

Periodico dell'Associazione Italiana Sommelier Lombardia

MAGGIO 2025

ViniPlus

DI LOMBARDIA

1965 - 2025
**BUON
COMPLEANNO
AIS**

*I fatti, le tappe e i vini
che hanno accompagnato
60 anni di storia*

ANNI



Guida Berlucchi

IL FRANCIACORTA
IN TUTTA LA SUA PUREZZA

berlucchi.it



ViniPlus



Sessant'anni non sono solo una ricorrenza

Sessant'anni sono una storia scritta con il cuore, un percorso che profuma di cantina, di sacrifici e intuizioni. Sessant'anni sono il tempo di un'Italia che cambiava e, con lei, di un'Associazione che ha saputo crescere, rinnovarsi, resistere e trasformarsi. L'Associazione Italiana Sommelier, oggi, è molto più di un punto di riferimento per chi ama e studia il vino. È diventata una casa della cultura del gusto, uno spazio dove si coltiva conoscenza, condivisione e responsabilità.

Dai primi corsi con pochi appassionati a un'organizzazione nazionale diffusa e strutturata, di strada ne è stata fatta tanta. Il vino resta il cuore pulsante della nostra identità, ma non è più l'unico linguaggio. Oggi AIS parla anche di olio, di birra, di analisi sensoriale, di territori, di inclusione, di accoglienza. È un linguaggio che si arricchisce, che si apre, che si fa più umano e più completo.

In questo cammino, AIS Lombardia ha avuto un ruolo fondamentale. Con passione, visione e un instancabile lavoro di squadra, ha saputo diventare modello di innovazione e coerenza, portando avanti il valore della formazione con autorevolezza e spirito di servizio. I numeri parlano chiaro, ma lo fanno soprattutto le persone: sommelier sempre più preparati, appassionati che si avvicinano al vino con rispetto e desiderio di conoscenza, docenti capaci di emozionare mentre formano.

AIS Lombardia ha saputo ascoltare il presente, senza dimenticare il passato, e ha acceso nuovi fari per illuminare il futuro. Lo ha fatto formando degustatori e relatori sempre più competenti, promuovendo eventi dove il vino non è solo da bere, ma da raccontare, da vivere, da comprendere.

E ora, in questo sessantesimo compleanno, non celebriamo solo una data.

Celebriamo un'idea che è diventata realtà solida. Celebriamo la fatica, la bellezza e la straordinaria potenza di una comunità che ha fatto dell'educazione alla qualità la sua missione più profonda.

Il viaggio continua, con lo stesso passo determinato, lo stesso sguardo attento e lo stesso entusiasmo di chi sa che dietro ogni calice c'è molto più di un vino: c'è una storia da custodire, un sapere da trasmettere, un'emozione da condividere.

Per festeggiare questo traguardo straordinario, l'AIS Lombardia ha pensato a una serie di eventi distribuiti lungo la settimana dal 7 all'11 luglio. Saranno occasioni di incontro e riflessione, momenti per ricordare le radici, ma anche per raccontare con fierezza ciò che AIS è diventata oggi: un punto di riferimento nella formazione, nella valorizzazione del vino e dei suoi mondi affini.

AIS Lombardia, in particolare, si prepara a vivere questo anniversario con uno spirito rinnovato e propositivo. La nostra regione, negli ultimi anni, ha conosciuto una crescita significativa non solo in numeri, ma in qualità, in visione, in coesione. E sarà protagonista di diverse iniziative che renderanno omaggio a questa lunga e appassionante storia.

Oggi, con questo editoriale, vorrei semplicemente dirvi: preparatevi, perché festeggiare 60 anni non è solo guardarsi indietro. È un atto di gratitudine verso il passato. È un atto di responsabilità verso il futuro. E lo faremo insieme, come sempre.

Hosam Eldin Abou Eleyoun
Presidente AIS Lombardia

Maggio

1

EDITORIALE

di Hosam Eldin Abou Eleyoun

3

EDITORIALE

di Alessandro Franceschini

4

NEL PIATTO E NELLA VIGNA

di Alberto P. Schieppati
e Leonardo Valenti

6

SPECIALE: 1965 - 2025.

BUON COMPLEANNO AIS

A cura di Anna Basile,
Anita Croci, Alessandro
Franceschini, Davide
Gilioli, Gabriele Merlo, Sara
Missaglia, Ilaria Ranucci,
Paolo Valente

24

MONDO VINO

Sessant'anni di Nuovo Mondo
di Ilaria Ranucci

28

APPROFONDIMENTO FRANCIA

Jura rouge
di Samuel Cogliati Gorlier

34

LA VERTICALE

I Campi Flegrei
di Cantine Astroni
di Armando Castagno

40

TERRITORI ITALIANI

I Colli di Asolo e il Montello
di Anita Croci

46

PRODOTTI DOP E IGP

Radicchio Rosso di Treviso
IGP e Radicchio Variiegato
di Castelfranco IGP
di Gabriele Merlo

50

AUTOCTONI, CHE PASSIONE!

I vitigni bianchi
autoctoni trevigiani
di Davide Gilioli

53

BIRRE

Sessant'anni
di birra italiana
di Maurizio Maestrelli

56

DISTILLATI

"Rivoluzione cocktail"
per la grappa
di Maurizio Maestrelli

60

RI-GENERAZIONI

Scuropasso
di Sara Missaglia

64

VITA DA WINEMAKER

Beppe Caviola
di Paolo Valente

68

FORMAGGI

La ricotta
di Beppe Casolo

70

OLIO

Il bello e il brutto
dell'olio extra vergine
di oliva negli ultimi 60 anni
di Luigi Caricato

72

L'ABBINAMENTO

La cucina indiana
di Paolo Valente

74

IL PIATTO LOMBARDO

I mondegghili
di Andrea Grignaffini

76

LA LOMBARDIA E SUOI ARTIGIANI DEL GUSTO

Gli artisti del gusto
di Lombardia che hanno
aperto una strada
di Marco Gatti

78

DIRITTO DIVINO

Il vino italiano e le indicazioni
geografiche: un lungo
viaggio normativo
di Paola Marccone

82

VINO E TECNOLOGIA

Il vino e le sfide
della comunicazione tra
piattaforme digitali
e cambiamenti tecnologici
di Raffaele Cumani

86

ENOZIONI

I vincitori del premio
Enozioni a Milano 2025
di Jessica Bordoni,
Francesca Ciano,
Matteo Forli ,
Alessandro Franceschini

100

Il Miglior Sommelier d'Italia 2025

di Valeria Mulas

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

Anna Basile, Nicola Bonera,
Jessica Bordoni, Beppe Casolo,
Armando Castagno,
Luigi Caricato, Francesca Ciano,
Samuel Cogliati Gorlier, Anita
Croci, Raffaele Cumani, Matteo
Forli, Marco Gatti, Davide Gilioli,
Andrea Grignaffini,
Céline Dissard Laroche,
Maurizio Maestrelli,
Paola Marccone, Gabriele Merlo,
Sara Missaglia, Valeria Mulas,
Luisito Perazzo, Ilaria Ranucci,
Alberto P. Schieppati,
Paolo Valente, Leonardo Valenti

REDATTORE EDITORIALE
Anita Croci

REVISIONE TESTI
Anna Basile, Anita Croci

IMMAGINE DI COPERTINA
Barbara Viganò

FOTOGRAFIE

Adobe Photo Stock, Elio e
Stefano Ciol, Davide Dutto, Fabio
Florio, Freepik, Andy Grabo,
OnstageStudio, Unsplash,
Gabriele Zanon

ART DIRECTOR

Barbara Viganò

EDITORE

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

STAMPA

Ancora Arti Grafiche
Via Benigno Crespi, 30
20159 Milano MI

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

Chiuso in redazione il 19 Maggio 2025
Registrato al tribunale di Milano
al n° 306 del 23 maggio 2001
Iscritto al ROC n° 19420 del 25 marzo 2010

ViniPlus



Per sessant'anni al fianco del mondo del vino, e non solo

Probabilmente, anzi, quasi certamente, il 7 luglio di 60 anni fa, nessuno dei quattro fondatori dell'Associazione Italiana Sommelier avrebbe mai immaginato che questa figura professionale, ai tempi un po' misteriosa e sostanzialmente elitaria, sarebbe riuscita a uscire dai suoi più ristretti ambiti operativi, ovvero alberghi, ristoranti ed enoteche, e avrebbe cominciato a recitare un ruolo di primo piano un po' in tutti gli ambiti del composito e articolato universo del vino e del cibo.

Dal 1965 a oggi i corsi per diventare sommelier sono stati frequentati da centinaia di migliaia di persone. O solo per pura, semplice, ma trascinante passione – oggi questa è la principale motivazione che anima la stragrande maggioranza dei soci AIS – o come primo passo per magari intraprendere un percorso professionale non tanto e solo nel mondo della sommellerie, quanto anche in quello della comunicazione, della consulenza o della docenza in ambito enogastronomico.

Una grande e composita comunità, che ha accompagnato, e lo fa tuttora, i fatti e le vicende che hanno animato il mondo del vino e del cibo, ma anche quello dell'olio, della

birra e di tutto il grande patrimonio agroalimentare presente in Italia. Siamo partiti da questa ultima considerazione per celebrare, a modo nostro, i 60 anni di AIS. Lo abbiamo fatto in molte delle pagine che compongono questo numero, il 28°, quasi monografico, quindi, anche questa volta.

Nello speciale che apre ViniPlus, decennio dopo decennio, dagli anni '60 ad oggi abbiamo isolato quelli che, tra i tanti fatti accaduti nel mondo del vino, ci sono sembrati i più significativi da evidenziare, sia in Italia che nel cosiddetto Nuovo Mondo. Un esercizio che giocoforza ha richiesto di fare delle scelte e di avere il dono della sintesi: lo abbiamo applicato anche negli editoriali della sezione "Nel piatto e nella vigna" così come nelle rubriche dedicate alla birra, all'olio, agli artigiani del gusto e nella rubrica "Diritto divino".

È emerso un affresco interessante, composito, che restituisce la fotografia di molti dei temi che hanno attraversato, in alcuni casi animato in modo anche dialettico, il dibattito intorno alle vicende vinicole, e non solo, del nostro Paese.

Buona lettura!

Alessandro Franceschini

Alessandro Franceschini
Direttore Responsabile

In sessant'anni le tavole dei ristoranti e i filari delle vigne hanno assistito a tanti, se non tantissimi, cambiamenti, figli del tempo, delle mode e delle trasformazioni del contesto socio-economico che hanno attraversato il nostro Paese. Quali sono le tappe fondamentali da ricordare?



Una grande svolta nata sessant'anni fa

di **ALBERTO P. SCHIEPPATI**

Erano belli quegli anni, verrebbe da dire. La società italiana, uscita dal Dopoguerra, stava rilanciandosi in un avveniristico futuro, di cui il boom economico fu solo il primo atto. È del 1960 la nascita del primo computer, che inaugura un sistema di comunicazione destinato a cambiare il mondo dell'informazione e, quindi, dei comportamenti sociali. Tempi di rivoluzione, dunque, destinati a cambiare il corso della storia. E così fu, anche per il vino. Quando, sessant'anni fa, nacque l'Associazione Italiana Sommelier, il mondo enologico italiano era agli albori, nonostante la grande quantità di vino prodotto, di qualità mediamente discutibile a parte le solite eccezioni rappresentate dai grandi pionieri dell'enologia, mosche bianche in un mondo fatto di fiaschi e bottiglioni da un litro e settecentocinquanta. Eppure, l'energia del mondo produttivo era tanta e, d'altro canto, si andava formando una vera e propria categoria umana di consumatori: gli enoappassionati.

Nella ristorazione, la scelta fra "bianco o rosso?" era una triste e banale consuetudine, dettata da impreparazione e scarse conoscenze in materia. Di abbinamento, questo sconosciuto, non si parlava neppure e, semmai, era lo Champagne "sempre della stessa marca" a diventare il protagonista di riunioni gastroconviviali.

Ma, nonostante tutto, era arrivato il momento migliore per dare una svolta importante: non a caso, nel 1965, quattro grandi personaggi, appassionati di vino e di cultura del vino, fondarono quella che ancor oggi è la più importante entità nel mondo associazionistico del vino, in



Italia ma anche nelle sue espressioni internazionali, che, nei decenni, ha visto crescere il proprio ruolo. Grandi presidenti hanno così, nel tempo, innovato e adeguato programmi e strategie al fine di creare una generazione di professionisti del vino al servizio dei consumatori, ma oserei dire della società italiana nel suo complesso. In breve tempo, già nell'arco di un decennio, a metà degli anni Settanta, la ristorazione italiana va qualificandosi, fino ad arrivare nel decennio successivo a livelli di dignità mai raggiunti prima. A metà degli anni Ottanta, grazie all'impulso della sommellerie, nascono le prime carte dei vini: talvolta ingenui, ma comunque segnale importante di un interesse che andava via via perfezionandosi. Si inizia così a dividere le produzioni vinicole in regionali, territoriali, le DOC si consolidano, nasce la DOCG. Il valore del vino, anche attraverso fiere di livello come Vinitaly, diventa prioritario nella società italiana. Si parla dei risvolti salutistici del consumo (resveratrolo in primis, ricordate?), si combatte contro stupide generalizzazioni che imputano ogni male al consumo di alcol. E il vino ne esce sempre vincente, grazie all'aumento qualitativo delle produzioni e alla quantità di eventi di eccellenza organizzati quotidianamente in tutto il Paese. Sì, belli quegli anni. La critica enogastronomica assume spessore e, pur con qualche limite, contribuisce all'affermazione del vino italiano nel mondo, grazie anche alla quantità e qualità di riviste specializzate che diffondono il "credo" sincero e appassionato di un grande prodotto. Sì, davvero belli quegli anni. Difficile rapportarli a oggi, in cui ci si trova nuovamente a combattere contro proclami minacciosi e colpevolizzanti dell'OMS o, addirittura, a sostenere i vini dealcolati, attraverso dibattiti che sembrano non portare a nulla. Ma, nonostante i motivi di scoraggiamento, nonostante dazi e demonizzazioni, il vino italiano resiste alla grande. E si prepara alle prossime imminenti sfide. ♦

Tante rivoluzioni in vigna, che continuano tuttora

di **LEONARDO VALENTI**

Sessant'anni, quelli che AIS compie quest'anno, sono un arco temporale davvero importante e sintetizzare quello che è successo in vigna, visti i tanti cambiamenti intercorsi, non è facile.

Se volessimo procedere sinteticamente per punti fondamentali e cruciali, certamente non si può non partire dallo spopolamento delle campagne a fronte del cosiddetto "richiamo della fabbrica", che va di pari passo con la necessaria meccanizzazione del vigneto, che coinvolge tutto il mondo agricolo italiano negli anni '60 e buona parte del decennio successivo. Sono anni di grandi cambiamenti, nei quali la mancanza di mano d'opera e al tempo stesso la richiesta di un'agricoltura più intensiva e moderna fa sì che la spinta all'innovazione diventi una priorità. Nascono forme di allevamento che devono essere pensate in funzione dell'utilizzo delle macchine: cordone speronato, Casarsa o il GDC (Geneva double curtain). Nella più parte dei casi, prediligono la quantità e cominciano ad essere affiancate da altre pratiche, che invece mirano alla qualità, verso la seconda metà degli anni '80 e poi soprattutto negli anni '90 quando il

vino italiano ha ormai conquistato quote di mercato anche all'estero e si sta sempre più sedendo alla tavola dei cosiddetti fine wines.

In questo periodo parole come "diradamento" e subito dopo "selezione clonale" diventano sempre più comuni perché consentono di ottenere vini più alcolici, colorati e con più polifenoli, come il mercato chiede.

La ricerca della tipicità e, di conseguenza, l'utilizzo della zonazione per cercare di individuare le aree che più vanno incontro a questa esigenza, caratterizzano soprattutto l'inizio del nuovo millennio: è un percorso che in modo quasi naturale porta, successivamente, a una nuova sensibilità verso i temi della biodiversità in vigna e, quindi, in generale, della sostenibilità. Alla selezione clonale si preferisce una selezione massale mirata, che sceglie genotipi sani ma diversi l'uno dall'altro, per preservare la ricchezza espressiva dei vitigni. Oggi siamo in un periodo di ulteriore grande cambiamento, soprattutto a causa delle mutazioni del clima: la sperimentazione con i vitigni PIWI, ma non solo, e la necessità di spostarsi più in alto sono diventate priorità pressoché imprescindibili. ♦

1965 - 2025

BUON COMPLEANNO AIS

*La più importante
associazione
della sommellerie
d'Italia compie
60 anni. Una
storia densa di
avvenimenti, come
quelli che hanno
contraddistinto
il mondo del
vino italiano.
Ripercorriamo
alcune delle tappe
più significative
di questo lungo
percorso*



a cura di

Anna **Basile**

Anita **Croci**

Alessandro **Franceschini**

Davide **Gilioli**

Gabriele **Merlo**

Sara **Missaglia**

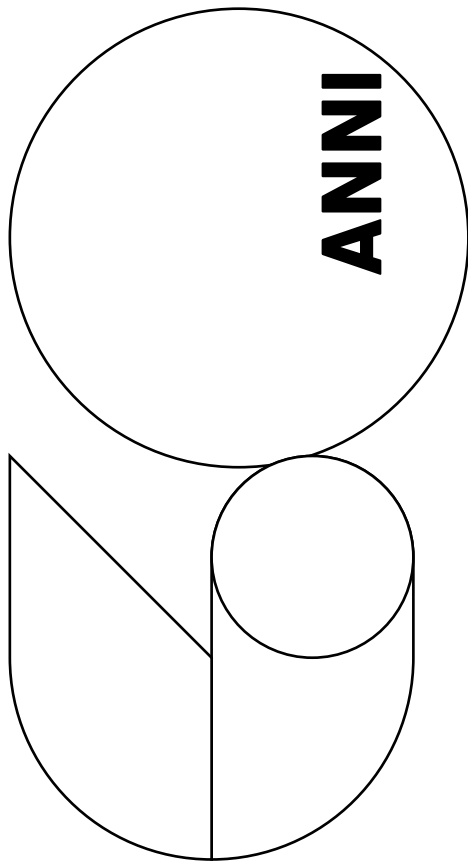
Ilaria **Ranucci**

Paolo **Valente**



Le TAPPE FONDAMENTALI dell'Associazione Italiana Sommelier

di ALESSANDRO FRANCESCHINI



1960

Il 7 luglio del 1965 nasce ufficialmente a Milano l'Associazione Italiana Sommelier. Sono le ore 18:30 quando davanti al notaio Orombelli, in via Quintino Sella 4, i quattro soci fondatori – Gianfranco Botti, Jean Valenti, Ernesto Rossi e Leonardo Gerra – firmano l'atto costitutivo. Due anni più tardi, e con circa una cinquantina

di soci all'attivo, si svolge anche il primo congresso nazionale a Salsomaggiore Terme, in provincia di Pavia. Nel 1968 nasce il primo corso di qualificazione professionale per Sommelier presso il Politecnico del Commercio di Milano, mentre nel 1969 Maria Luisa Ronchi diventa la prima donna sommelier d'Italia.

1970

Nel 1971 Piero Sattanino vince il primo titolo di Campione del Mondo della sommelierie, che si svolge a novembre a Milano. Un premio importante che fa da cassa di risonanza al mondo dei sommelier, che cominciano a far conoscere le proprie attività attraverso i periodici del tempo. Sempre nello stesso

anno, con decreto ministeriale, ai sommelier venne riconosciuta la qualifica di "personale altamente specializzato", ma bisogna aspettare il 15 settembre del 1973, quando sulla Gazzetta Ufficiale n. 239 arriva il riconoscimento giuridico, con decreto del Presidente della Repubblica.

1980

Sotto la presidenza di Franco Colombari, in carica per tre mandati consecutivi fino al 1981, diventa operativo il terzo livello del corso per sommelier, dedicato all'abbinamento cibo-vino, tema tuttora fondamentale per l'Associazione. Sempre in quell'anno, lo stesso

Colombari e Angelo Valentini vengono ricevuti in udienza privata da Papa Giovanni Paolo II, che accetta le insegne di Sommelier Onorario. Intanto AIS cresce, i soci diventano quattromila e per tre mandati ricopre la carica di presidente Dino Boscareto.

2000

Terenzio Medri è il primo presidente nazionale, eletto nel 2002, attraverso elezioni che si svolgono nelle sedi regionali e non più all'interno del Congresso Nazionale. AIS comincia la sua campagna di espansione all'estero attraverso la costituzione dei Club negli Stati Uniti e nel Centro e Sudamerica. Dopo l'abbandono

dell'Association de la Sommellerie Internationale (ASI) nasce la Worldwide Sommelier Association (WSA). Nel 2007 la rivista ufficiale Il Sommelier Italiano cambia nome in De Vinis e, pur mantenendo il carattere di house organ, allarga i contenuti a tutto ciò che ruota intorno al vino.

