a sabato dalle 19.30

Pranzo domenica dalle 12.00 - Chiuso lunedì e martedì

questo mondo e la possibilità di studiare e approfondire continuamente».

Immediata la decisione di diventare sommelier. «Ero così impaziente che per completare i tre livelli nel più breve tempo possibile li ho frequentati in tre delegazioni diverse: Sondrio, Bergamo e Milano». Si diploma nel 2003 e l'anno seguente apre Cantina Lemine. Le idee sono chiare: la cultura

dell'ospitalità come fondamento di un'esperienza enogastronomica identitaria e di alto livello. «All'inizio non mi occupavo della cucina avendone una conoscenza solo empirica, ma ho iniziato subito a frequentare dei corsi, cosa che peraltro continuo a fare, e dopo alcuni anni sono diventato anche chef del mio ristorante». Un completamento necessario ma non esclusivo, nella di-

menzione intima di un luogo pensato come un'abitazione e dove Alberto, moderno oste, continua ad accogliere personalmente i propri ospiti. Nulla viene trascurato. «Si è allargata la forbice, non solo e non necessariamente economica. C'è chi mangia per mangiare e c'è chi cerca un'esperienza specifica, il dettaglio è fondamentale».

In carta circa duecento etichette, perlopiù di piccoli produttori e quasi tutti visitati personalmente. «Le mie vacanze sono così: partire con il furgone alla ricerca di piccole produzioni di qualità, in Italia e in Francia. Il fattore di vivere personalmente un prodotto, i luoghi e le persone, mi aiutano a comprenderlo meglio e a trasmetterlo ai clienti». Una predilezione per la Champagne, con oltre sessanta referenze, e almeno una trentina dalla bergamasca. «Sono molto attaccato alla mia terra e sono felice e orgoglioso di poterne proporre le eccellenze». Nei vini e nei piatti. Una cucina principalmente di mare che ai classici affianca un menu degustazione stagionale dove si fondono esperienze, ricerche e tecniche diverse. «Senza forzature, ma mi piace portare in tavola il territorio attraverso le contaminazioni dai singoli ingredienti della Val Brembana, dal tartufo al Branzi».

Ci congediamo con un abbinamento. «Una liaison tra Sicilia e Alto Adige: scampo con ricotta aromatizzata alla polvere di agrumi su estratto di erbe con un Kerner di Manni Nössing». ♦

di Anita Croci



Bianca Lucely Gomez Melo

«**N**on ho dubbi: il vino ha rivoluzionato tutto nella mia vita. Ho un nuovo lavoro, nuove amicizie, ho persino cambiato città. Dal momento in cui ho scoperto questa passione ogni giorno è magicamente più luminoso». Anche gli occhi di Lucely si fanno più luminosi quando ci racconta di come il vino ha trasformato il suo mondo, diventando il fulcro di interessi ed emozioni da condividere. Ma facciamo un passo indietro. «Nella mia vita precedente lavoravo alla reception di un albergo: era

piacevole stare sempre a contatto con persone nuove, con esigenze ogni volta diverse, ma sentivo che mancava quel tocco di brio che ti fa amare profondamente quello che fai. L'incontro casuale con un rappresentante di vini ha stuzzicato la mia assopita curiosità: che cosa si nasconde dietro quello che potrebbe definirsi in apparenza un semplice bicchiere di vino? Un universo da conoscere. Quell'incontro è stato determinante per il mio futuro». Che cosa hai deciso di fare? Ti sei messa a "bere"? «Quello l'ho sempre fatto... ho capito che non bastava. Avevo

bisogno di una formazione seria, non volevo un'infarinatura generale su una materia così vasta. Così la mia strada ha incontrato quella di AIS Brescia, la delegazione di cui faccio parte».

Lucely è diventata sommelier nel 2018, ha collaborato con diverse cantine del territorio, fa parte del gruppo servizi della delegazione bresciana e lavora come sommelier presso l'enoteca Drink Shop di Brescia. «Abbiamo più di 1300 etichette, una selezione ampia che richiede studio e aggiornamenti. I clienti sono esigenti anche se a volte molto abitudinari.