2020

Nel 2021 nasce la nuova sede nazionale, in via Ronchi 9 a Milano, un luogo polivalente con uffici operativi, aule didattiche, una biblioteca tematica, una cantina didattica, una grande cucina professionale, una zona lounge,

un'area bar e un piccolo spazio verde. Nel 2022 viene eletto presidente Sandro Camilli che, insieme a Marco Aldegheri come vice presidente, conduce un'Associazione che ormai conta più di 40.000 soci.

1990

Il decennio si apre con la presidenza di Alberto Ciarla, ristoratore romano di grande fama ed esperienza. Attraverso un protocollo d'intesa stipulato con il Ministero della Pubblica Istruzione, vengono attuati corsi extracurricolari per sommelier indirizzati agli studenti degli Istituti professionali per i ser-

vizi alberghieri e della ristorazione. Luigi Veronelli dirige la rivista associativa, Il Sommelier Italiano. Continuano ad aumentare i soci, che arrivano a 18.000 sotto la presidenza di Eddy Furlan. Il decennio si chiude con l'elezione a presidente di Giuseppe Vaccarini, già Campione del Mondo nel 1978.

2010

Sotto la presidenza di Antonello Maietta viene istituita nel 2011 la Giornata Nazionale della Cultura del Vino, poi trasformata in Giornata Nazionale della Cultura del Vino e dell'Olio, che riceve la partnership del MASAF (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), del Ministero della Cultura, del Ministero

dell'Istruzione e della RAI. Nel 2014 nasce il progetto editoriale Vitae, che comprende la nuova rivista trimestrale e la nuova Guida, entrambe integralmente realizzate all'interno dell'Associazione. Nel 2015, per i festeggiamenti dei primi 50 anni di AIS, Poste Italiane realizza uno speciale annullo filatelico.

L'emancipazione del **VINO ITALIANO**

Nasce l'Associazione Italiana Sommelier, in Franciacorta si sperimenta il primo Metodo Classico, debuttano le primissime DOC, il Vinitaly apre per la prima volta le sue porte

di ANITA CROCI



Il 5 febbraio 1960, al cinema Capitol di Milano, esordì la proiezione de “La Dolce Vita”, l’iconico film di Federico Fellini capace di cogliere il generale senso di decadenza di una nazione che, all’apice del boom economico iniziato alla fine degli anni Cinquanta, viveva per la prima volta un’epoca di mondanità e spensieratezza. L’improvviso benessere seguito alla Ricostruzione aveva catapultato un Paese come il nostro, prevalentemente agricolo, nel modello di consumismo americano. I beni di consumo durevoli erano ormai accessibili anche ai ceti popolari. Si diffondeva la tv e si moltiplicavano i media, globalizzando le informazioni. Scorrevano la guerra in Vietnam, la corsa allo spazio tra Unione Sovietica e Stati Uniti, i Beatles, la minigonna. La vita sociale cambiava, le campagne si spopolavano e le città crescevano selvaggiamente, con la loro attrattiva nei settori industriale e terziario. A un migliore status materiale corrispondeva anche una crescita culturale: le contestazioni studentesche culminate nel Sessantotto, i movimenti pacifisti e le rivendicazioni sull’emancipazione femminile, che gettavano le basi per le enormi rivoluzioni legislative introdotte nel decennio successivo.

Conoscenza e consapevolezza potevano finalmente maturare permeando ogni settore, incluso quello vitivinicolo. Non è un caso quindi che la nostra Associazione sia stata fondata a metà di quel decennio, a Milano, con lo scopo di promuovere e valorizzare la cultura del vino e dell’enogastronomia attraverso la formazione di professionisti e appassionati. L’adozione del termine sommelier fu una scelta lungimirante e tutt’altro che scontata per l’epoca: l’intento era conformarsi al linguaggio internazionale del settore alberghiero che identificava il professionista nel servizio del vino, con la sua valenza culturale trasversale, che trascendeva il concetto di semplice somministratore di bevande.

Gli anni Sessanta segnarono altri eventi di enorme rilevanza per il settore. Il più importante, la nascita delle DOC. Era il 12 luglio

Pinot di Franciacorta Méthode Champenoise 1961 - Guido Berlucchi



Le grandi intuizioni hanno spesso paternità dubbiose e rivendicate a più voci, ma quando la storia è scritta nei registri c'è poco da fare. A inventare il Franciacorta è stato Franco Ziliani. Negli anni Cinquanta, a Borgonato, il conte Guido Berlucchi produceva il Pinot del Castello, un bianco fermo le cui uve provenivano dai vigneti di un piccolo maniero di famiglia, il Palazzo Lana. Per migliorarlo si rivolse a Franco

Ziliani, fresco di diploma alla Scuola Enologica di Alba. "Il maggiordomo mi scortò nel salotto di Palazzo Lana Berlucchi. Le note di *Georgia on my mind* vibravano nell'aria: Guido Berlucchi era al pianoforte. Il conte richiuse il piano, mi salutò con calore e iniziò a interrogare me, giovane enologo, sugli accorgimenti per migliorare quel suo vino bianco poco stabile. Risposi senza esitazione alle sue

domande, e nel salutarlo osai: e se facessimo anche uno spumante alla maniera dei francesi?". Quella proposta ardita incontrò il favore del conte e nel 1955 i due fondarono, insieme all'amico Giorgio Lanciani, la Guido Berlucchi & C., che dopo sei anni di sperimentazioni diede alla luce le prime tremilatrecento bottiglie di Pinot di Franciacorta - Méthode Champenoise, vendemmia 1961.

L'evento fece scuola e molte cantine si convertirono alla produzione spumantistica. Nasceva così il Franciacorta, che divenne DOC nel 1967 e DOCG nel 1995.

Il Berlucchi 1961 rende omaggio a quell'intuizione ed è uno degli spumanti più famosi nel mondo, oggi declinato nelle tipologie Extra Brut, Rosé e Satèn, da chardonnay e pinot nero.

1963 quando, con il decreto del Presidente della Repubblica n. 930 "Norme per la tutela della denominazione di origine dei mosti e dei vini" venne istituita la Denominazione di origine controllata. L'obiettivo era valorizzare e tutelare la tradizione enologica italiana con un sistema di classificazione dei vini basato sulla loro origine geografica e sulle pratiche di produzione tradizionali, fornendo ai consumatori uno strumento che ne tracciasse identità e qualità. La Vernaccia di San Gimignano fu la prima a ottenere il riconoscimento DOC, il 6 maggio 1966, seguita nello stesso anno dal Frascati, dal Brunello di Montalcino, dal Barolo, dal Vino Nobile di Montepulciano e via via da moltissime altre. Nel settembre 1967 il Palazzo della Gran

Guardia di Verona ospitò per la prima volta le Giornate del Vino Italiano: era la nascita ufficiale del Vinitaly, manifestazione ormai universalmente riconosciuta tra gli appuntamenti annuali più importanti del settore, che negli anni ha contribuito alla promozione e al consolidamento del vino tra i comparti più rilevanti della nostra economia.

Ma gli anni Sessanta videro anche un primo "esperimento" che ha cambiato le sorti di un intero territorio: nel 1961 vennero sigillate le prime tremila bottiglie di Pinot di Franciacorta, atto primo di un percorso che ha consacrato alla tradizione spumantistica le colline bresciane a sud del Lago di Iseo, sancendone un'identità ormai consegnata alla storia. ♦

Il 12 luglio 1963 viene istituita la Denominazione di origine controllata. La Vernaccia di San Gimignano fu la prima a ottenere il riconoscimento

Dall'**AUSTERITY** all'**ESPLOSIONE** del **MITO SASSICAIA**

Anni tumultuosi e ricchi di contraddizioni. Si affermano vini a basso contenuto alcolico, ma allo stesso tempo Banfi porta il Brunello negli USA e a Bolgheri, inaspettatamente, inizia a brillare una stella di grandezza internazionale

di **PAOLO VALENTE**



Donna Summer cantava “I feel love”, The Rolling Stones riempivano gli stadi e i Pink Floyd chiudevano un decennio di successi con l’opera rock “The Wall”. In Italia, dai mangiadischi riecheggiavano le note di “Ti amo” di Umberto Tozzi e quelle di “Io vagabondo” dei Nomadi. I pantaloni erano a zampa di elefante e i colori vivaci dominavano sugli ampi vestiti realizzati con le prime fibre sintetiche.

In questo clima, che vive gli ultimi scam-poli dell’euforia del boom economico del decennio precedente, incombe la drammatica crisi petrolifera che porterà agli anni dell’Austerità, tra il 1973 e il 1974. Sono stati gli anni delle domeniche a piedi: l’uso delle auto e delle moto, così come quello delle barche e degli aerei privati, era vietato la domenica e in tutti i giorni di festa. Gli italiani si ritrovarono a passeggiare nelle strade vuote in una sorta di rito comune, di riscoperta di una dimensione tranquilla e familiare che già allora si stava perdendo; le biciclette saltarono fuori dagli scantinati insieme a tandem e carrozzelle. Anche le insegne e le luci delle città furono spente e i cinema e teatri obbligati a chiudere alle 23, bar e ristoranti a mezzanotte. Fu uno shock improvviso che segnò il costume per anni. Seguì il periodo delle domeniche a targhe alterne, potevano circolare solo le auto con il numero finale della targa pari o dispari a seconda della settimana. Un paio di anni più tardi la Rai lanciò “Domenica in” per invogliare gli italiani a stare a casa anziché fare la gita fuoriporta, Carosello chiuse le trasmissioni e la televisione diventò a colori; le discoteche sostituirono le sale da ballo e sulle scrivanie comparvero i primi computer avviando il decennio verso quelli che saranno poi i favolosi e travolgenti anni Ottanta.

E il vino? All’inizio degli anni Settanta il consumo si era attestato a oltre 113 litri pro-capite sfiorando il massimo registrato a inizio secolo, ma fu un picco a cui seguì una discesa veloce, tanto che, a fine decennio,

il consumo si ridusse del 18%.

Anche i gusti del consumatore cambiarono, o meglio, si affacciò una ventata salutare che impose ai produttori di proporre vini dal basso contenuto alcolico e, bizzarra, anche dal colore scarico: le tonalità intense erano diventate sinonimo di vino pesante. L'enologo Ezio Rivella ricorda in un'intervista come per il mercato americano arrivò a far produrre ed esportare fino a oltre 12 milioni di casse da 12 bottiglie all'anno di un vino frizzante con il 7,5% di alcol e un buon residuo zuccherino. Sugli scaffali dei supermercati comparvero prodotti a basso tenore alcolico che ebbero come apice, nel decennio seguente, il Turà. Ma, fortunata-

mente, furono anche gli anni che diedero una svolta al vino italiano. Nel 1978 viene fondata Banfi: sempre Ezio Rivella, per volere dei fratelli John e Harry Mariani, fu incaricato di creare una cantina a Montalcino tale da poter soddisfare le richieste del mercato americano, gettando le basi per il successo a livello mondiale del Brunello di Montalcino, quello che sino ad allora era stato solo il sogno di Franco Biondi Santi. Grazie a Mario Incisa della Rocchetta gli anni Settanta furono anche il momento del Sassicaia: nel 1971 esce in commercio la prima annata, la 1968, di questo vino che la famiglia produceva fin dal Dopoguerra per il solo uso famigliare. ♦

**Nel 1978
Ezio Rivella viene
incaricato dai
fratelli Mariani
di creare
una cantina
a Montalcino: Banfi**

VdT Sassicaia 1972 - Tenuta San Guido



Il Sassicaia è nato da un progetto, dal sogno del Marchese Mario Incisa della Rocchetta, piemontese, di fare un vino che ricordasse le più prestigiose bottiglie di Bordeaux. Non solo vitigni d'Oltralpe coltivati su un terreno sassoso "una sassicaia", da qui il nome, simile al suolo delle Graves, ma anche rese estremamente basse e maturazione in barrique. Accanto a sé volle, a dar forma e vita al progetto, il grande

enologo Giacomo Tachis, scomparso nel 2016. La prima annata fu la 1968, commercializzata nel 1971. Dopo sole altre due annate prodotte (la 1969 non uscì), la 1972, sul mercato nel 1978, viene decretata da Decanter come il miglior Cabernet al mondo. In una degustazione alla cieca organizzata da Hugh Johnson, risultò infatti il migliore tra una trentina di campioni provenienti da tutto il globo, tra i quali comparivano anche i migliori Château bordolesi.

La lungimiranza e tenacia di Mario Incisa della Rocchetta, che gli fece intuire come lo scorrere del tempo ne migliorasse le qualità, fu premiata; i riconoscimenti seguirono, numerosi e costanti nel tempo: l'annata 1985 raggiunse i 100/100 di Robert Parker, così come la 2016 e la 2021, mentre Sassicaia 2015 è stato definito da Wine Spectator miglior vino al mondo. È realizzato con 85% di cabernet sauvignon e 15% di cabernet

franc, coltivati a un'altitudine tra i 100 e i 300 metri s.l.m. in vigneti con esposizione Ovest Sud-Ovest. Nel 1972, annata particolarmente piovosa, le uve hanno raggiunto perfetta maturazione anche grazie ai mesi di agosto e settembre miti e caldi. La fermentazione si è svolta in tini di rovere di Slavonia da 2 ettolitri e la maturazione di 18 mesi è avvenuta in barrique di rovere di Slavonia e di Tronçais.

La CADUTA e la RINASCITA

C'è un prima è un dopo il 1986 per il vino italiano, con la tragedia dello scandalo del metanolo. Si riparte puntando sulla qualità e valorizzando le eccellenze, grazie anche alla nascita delle prime guide

di SARA MISSAGLIA



Sono gli anni delle band musicali, gli Spandau Ballet dall'Inghilterra imperversano in tutte le radio e il Governo italiano è nelle mani del Pentapartito, con un decennio che si apre con Cossiga come Presidente del Consiglio e Andreotti che lo chiude, passando per Spadolini, Craxi e molti altri. Il Milan di Sacchi vince tutto con Gullit, Van Basten e Rijkaard e il mondo impara a conoscere il significato degli acronimi HIV e AIDS. Negli Stati Uniti Ronald Reagan domina per quasi l'intero decennio: tra conservatorismo, patriottismo e spinta economica prende il via la campagna politica "Morning in America", ma anche in Italia, dove la strage di Bologna del 1980 sembra essere una coda delle lotte politiche e del terrorismo che hanno segnato gli anni '70. È il decennio del disastro nucleare di Chernobyl dell'86 a Pripjat in Ucraina, all'epoca parte dell'Unione Sovietica: per la prima volta si prende coscienza delle connessioni tra industria, energia, ambiente e salute dell'uomo, che porta l'Italia a bandire il nucleare.

Il 1986 è l'anno dello scandalo del metanolo: a marzo un uomo viene ricoverato a Niguarda. Ha bevuto della Barbera. Da quel momento in poi e nel giro di pochi giorni i ricoveri aumentano e si registrano le prime vittime. Intossicazione, veleno, metanolo: 23 morti accertate. L'acido metilico è incolore, infiammabile e solubile in acqua: ha un elevatissimo grado di tossicità e, anche se ingerito in piccole dosi, provoca la morte. In caso di sopravvivenza, i suoi metaboliti (formaldeide e acido formico) avvelenano l'organismo, provocando cecità e danni al sistema nervoso centrale e ai reni. Vengono affidate le indagini al Sostituto Procuratore Alberto Nobili, che portano alle cantine Civravagna di Narzole, in provincia di Cuneo: i titolari avevano aggiunto metanolo al vino per innalzarne la gradazione alcolica. Erano anni in cui, con climi molto più freddi degli attuali, la sofisticazione del vino per raggiungere "il grado" era una pratica non disdegnata da molti. Vino facile, a basso costo

Bricco dell'Uccellone 1982 - Braida



Era il 1982 quando Giacomo Bologna, precursore e visionario, punta su basse rese, la selezione del cru e, per la prima volta, l'uso delle barrique di rovere francese: la Barbera diventa elegante e strutturata. Con Braida indossa la veste di una nuova dignità.

Un nome che non lascia indifferenti, curioso quanto basta: il vino più iconico di Braida si ispira a una donna che viveva sola in una casa vicino al vigneto e che, a causa del suo

naso pronunciato e dell'abbigliamento "total black", veniva soprannominata l'uccellone. Una strega forse o, semplicemente, una leggenda beneaugurante. Perché il Bricco dell'Uccellone dal 1982 ha trasformato la Barbera d'Asti da vino locale a protagonista della scena enologica. La prima vendemmia segna l'inizio di una rivoluzione. Queste le parole di Giacomo Bologna, riassunte nel libro

di Nichi Stefi di Veronelli Editore: "per me la scelta della barrique è il frutto di una crisi dopo il viaggio in California. La benedico quella crisi, ma è stata dura, perché la barrique non fa miracoli. È solo uno strumento di cantina, niente di più: bisogna saperla usare adeguatamente. Bisogna avere un grande vino e una grande barrique. Quando sono grandi sia il vino che la botte, puoi anche sbagliare tu". Grande lezione

di umiltà e grande determinazione: il debutto sul mercato nel 1985 e, da lì in poi, solo premi ed elogi dalla critica internazionale. Il design dell'etichetta, ideato nel 1982, non è mai cambiato, diventando garanzia di eleganza e continuità.

e di qualità discutibile, ma che mai avrebbe dovuto essere mortale. È la punta di un iceberg: durante le indagini i fiumi si tingono di rosso e il vino contraffatto viene smaltito in acqua. Le indagini alzano il coperchio su un mondo fatto di sofisticazioni, blend al nord con uve provenienti dal sud e truffe: il 1986 si chiude con una contrazione del 37% degli ettolitri prodotti e del 25% del valore della produzione rispetto all'85. Per il nostro Paese è una vera scossa: da lì in poi viene messo in atto un piano votato al bere responsabile e consapevole, in quantità e qualità. Le prime DOCG in Italia nate nel 1980 (Brunello di Montalcino e Vino Nobile di Montepulciano) sottolineano l'importanza delle Denominazioni e dei Disciplinari, e successivamente

nascono le guide sul vino che premiano la qualità, come il Gambero Rosso con Slow Food e la Guida ai Vini d'Italia. Prima ancora Arcigola, nata negli anni '80 per valorizzare la cultura gastronomica italiana e trasformata poi in Slow Food, fondata da Carlo Petrini nel 1989. La Barbera viene riabilitata a prodotto qualitativo da Giacomo Bologna di Braida, il primo che la mette in barrique, compiendo un vero e proprio atto rivoluzionario, mentre lo Sforzato 5 Stelle di Nino Negri, creazione di Casimiro Maule nata nel 1983, vince nel 1989 la medaglia d'oro al Concorso Enologico di Bordeaux, emblema di una Valtellina che intende affrancarsi da una produzione massiva. È tempo di qualità, è tempo di voltare pagina. ♦

Un anno dopo lo scandalo del metanolo, nel 1987 il Gambero Rosso e Slow Food pubblicano la prima edizione della Guida ai Vini d'Italia. Un momento importante per il vino italiano

MODERNISTI contro TRADIZIONALISTI, BARRIQUE contro BOTTE GRANDE

Entusiasmanti, controversi, pieni di energia e di speranza per il futuro. Le Langhe assistono al fenomeno dei Barolo Boys e nasce Cantine Aperte, che pone le prime basi per il fenomeno dell'enoturismo

di **ILARIA RANUCCI**



Gli anni '90 del secolo scorso sono stati un momento vibrante e complesso per il vino italiano, che finalmente iniziò a ottenere buoni, se non ottimi in alcuni casi, riconoscimenti sui mercati internazionali, grazie alla concomitanza di più fattori. A partire in primis, dal ricambio generazionale e insieme la volontà di abbracciare una nuova filosofia produttiva grazie all'adozione di nuovi strumenti e tecniche di cantina. Cambia il paradigma produttivo, meno attaccato alle abitudini trasmesse dalle generazioni precedenti e più affascinato da quanto sta avvenendo oltrealpe e oltreoceano. Nascerà un dibattito, spesso anche molto acceso, tutto incentrato sullo stile produttivo, che vedrà contrapporsi coloro che preferiscono rimanere ancorati alla tradizione e chi, invece, preferisce sposare il nuovo corso e rifarsi allo stile parkeriano, esemplificato dal massiccio uso del legno piccolo e dalla produzione di vini generosi, intensi e potenti.

Una contrapposizione, quella tra tradizionalisti e modernisti, che scenderà non poco gli animi sia in questo decennio che negli anni successivi. L'esempio perfetto di questo tumulto, animato da grande entusiasmo e genuino desiderio di innovazione, è rappresentato certamente dall'epopea dei cosiddetti "Barolo Boys", che inaugurano il decennio con un articolo celebrativo pubblicato addirittura sul New York Times. Una visibilità conquistata con grande fatica e partita dal desiderio di rinnovare realtà produttive ancora molto ancorate a metodi tradizionali, non ovunque applicati nel rispetto della qualità. In quegli anni si alternano storie di vino ancora venduto per lo più sfuso e pagato poco, liti feroci tra padri e figli, barrique nascoste, anziani che piangono a veder diradati i grappoli in vigna e le vecchie e grandi botti distrutte a colpi d'ascia. Storie di voglia di crescere e di coraggio, nonché di stupore, quello nato viaggiando e osservando cosa si faceva altrove.

Un periodo ben raccontato dal documen-

tario dal titolo: "Barolo Boys - Storia di una rivoluzione", diretto da Paolo Casalis e Tiziano Gaia e uscito nel 2014. Fa oggi sorridere, forse amaramente, l'immagine di un giovane Elio Altare che, in viaggio con pochi mezzi, incrocia Philippe Engel, produttore francese che invece sta partendo in Porsche per un fine settimana sul suo yacht. Sono le storie di un gruppo di produttori partiti in sordina e poi arrivati, complice anche il lavoro del giovane italo-americano Marc de Grazia, che si propone come intermediario per il mercato americano, al trionfo a stelle e strisce, con il risultato che gli occhi del mondo enoico si posano sulle Langhe, a beneficio di tutti.

Ma non è tutto oro quello che luccica, perché non tutti pensavano che nebbiolo e barrique fossero il connubio ideale e che il disinvolto uso dei piccoli contenitori di legno

nuovo fosse in grado di rendere onore a quel vitigno così nobile, quanto a stravolgerlo. Anche perché nelle Langhe le voci contrarie al nuovo stile erano produttori tradizionali, di qualità ineccepibile e non certo carenti di carattere e personalità: Teobaldo Cappellano, Beppe Rinaldi e Bartolo Mascarello i nomi di chi non accettava il nuovo corso. Impossibile dimenticare la veemenza di quest'ultimo, un passato da partigiano, espressa da etichette diventate iconiche come "No Barrique, No Berlusconi" o "Il ne faut pas faire des barriques mais des barricades".

Ma anche le polemiche stimolarono la curiosità e la voglia di conoscere, solleticando l'interesse dei consumatori. Proprio in quegli anni, nel 1993, nasce il Movimento Turismo del Vino e un evento che dura, con successo, tuttora: Cantine Aperte. ♦

Il dibattito, spesso molto acceso, infiamma le cronache di settore e mette spesso uno contro l'altro filosofie produttive contrapposte che sposano stili antitetici in vigna e cantina

Solaia 1997 - Antinori



"Rubino carico, con sentori di uvetta matura e spezie: di corpo pieno e molto masticabile...con tannini levigati e un finale lungo, potente e fruttato. Un rosso solido e muscoloso proveniente dalla Toscana, che è il miglior Solaia mai prodotto". È la descrizione con la quale nel 2000 Wine Spectator elegge come "campione del mondo" il Solaia del 1997, emblema di quei Supertuscan che stanno conquistando

il mercato e le copertine di tutte le riviste più importanti. Il Solaia era in realtà già da tempo sul radar dei grandi critici enologici, non fosse che per la firma illustre di chi lo creava, Giacomo Tachis, stessa mano del Sassicaia. Le famiglie che producono i due vini sono legate da rapporti di parentela e sono a dir poco storiche. Il Solaia nasce sotto l'egida degli Antinori, non proprio produttori di prima

generazione, dalla Tenuta Tignanello, risalente al 1300 e appartenuta anche ai Medici. La vigna Solaia, di circa 20 ettari, è sulla porzione più soleggiata della collina Tignanello, tra 350 e 400 metri di altitudine. Il suolo è "ricco di fossili marini con alcune infiltrazioni di argilla. Ricca dotazione di alberese e galestro". Le prime annate prendevano completamente spunto da Bordeaux, pur

trovandosi nel cuore del Chianti Classico, nel comune di San Casciano Val di Pesa. Il sangiovese non poteva quindi che fare capolino e il Solaia 1997 ha trionfato schierando 75% di cabernet sauvignon, 20% di sangiovese e 5% di cabernet franc. Il vino sontuoso descrittoci da Wine Spectator non poteva che essere figlio di un'annata baciata dal sole estivo, considerata tra le migliori del secolo.

La RIVOLUZIONE NATURALE

Non solo l'assordante frastuono dello scandalo di Brunellopoli e la copertina al veleno dell'Espresso. Il primo decennio del nuovo millennio vede la nascita del cosiddetto movimento dei "vini naturali"

di ANNA BASILE



Sono, probabilmente, i "vini naturali" i veri grandi, e in parte inattesi, protagonisti degli anni 2000. In Europa e nel Nuovo Mondo urge un cambiamento radicale: il vino sta seguendo strade che, secondo un piccolo ma agguerrito gruppo di produttori, soprattutto vigneron, lo allontanano dall'universo agricolo originario in cui è nato per portarlo verso una dimensione industriale e chimica. Già alla fine degli anni Novanta, in Italia, si comincia a discutere della "naturalità" del vino, ma è nel 2000 che si affrontano questioni nevralgiche quali identità territoriale, caratteristiche organolettiche, rispetto dell'ambiente. Sono soprattutto i vignaioli e il mondo artigianale a rivendicare una produzione del vino che torni nelle loro mani e a volere un mercato che non richieda loro di snaturare le uve e tradire la terra. È il momento di cambiare. Nascono così associazioni per la tutela del vino inteso come prodotto naturale: nel 2001, Nicolas Joly fonda Renaissance des Appellations che promuove l'agricoltura biodinamica; nel 2004 nasce ViniVeri, un consorzio di produttori-artigiani che condivide una visione di viticoltura sostenibile; il 2006 è l'anno di VinNatur, di Angiolino Maule, che valorizza i vini frutto di procedimenti sani che escludono l'uso della chimica.

Friuli Venezia Giulia, Toscana e Piemonte sono le prime regioni che sperimentano pratiche più naturali, rifiutando l'uso di sostanze chimiche in vigna e in cantina. Tra i pionieri ci sono Josko Gravner, che guarda alla Georgia e non alla California per i suoi vini, e Radikon, che nel 2001 imbottiglia la metà della produzione senza l'aggiunta di solforosa e nel 2003 la elimina completamente. Negli anni, il movimento si allarga ad altri produttori, portando i "vini naturali" a diventare sempre più noti. Nel nuovo decennio, anche la comunicazione del vino esige voci più sobrie, capaci di raccontare e non dare esclusivamente punteggi asettici. Il giornalista e divulgatore Sandro Sangior-

Bianco Breg 2001 - Gravner



“Fare il vino in questo modo è come cercare l'acqua pulita del fiume: non devo andare a cercare l'acqua pulita nella foce, vicino al mare, devo andare in montagna, dove nasce il fiume. È quello che ho fatto per il vino: cercare alla sorgente”. È nelle parole di Josko Gravner l'essenza del suo Breg 2001, uno dei vini più rappresentativi nell'universo dei macerati, con il quale Gravner comincia a mettere in discussione

tecnologie e ammodernamento nella produzione e sceglie l'affinamento in anfora. L'uvaggio ottenuto da diversi vitigni (chardonnay, sauvignon, pinot grigio e riesling italico), la fermentazione separata, l'affinamento congiunto e infine una lunga macerazione nei qvevri, anfore georgiane interrate, con lieviti indigeni e senza il controllo della temperatura: ecco il processo

con cui si mette al mondo un vino che oggi è un'icona. Infatti, queste caratteristiche sono ben note nella produzione di Josko Gravner, ma il Breg 2001 è il risultato della primissima esperienza produttiva: all'epoca, la cantina non era ancora ultimata e una parte del vino ha fatto fermentazione in grandi tini di legno, con un passaggio in anfora successivo alla svinatura, avvenuta ad aprile.

Imbottigliato dopo un affinamento di 3 anni in botti grandi, non subisce né chiarificazioni né filtrazioni. “Non sono capace di cavalcare due cavalli nello stesso momento. Se per me l'anfora è il massimo allora tutto deve essere fatto in anfora”: una filosofia che Gravner ha scelto per tutta la sua produzione, dando al vino l'anima del territorio e la forza di una tradizione lunga 5000 anni.

gi diventa editore e fonda la rivista Porthos, esempio di uno stile nuovo che vuole dare voce a “figure controcorrente”, come recita il manifesto dell'editore, e approfondire il lavoro dei vignaioli. La prima intervista è a Elisabetta Foradori, che nel 2002, non a caso, sceglie l'agricoltura biodinamica. Porthos però è tra i pochi a non cercare il clamore: il decennio, ormai giunto al tramonto, assiste infatti allo scoppio di diversi scandali. Nel marzo 2008, il giornalista Franco Ziliani e il wine writer James Suckling puntano i riflettori sui produttori di Brunello che hanno impiegato vitigni internazionali per la produzione del mitico vino di Montalcino. Il caso passa alla storia come Brunello-poli, e le indagini appurano che quantitativi

di vino delle annate dal 2003 al 2007 sono state “tagliate” con uve e vini diversi dal sangiovese. Il 2008 è appena cominciato ma la bufera più grossa non si è ancora abbattuta sul mondo del vino. Attende l'occasione giusta: a ridosso dell'edizione del Vinitaly, il settimanale l'Espresso esce con un titolo e una copertina shock, Velenitaly, che scimmiettando il nome della manifestazione più importante d'Italia, scredita indistintamente i produttori accusandoli di addizionare al vino sostanze dannose per il consumatore. Si scatenano polemiche ben più grandi delle effettive anomalie che le indagini portano alla luce: qualche furbetto c'è, sì, ma non è mai stata a rischio la salute dei consumatori. ♦

Renaissance des Appellations, ViniVeri e VinNatur danno forma e sostanza, insieme alla rivista Porthos, alla nascita del movimento dei “vini naturali”

Un decennio di **CONSACRAZIONI** e **SUCCESSI**

L'affermazione mondiale delle Langhe, la definitiva valorizzazione dei vitigni autoctoni, la comparsa delle prime MGA, la nascita del vino biologico e l'incredibile successo dell'Expo di Milano

di **GABRIELE MERLO**



Forse è il decennio che più di ogni altro ha rappresentato la consacrazione del vino italiano nel mondo. In questo arco temporale ha consolidato la sua posizione nei principali mercati internazionali, in particolare negli Stati Uniti, in numerosi Paesi europei, aprendosi sempre più ai mercati asiatici. Per tutto il decennio, l'Italia è stato il secondo esportatore mondiale di vino in termini di valore e di volume e, al contempo, ha aumentato la sua quota di mercato nel segmento di vini di alta gamma, distinguendosi per la qualità dei vini prodotti.

Nel 2017 due celebri aziende langarole hanno visto premiati con i 100 punti del critico americano Antonio Galloni i propri Barolo 2013 e, negli stessi anni, il vero e proprio "guru" mondiale Robert Parker ha dato il massimo punteggio ai Barolo di Giacomo Conterno, Luciano Sandrone, Bartolo Mascarello, Elio Grasso, Vietti, Gaja e Comm. G.B. Burlotto. Anni di svolta nella storia recente delle Langhe, un territorio diventato sempre più protagonista all'interno dello scacchiere mondiale dei cosiddetti "fine wines", con la definitiva affermazione di questo territorio il 22 giugno 2014 quando il sito "I paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato" è stato iscritto nella lista dei Patrimoni Mondiale dell'Umanità dall'Unesco.

Il decennio 2010-2019 ha segnato anche la definitiva valorizzazione dei vitigni autoctoni e di denominazioni rimaste sino ad allora in ombra. È della metà dello scorso decennio la nascita della Cirò Revolution, un gruppo di vignaioli che hanno idealmente riscritto le regole della viticoltura calabrese. Lo stesso è accaduto per il sangiovese e l'albana in terra romagnola, grazie al movimento dei vignaioli della Romagna: nel 2011, con la nascita della DOC Romagna, vengono identificate 12 Menzioni Geografiche Aggiuntive, per differenziare le caratteristiche del territorio. Zonazione avvenuta a distanza di un anno da quella più celebre per il Barolo, nel 2010, con l'identificazione di 181 MGA cui seguirà la nascita delle Menzioni – oggi Unità Geogra-

fiche – del Roero e di numerosi altri territori, sino ai giorni nostri.

All'interno di questo periodo così ricco di avvenimenti per il vino, non si può non ricordare il 2012 quando, dopo anni di dibattiti e rinvii, venne finalmente approvato il regolamento UE che disciplina, per la prima volta, la produzione del vino biologico. Dal primo agosto 2012 i viticoltori italiani possono infatti usare la dicitura “vino biologico” e apporre il logo europeo in etichetta.

Infine, l'Expo di Milano del 2015: quando chiuse i battenti il 31 ottobre 2015 i visitatori complessivi risultarono oltre 21,5 milioni, provenienti da tutto il mondo. La tematica selezionata fu: “Nutrire il pianeta, energia per la vita”. I 141 Paesi partecipanti, nei

propri spazi espositivi, evidenziarono, in maniera differente, la cultura, l'innovazione, le tradizioni, le tecnologie legate al settore dell'alimentazione e del cibo. Grande spazio venne dato al mondo del vino, soprattutto italiano, con un proprio padiglione “Vino - A Taste Of Italy”, allo scopo di promuovere la conoscenza storica e ambientale della produzione vitivinicola italiana. Nei 184 giorni di esposizione, sono stati degustati nel padiglione Vino oltre 3.600 vini e 150.000 bottiglie offerte da aziende e consorzi. Fu un grande successo, a cui parteciparono le principali realtà del settore, tra cui l'Associazione Italiana Sommelier, che rafforzò ulteriormente e affermò definitivamente l'importanza del vino italiano nel mondo. ♦

Più di 21 milioni di ingressi all'Expo di Milano del 2015. Il padiglione dedicato al vino fu uno dei protagonisti, così come la presenza dei sommelier AIS

Barolo Monfortino Riserva 2010 - Giacomo Conterno



È il vino considerato la punta di diamante dell'enologia piemontese ed è stata anche la prima etichetta italiana in grado di competere con le quotazioni delle più blasonate bottiglie francesi. L'annata 2010 segnò per il Barolo, e di conseguenza per tutto il vino italiano, un precedente, un vero spartiacque, collocando il Monfortino Riserva di Giacomo Conterno come primo e unico vino

nazionale ad aver superato la soglia dei mille euro di valutazione a soli pochi giorni dal rilascio. Grazie ai punteggi stratosferici ricevuti dalla stampa specializzata internazionale (100/100 per Robert Parker, Antonio Galloni e James Suckling), i collezionisti di tutto il mondo impazzirono alla ricerca delle sue rarissime bottiglie. La dicitura “Monfortino” comparve per

la prima volta su una bottiglia dell'azienda Giacomo Conterno in un Barolo del 1924, un nome pensato per sottolineare il comune di residenza della cantina, Monforte d'Alba. Dal 1978 il Monfortino Riserva nasce esclusivamente dai 14 ettari del celeberrimo vigneto Francia di Serralunga d'Alba e, dopo la fermentazione, matura in grandi botti di legno di originari

austriache per circa 82 mesi. Nelle parole del critico Robert Parker la descrizione finale del vino: “Il Barolo Riserva Monfortino 2010 è un vino perfetto e ci sono poche cose di cui sono più sicuro in questa vita. Si tratta di una creazione straordinaria che esplode dal bicchiere con un livello di intensità ed eleganza che lascia senza fiato. [...]”.

DEALCOLATI e PIWI. È questo il futuro?

Le sfide contemporanee del mondo del vino si giocano su molti fronti: dall'inarrestabile calo dei consumi alle minacce del cambiamento climatico, dalla ricerca della sostenibilità all'ossessione salutista

di DAVIDE GILIOI



Una ventina di giorni dopo il primo caso di Covid, il 9 marzo 2020 il Governo impone in Italia (primo Paese al mondo) il *lockdown* su tutto il territorio, che perdurerà fino al 18 maggio.

I consumi fuori casa, ovviamente, crollano¹ a partire dalle bevande alcoliche (vino, birra e spirits) e registrano un calo dell'8,3% nel settore Horeca, che alla fine dell'anno perderà 34,4 miliardi di euro (-35%) rispetto al 2019. Il mercato è costretto a reinventarsi e l'*e-commerce* diventa il nuovo canale di riferimento, con incrementi significativi sia in termini di vendite² (+74,9% sui siti web aziendali e +435% sulle piattaforme online) che di investimenti digitali (+55,8%). Anche i social media diventano assoluti protagonisti con lo sviluppo sempre più virale di nuovi comunicatori ("*influencer*") del vino, che hanno sdoganato le degustazioni in diretta e forme di intrattenimento più ludiche per avvicinare il pubblico più giovane e meno esperto.

Questa nuova *verve* comunicativa non ha però fermato la costante riduzione dei consumi, che in Italia ha trovato stabilità in termini di consumatori³ (circa 29,4 milioni) ma una netta diminuzione del consumo annuo pro-capite (27,8 litri nel 2023). Emerge una fotografia che ritrae la presenza di bevitori probabilmente più consapevoli: diminuisce il consumo quotidiano a favore di quello occasionale, complice anche la recente riforma del Codice della Strada. Questo apre le porte all'avvento, non senza polemiche, dei cosiddetti vini dealcolati, prodotti attraverso una serie di processi che, a fronte della rimozione dell'alcol, cercano di mantenere inalterati gli aromi. Il consumo di questa nuova tipologia sembra in costante crescita, anche se è indubbiamente troppo presto dipingerli come il futuro del settore enoico: con questi prodotti si perde l'elemento di storicità e tradizione, identitario del vino e, in secondo luogo, il

1. Studio eseguito da Osservatorio Nomisma (www.nomisma.it).

2. Report Vino e Spirits di Area Studi Mediobanca, SACE e Ipsos (www.areastudimediobanca.com).

3. Elaborazione dell'Osservatorio di Unione Italiana Vini (UIV) su base Istat 2023 (www.unioneitalianavini.it).

99 S.ALT Solaris 2019 - Thomas Niedermayr



Trentino, Alto Adige e Friuli Venezia Giulia sono state le prime regioni italiane in cui sono iniziati gli studi sperimentali sulle varietà resistenti, grazie in particolare ai contributi della Fondazione Edmund Mach / Istituto Agrario di S. Michele all'Adige (TN) e all'Università di Udine. Fra i pionieri italiani dei vini ottenuti da vitigni PIWI non si può non menzionare Thomas Niedermayr, che fin

da giovanissimo, nel 2012, raccoglie il timone dell'azienda biologica fondata dal padre Rudolf a metà degli anni '80, arrivando nel 2017 a produrre i primi vini da vitigni resistenti, ottenuti da un paio di ettari a San Michele Appiano (BZ), nella tenuta Hof Gandberg, dove vengono allevati solaris, bronner, souvignier gris, muscaris, cabernet cantor e cabernet cortis. Oggi la superficie totale vitata è di 5 ettari, comprensivi

di un vigneto sperimentale che racchiude un'altra dozzina di varietà resistenti ancora in fase di studio. Il vino più rappresentativo dell'azienda è il 99 S.ALT, in questo momento in commercio con il millesimo 2018. Si tratta di un solaris in purezza prodotto con le primissime vigne piantate nel 1999 dal padre di Thomas, con una tiratura di un migliaio di bottiglie e con la caratteristica etichetta stampata

su un sottilissimo foglio di legno. Il vino ha un color giallo paglierino con riflessi dorati e al naso sprigiona aromi di frutta gialla matura (pesca, albicocca) e mandarino, mentre il sorso, ricco e avvolgente, è caratterizzato da decisa freschezza e una leggera speziatura di zenzero. Chiude equilibrato, con un persistente finale di agrumi e frutta tropicale, che ne denota grande personalità.

processo di lavorazione per ottenerli rischia di relegarli a mera "bibita industriale", anche in virtù del fatto che i macchinari di produzione hanno costi che possono essere sostenuti solo da grandi aziende molto strutturate.

In questa prima parte degli anni Venti l'emergenza ambientale, legata al cambiamento climatico e alla crescente frequenza di eventi naturali catastrofici, è ormai diventato un tema centrale nel dibattito del mondo del vino. Dalla siccità al caldo torrido, dalle grandinate alle alluvioni che hanno interessato aree vitivinicole in tutta Italia, sono numerosi gli interrogativi su come l'ampelografia ultradecennale a cui siamo abituati potrebbe cambiare nel prossimo futuro. La linea di coltivazione della vite si è spinta sempre più a nord e ad altitudini più elevate: sono state avviate produzioni (soprattutto spuman-

ti) in Svezia, Danimarca, Norvegia e nel Sud dell'Inghilterra, mentre nell'area del Mediterraneo (Spagna, Italia, Grecia) il surriscaldamento globale potrebbe comportare una maggiore difficoltà nelle rese e nell'impiego di alcuni storici vitigni autoctoni.