Abbiamo organizzato diverse degustazioni in enoteca proprio per far conoscere vini nuovi, per permettere anche ai meno curiosi di provare qualcosa che non osano scegliere a scatola chiusa. L'assaggio, guidato dalle parole del sommelier che racconta quello che si cela nel calice, ammalia, seduce e quasi sempre conquista il cliente che allarga i suoi orizzonti e sceglie un prodotto diverso». Quali sono i vini più apprezzati? «I Franciacorta sono tra i più richiesti; tra i rossi sono molto amati i Nebbiolo di Valtellina e l'Amarone della Valpolicella, ma la nostra selezione è davvero ricca, include tutte le regioni d'Italia, la Francia e molti altri Paesi. Io amo parlare di vino, aiutare nella scelta della bottiglia ideale per un abbinamento, per un regalo o per un'occasione. Certo, bisogna impegnarsi anche perché è un mondo ancora un po' maschile». Raccontaci meglio. «Capita spesso che i clienti si rivolgano istintivamente ai colleghi uomini, quasi mai a me, a meno che non mi conoscano. La mia sfida quotidiana è dimostrare che si possono fidare eccome, e ci riesco sempre». E in futuro? «Il prossimo traguardo sarà l'esame da degustatore. Approfondire è fondamentale, e il mondo del vino non può essere capito con uno studio limitato nel tempo. La formazione non si ferma mai e deve abbracciare più settori. Ma non è un sacrificio: non vedo l'ora di rimettermi a studiare». ♦

di Anna Basile

Fabio Pericoli, classe 1978, è nato a Magenta in provincia di Milano e vive a Zurigo, dove lavora come informatico. Con **“La Bottiglia, una storia sul vino”**, segna il suo esordio letterario e riesce a sorprenderci. Il libro non è una guida dettagliata e completa di un territorio vitivinicolo. Non è nemmeno una vertiginosa degustazione di qualche etichetta prestigiosa. Né lo studio approfondito dell'ultimo vitigno in voga. Niente a che vedere con l'enorme e ridondante produzione di manuali, prontuari, guide, classifiche, annuari che caratterizzano l'attuale panorama bibliografico sul vino. Fabio Pericoli riesce a sorprenderci perché il suo libro è un romanzo.

Dentro il romanzo c'è una storia, narrata con leggerezza e semplicità; un veloce alternarsi di contesti diversi, di conferme e di scoperte che la rendono leggibile e scorrevole, quasi fosse la sceneggiatura di un road movie, di un avventuroso racconto di viaggio.

Dentro la storia c'è un viaggio. Un viaggio di scoperta, quasi un “Gran Tour” dei luoghi del vino e dell'anima, raccontato con essenzialità e profondità: quattro amici, Tommaso, Julie, Luciano e Roberta, uniti dalla passione per il vino. Una passione coinvolgente, una capacità di gustare il vino come antidoto alla gabbia della quotidianità. I quattro amici sognano una bottiglia mitologica, irraggiungibile: un Romanée - Conti, 1991. Un po' di pazzia, un po' di fortuna e partono, viaggiano. Percorrono in auto la strada

Bottiglie per viaggiare

Una bottiglia che come un Santo Graal spinge i protagonisti in un viaggio che li avvicinerà a se stessi e al senso dell'amicizia

di **CÉLINE DISSARD LAROCHE**



LA BOTTIGLIA **Una storia sul vino**

Fabio Pericoli

© 2023 Fabio Pericoli

235 pagine

ISBN 9798375938219

13 euro

che da Roma porta a Londra per provare ad accaparrarsi all'asta la prestigiosa bottiglia tanto ambita.

Dentro il viaggio c'è tanto vino: le bottiglie da collezione, i grandi vini o le piccole perle nascoste, ma anche tappe e resoconti delle visite a cantine rinomate, sguardi interessati e coinvolgenti a vigneti e vinerie, ristoranti indimenticabili, descrizioni di molte degustazioni memorabili. Non mancano insomma, anche se indirette e sfumate, le suggestioni, i consigli, le scintille che accendono la curiosità, la voglia di visitare qualche cantina o di accompagnare la lettura con un sorso dello stesso vino che è lì, davanti a noi, in quella pagina di quel romanzo...

Ma il viaggio e il vino sono solo un pretesto con il quale l'autore ci avvicina, almeno un po', ai personaggi, al divenire delle loro vite, al prendere forma dei loro cambiamenti, dei loro sentimenti. Perché il senso, dentro la provvisoria follia di un viaggio che attraversa l'Europa per una bottiglia di vino tanto famosa quanto costosa, è tutto nella ricerca di sé e nella volontà di star bene insieme. Tommaso, Julie, Luciano e Roberta partono per cercare una mitica bottiglia di vino, ma trovano in realtà il loro vitale cambiamento, il senso della loro amicizia, la voglia di innamorarsi di nuovo e ancora. ♦

Anche le passioni più grandi, le gioie più profonde, i momenti felici possono lasciare il passo alle più noiose ripetizioni, alle consuetudini abitudinarie. Anche l'amore per il vino, come tutte le passioni può consumarsi, logorarsi in degustazioni ripetitive, in caricaturali e pedanti riti, in asfissianti ricerche della bottiglia perfetta, del vino più famoso. Serve uno scatto, una gioia inaspettata, un'esperienza generativa per ripristinare quel diritto alle cose belle, semplici e naturali che la passione per il vino può regalare.