In questo contesto, si è diffuso un uso sempre più frequente dei vitigni PIWI, dal tedesco Pilzwiderstandsfähige Rebsorten, letteralmente "vitigni resistenti ai funghi", come oidio, peronospora, muffa grigia: comparsi per la prima volta in Germania intorno al 1880, a seguito di studi finalizzati al contrasto della fillossera, sono ottenuti per ibridazione tra vite europea e vite americana. I principali vantaggi? Netta riduzione dei trattamenti fitosanitari, con minor impatto ambientale sia in vigna che all'interno del prodotto stesso. ♦

Il cambiamento climatico costringe i produttori a ripensare la viticoltura e ad aprirsi all'innovazione, come quella portata dalle cosiddette varietà resistenti ai funghi



Sessant'anni di Nuovo Mondo

Rivoluzioni, controrivoluzioni,
momenti di crescita e venti di crisi

di **ILARIA RANUCCI**

Continuiamo a chiamarlo “Nuovo Mondo” del vino, ma a guardare bene gli ultimi sessanta anni spesso hanno avuto una dinamica non dissimile dai Paesi di più lunga tradizione, almeno per quanto riguarda il vino di qualità. E qualche volta ha anche fatto da battistrada. Questo, in parte, perché anche i Paesi di più lunga tradizione nel mondo del vino si sono dovuti riprendere, nel Secondo dopoguerra, da un lungo periodo di difficoltà. E anche perché la possibilità di viaggiare e conoscere ha reso il mondo più piccolo, consentendo ai produttori di vino di oltreoceano di chiudere presto il gap con i propri Paesi di riferimento: non poche eccellenze nel nuovo mondo sono nate dalla forte ammirazione per i vini di Bordeaux e Borgogna. E lo scambio è stato reciproco, basti pensare all'importanza di centri di ricerca come la University of California Davis o la University of Adelaide in Australia e al fenomeno dei flying winemakers. Impossibile non guardare ai sessanta anni tra il 1960 e il 2020 come un periodo di grandi successi, anche se si sono chiusi su note di crisi e perduranti incertezze.

Del resto, all'inizio degli anni '60 c'era davvero, per il mondo del vino, ancora moltissima strada da fare.

▲ ANNI '60

NASCE IL MITO DELLA NAPA VALLEY

Negli anni Sessanta del secolo scorso, qualcosa, non dappertutto, stava già emergendo sui mercati internazionali. Negli Stati Uniti, dopo la fine del proibizionismo, qualcuno che era andato avanti vendendo uve, aveva dovuto trovare nuovi sbocchi. È il caso di Cesare e Rosa Mondavi, che nel 1943 fanno un primo salto di qualità acquistando la storica e malmessa Charles Krug Winery a St. Helena nella Napa Valley, divenendo così proprietari di parte del celebre vigneto To Kalon. Nel 1966 la famiglia si scinde per una lite tra fratelli, si dice per una pelliccia, e il vulcanico Robert, grande comunicatore, fonda la Robert Mondavi Winery. Robert Mondavi avrà un ruolo centrale per la Napa Valley, realizzando la sua visione di un vino californiano capace di puntare al settore premium sui mercati internazionali e dando vita anche a ormai leggendarie joint ventures. Questo grazie anche al dinamismo della seconda moglie Margrit, che creerà anche il modello di ospitalità della Napa Valley, tuttora fonte di fama e reddito per le cantine. In Australia c'è già un vino icona, il Penfold's Grange, nato nel 1951, ma il consumo domestico di bevande alcoliche è ancora quasi tutto dominato da birra, superalcolici e al più vini liquorosi. Altrove invece di vino di qualità si parlava davvero poco, o per mancanza di entroterra culturale, ad esempio la Nuova Zelanda, o per una situazione politica non semplice, basta pensare al Sud Africa ancora

chiuso nella morsa dell'Apartheid, o al tumulto del Sud America, con la produzione di Argentina e Cile ancora incentrata su criolla e pais.

▲ ANNI '70

LA SVOLTA DEL GIUDIZIO DI PARIGI

Gli anni Settanta sono quelli in cui per la prima volta viene messo in dubbio il primato di eccellenza dei vini francesi. Ne è l'emblema il Giudizio di Parigi del 1976. La storia è affascinante: un gentleman inglese amante del vino e particolarmente creativo, il compianto Steven Spurrier, decide di organizzare una degustazione alla cieca tra i colossi del vino francese e i parvenu californiani. La giuria è imponente e quasi tutta transalpina, e include tra gli altri mostri sacri Aubert de Villaine e l'allora ispettore generale dell'AOC. L'esito è da togliere il fiato: sia tra i bianchi che tra i rossi sarà un vino californiano a pretendere il primo posto. Un piccolo incidente di percorso per vini come Mouton Rothschild 1970, arrivato solo secondo tra i rossi dietro al cabernet sauvignon di Stag's Leap Wine Cellars 1973, se non fosse successo che, quasi per caso, c'era un giornalista del Time in sala. L'evento ebbe quindi una cassa di risonanza enorme, facendo voltare gli occhi del mondo enoico verso la California. Nel decennio, anche l'Oregon inizia a farsi notare: nel 1970 esce la prima annata del pinot nero di David Lett, pioniere della regione. Già nel 1979 a Parigi il suo Eyrie Vineyards 1975 South Block Reserve si classificherà primo alla Olympiad du Vin di Gault & Millau. In Sud America, l'Argentina tocca nel 1970 il picco nel consumo pro-capite di vino, spingendo verso una forte crescita delle superfici vitate, poi foriera di un futuro tracollo. In Cile, un golpe militare porta al governo il generale Augusto Pinochet, dando inizio a quasi un ventennio di export difficile, non compensato dai bassi consumi interni.



▲ ANNI '80

L'ALBA DELL'ERA PARKER

Gli anni Ottanta cominciano sotto l'insegna del taglio bordolese. O meglio, sotto l'insegna di Robert Parker che, da poco conosciuto avvocato di Baltimora, indovina prima di altri nella sua newsletter Wine Advocate il grande potenziale della annata 1982 a Bordeaux diventando "the emperor of wine". È importante per tutti perché definirà lo stile cui aspirare: i punteggi e premi dei critici, soprattutto del più famoso, favoriranno i vini potenti e fruttati dando vantaggio ai prodotti dei Paesi con tradizione meno consolidata, rispetto ai tradizionali Paesi produttori europei. Definerà anche i vitigni di riferimento, spingendo quelli del taglio bordolese e i vitigni del Rodano (basti pensare al picco di popolarità, a fine decennio, toccato dal fenomeno dei Rhone Rangers). Nel 1988 Wine Spectator pubblica per la prima volta la sua Top 100, lista dei vini migliori al mondo secondo una classifica basata su qualità, valore e reperibilità. Inizieranno da subito a piazzarsi bene i vini a stelle e strisce. In questo decennio, finalmente, si affaccia alla ribalta internazionale un nuovissimo Paese. Nessuno avrebbe mai pensato – o apparentemente quasi nessuno – che l'isola nord della Nuova Zelanda potesse essere il luogo

ideale per produrre sauvignon blanc fuori dalla Loira. Nel 1985 esce la prima annata di Cloudy Bay e si afferma, complice anche un progetto tecnico ben definito, un sauvignon blanc che non ha nulla dello stile francese: fruttato, riconoscibilissimo nei profumi, pieno di energia. Sempre in Oceania, nel 1980, viene fondata Wine Australia, che sarebbe divenuta un modello di successo di organizzazione nella promozione dei vini.

▲ ANNI '90

NUOVE ECCELLENZE SI AFFACCIANO AL MONDO DEL VINO

Questo decennio si apre all'insegna della speranza. Si preannuncia la fine dell'Apartheid in Sud Africa e il Paese comincia ad aprirsi. In questo contesto rinasce la storica tenuta di Klein Constantia. Nel 1990 arriva la prima release moderna del Vin de Constance, annata 1986, rimettendo al mondo un vino leggendario. Anche in Sudamerica qualcosa si muove. In Cile, il regime di Pinochet è appena finito, e arrivano molto presto i capitali stranieri. Nel 1996 Eduardo Chadwick di Viña Errazuriz si allea con Robert Mondavi per produrre Seña e nel 1997 Concha y Toro annuncia invece, in collaborazione con Philippe de Rothschild, la nascita di Almaviva. L'Argentina entra nel decennio in crisi, dopo la forte flessione dell'export dovuta alla guerra delle Falklands e stante un drammatico dimezzamento dei consumi pro-capite domestici. Nel 1991 il peso viene ancorato al dollaro americano, creando un raro momento di stabilità, ma gettando i semi dei problemi finanziari futuri. Nicola Catena rompe gli schemi dell'epoca piantando nel 1992 il vigneto Adrianna, a Gualtallary. Dopo anni di rimpallo dei primi posti tra Francia e USA, nel 1995 Penfold's Grange reclama il dovuto omaggio e si colloca al primo posto della Top 100 di Wine Spectator, primo vino australiano. Negli Stati Uniti nel 1991 una puntata di 60 minuti dedicata al paradosso francese (il basso rischio

cardiaco della popolazione francese nonostante la dieta ricca di grassi) crea il binomio vino e salute. Crescono e diventano più sofisticati i consumi e si consolida e diversifica la produzione, con un trend positivo che continuerà sino ai primi anni del decennio successivo.

▲ ANNI '00

CRISI, ESPANSIONE E CONSOLIDAMENTO

Il nuovo millennio è soprattutto un periodo di consolidamento, in cui si rafforza il trend di premiumizzazione e si inizia a diversificare per contrastare incombenti segnali di rallentamento. In Australia c'è forte crisi per chi punta sui volumi, per effetto di una vorticoso crescita delle superfici vitate, ma si affermano nuove zone e ci si focalizza sulla qualità. Si costruisce in questo decennio il mito delle vecchie viti: a partire dal 2007 Yalumba ha realizzato una prima classificazione di questi vigneti. Su questa base, dal 2009, la associazione di categoria dei produttori di vino della Barossa Valley ha definito la sua Old Vine Charter. Un censimento delle vigne più vecchie, raccolte in quattro categorie. Le Ancestral sono le vigne più vecchie, quelle di almeno 125 anni, che la vecchia Charter di Yalumba definiva, in modo affascinante, tri-centenarie. In Nuova Zelanda triplica la superficie vitata e, a fianco del sauvignon blanc, si afferma il pinot nero. Dal 2002 il Cile si impegna a non utilizzare più le denominazioni europee tipo Chablis e Champagne e si lavora per consolidare il carmenère come vitigno di riferimento. La stessa cosa fa l'Argentina con il malbec (il primo Malbec World Day sarà nel 2011), alla ricerca di un modo di agganciare il segmento premium, costruendo una identità di brand incentrata sul vitigno. Un poco dappertutto si cercano nuovi sbocchi e anche nuovi mercati. Inizia la vorticoso crescita del mercato cinese, mentre nel Paese si investe per

incrementare la produzione locale di vini, a ritmi vorticosi.

▲ ANNI '10 E '20

IL CAMBIAMENTO NEI CONSUMI E L'ARRIVO DELLA CRISI

I primi dieci anni del nuovo Millennio si aprono sulla scia di una crisi finanziaria pesante, che ha portato un poco ovunque a momenti di shock. Prende velocità il trend di decrescita del consumo pro-capite di vino in diversi Paesi. La flessione è purtroppo guidata dai giovani, con Generazione Z e Millennials che comunque come consumatori si distinguono per la ricerca di novità e sostenibilità, portando alla riscoperta di vitigni prima trascurati e guidando l'affermarsi di vino naturale e low alcol, instaurando un trend che non accenna ad esaurirsi. A fianco delle varietà internazionali si sperimenta con altri vitigni, tra cui quelli italiani, che compaiono nelle regioni del mondo più impensate. In un contesto in cui cresce l'attenzione al salutismo, cresce anche la diffidenza nei confronti dell'alcol. Ne soffrono nel complesso i vini rossi, cui si preferiscono spumanti, bianchi e rosé fermi. Esplode invece, soprattutto nella seconda metà del decennio il mercato dei fine wines, in parallelo alla polarizzazione dei redditi: mentre i produttori che hanno puntato sulla quantità faticano a tenere i propri spazi, i vini iconici vedono i prezzi moltiplicarsi divenendo a volte oggetto di ricerche talmente affannose da diventare quasi comiche. Il mercato cinese cambia ferocemente direzione: dopo aver toccato il picco del consumo nel 2017, inizia la discesa che lo porterà quasi al dimezzamento in 5 anni e che sarà foriera di dazi, soprattutto a scapito dei vini australiani. Questo accentuerà anche la dipendenza dagli Stati Uniti come primo mercato mondiale, cosa che tanto porterà preoccupazione al ventilarsi, nel 2025 che stiamo vivendo, di dazi pesanti per l'importazione di vino negli USA.



APPROFONDIMENTO FRANCIA

Jura rouge

La vitalità dell'imponderabile

Non solo savagnin e vin jaune: un terzo della superficie coltivata è destinato a uve rosse. E anche se in questa fredda e piovosa regione non hanno vita facile, nelle annate giuste pousard, trousseau e pinot noir possono dare risultati sorprendenti

di **SAMUEL COGLIATI GORLIER**



Quando quasi vent'anni fa partii per il mio primo viaggio nello Jura mi spingeva la folgorazione che avevano esercitato su di me i vini ossidativi. Assaggiare il *vin jaune*, scoprire il savagnin, di cui sino ad allora avevo solo vagamente sentito parlare, ebbe un effetto imponderabile (che poi divenne irreversibile). Il richiamo di quella originalità gustativa impossibile da domare mi indusse a progettare un reportage giornalistico dedicato ai vini *non ouillés*, ossia vinificati in botte scolma, *sous voile*.

Non avevo però messo in conto che, una volta approdato tra Arbois e Poligny, mi attendevano al varco ulteriori sorprese. Innanzi tutto mi meravigliò la molteplicità della produzione vinicola di una regione così piccola. Mai, nella mia candida ignoranza, avrei creduto che appena duemila ettari di vigneto potessero offrire un panorama tanto variegato: bianchi secchi per tutti i gusti, spumanti Metodo Classico, leggiadri rosati, golose mistelle e vini rossi di bella fattura. L'equazione Jura = bianchi ossidativi era stata spazzata via senza pietà. Dovetti rivedere i miei piani e correggere la mia proposta iniziale: a Sandro Sangiorgi, che mi aveva inviato in loco per conto della rivista *Porthos*, notificai con

imbarazzo il mio ravvedimento e precisai che l'articolo non avrebbe riguardato solo i *vins jaunes*, ma nemmeno solo i bianchi. Sentii per un verso di essere incappato in una malaugurata svista da principiante, ma d'altra parte rimasi affascinato dalle imprevedute e numerose possibilità di scoperta che si paravano dinanzi a me. Un mondo nuovo si schiudeva ai miei occhi.

TRE VITIGNI E TANTI PROFILI

Un'altra insospettabile sorpresa per chi si avvicina allo Jura viene dall'ampiezza del suo spettro ampelografico. Dimenticate la monovarietà della vicina Borgogna e scendete a patti con ben cinque vitigni diversi (senza contare le cultivar marginali o "clandestine"), tre dei quali sostanzialmente autoctoni e due in origine forestieri ma ambientati qui da diversi secoli. Tre di queste uve sono rosse, sono certo minoritarie rispetto a quelle bianche, ma coprono comunque quasi un terzo della superficie coltivata e vantano personalità ben distinte. Di conseguenza, i vini possiedono profili espressivi assai vari, a dispetto di una relativa omogeneità geologica del terroir (vedi riquadro).

Vista dei vigneti
da Château-Chalon

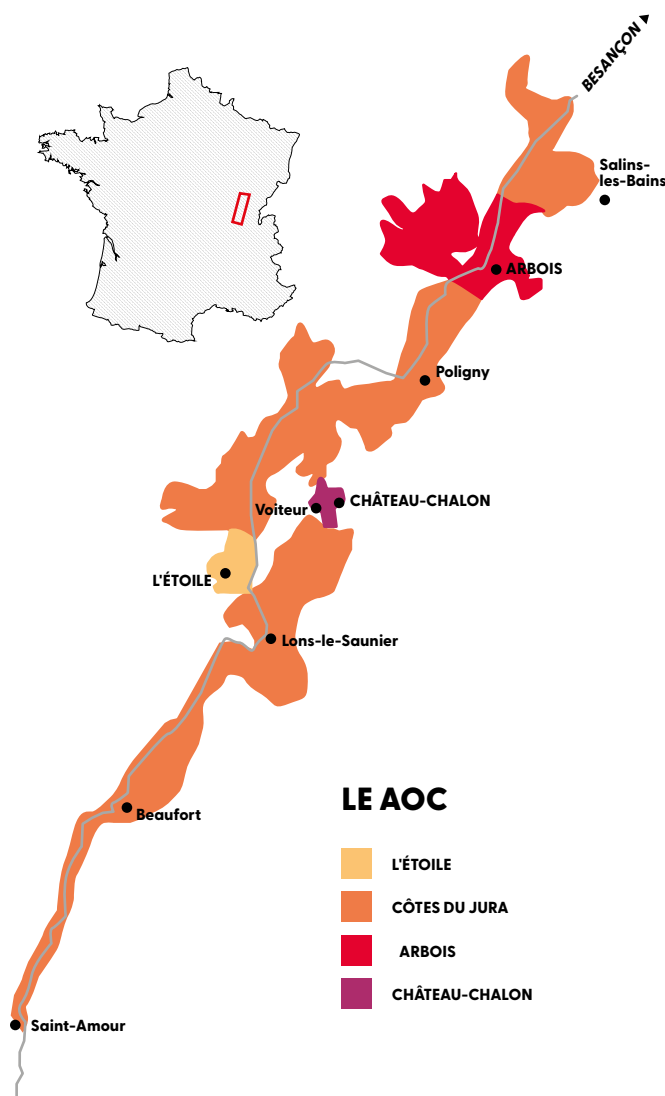


Poulsard, trousseau e pinot noir, ciascuno dei quali radicato su poche centinaia di ettari soltanto, possiedono qualità e vocazioni eterogenee. A tenerli uniti c'è forse tuttavia un dato comune: la finezza che conferiscono ai rispettivi vini rossi, della quale è almeno in parte responsabile il meso-clima particolarmente fresco della regione. La possibilità di assemblarli liberamente concorre a rendere ancora più articolato il quadro della situazione. Abbiamo già capito che un rosso giurassiano potrà prenderci in contropiede e stupirci ad ogni bottiglia stappata.

IL POULSARD

Nonostante riguardi poco più di 200 ettari (appena un decimo della superficie regionale), bisogna inevitabilmente iniziare da lui. Il poulsard – talora localmente denominato *ploussard* – può infatti essere a buon diritto considerato il vitigno rosso per eccellenza dello Jura. E ciò nonostante la giustificata reputazione dell'uva più ingrata da coltivare, per il suo portamento “floscio” con tralci fragili, la maturazione titubante dei suoi acini (sia dal punto di vista zuccherino sia da quello fenologico), l'acinellatura tutt'altro che infrequente (che ne contingenta le rese), nonché la sensibilità alla peronospora e all'oidio (in una regione non certo climaticamente clemente).

Una volta portato in cantina e vinificato con la sensibilità e il tatto che esige – senza estrazione e senza eccessive protezioni – il poulsard sbriglia però tutta la sua magia. È dotato di un patrimonio polifenolico modesto. Non produce dunque vini di massiccia massa tannica né dalla veste particolarmente scura e concentrata. Qualcuno considera i poulsard vinificati in rosso quasi delle specie di rosati scuri. In effetti il loro colore è spesso al confine tra granato tenue e un intenso vermiglio.



Le appellations

Lo Jura è dotato di appena quattro *appellations d'origine protégée* dedicate ai vini fermi. Due di esse (Château-Chalon e L'Étoile) riguardano solo i bianchi. Al produttore che intenda proporre un vino rosso a denominazione d'origine rimangono dunque solo due possibilità: le Aop Arbois e Côtes-du-Jura. La scelta, in verità, è presto fatta: un *domaine* le cui vigne insistano sul territorio di **Arbois** (l'*appellation* più produttiva, con i suoi quasi 800 ettari) opererà per questa rinomata e antica denominazione. In tutto il resto della regione non potrà che avvalersi della residua denominazione regionale, **Côtes-du-Jura**, che pur essendo territorialmente più disseminata (oltre 100 comuni), in realtà è meno intensamente sfruttata (550 ettari).

Il comprensorio di Arbois occupa la parte settentrionale della regione, attorno all'omonimo centro urbano ma con altri undici piccoli comuni. Una porzione molto limitata di questo territorio offre la possibilità di rivendicare una prestigiosa specifica, sorta di denominazione geografica aggiuntiva: Arbois-Pupillin. Proprio il villaggio di Pupillin, di appena 245 anime, con il suo terroir di marne rosse abbarbicato a oltre 450 metri di quota, è considerato il cuore della produzione di Poulsard. In effetti, vuoi per effetto terroir, vuoi per tradizione, i poulsard ottenuti in questo comune hanno la fama di vini particolarmente fini.

In entrambe le Aop regionali i vini rossi possono essere confezionati da mo-

novitigno oppure tramite un libero assemblaggio di due o tre uve rosse, per almeno il 51%. L'eventuale saldo può anche fare ricorso alle uve bianche o, per un massimo del 10%, a rare cultivar autoctone recentemente reintrodotte nel disciplinare (gringet, béclan, gamay, franc noir de Haute-Saône, enfariné), anche se ciò accade molto di rado. Le rese massime autorizzate sono di 55 hl/ha, eventualmente derogabili a 66 hl/ha.

Il grado alcolico naturale minimo (10%) riflette al contempo un certo lassismo e una storica tolleranza imputabile alle bizzarrie del clima. In vinificazione è consentito l'arricchimento dei mosti (sia per zuccheraggio sia per osmosi) ma non l'utilizzo di chips di legno.

Poco importa però una precisa definizione formale. Se questa cultivar offre talora il fianco alle peripezie dell'ossidazione (non controllata), rendendo in certi casi il vino fragile, il suo raro patrimonio aromatico, floreale e speziato, è dotato di una rara capacità di seduzione. E di farsi riconoscere, generando una tipicità al tempo stesso varietale e territoriale. Ultima ma non ultima, anzi il suo punto di forza: l'eleganza gustativa. Non è comune trovare rossi altrettanto leggiadri, dunque facilmente bevibili, e al contempo così espressivi, modulati, sinuosi. Uno Jura da poulsard non si scorda facilmente. Anzi, per alcuni intenditori diventa presto una sorta di ossessione paragonabile a quella che genera il pinot nero.

IL TROUSSEAU

Il trousseau è in un certo senso il compagno naturale del poulsard. Primo, perché come lui è giurassiano purosangue. Secondo, perché rimedia a una parte dei limiti del cugino: apporta più materia colorante e più tannino, grazie ad acini

dalla buccia più spessa. Per questo motivo, è stato a lungo utilizzato in maniera complementare, in assemblaggio o uvaggio con il poulsard. I rossi che scaturiscono da questa virtuosa alleanza mostrano una maggiore completezza e una fibra più strutturata. Pagano però forse il prezzo di una certa diluizione della personalità rispetto ai due vitigni vinificati da soli. La speziatura più carnosa del trousseau non possiede infatti in genere l'aerea originalità levantina del poulsard. E la sua tipicità ne risulta meno nitidamente e immediatamente leggibile.

Impiegato come monovitigno, il trousseau dà vini profondi, magari non complessi come quelli del parente autoctono, ma non certo privi di fascino. Un fruttato più diretto, una piacevole vinosità, qualche volta terrosa, sono sue intriganti caratteristiche.

Questa varietà esigente in termini di terroir e dalla maturazione tardiva è la meno diffusa di tutto il territorio: ad oggi se ne contano meno di 170 ettari, peraltro in diminuzione.

IL PINOT NOIR

Come lo chardonnay tra le uve bianche, il pinot nero sbarca nello Jura dalla dirimpettaia Borgogna. Non si tratta tuttavia di un'importazione posticcia e recente, bensì di una presenza plurisecolare, risalente con ogni probabilità al Medioevo, quando queste terre erano sotto il dominio dei duchi di Digione, e i vigneti locali erano perlopiù tra le mani di aristocratici proprietari forestieri.

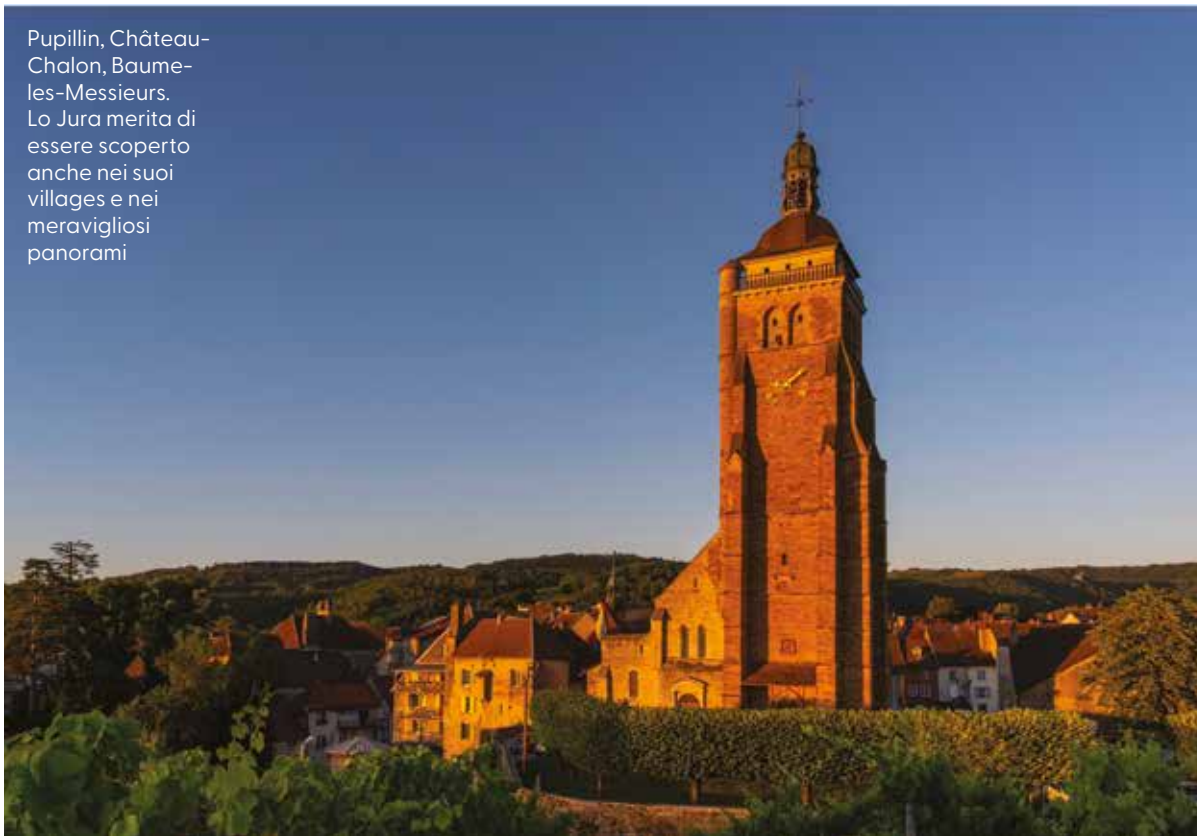
Una parte del pinot noir è oggi immolato sull'altare commerciale della spumantizzazione. Il Crémant-du-Jura sta infatti incassando un successo meritato e coerente con la tendenza mondiale che consacra ormai da anni i vini effervescenti. Degli oltre 250 ettari piantati a Pinot una proporzione non trascurabile è dunque destinata ai Metodo Classico, tra cui quelli rosati.

In passato, i *domaines* che si cimentavano nella vinificazione di pinot noir come monovitigno erano piuttosto rari, preferendo sovente l'assemblaggio, per aggiungere un ulteriore tassello alla tavolozza degli Jura rossi. Sono infatti notorie la delicatezza e la difficoltà che il grande vitigno borgognone comporta nelle diverse fasi della produzione. Peraltro, l'esposizione a ponente di molti versanti giurassiani – all'opposto di quella ad est della Côte borgognona – sulla carta non risulta premiante per questa cultivar.

Con il rapido mutamento del clima e l'accumulo di esperienza da parte dei *vignerons* locali, si stanno nondimeno rivelando vari esempi di pinot noir di buona fattura e, talvolta, invidiabile espressività. Se la strada è forse ancora in salita, è d'uopo non distrarsi ma seguire con attenzione l'evoluzione di questo vitigno nelle terre del Revermont. Tanto più che il surriscaldamento globale potrebbe finire per premiare il mesoclima giurassiano più che quello borgognone.



Pupillin, Château-Chalon, Baume-les-Messieurs. Lo Jura merita di essere scoperto anche nei suoi villages e nei meravigliosi panorami



GLI STILI

Va da sé: con questi presupposti risulta arduo tracciare un profilo organolettico standardizzato per uno Jura rosso. La variabilità infra-territoriale e infra-tipologica è ampia. Se come detto i Poulsard tendono ad essere più floreali, speziati e orientali, i Trousseau più carnosi e fenolici, i pinot noir più grafitici, fruttati e talora laccati, le sorprese sono sempre dietro l'angolo. Ogni mano e ogni luogo sono capaci di segnare e firmare i propri vini in modo stupefacente. Arbois, ad esempio, dà volentieri Pinot noir vinosi e dotati di una certa fermezza; Pupillin sigla Poulsard di rara raffinatezza, laddove il sud del Revermont tende a consegnare versioni più lievi; i Trousseau confezionati con maggiore levità possono talora trarre in inganno ed evocare entrambi gli altri vitigni. I rossi da assemblaggio danno ovviamente meno punti di

riferimento e possono rivelarsi di più complessa lettura.

Ciò che vale la pena annotare, tuttavia, è che la produzione di vini rossi in questa fredda e piovosa regione porta con sé una certa auto-selettività. Fuori di diplomazia, significa che uno Jura rosso è spesso o deludente o entusiasmante. L'effetto millesimo è qui peraltro particolarmente incisivo, ad esempio in termini di diluizione nelle annate piovose (che non mancano). Diluizione ma non solo: il parametro maturità può essere facilmente messo a rischio, dando vini a tratti duri, verdi, acerbi.

Quando invece tutte le variabili fondamentali convergono verso un risultato all'altezza del potenziale e delle aspettative, un Arbois o un Côtes-du-Jura rouge affascinano irrimediabilmente, convertendo anche il più scettico dei degustatori. ♦

I terroir

Per quanto il terroir del Revermont tenda a una discreta omogeneità, dominato com'è da una matrice marnosa, le diverse giaciture e altitudini non mancano di connotare alcune preferenze dei diversi vitigni. Le cultivar rosse prediligono le posizioni medio-basse dei versanti, sotto

i 300 metri. Più in alto le difficoltà di maturazione iniziano storicamente a diventare eccessive, anche se ovviamente il surriscaldamento climatico sta mettendo in discussione questo assunto.

Il poulsard alligna volentieri sulle mar-

ne nere o iridate del Triassico. Meno selettivo del suo parente, il trousseau si trova particolarmente a suo agio sulle marne grigie del Giurassico inferiore, appena più in alto, ma si adatta anche abbastanza bene agli altri tipi di marne e ai ghiaioni calcarei delle sezioni alte o basse dei declivi.

Miscellanea di vini e *domaines*

Qualche indirizzo per orientarsi in una produzione molto dinamica, frammentata e numericamente selettiva

La ridotta e frammentatissima produzione giurassiana è in continua e dinamica evoluzione. Beneficiando dell'inaspettato successo commerciale che ha premiato la regione negli ultimi dieci-quindici anni (anche a causa della spettacolare e insostenibile impennata dei prezzi nella vicina Borgogna), diversi *domaines* sono nati o si sono rigenerati con cambi generazionali, evoluzioni e passaggi di proprietà. È dunque laborioso seguire con precisione la proposta di una produzione peraltro molto diversificata e spesso suddivisa in numerose cuvée da poche migliaia o persino qualche centinaia di bottiglie l'anno.

Come che sia, non sono pochi i vignaioli e le *maisons* di cui vale davvero la pena assaggiare i rossi.

È obbligatorio iniziare dalla **Maison Overnoy-Houillon** di Pupillin. Ammesso (e non concesso) che lo troviate (a un prezzo sensato), il loro Poulsard è un vero caposaldo della produzione regionale. Vino di ammaliante setosità, freschezza espositiva, complessità aromatica e trionfale eleganza, merita di essere preso ad esempio come l'antonomasia dello Jura rosso. Per non scomodare paragoni impropri, se esiste una Romanée-Conti dello Jura, è di sicuro questa. Peccato che, com'è logico che sia, reperibilità e prezzi si siano allineati.

A Pupillin troviamo anche il **Domaine de la Borde**. Qui, Julien Mareschal ama giostrare con tutti e tre i vitigni rossi, proponendo cuvée di terroir, da singoli *lieux-dits* (Côte de Feule, 350-400 metri, esposizione sud-ovest; Sous la Roche, stessa altitudine ma esposizione a nord/nord-ovest) o di assemblaggio comunale (sorta di Pupillin "village") di pregevole fattura.

Nel medesimo paese si distingue il **Cellier Saint-Benoît**, di cui merita di certo una segnalazione il Ploussard Côte de Feule, al tempo stesso tonico e avvolgente.

Non mancano le buone sorprese nella cantina del **Domaine de l'Octavin**, i cui vini di Arbois si fanno notare per libertà espressiva, che si tratti di trousseau o di poulsard. Alice Bouvot, oggi al timone dell'azienda, è capace di regalare bottiglie di spiccato carattere.

Un buon esempio di poulsard del circondario di Arbois può essere considerato anche il vino di Vincent Aviet (**Le Caveau de Bacchus**), di confezione più classica e controllata, che quindi tende a irrigidire un poco il profilo del poulsard, ma non certo privo di interesse e di rappresentatività. Meritevole è anche il Trousseau Ruzard Rosière.

Uno dei punti di riferimento assoluti dell'Aop Arbois rimane senz'altro il **Domaine André & Mireille Tissot**, che possiede peraltro vigneti anche in altri comparti della regione. Il suo Pinot Noir En Barberon è un esempio edificante della bella espressività che può assumere l'uva borgognona in terra giurassiana: un poco austero e talora contratto, è nondimeno un vino di sicuro livello qualitativo, che invecchia benissimo. Molto bene anche i trousseau e i poulsard di Bénédicte e Stéphane (attuali proprietari), che con decine di ettari coltivati con identiche attenzione e passione in tutta la regione sono dei veri punti di riferimento dello Jura.

Da uve di *négoce*, il celebre **Domaine Ganevat** produce un Arbois Pinot Noir di irresistibile finezza e completezza gustativa. Un vero prodigio che fa

inevitabilmente pensare alla Côte de Beaune. Tra le sue proposte anche l'originalissima cuvée *J'en Veux Encore!* (gamay e poulsard) etichettato come Vin de France ed erede del "fuori-legge" *J'en Veux !!!* ottenuto da ben diciotto vitigni diversi. Un prodigio di inafferrabile singolarità gustativa. Due esempi della picaresca propensione di Jean-François a sperimentare con uve e terroir, infischandosene delle *appellation*, e dando vita (e morte) a numerose cuvée dai nomi e dalle etichette improbabili e dai profili impossibili da catalogare.

Benché sia noto soprattutto per i vini bianchi, il **Domaine Labet** di Rotalier (sud Revermont) sa anche apprezzare egregiamente i rossi. I pinot noir Les Varrons sono tonici e precisi; le tre micro-cuvée di poulsard esprimono bene l'incontro tra vitigno e terroir; il Gamay La Reine da vecchie viti possiede verve e golosità; i trousseau sono pressoché introvabili, ma la cuvée *Métis* (assemblaggio complesso ed eterodosso) è un vino selvaggio e molto *nature*, dalla beva trascinante.

Infine, qualche altro riferimento rapidico. Provate: il Trousseau *de Mes-sagelin* del **Domaine des Cavarodes**, vino ovattato e stratificato; l'Arbois Pinot Noir *La Pépé* delle **Bottes Rouges**, elegante e di indubbia personalità; i vari Poulsard del **Domaine de la Pinte**, completi e armoniosi; l'ottimo Poulsard del **Domaine des Marnes Blanches**; i rossi del **Domaine de la Renardière** di Pupillin, molto spontanei e gustosi; quelli del **Domaine de la Tournelle**, anch'essi franchi e davvero liberi nella loro espressione; i rossi (ahinoi ormai onerosi) di **Nicolas Jacob**.

L'INFERNALE PARADISO **I Campi Flegrei di Cantine Astroni: due verticali parallele**

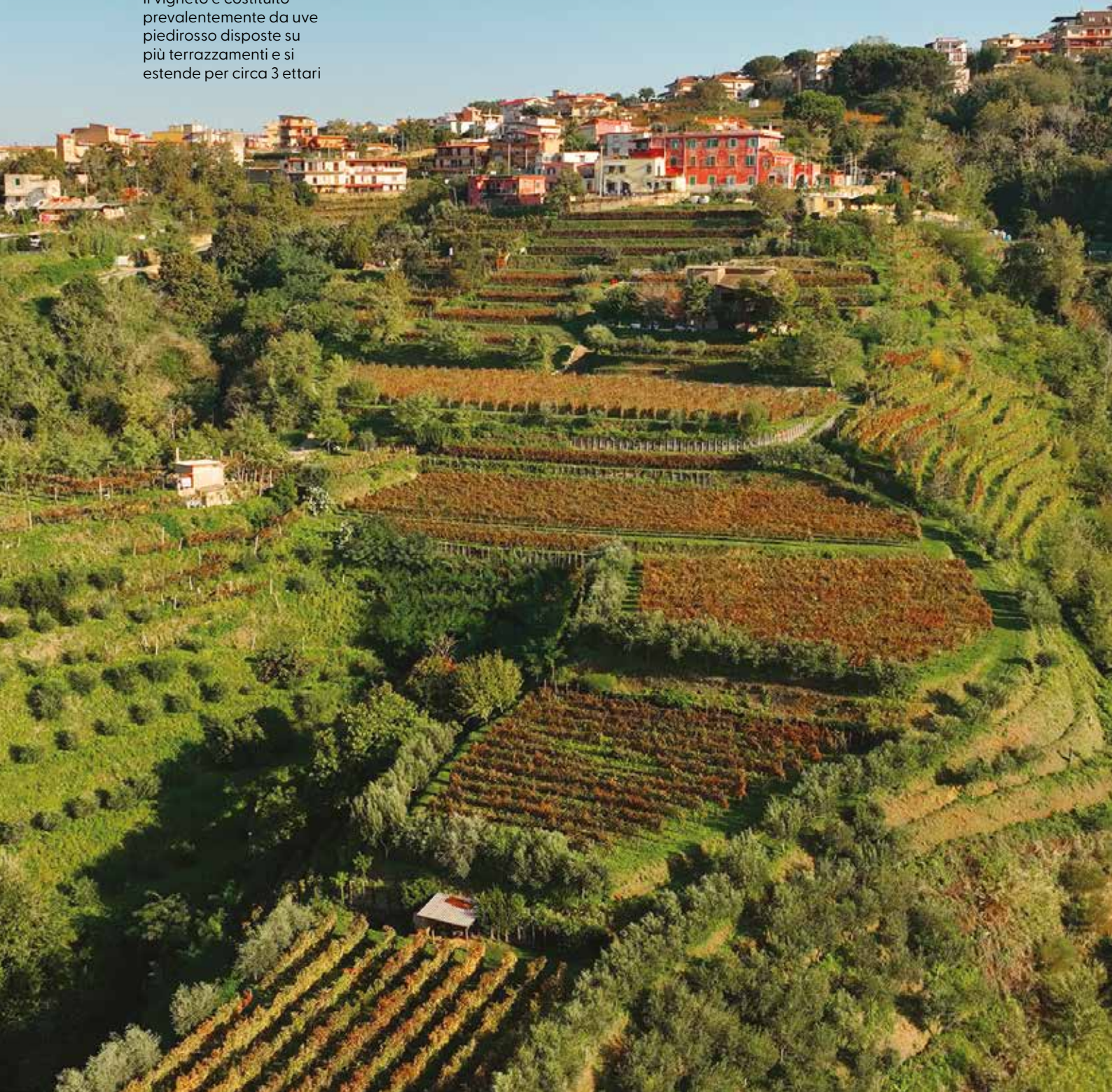
Un luogo unico, che non
assomiglia a nessun altro,
dove falanghina e piedirosso
si arrampicano su suoli vulcanici
tra terrazzamenti, gradonate
e l'aria fumante di vapori di zolfo

di **ARMANDO CASTAGNO**

I tempi cambiano: per la mitologia greca, come noto, i Campi Flegrei rappresentano la via d'accesso agli Inferi; per la mitologia attuale, invece, a un autentico Paradiso rurale, specie per noi appassionati di vino. Il bello è che i bianchi e i rossi odierni, prodotti nel quadro dell'omonima denominazione nata a metà anni Novanta, partecipano di entrambe le nature, in bilico tra gli echi affumicati delle caldere ipogee e la fiabesca dolcezza di certe versioni. Siamo saliti in aprile su uno di questi versanti vulcanici, il cratere degli Astroni, per verificare di questa vocazione acrobatica dei vini locali la ragione d'essere, la tenuta nel tempo, la capacità di trasformazione. La sommaria indagine che segue ci ha detto alla fine più cose di quante ne sperassimo; calici e panorami a parte, ci ha rafforzati nella convinzione che la Doc Campi Flegrei sia oggi, nonostante non superi i 150 ettari vitati e il milione scarso di bottiglie complessive, una delle quattro o cinque più eccitanti d'Italia per qualità media dei vini e dei progetti che stanno loro dietro; e riteniamo si possano fare qui ulteriori passi in avanti nella messa a fuoco di entrambi, vini e progetti. Uno dei produttori cui il merito di questa recente accelerazione va senz'altro ascritto si chiama Gerardo Vernazzaro, e la sua azienda "Cantine Astroni"; è da lui che siamo diretti.