Angelo Peretti, (Garda, 1959), giornalista e critico, ideatore e direttore del giornale "The Internet Gourmet", ci regala con "Esercizi spirituali per bevitori di vino" novanta brevi racconti tra narrativa e saggistica, che sono proprio quello scatto, quel guizzo di gioia ed ironia che può servire per riattivare la curiosità, la bellezza, l'emozione. Novanta veri e propri esercizi di meditazione dissacrante che mixano musica, letteratura, filosofia, ricordi, sogni, umanità varia. L'autore li classifica in ordine alfabetico, ma leggeteli pure come vi pare, dal primo all'ultimo, è sempre lo stesso: sguardo aperto, respiro profondo, cuore libero, voglia di bere buon vino.

Ogni racconto racchiude piccole istigazioni al ricordo dei nostri migliori momenti e preziose istruzioni su come ritrovare la naturalità e la piacevolezza di qual gesto, non a caso considerato sacro da tante antropologie, di bere e condividere il vino. Per ogni capitolo Angelo Peretti

Piccoli esercizi per ritrovare il senso del vino

L'abitudine può minare anche le nostre più gioiose passioni: impariamo a esercitarci per riscoprire il piacere intimo e autentico di un calice di vino

di CÉLINE DISSARD LAROCHE



ESERCIZI SPIRITUALI per bevitori di vino

Angelo Peretti

© Edizioni Ampelos 2023

412 pagine

ISBN 978 88 31286 06 0

25 euro

suggerisce due vini, uno italiano e l'altro estero, piccole etichette o famose cantine; i consigli di degustazione, quasi fossero delle "Madeleine de Proust", suggeriscono ricordi, sogni, emozioni e commozioni:

*"Eccola lì, la commozione, quel sentimento bellissimo e bastardo che ti aspetta al varco a qualche curva della vita. Ti è mai capitato che il vino che stavi bevendo evocasse l'immagine di una persona cara? A me è accaduto. Non vuol dire che il vino fosse straordinario e anzi non lo era per nulla, però mi ricordava mio padre, e ne ero commosso (...) Questo vino sarebbe piaciuto a mio padre. Ha la fragola, l'amarena, un fiotto succoso di mirtillo. È un valzer di profumi fruttati, o forse più una polka, per via del ritmo. Non che papà fosse un ballerino ferrato. Però gli piacevano i vini fatti così. Mi rammarico di avere scoperto il St. Laurent troppo tardi".**

Tutti i racconti, messi insieme, sono un caleidoscopio di nuovi e freschi sguardi sul vino e sulla vita, sulla poetica complessità di entrambi. Perché per rinnovare la voglia per il bere bene e la capacità di vivere ancora meglio serve esercizio. Dopo i novanta "esercizi spirituali per bevitori di vino" suggeriti da Angelo Peretti, (diciamolo piano, sommessamente) si sta decisamente bene e si beve ancor meglio.

*Citazione tratta dal racconto "Padre" a pag 195. Il vino consigliato arriva dall'Austria, è il Thermemregion St. Laurent Ried Frauenfeld, Johanneshof Reinisch. ♦