Lasciamo il serpentone di automobili della tangenziale di Napoli all'uscita di Agnano, e in breve il contesto muta radicalmente: lo sviluppo verticale delle periferie rurali di Napoli emoziona persino più di quello orizzontale, sublimato nel classico soggetto per cartoline con il golfo, il mare e il Vesuvio di sfondo. Per una Napoli colorata e chiassosa, ad altezza d'uomo, ce n'è una, di bellezza meno spudorata ma altresì memorabile, silenziosa e segreta, e non parliamo di quella sotterranea, ma di quella che si vede alzando la testa, quella delle colline: Napoli è al secondo posto in Europa, dopo Vienna, per estensione delle vigne urbane. Sono distretti dal vasto respiro paesaggistico; li accerchiano aspri innalzamenti di origine vulcanica, sui quali terre verticali, gradonate e terrazzate nei secoli, sono state rese coltivabili; è buona terra, scura e leggera, per colture che vi trovano il paradosso di cui sopra, un infernale paradiso nell'aria talvolta fumante di vapori di zolfo, scaturiti come da un turibolo dalle solfatare della vallata. La collina degli Astroni è uno di questi luoghi, inattesi e sconcertanti: una pendice a ovest della città, solo in parte connessa al suo incasinato schema: sospesa sopra il frastuono impietoso del traffico del quartiere di Pianura, è da esso fonicamente isolata. Siamo arrivati qui alle undici di mattina, passando in cinque minuti dall'incubo

Tenuta Camaldoli si trova sul versante sud della collina dei Camaldoli, interamente contenuta nel comune di Napoli. Il vigneto è costituito prevalentemente da uve piedirosso disposte su più terrazzamenti e si estende per circa 3 ettari



dei clacson al soffio gentile del vento nelle orecchie come unico rumore. Guardando verso sud-est, in direzione di Bagnoli e Posillipo, una quinta zigzagante di dirupi sbarra la vista del mare e determina in basso un fondovalle concavo, dove l'occhio precipita; laggiù, oggi inondata di sole, c'è la zona di Agnano, con la stazione termale e la lunga ellisse dell'ippodromo.

La cantina di Gerardo, con le sue vigne ordinate e i piccoli fabbricati in fila lungo ripidi vialetti, è abbarbicata al fronte sudorientale, e deve bearsi della luce mattutina che ci batte; le pendenze si accentuano verso la cima, fino a sconsigliare la salita finale ad automobili di incerta efficienza frenante, a meno di non voler percorrere all'indietro la via breve per l'ippodromo, cento metri più in basso. In vetta, sporgendosi oltre un parapetto di pietra di epoca borbonica, si spalanca la stupefacente visione dell'interno del cratere, dal perimetro di quasi sei chilometri e che occupa oltre duecentocinquanta ettari. Ci si affaccia, e si prova la sensazione di abbracciare in un solo sguardo uno smisurato diorama preistorico, costruitosi da solo. Nulla di simile il cratere degli Astroni presenta rispetto al riarso, desertico, arroventato Vesuvio; all'interno, qui, la natura è esplosa a formare un folto bosco di un verde sfolgorante; la macchia lascia spazio solo a due laghi e protegge una miriade di specie animali, stanziali o migratorie; lo spettacolo degli uccelli che, in stormi a forma di cuneo, sorvolano il cratere tracciandone il diametro toglie all'occhio la possibilità di valutare le distanze, e causa un vuoto allo stomaco, una vertigine.

Ora, io che scrivo sono il classico "topo di città"; ma nemmeno Gerardo, autoctono locale, si è mai abituato – mi confessa *en passant* – a tanta bellezza. L'ho convinto a raccontare se stesso e il suo lavoro, senza gran fatica per la verità: l'ho conosciuto come un ragazzo disponibile, generoso, solare e affabile, sempre sorridente oltre che talentuoso, curiosissimo e di mente aperta; ora è un uomo, ed è uguale a com'era. Così, mentre camminiamo sull'erba del ciglio più alto, sedendoci ogni tanto sui blocchi di tufo che delimitano il cratere, mi racconta di cosa ci faccia lì, da quanto tempo, e che vini cerchi di trarre da un luogo che non somiglia a nessun altro.

«Io vengo da una famiglia locale, di Pianura, che da quattro generazioni è nel mondo del vino; almeno dai tempi di mio nonno Giovanni Varchetta. Quando Giovanni tornò dalla guerra, dopo dieci anni di prigionia e di lavoro tra India e Inghilterra, riprese qui l'attività di suo padre Vincenzo». Mi indica, appesa al muro, la gigantografia di una foto in bianco e nero di metà anni Sessanta. Giovanni, un omone in canottiera dai bei lineamenti mediterranei, sorride al fotografo circondato da bambini scalzi, tutti sorridenti. «La ragazzina che vedi a sinistra è mia madre, una di dieci figli; qui doveva avere dodici anni. Quel bambino lì è zio Vincenzo, quell'altro è zio Giorgio, quello zio Salvatore: questi tre hanno poi



Cristina Varchetta
e Gerardo
Vernazzaro

lavorato con Giovanni, portando avanti l'azienda di famiglia, con il commercio di vino sfuso da loro stessi prodotto, e le altre attività agricole».

Come si è arrivati dalle Cantine Varchetta alle Cantine Astroni?

«È successo alla fine degli anni Novanta, a pochi anni dalla nascita della Doc (Campi Flegrei, ndr). Lo stimolo lo dette zio Salvatore, padre a sua volta di Cristina, che oggi aiuta me in ufficio; lo zio pensava che la nascita di questa denominazione potesse creare scenari nuovi per la viticoltura locale, e spinse perché imbottigliassimo il nostro vino. Nel 1999 è nato il marchio Cantine Astroni, con sede qui dove siamo, in una storica masseria proprietà della famiglia. Il locale dell'imbottigliamento di oggi era stato adibito a stalla fino a quel momento, c'erano vecchi torchi per la pressatura, grandi utensili agricoli di primo Novecento».

C'erano altre masserie come questa, nei dintorni?

«Sì, almeno quattro o cinque, corrispondenti alle varie contrade di Pianura; per esempio, quella di *Santo Laurienzo* (San Lorenzo, ndr), poi un'altra nella direzione dei Camaldoli, e così via. Fornivano servizi e attrezzature ai contadini che non ne disponevano; un po' come da sempre si fa per l'olio».

E tu, in tutto questo?

«Io in tutto questo finivo le superiori, tra qualche difficoltà dovuta al mio carattere, ai tempi, diciamo così, un po' *dispersivo* (ride); ma alla fine mi sono diplomato bene, e ricordo che già da anni mi piaceva venire a lavorare in cantina nei due o tre mesi in cui le scuole erano chiuse. In cantina era stato scelto un enologo molto preparato che accompagnasse quella che oggi si chiama *start-up*, Maurizio De Simone, e fu lui a darmi il consiglio giusto per i miei studi universitari. "Se ti interessa tutto il settore agricolo e zootecnico" mi disse "la Federico II di Napoli va benone, ma se vuoi concentrarti solo sul vino, secondo me devi andare a Udine, dove insegna il *professore* Roberto Zironi, oppure a Milano, dove insegna il *professore* Attilio Scienza". A me, in effetti, interessava il lavoro di cantiniere: così, seguii la sua indicazione e me ne andai a studiare a Udine».

Perché non Milano?

«I due professori che ho citato erano, e sono, due mostri sacri. Però io tra le due opzioni ho scelto quella che mi sapeva di più di cultura rurale; cercavo quella tradizione contadina che tornando poi qui avrei dovuto approfondire. Udine ha meno abitanti del quartiere di Napoli di un chilometro per un chilometro dal quale provenivo, Pianura, ma distribuiti meglio: mi pareva un contesto perfetto; e quel contesto che cercavo, l'ho trovato».

Alla fine come è andata?

«Molto bene. Oltre a stringere amicizie salde, che durano ancora adesso, mi sono laureato in tre anni col massimo dei voti, ho fatto poi esperienze in Cile e in Argentina, e sono infine tornato alla base, alla mia famiglia, per prendere su di me in un tempo abbastanza breve la responsabilità della cantina. Ed eccomi qui».

Parliamo delle varietà che hai nelle vigne, falanghina e piediroso.

«Sono le cultivar locali; rustiche, a ciclo lungo, di profonda tradizione. Hanno punti in comune e tratti distintivi. La falanghina, che qui a maturazione arriva di rado a 12,5% di alcol potenziale, è una varietà generosa, a grappolo spargolo e acino tondo, che non dà problemi al vignaiolo, a parte la sensibilità all'oidio. Ha una fertilità di 2,5, quindi lasciando su un guyot, mettiamo, dieci gemme, ne nasceranno venticinque grappoli. Che sono troppi, con il rischio di diluizione del gusto e della sapidità; conviene contenerne gli entusiasmi, e questa è la sfida. Il piediroso.... il per' e palummo, eh... (fa una pausa; sospira come gli innamorati) è come un figlio problematico, gli devi stare appresso; è tremendamente sensibile alla peronospora, e ha una fertilità media di 0,5. Quindi, le dieci gemme dell'esempio di prima daranno cinque grappoli in totale: la metà dei germogli non arriva a dare il frutto.

Perciò le rese che si ottengono col piediroso sono infime: quaranta quintali a ettaro con quest'uva sono un risultato che qualsiasi vignaiolo qui firmerebbe per avere tutti gli anni. Il vino ha mille risorse aromatiche, una bella freschezza, poco alcol e poco tannino; ha inoltre una tendenza alla riduzione che in passato era spacciata per tipicità, un po' come accaduto per le note di cavallo dovute alle contaminazioni da *brettanomyces* nelle vecchie cantine di Bordeaux o della Rioja. Note che poi, quando sono arrivati i soldi, e con loro le botti nuove e una diversa igiene in cantina, non ci sono state più».

Non c'è stato più il cavallo.

«Esatto (ride), *se n'è scappat' o cavall'*. Oggi non ci sono più riduzioni forti nemmeno sui vini da piediroso, abbiamo tutti capito come ovviare al problema, che tale era, non "tipicità". Quanto alle acidità, sono sostenute su entrambi i vitigni, ed è un dato di importanza vitale, perché la ricchezza di potassio dei nostri terreni determina qui una salificazione rilevante: si formano tartrati, e quindi l'acidità tende a scendere in vinificazione. Ma come detto, e per fortuna, partiamo su valori alti in vendemmia, sopra i 7 grammi per litro. Dei profili dei vini dalle due uve non ti dico nulla, perché a breve ne assaggiamo un bel po' insieme, ne ho preparati ventidue».

Quanti vini produci?

«Circa una dozzina. È una gamma variegata, che include due rossi flegrei da piediroso a nome Colle Rotondella e Tenuta Camaldoli, due spumanti *charmat* a nome "Astro", in versione bianca e rosé che da qualche anno otteniamo solo da uve della zona, e una manciata di bianchi, tre dei quali rivendicano la denominazione Campi Flegrei. Provenivano da vigneti specifici, e si chiamano Colle Imperatrice, Vigna Astroni e Tenuta Jossa. I primi due sono da falanghina in purezza; il Colle Imperatrice esce nell'annata successiva alla vendemmia e fa solo acciaio, ma non è un vino "di base", è un vino per me importantissimo, un fedele interprete del territorio. Gli altri due escono invece anni dopo la raccolta. Il Vigna Astroni proviene dalle vigne terrazzate che hai visto sul bordo del cratere; anch'esso matura in solo acciaio, e da qualche anno non è più sottoposto a *bâtonnages*, a tutto vantaggio, mi sembra, della sua reattività. Il Tenuta Jossa, l'ultimo nato, viene dalla collina qui di fronte, fermenta e matura in anfore dei tipi Clayver e Tava, ed è l'unico ad avere in uvaggio una percentuale minoritaria di fiano».

La nostra ricognizione verticale ha preso in esame il Colle Imperatrice, bianco, e il Colle Rotondella, rosso; il loro assaggio comparato ci ha confermato che la tenuta sui due decenni di qualunque vino flegreo di una qualche ambizione è più un punto di partenza assodato, un *minimo sindacale*, che una conquista. ♦

LA DEGUSTAZIONE

IL BIANCO

Partiamo con la carta d'identità dei vini. Il bianco, nome completo “**Campi Flegrei Falanghina Colle Imperatrice**”, è nato nel 2007; si ottiene da un vigneto a 200 metri di altitudine, posizionato sui due versanti creati da una specie di cuneo, di promontorio; quindi, per metà hanno esposizione rivolta al sole del mattino, e per metà a quello del pomeriggio. Si tratta di 2,7 ettari piantati vent'anni fa, per un terzo su piede franco e per due terzi sul vigoroso portainnesto 1103 Paulsen, scelto per la sua formidabile resistenza alla siccità, dovuta alla stagione o alla forza drenante dei terreni. Il suolo è sabbioso, del tutto privo di scheletro se non per qualche sporadico agglutinamento di pietra pomice. Gerardo produce di questo bianco 15-18.000 bottiglie all'anno.

La degustazione ne ha fornito un esito lusinghiero. Oltre a essere un vino la cui origine vulcanica si può ipotizzare restando a un metro di distanza dal bicchiere, registrandone il vapore affumicato dei profumi, è anche un virtuoso esempio di evoluzione sui dieci-quindici anni. Parte, tuttavia, con il freno a mano tirato: l'anteprima della **2024**, da un mese in bottiglia al momento dell'assaggio (11 aprile 2025), ha un carattere fumé tanto intenso da schermare il resto dei profumi; l'energia, la tessitura e la concentrazione che questo giovane campione mostra al sorso sono tuttavia più che una promessa. L'annata è assai favorevole in zona, per la sua regolarità nella distribuzione di temperature e piogge, e l'assenza di picchi estremi in un fattore o nell'altro. Vendemmia al 26 settembre, gradazione di 12%, acidità rinfrescante: un bianco esemplare per

la tipologia, dalle ottime prospettive. Il Colle Imperatrice **2023** è invece pronto, ricco ed estroverso nei toni solari comuni a parecchi coetanei del centro-sud d'Italia. Ha meno mistero del 2024, ma più disponibilità. Altra storia con il **2022**, millesimo capriccioso e fresco lungo tutto l'arco stagionale e piovoso in epoca di vendemmia, a fine settembre; si è arrivati a ottobre per raccogliere, «come in tutte le annate classiche nei Campi Flegrei» aggiunge Gerardo. La bizzarria meteorologica si coglie nella parziale diluizione del centro bocca e nell'incerto nitore degli aromi, ma con l'aria si svela un bonus di eleganza e finezza, rilanciate da una sapidità così intensa da fornire, in fondo, una sensazione di astringenza. È possibile non si dimostri il Colle Imperatrice più longevo, ma dei tre assaggiati per primi è quello che oggi si beve più volentieri. La **2021** è la sola raccolta iniziata prima della festa di San Gennaro (19 settembre) nella storia aziendale. Il vino, come prevedibile, mostra in luogo della consueta lieve affumicatura una dolcezza di frutto dal tono esotico, oltre a una nota di camomilla e tarassaco; l'assaggio lo rivela rilassato, modulato, confortevole, più ampio che lungo. La grazia, in definitiva, è qui; per tempra ed energia meglio rivolgersi ad altre bottiglie della verticale. La **2020**, a differenza che in altre parti d'Italia e Francia, è millesimo tardivo nei Campi Flegrei: ha donato un vino rigoroso e lento a evolvere, persino crudo in alcuni suoi aspetti (alcol basso, acidità affilata, sfumature erbacee). Due o tre ulteriori anni di bottiglia non potranno fargli che bene, ammesso che a quel punto decida di concedersi. Del tritico di annate provate a seguire (2018, 2017, 2016), la più riuscita ci è sembrata la **2018**, del resto stimata

in tutta la Campania come una delle migliori del recente passato. Il Colle Imperatrice vi ha trovato le risorse per sviluppare in bottiglia un carattere autorevole, ricco (mandorla, mimosa, succo d'ananas), compiuto e dettagliato; l'aspetto gustativo è la sua parte più esaltante, con i suoi continui rilanci e una sapidità finale che quasi pizzica. La **2017**, torrida e precoce, ha partorito un bianco cui l'aggettivo “monolitico” si attaglia bene, a volerne raccontare il maggior pregio e il maggior limite. Ha autorevolezza e vigore da vendere, e sarà longevo; manca di dettaglio e di sviluppo dinamico. Il vino del **2016** racconta di una vendemmia effettuata in pieno ottobre dopo una stagione tribolata, con temporali sporadici e violenti, qualcuno insidioso per la presenza di ghiaccio frammisto all'acqua. L'uva ha risposto alle ferite riportate nel modo che sa: producendo polifenoli, ed ecco difatti nel bicchiere un bianco che pare maturato in legno piccolo, e in cui la potenza è più semplice da percepire della complessità. Eppure, dandogli il tempo giusto, l'insieme evolve nel calice in modo affascinante, rivelando chiaroscuri, una nota di malto, sfumature di pasticceria, di burro, di anacardo, persino di agrumi. Abbiamo infine approcciato le tre annate precedenti. Il **2015**, solare e positivo, ha dato un Colle Imperatrice strepitoso, *hands down* la migliore bottiglia della sessione dei bianchi; si è qui costituito un profilo abbagliante, in cui le erbe aromatiche (rosmarino, salvia) fanno da corolla a un impianto solidissimo e luminoso. Il **2014** viene da un millesimo non fortunato, piovoso e freddo, assai tardivo (vendemmia al 16 ottobre, San Gerardo) oltretutto dalla produzione bassa, solo novemila bottiglie, la metà del consueto. Ha colore topazio carico e una silhouette inattesa; ci si aspetterebbe un profumo dai toni ossidativi e invece il profumo non arriva affatto: l'insieme propone suggestioni solo per via retroolfattiva



(noce, fico secco, crosta fiorita, lanolina). Poco salato in fondo, ma fresco per impetuosa acidità, è un bianco irrisolto e strano, del quale è difficile dire cosa sarà nei prossimi anni; nel dubbio, stapperemmo. Infine, ecco il **2013**, altro millesimo tardivo (8 ottobre) che ha vissuto una stagione contrastata in cui si è visto di tutto anche a breve distanza di tempo. Il vino ha reso questo andamento irrequieto in una dinamica furiosa, tra sferzate di acidi e sali; la sua integrità ne fa tuttavia uno dei più interessanti campioni della verticale, ideale da assaggiare oggi prima che il tempo inizi ad intaccarlo.

IL ROSSO

Il rosso, nome esatto “**Campi Flegrei Piedirosso Colle Rotondella**”, viene da una parcella all’interno della Tenuta Camaldoli; anch’esso è nato con la vendemmia 2007. Il vigneto, di 3 ettari, è potato a guyot bilaterale, si trova tra i 230 e i 300 metri sul livello del mare, ha esposizione a sud e circa 30 anni di età media. I portainnesti usati per l’impianto sono il 1103 Paulsen e il 140 Ruggeri, resistenti alla siccità ma vigorosi, «anche troppo», specifica Gerardo. I suoli sabbiosi e i sottosuoli tufacei di questa vigna hanno circa 12-15.000 anni di età, corrispondendo entrambi alla seconda esplosione della caldera flegrea: è il cosiddetto “tufo giallo napoletano”, del quale dalla collina in questione si inquadrano grandi cave, impressionanti strapiombi verticali che precipitano nelle viscere della terra. Il vino fermenta in acciaio senza inoculo di lieviti selezionati e senza solforosa, e lì rimane per qualche mese, *sur lies*; se ne ottengono solo 10.000 bottiglie all’anno da tre ettari, per le questioni, già affrontate sopra, legate alla scarsa produttività del piedirosso.

Anche di questo vino abbiamo assaggiato undici annate, partendo dalla **2024** appena imbottigliata, che promette mirabile pur essendo in stato embrionale. Se ne coglie un preciso

riferimento varietale nella delicatezza fruttata e floreale, esaltate dalla vinificazione in semicarbonica di un terzo della massa ad acino intero; una nota selvatica di bacca di bosco e una sfumatura floreale dolce che richiama la peonia affiancano un frutto gelatinoso e leggero (anguria, melagrana). Potrebbe sbocciare, dandogli uno o due anni di vetro, come uno dei più bei rossi prodotti nei Campi Flegrei da quando esiste la denominazione. Il **2023**, che ricordiamo ai primordi come un vino un po’ scontroso (eufemismo: in realtà era un *chiummo*, un piombo, come dicono qui), ha acquisito non solo profondità e muscoli in bottiglia, ma anche una linea aromatica decisamente più chiara, *orientaleggiante* perfino in certe sfumature come di incenso; rammenta da vicino la comunicazione giovanile di alcuni rossi borgognoni ed è uno splendore. Delle altre annate dello stesso decennio, il **2022** – che riscosse un grande successo di critica all’uscita – è delicato e un po’ diluito sia al naso sia all’assaggio, tanto che ne filtrano lievi note floreali e una suggestione minerale gessosa, che nel finale di bocca prende un tono amaro; la versione **2021**, unico rosso aziendale dall’annata precoce, è invece calda e incupita, tanto da poter essere scambiata per altro alla cieca (sa di bergamotto, terriccio, prugna. La **2020**, così come per il corrispondente bianco, ha al contrario una pressante eloquenza, con profumi resi complessi da un inizio di vera evoluzione (vermouth, agrumi, radici, metallo) e una forte tensione acido-sapida in bocca, energica e vitale. Molte conferme e qualche sorpresa dalle annate precedenti; ad esempio, dalla **2019**, qui molto piovosa, ma che ha regalato un bel vino composto, profumato

e disponibile, compatto all’assaggio; se qualcosa gli manca, sono le sfumature, ma non la presenza scenica.

Il **2018** è un *unicum* nella verticale: ha un tono generale ombroso, qualcuno direbbe “terrigno” (qualcun altro, in Campania, *cazzimmo*). Lavora su una tavolozza caravaggesca di soli toni scuri: cola, ginepro, felce, liquirizia e humus, poco frutto e ancor meno fiore; la bocca invece è in equilibrio, ed è capace inoltre di un potente allungo finale, che qualifica come molto alto il valore del vino. Indole opposta ha il **2017** (3 ottobre), dal frutto maturo e dolce e con qualche vezzosa nuance di rabarbaro, china e rosa canina; è solo un po’ sbrigativo in persistenza, potendo contare su una dotazione acida superiore a quella sapida. Delle ultime tre annate assaggiate, il **2016** (17 ottobre) ha già avviato la trasformazione terziaria della sua ricca materia: note di fiori macerati e cenni rugginosi preludono a un assaggio segnato, e forse un po’ bloccato, dal gran tannino, che ha forza astringente insolita per la tipologia e il vitigno. Il **2015** (9 ottobre) è un credibile corrispondente del bianco di pari annata: ispira aggettivi quali “solare” e “raffinato”, ha morbidezza da vendere pur essendo tutt’altro che sfiato, lo stato evolutivo di un vino di quattro anni e prospettive eccezionali per i prossimi dieci almeno. Il **2014** (vendemmia ultra-tardiva al 20 ottobre) è infine, in tutta franchezza, incredibile: ingannerebbe chiunque in assaggio coperto, per la sua somiglianza ai Borgogna di pari annata, sia nel profilo olfattivo, in cui si coglie l’impeccabile integrità del frutto, una verosimile rosa selvatica e una nuance “termale”, sia in quello gustativo, che la latitanza del tannino e una lieve diluizione hanno reso classico, fine e setoso senza smagrirlo; per il complicato millesimo, una vera prodezza. ♦



TERRITORI

I Colli di Asolo e il Montello: non solo Prosecco

Un territorio, i Colli Asolani e il Montello, che nella valorizzazione del proprio Prosecco non ha dimenticato un'altra storia: quella dei tagli bordolesi e di un patrimonio ampelografico locale e autoctono da riscoprire

di **ANITA CROCI**

Asolo è un'affascinante città fortificata della provincia di Treviso, arroccata sulle dolci colline della Marca Trevigiana, tra la Pianura Veneta e le Prealpi Bellunesi. Rientra a pieno titolo tra i Borghi più belli d'Italia, con il suo centro storico dominato dalla Rocca, una possente fortezza medioevale che si erge sul Monte Ricco, dai cui spalti è possibile ammirare tutto il panorama circostante, spaziando dalle Dolomiti a Venezia. Per questo il Carducci la descrisse come "La Città dai Cento Orizzonti".

TERRITORIO

I Colli Asolani sono una catena che si sviluppa in una serie di dossi e creste, alternati a piccole valli, sull'asse nordest-sudovest, a partire dalla riva destra del Piave sino al torrente Musone; dal paesaggio fortemente distintivo, tutto curve e pendenze, trasmettono fascino e armonia. Il Montello si distingue come un singolo rilievo compatto e massiccio che si estende tra Nervesa della Bat-



CONSORZIO VINI ASOLO MONTELLO



taglia e Montebelluna, cinto a nord dal corso del Piave, i cui boschi di rovere erano gelosamente custoditi dalla Serenissima, che vi attingeva per il proprio Arsenale e dove oggi il bosco ricopre ancora il 30% del suolo. Questi due sistemi collinari, con altitudini comprese tra i 100 e i 450 metri, pur separati da una profonda incisione larga circa un chilometro, costituiscono un'unica entità geologica. Si tratta di grosse formazioni di conglomerato tenace costituito da rocce cementate tra loro e ricoperte da suolo marnoso-argilloso o marnoso-sabbioso, facilmente lavorabile e disgregabile dagli agenti atmosferici, dalla tipica colorazione rossastra che ne testimonia l'origine antica. I fenomeni carsici interessano tutta la zona, fratturandola in grotte e doline – ben duemila sul Montello! Più che scorrere a valle, quindi, le acque si incuneano in un dedalo di anfratti sotterranei e sgorgano da alcune suggestive sorgenti.

La peculiarità climatica del territorio consiste nella mitezza delle stagioni, dovuta alla favorevole esposizione a sud dei versanti vitati e alla disposizione ortogonale dei rilievi rispetto ai venti freddi di nord-est. Questo permette di sostenere i precoci germogliamenti primaverili e, in estate, di sviluppare in modo graduale la maturazione. Gli autunni sono caldi e secchi, caratterizzati da forti escursioni termiche giornaliere, a vantaggio degli esiti ven-

demmiati. Anche le precipitazioni si distribuiscono piuttosto regolari da aprile a settembre, assorbite rapidamente dalla natura sciolta del terreno.

STORIA

La presenza e lo sviluppo della vite tra i Colli Asolani e il Montello si deve ai monaci benedettini prima e alla presenza della Repubblica di Venezia poi. Intorno all'anno Mille, i benedettini si insediarono nel Monastero di S. Bona a Vidor e nella Certosa del Montello a Nervesa. Le loro conoscenze e il loro operato determinarono significativamente l'agricoltura, imprimevano le radici di una vocazione enoica secolare che i Veneziani raccolsero e specializzarono ulteriormente nel Trecento. Con la Serenissima, già dal Quattrocento i vini asolani raggiunsero i mercati esteri, mentre a Venezia arrivarono a insediare il prestigio di quelli importati dalla Grecia, venendo tassati un terzo in più degli altri e diventando un prodotto elitario che conquistò la nobiltà.

La storia moderna è affidata a quella delle denominazioni: nel 1977 il riconoscimento della Doc "Montello e Colli Asolani", da cui poi dipartiranno nel 2009 la DOCG "Colli Asolani - Prosecco" o "Asolo - Prosecco" e nel 2011 la Docg "Montello rosso" o "Montello".

Determinante per questo processo di sviluppo

CONSORZIO VINI ASOLO MONTELO





LE TRE DENOMINAZIONI DI ORIGINE

“ASOLO PROSECCO” O “ASOLO” DOCG

VITIGNI

Da vigneti di glera, con saldo massimo del 15%, da verdiso, bianchetta trevigiana, perera, glera lunga. Nella “pratica tradizionale” ammessi anche pinot (bianco, nero, grigio) e chardonnay.

TIPOLOGIE

spumante superiore o spumante, da Extra Brut a Demi-Sec; spumante superiore o spumante “sui lieviti”, solo Brut Nature; frizzante, da Secco ad Amabile.

“MONTELO ROSSO” O “MONTELO” DOCG

VITIGNI

Da vigneti di cabernet sauvignon 40-70%, merlot e/o cabernet franc e/o carmenère 30-60%, con saldo massimo del 15% da uve bacca rossa non aromatiche idonee per la provincia di Treviso.

AFFINAMENTO

almeno 18 mesi di cui min. 9 in botti di rovere e min. 6 in bottiglia; per la tipologia superiore, almeno 24 mesi di cui min. 12 in botti di rovere e min. 6 in bottiglia.

“ASOLO MONTELO” O “MONTELO ASOLO” DOP

TIPOLOGIE

Bianco; Rosso; Bianchetta; Chardonnay (anche spumante); Pinot grigio; Pinot bianco (anche spumante); Manzoni bianco; Merlot; Cabernet; Cabernet Sauvignon; Cabernet Franc; Carmenère; Recantina. Venegazzù (anche superiore).

AFFINAMENTO

I Rossi almeno 6 mesi in botti di rovere. Il Venegazzù superiore almeno 24 mesi di cui min. 12 mesi in botti di rovere e min. 6 mesi in bottiglia.

Areale, comune alle tre denominazioni: i comuni di Castelvucco, Cornuda e Monfumo e parte del territorio dei comuni di: Asolo, Borso del Grappa, Caerano S. Marco, Cava del Tomba, Crespano del Grappa, Crocetta del Montello, Fonte, Giavera del Montello, Maser, Montebelluna, Nervesa della Battaglia, Paderno del Grappa, Pederobba, Possagno, S. Zenone degli Ezzelini e Volpago del Montello.

è stata l'attività del Consorzio Vini Asolo Montello, che oggi festeggia i suoi primi quarant'anni. Tra i suoi traguardi, il riconoscimento delle due Docg e della sottozona di Venegazzù nella Doc. Ha inoltre promosso la zonazione, presentata nel 2012, per analizzare le specifiche vocazionalità del territorio rispetto alle sue varietà più rappresentative, ottimizzandone gli impianti. Inoltre, la sensibilizzazione alla salvaguardia ambientale, con uno specifico metodo agronomico che fa da riferimento alla filiera e con la valorizzazione delle biodiversità, che ha centrato l'attenzione sulle varietà locali.



L'ASOLO PROSECCO

Se la zona offre tanti vitigni e tipologie, la parte del leone spetta indubbiamente alla glera e al Prosecco, con i 2200 ettari dell'Asolo Prosecco sui 2700 totali delle denominazioni, oltre 32 milioni di bottiglie prodotte nel 2024 e una tendenza molto positiva anche nel primo trimestre di quest'anno. Nonostante l'impatto numerico appaia significativo, rapportato all'universo Prosecco l'Asolo Docg rappresenta una piccola quota: i dati ISMEA sugli ettolitri imbottigliati – purtroppo fermi al 2020, oggi aumentati di molto – rilevano che per l'Asolo furono meno di 140 mila contro gli oltre 690 mila del Conegliano Valdobbiadene Docg e i 3 milioni del Prosecco Doc.

La glera è l'uva più rappresentativa della provincia di Treviso, sua zona storica di elezione, per quanto negli ultimi trent'anni il successo del Prosecco ne abbia garantito una larga diffusione in tutto il Veneto e nel Friuli Venezia-Giulia. Le sue caratteristiche, sia in termini di coltivazione che di potenziale in vinificazione, ne hanno consacrato la vocazione alle versioni spumante e frizzante, in particolare qui dove i suoli sono prevalentemente marnosi e sciolti, con una buona dotazione di calcare e l'inversione termica determinata dai rilievi montuosi si accentua tra la media e la bassa collina, favorendo la sintesi dei terpeni e dei composti benzenici responsabili dei sentori primari più freschi, di frutta bianca, agrumati e floreali, tipici del vitigno.

IL MONTELLO DOCG E L'ASOLO MONTELLO DOC

Come detto, a differenza di altre zone, indirizzate a una stretta specializzazione anche per economia di mercato, l'espressione vitivinicola dell'areale asolano è tutt'altro che monovarietale, saldamente

Il Consorzio Vini Asolo Montello compie 40 anni

Al suo primo mandato da Presidente, **Michele Noal** ha una visione molto chiara degli obiettivi

«Il traguardo dei quarant'anni è una spinta motivazionale per rilanciare in maniera importante quello che è stato fatto dai nostri padri per consegnarlo ai nostri figli. E quindi rafforzare l'Asolo Prosecco Docg e valorizzare le due denominazioni del Montello, anche grazie ai vitigni autoctoni». Uno su tutti, la recantina: «Lo dice il nome stesso "Re della cantina". Vogliamo portarlo all'attenzione del grande pubblico perché non ha nulla da invidiare ai grandi attori del taglio bordolese».

Inoltre, tenere unita la filiera tra grandi e piccoli produttori. «In questo periodo storico è importante guardare a nuovi orizzonti. Noi stiamo sondando il Giappone e l'Africa e l'ingresso si fa con i grandi, che hanno i numeri per aprire i mercati, in modo che poi possano arrivare quelli più piccoli. In questo modo si può ottenere per tutti un risultato economico che permetta di continuare a investire nelle proprie aziende e mantenere l'uomo e l'agricoltura a presidio della bellezza del nostro territorio».





ancorata a una tradizione che non rinuncia ai suoi vini fermi, sia bianchi che rossi, e a una pluralità di vitigni, sia internazionali che locali. La Doc Montello è riservata ai vini rossi a base cabernet sauvignon, coadiuvato da altre uve tipiche del taglio bordolese quali il franc, il merlot e il carmenère; la sosta in rovere è d'obbligo e piuttosto prolungata, specie nella versione superiore, cui si affidano le espressioni più ambiziose. A raccogliere la platea più variegata di vini rossi e bianchi, da assemblaggio o monovitigno, in prevalenza fermi ma anche spumanti, ci pensa la Doc Asolo Montello. I bianchi beneficiano delle condizioni pedoclimatiche già descritte per la glera, che esaltano le caratteristiche di altri vitigni "nordici" come il Manzoni bianco e il pinot bianco. Le uve rosse occupano i versanti esposti al sole, protetti dai venti freddi; la lenta maturazione favorisce una vendemmia equilibrata, a supporto di un ottimo sviluppo fenolico, fattore assai rilevante per le varietà di bordolesi. Il disciplinare identifica una sottozona: Venegazzù, frazione del comune di Volpago del Montello, ai piedi dell'omonimo rilievo che la ripara dai venti freddi. La felice posizione unita ai terreni rossi, argillosi e ricchi di ossido di ferro, innestati su matrice calcarea tipica della zona, ne determina il particolare pregio. Parlando di Venegazzù è doveroso citare il ruolo di Giancarlo Palla della Loredan Gasparini nel contribuire alla crescita delle potenzialità vinicole



Asolo affaccia
sulla Pianura
Veneta,
alle spalle
le Prealpi
Bellunesi

del territorio e di questo specifico cru, dove affonda le radici il celeberrimo Capo di Stato.

La denominazione include inoltre uve locali, come la bianchetta (trevigiana), citata fin dal Cinquecento e utilizzata per "ingentilire" il Prosecco soprattutto nelle annate fredde in quanto, essendo più precoce della glera,

arrivava a piena maturazione quando l'altra stentava a completarla. Come vitigno autoctono a bacca rossa si impone invece la recantina, coltivata da tempo remoto nella provincia di Treviso e citata nel 1600 dall'Agostinetti tra le migliori varietà trevigiane perché i suoi vini "non hanno bisogno di concia e si conservano senza problemi". Germoglia piuttosto precocemente; alla maturazione medio-tardiva sfoggia acini blu-nero dalla buccia spessa e pruinosa, che la rendono scarsamente suscettibile alle malattie e resistente alla botrite. I recenti studi mirati a ottimizzarne le eccellenti potenzialità hanno portato la recantina al centro del progetto di valorizzazione dei vini del Montello da parte del Consorzio, nell'ottica di una comunicazione sempre più identitaria di questo splendido territorio che ha moltissimo da offrire, e non solo in ambito vino. ♦



Radicchio Rosso di Treviso IGP e Radicchio Variegato di Castelfranco IGP

Gli affascinanti fiori
della Marca Trevigiana

di GABRIELE MERLO

Il radicchio, caratterizzato dal suo colore rosso intenso e dal sapore distintivo, rappresenta uno dei simboli più famosi e apprezzati della tradizione agricola del Veneto. In particolare, i radicchi rosso e variegato grazie alla storia secolare, alla qualità della produzione e alla certificazione IGP, ottenuta sin dal 1996, rappresentano un importante patrimonio culturale, territoriale e gastronomico.

ORIGINI E STORIA DEL RADICCHIO

L'origine del radicchio si perde nel passato, tra leggende, tradizioni e racconti; come quello che narra di alcuni uccelli che avrebbero lasciato cadere il seme di questo speciale ortaggio dal campanile di Dosson di Casier, paese alle porte di Treviso, trovato poi dai frati che avrebbero iniziato a coltivarlo.

La specie denominata *Cichorium Intybus* è presente fin dalla notte dei tempi come cicoria selvatica, coltivata anche dagli antichi romani, la sua presenza in area veneta può essere collocata già nel Cinquecento come dimostrano diversi studi iconografici. Un quadro di Leandro Da Ponte intitolato “Le nozze di Cana”, rappresentante una scena d’interno, illustra ceste di prodotti ortofrutticoli, tra cui alcuni radicchi rossi.

La nascita del radicchio come lo conosciamo ai giorni nostri, con la sua particolare colorazione e la forma allungata delle sue foglie, può essere dovuta a un preciso fatto storico: la presenza del vivaista Francesco Van De Borre, giunto dal Belgio nel 1870, per curare la realizzazione di un giardino all’inglese nella trevigiana Villa Palazzi, che avrebbe trasmesso le abilità dell’imbianchimento delle cicorie belghe e, quindi, la possibilità di trasformare una semplice cicoria amara nel gustoso Radicchio.

Il radicchio variegato compare anch’esso verso la fine dell’800 ed è stato ottenuto dall’incrocio tra il radicchio rosso e l’indivia scarola: la sua forma ricorda quella dell’insalata a cespo ma le sue caratteristiche sono tipiche della cicoria.

La coltivazione del radicchio si è consolidata nel corso dei secoli nella provincia di Treviso, da sempre il centro nevralgico della sua produzione, e ha trovato il suo posto non solo nelle tavole del popolo, ma anche in quelle delle famiglie aristocratiche, che lo consideravano un prodotto di alta classe, da servire durante i banchetti e le occasioni speciali.

LA ZONA DI PRODUZIONE

La coltivazione del Radicchio Rosso di Treviso IGP precoce e tardivo è possibile solo nelle campagne di 24 comuni, 52 comuni per il Radicchio Variegato di Castelfranco IGP, in provincia di Treviso, di Venezia e di Padova. La produzione è collocata nell’area pianeggiante del Veneto centrale, caratterizzata da estati calde e inverni rigidi che incidono profondamente nel ciclo vitale della pianta. I terreni sono fertili e ricchi di acqua, si tratta infatti dall’area solcata dalla cosiddetta “linea delle risorgive” che divide l’alta dalla bassa pianura.

Qui, le acque di falda che scendono a val-

le dalle Dolomiti e scorrono sotterranee sotto un mantello ghiaioso, incontrando strati meno permeabili come le argille, tendono spontaneamente a risalire in superficie dando origine a diversi corsi d’acqua. Proprio l’abbondanza di acque pure è un elemento determinante nel processo di produzione del radicchio.