Il Presidente e il Comitato esecutivo



**PRESIDENTE
AIS LOMBARDIA**

Hosam Eldin Abou Eleyoun

SEDE AIS LOMBARDIA

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

COMITATO ESECUTIVO REGIONALE



Alessandro Caccia

**VICEPRESIDENTE
AIS LOMBARDIA**



Luigi Bortolotti



Rossella Ronzoni



Fabio Scaglione

CONSIGLIERI REGIONALI

Luigi Mascheretti

luigi.mascheretti@aislombardia.it

Francesca Provenzi

francesca.provenzi@aislombardia.it

Luigi Scaramuzzi

scaramuzziluigi@tiscali.it

Tiziano Tosetti

tiziano.tosetti@telecomitalia.it

Flavio Urbani

flaurb@gmail.com

REVISORI LEGALI

Roberto Cassanelli

roberto@robertocassanelli.com

Elena Demarziani

elenademarziani@demarzia.it

Massimo Piacentini

m.piacentini@consulenzaprofessionale.com

RESPONSABILI DI SETTORE

Sebastiano Baldinu Curatore Guida Vinipus, referente Vitae

sebastiano.baldinu@aislombardia.it

Marisa Carelli Istituti alberghieri

marisa.carelli@aislombardia.it

Paola Marccone Consulenza legale

paola.marccone@aislombardia.it

Rossella Ronzoni Amministrazione e Bilancio

rossella.ronzoni@aislombardia.it

Luigi Bortolotti Degustatori

degustatori@aislombardia.it

Amalia Della Gatta Eventi e pubbliche relazioni

amalia.dellagatta@aislombardia.it

Massimiliano Pace Servizi

servizi@aislombardia.it

Simone Savoia Video

simosav76@yahoo.it

Alessandro Caccia Didattica

alessandro.caccia@aislombardia.it

Antonio Erba Rapporti con le istituzioni

antonio.erba@aislombardia.it

Luisito Perazzo Concorsi

luisitoperazzo@yahoo.it

Fabio Scaglione Logistica

fabio.scaglione@aislombardia.it

Alessandro Franceschini Comunicazione

alessandro.franceschini@aislombardia.it

Ilaria Ranucci Enoturismo

enoturismo@aislombardia.it

I Delegati



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



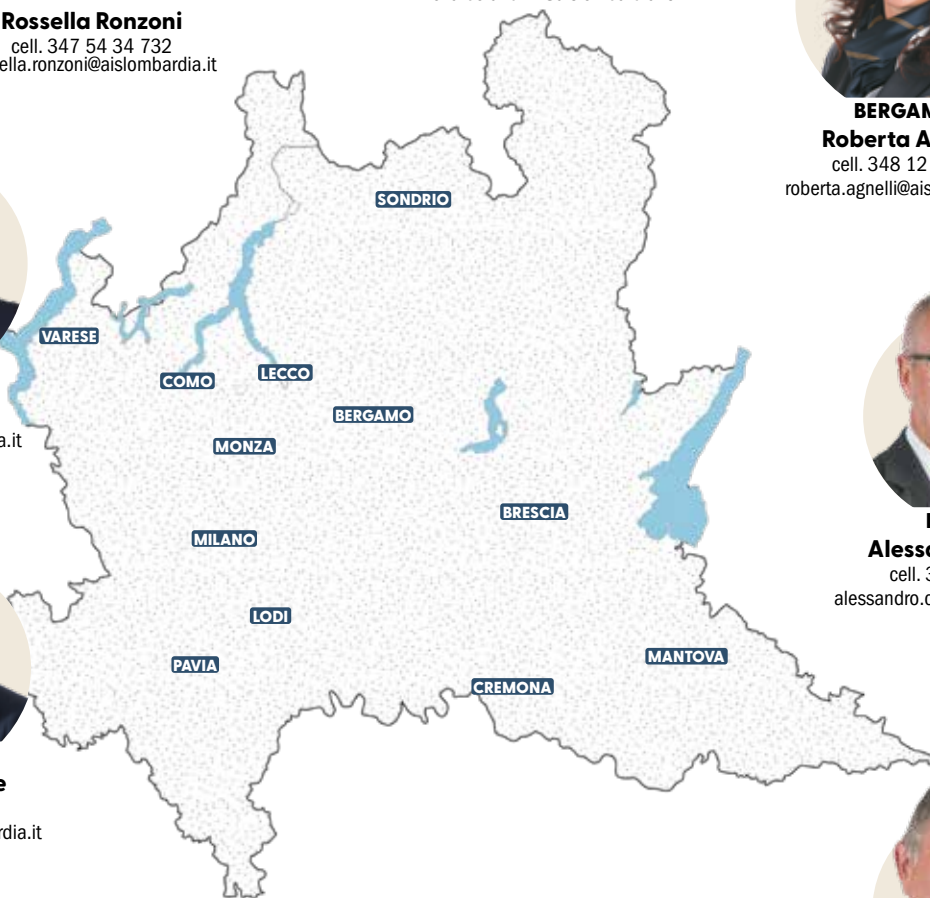
SONDRIO
Elia Bolandrini
cell. 335 73 57 380
elia.bolandrini@aislombardia.it



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



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



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



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



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



PAVIA
Miriam Prencisvalle
cell. 347.0145500
miriam.prencisvalle@aislombardia.it



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



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

Seguici sui nostri social

-  www.facebook.com/aislombardia
-  www.instagram.com/aislombardia
-  twitter.com/AisLombardia
-  www.youtube.com/user/AisLombardia