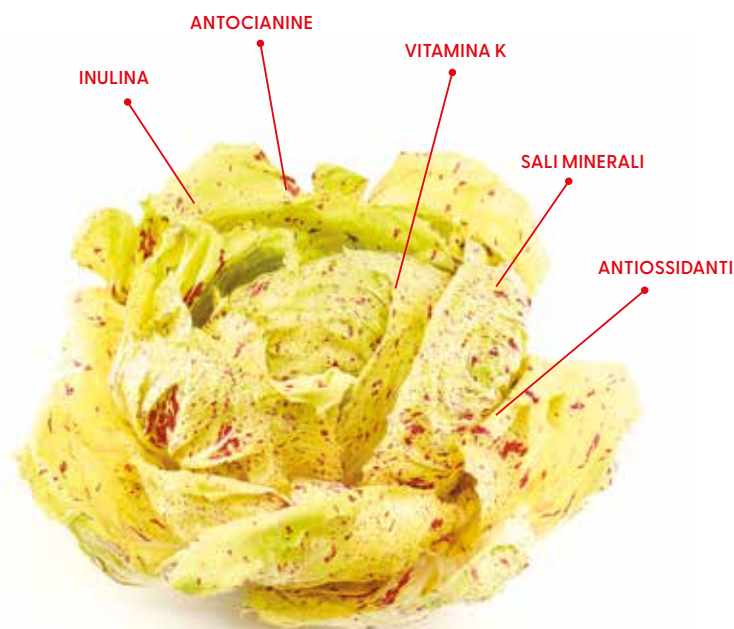
LA COLTIVAZIONE DEL RADICCHIO

La coltivazione del radicchio è un processo lungo e articolato che richiede grande attenzione e competenza. La semina, in pieno campo, deve essere effettuata nel periodo compreso tra il 1° giugno e il 31 luglio per il radicchio rosso; mentre fino al 15 agosto per quello variegato, la densità d’impianto non deve superare le 7-8 piante per metro quadro. Le operazioni di raccolta per il Radicchio Rosso di Treviso IGP precoce si effettuano a partire dal 1° settembre, per il Radicchio Variegato di Castelfranco IGP dal 1° di ottobre, mentre per il Radicchio Rosso di Treviso IGP tardivo a partire dal 20 ottobre.

Dopo la raccolta, il radicchio deve subire alcune lavorazioni tradizionali prima di essere venduto come il prodotto che conosciamo. Nella fase di preforatura i cespi, raccolti con parte dell’apparato radicale, sono puliti dalle foglie più esterne e dalla terra e raggruppati in mazzi o collocati in gabbie retinate o traforate. I mazzi o le gabbie vengono protetti con tunnel ventilati in modo da impedire inumidimenti dovuti a precipitazioni o brinate, la stessa operazione può essere svolta anche in locali condizionati.

Le proprietà nutrizionali del radicchio

Dal punto di vista nutrizionale, il radicchio è ricco di acqua e povero di calorie. Spicca il contenuto di fibra, tra cui l'inulina, capace di selezionare in senso positivo il microbiota intestinale. Il radicchio si contraddistingue anche per un buon contenuto di vitamine, come la vitamina K, e sali minerali. Il caratteristico sapore amaro si deve all'acido cicorico, un derivato della caffeina che sembra abbia degli effetti antitrombotici e antinfiammatori. Infine, il radicchio è una buona fonte di antocianine, antiossidanti che contribuiscono alla protezione del cuore e delle cellule.



La forzatura o imbianchimento è l'operazione fondamentale che consente di esaltare i pregi organolettici e merceologici del radicchio. Si realizza ponendo i cespi in condizioni di formare nuove foglie all'interno che, in assenza di luce, sono prive o quasi di pigmenti clorofilliani. Questa pratica mette quindi in evidenza la colorazione rosso intensa della lamina fogliare esterna, che perde la consistenza fibrosa e assume croccantezza e un sapore gradevolmente amarognolo. I cespi vengono quindi collocati verticalmente in ampie vasche protette ed immersi nell'acqua di risorgiva a circa 11°C, fino in prossimità del colletto per il tempo necessario al raggiungimento del grado di maturazione desiderato e previsto dalla fase di forzatura.

L'operazione finale è quella di toelettatura, durante la quale si liberano i cespi dai legacci o



Il Consorzio Tutela Radicchio Rosso di Treviso e Variegato di Castelfranco nasce nel 1996 a seguito della pubblicazione nella GUCE del Reg. (CE) 1263/96 che riconosceva l'indicazione Geografica protetta

dalle gabbie, si taglia o scorteccia il fittone e si asportano le foglie deteriorate fino ad ottenere un germoglio pronto per la commercializzazione.

IL CONSORZIO DI TUTELA

Il Consorzio Tutela del Radicchio Rosso di Treviso IGP e del Radicchio Variegato di Castelfranco IGP nasce nel 1996 con lo scopo di promuovere, valorizzare, vigilare sulla produzione e sull'utilizzo corretto delle denominazioni, informare il consumatore e soprattutto assistere i produttori e i confezionatori al fine di agevolare e migliorare la produzione e la commercializzazione. Lo scorso ottobre 2024 Andrea Tosatto è stato riconfermato alla guida del Consorzio con il terzo mandato triennale consecutivo. Per il Presidente, che rappresenta gli 80 soci iscritti: «la sfida è sempre la stessa, far conoscere il valore del prodotto a marchio che è una vera eccellenza in tutto il mondo – afferma Tosatto – arriviamo da annate molto difficili, prima grande siccità poi abbondanza di acqua come nel 2024, elementi che i produttori devono arginare e non è sempre possibile.» Per quest'anno 2025 invece, continua Tosatto: «Nella seconda parte della stagione l'andamento della certificazione sul Radicchio rosso tardivo potrebbe evidenziare una mancanza del 20-30% rispetto alla stagione precedente. Il Radicchio Variegato di Castelfranco, invece, potrebbe essere in linea con lo scorso anno o con una variazione minima». Un nuovo consiglio che vede la partecipazione di ben sei consiglieri giovani under 35 e che ha espresso la volontà unanime di collaborare assieme lungo tutte le fasi filiera, in vista anche delle riflessioni che sta avanzando il Consorzio relativamente alle criticità climatiche emerse nelle scorse annate.

L'UTILIZZO IN CUCINA

Il radicchio rosso e variegato sono ortaggi che si distinguono per il sapore particolare. La combinazione di note amare e dolci li rende ideali per una grande varietà di piatti, dalle insalate alle torte salate, ma anche in risotti e antipasti o in accompagnamento a grigliate di carne e arrostiti. Il gusto fresco e croccante li rende perfetti per essere consumati crudi, ma la versatilità in cucina permette loro di risaltare anche stufati o alla griglia. Sono quindi molto più di semplici ortaggi o ingredienti, ma tesori da valorizzare e custodire. ♦

PACCHERI CON PESTO DI RADICCHIO ROSSO DI TREVISO IGP TARDIVO

Ricetta tratta dal sito: www.radicchioditreviso.it

INGREDIENTI PER 4 PERSONE

- ✓ 320 g di Paccheri di Gragnano IGP
- ✓ 300 g di Radicchio Rosso di Treviso IGP tardivo
- ✓ 100 g di anacardi
- ✓ 6 cucchiaini di Parmigiano Reggiano DOP grattugiato
- ✓ Il succo di mezzo limone
- ✓ Sale, pepe nero, olio EVO

Per la fonduta:

- ✓ 350 mg Parmigiano Reggiano DOP grattugiato
- ✓ 100 ml panna fresca

PROCEDIMENTO

1 Lavare e asciugare il Radicchio Rosso di Treviso tardivo, tagliarlo a piccoli pezzi e versarlo in una padella con 2 cucchiaini d'olio EVO, sale, pepe e il succo di limone; farlo cuocere 3 minuti a fuoco vivace. Spegnerlo e lasciare raffreddare.

2 Versare nel bicchiere di un mixer gli anacardi e il radicchio e frullare fino ad ottenere una crema, aggiungendo dell'olio EVO; unire infine il Parmigiano Reggiano e mescolare bene.

3 Nel frattempo preparare la fonduta unendo in un pentolino il Parmigiano Reggiano e la panna, mescolare bene fino a fare sciogliere completamente il formaggio e ottenere una consistenza densa.

4 Fare cuocere i paccheri seguendo le indicazioni sulla confezione, scolarli un paio di minuti prima del tempo previsto e spadellarli con 3 cucchiaini di pesto e un po' di acqua di cottura della pasta.

5 Distribuire la fonduta nei piatti, riempire i paccheri con altro pesto con l'aiuto di una sac à poche e adagiarli sopra la fonduta.

6 Decorare con foglie di radicchio rosso tardivo fresco e servire

ABBINAMENTO

Una preparazione in cui il radicchio è assoluto protagonista e il cui aroma si esalta grazie agli altri ingredienti. Innanzitutto, la tendenza dolce e la grassezza, date dai paccheri, dalla fonduta, dal radicchio e dagli anacardi sono ampiamente percettibili. Accompagnate da una discreta succulenza e appagante untuosità. Il radicchio rosso regala una stuzzicante nota amarognola, supportata dalla sensazione di umami del Parmigiano Reggiano. Il piatto non ha una struttura importante, ma la sua intensità e persistenza gusto-olfattiva sono certamente distinguibili. Il

vino ideale in abbinamento dovrà possedere certamente freschezza e sapidità ma anche una morbida rotondità e una gradevole persistenza.

Il matrimonio ideale, rimanendo in Veneto, può essere fatto con un Chiaretto di Bardolino, un rosato da sempre poco considerato nel gotha dei grandi vini rosati italiani, ma che è in grado di regalare meravigliose sorprese se prodotto ricercando la massima qualità. Un esempio in tal senso è il **Chiaretto di Bardolino DOC Traccia di Rosa di Le Fraghe**.

Siamo sulla sponda veneta del lago di Garda, tra i comuni di Affi e Cavaion Veronese. Qui, a 190 metri sul livello del mare, su suoli argillosi, ghiaiosi e ciottolosi, Matilde Poggi coltiva secondo i dettami dell'Agricoltura Biologica, le vigne di circa 25 anni di corvina e rondinella per produrre i suoi eccellenti vini Bardolino e Chiaretto.

Per il Chiaretto Traccia di Rosa vengono raccolte a mano e selezionati i migliori grappoli di corvina, circa il 90%, e un 10% di rondinella. L'uva arrivata in cantina viene raffreddata in cella frigo per una notte, quindi diraspata e inviata in un serbatoio termocondizionato di acciaio. Dopo circa 6 ore si procede all'estrazione del mosto fiore rosato che viene poi decantato a freddo e inviato in un serbatoio di cemento per la fermentazione spontanea. Conclusa la fermentazione il vino rimane in serbatoi di cemento sulle proprie fecce fini, mantenute in sospensione mediante batonnage.

Si presenta di un vivace

rosa fior di pesco dai tenui riflessi ramati. All'olfatto spiccano note fruttate di susina, pesca tabacchiera, ribes e fragolina di bosco, sentori agrumati di arancia bionda, kumquat e mandarino, poi rosa e fiori di campo e infine una sottile venatura speziata di cannella. Al palato sfodera la sua freschezza agrumata e una spiccata sapidità, l'assaggio è elegante e dalla sintesi di assoluta coerenza gusto-olfattiva. Il finale, morbido e appagante, si lega indissolubilmente alle sensazioni aromatiche dei paccheri al radicchio rosso, che vengono esaltate e contrapposte da quelle del vino, in un meraviglioso connubio di pregevole armonia.





Non solo glera: i vitigni bianchi autoctoni trevigiani

Trainata dalla fama mondiale delle denominazioni legate al Prosecco, la provincia di Treviso racchiude in realtà una notevole biodiversità, con la presenza di antiche varietà autoctone a bacca bianca che negli ultimi anni stanno vivendo una vera e propria riscoperta

di **DAVIDE GILIOLI**

Fin dal 1700, sui Colli Trevigiani si hanno notizie di vari vitigni a bacca bianca che venivano storicamente vinificati in purezza o in blend per la produzione di vini dolci o con differenti livelli di residuo zuccherino.

La **glera** è certamente la varietà “regina”, presente per almeno l’85% nella DOC Prosecco e nelle DOCG Asolo Prosecco e Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG (inclusa la sottozona Cartizze). Originaria dell’Istria, arriva in Friuli Venezia Giulia e in Veneto, dove trova la zona di maggior vocazione. Dotata di grande produttività, regala vini di piacevole beva, dai toni giallo paglierino scarico, con note di fiori e frutta a polpa bianca, buona freschezza e sapidità.

I vertiginosi vigneti del borgo di Rolle, piccola frazione di Cison di Valmarino, tra i Luoghi del Cuore del FAI, sulla strada che collega Conegliano a Valdobbiadene



La **bianchetta** (l'aggettivo trevigiana venne aggiunto in seguito), di acidità alquanto scontrosa, veniva neutralizzata vinificando le uve appassite per 4-6 giorni al sole. Oggi la spumantizzazione o la rifermentazione in bottiglia ci regalano sentori di mela matura, fieno, timo e origano. È un'uva molto produttiva ma assai sensibile alle muffe, che richiede terreni poveri, potature severe ed esposizioni ventilate.

La **perera** ha un nome la cui origine viene ricondotta al gusto della polpa dell'acino – che richiama un intenso sentore di pera – oltre al più intuitivo riferimento alla forma del grappolo. Colpita pesantemente dalla fillossera nella seconda metà dell'Ottocento, è oggi piuttosto raro da trovare.

La **marzemina bianca** (presente anche nel vicentino dove è nota come “sciampagna”), è caratterizzata da un elegante bouquet di fiori d'acacia, mela verde, agrumi e pesca bianca. Resistente alle gelate e alle malattie fungine, presenta similitudini genetiche con lo chasselas.

La **rabbiosa**, è chiamata così per la sua vibrante acidità, che recenti studi hanno dimostrato essere geneticamente molto vicina alla durella dei Monti Lessini.

Il **verdiso**, è originario dei Colli Euganei (da dove è ormai scomparso), stabilmente coltivato nella zona di Conegliano. La sua importante componente acidula lo rende molto adatto all'appassimento, tanto da utilizzarlo nella

produzione del Colli di Conegliano Torchiato di Fregona DOCG, insieme a glera e boschera. In vinificazione il verdiso assume colore giallo paglierino scarico, con riflessi verdognoli e un delicato bouquet di fiori bianchi e mela verde. La buona acidità e il corpo esile lo rendono generalmente di pronta beva.

Il **boschera** è invece un vitigno antico, precedente all'arrivo della glera dall'Istria, coltivato sulle colline di Vittorio Veneto da secoli. Predilige climi freschi e il suo nome si pensa possa derivare dall'usanza di coltivarlo in prossimità di boschi e nelle zone collinari più alte. Avendo maturazione tardiva e produttività inferiore rispetto alla glera, è stato via via abbandonato e confinato alla produzione del Torchiato di Fregona, ma i recenti mutamenti climatici degli ultimi anni ne hanno accelerato la maturazione già a metà settembre e lo stanno gradualmente riportando all'attenzione dei vignaioli locali, anche vinificandolo in purezza.

ABBINAMENTI GASTRONOMICI

Per quanto concerne gli abbinamenti gastronomici, le varie versioni spumanti o frizzanti a base glera (e/o altri vitigni descritti sopra) sono notoriamente adatte come soluzione per l'aperitivo, ma anche con crudi di mare e crostacei.

Per l'abbinamento di territorio, particolarmente intrigante può rivelarsi anche l'accostamento con il radicchio trevigiano, sotto forma di preparazione con uova o formaggi, come omelette e frittate.

Qualora si volesse optare per un dolce tipico trevigiano, imperdibile una fetta di fregolotta – impasto sbriciolato di farina, panna e zucchero, disposto su strati irregolari e cotto in forno – con un bel calice di Torchiato di Fregona DOCG. ♦



Qualche suggerimento

* **Bele Casel** (Caerano di San Marco, TV)

– Asolo DOCG Vecchie Uve 2021 (Metodo Martinotti "lungo", 22 mesi in acciaio e 16 mesi sui lieviti, da vigne di oltre 40 anni con uve 85% glera, 15% altri vitigni trevigiani a bacca bianca): un perlage fine e delicato introduce un sorso sapido e dalla spiccata freschezza, che si accompagna a delicati aromi di fiori bianchi, mela verde e pera. Beva accattivante e notevole persistenza lo rendono una sorprendente versione di Asolo DOCG.

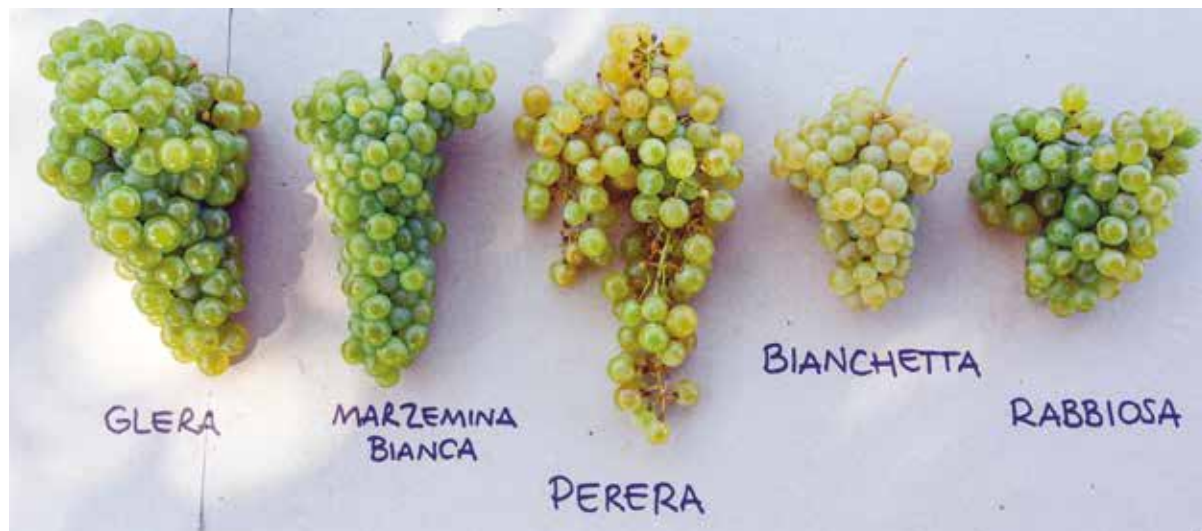
* **Eros Zanon** (Valmareno di Follina, TV) –

Colli Trevigiani IGT Boschera 2023 (100% boschera da vigne di 30 anni, vino rifermentato in bottiglia non sboccato, solo acciaio): giallo paglierino opalescente; naso citrino, con ricordi di erba tagliata e pesca gialla; bocca tesa e sapida, che richiama pompelmo e lime, con un piacevole finale leggermente agrumato.

Altre aziende da segnalare per la produzione di vini da vitigni autoctoni trevigiani:

Merotto (Col San Martino, TV) – Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG "Cuvée del Fondatore Graziano Merotto" Brut 2022

Cà di Rajo (San Polo di Piave, TV) – Colli di Conegliano Torchiato di Fregona DOCG "Ciacoè"





Sessant'anni di birra italiana

In un Paese del vino come è da sempre l'Italia, la birra ha dovuto accontentarsi giocoforza di un ruolo di secondo piano. Tuttavia, gli ultimi sessant'anni hanno visto un settore piuttosto statico innestare la marcia tra slogan vincenti, stravolgimenti societari e l'avvento dei birrifici artigianali

di MAURIZIO MAESTRELLI

Negli Anni Sessanta un italiano beveva poco più di otto litri di birra l'anno. Nello stesso periodo il consumo pro capite di vino si aggirava intorno ai 120 litri. Lo scorso anno i consumi pro capite di birra hanno toccato i 36 litri, mentre quelli di vino si sono fermati a circa 26. Dieci litri in meno. Questi numeri, nello specifico, lasciano un po' il tempo che trovano. Ci sarebbero così tanti altri elementi, cul-

turali ed economici, da analizzare e da considerare che non saremo certo noi a concludere che ora l'Italia si debba considerare una nazione birraria e non enoica. Ma i numeri sono questi e qualcosa comunque vogliono dire. Negli Anni Sessanta la birra italiana significa Birra Peroni, soprattutto al centro sud, Ichnusa, concentrata in Sardegna, Birra Moretti e Birra Pedavena nel nord della penisola e Birra Forst, forte soprattutto nell'enclave



altoatesina. Certo, ci sono altri nomi, da Wührer a von Wunster, da Dreher a Itala Pilsen, ma sembra di vivere in un clima di attesa: i consumi di birra sono quelli, le abitudini degli italiani pure, la quasi totalità dei prodotti nazionali in circolazione fa riferimento alla tradizione brassicola mitteleuropea, ovvero basse fermentazioni, luppolature controllate, distinzione semplice tra “bionda” e “rossa”.

Ma il mercato italiano, anche se al tempo non sembra, è tenuto sotto osservazione da diverse aziende straniere: è un mercato piccolo ma, proprio per questo motivo, destinato a crescere. La scommessa, almeno, era quella. Nel 1963 dunque si mosse il gruppo Oetker (quello che in Italia si chiama Cameo) con la sua Prinz Brau ma, soprattutto, si mosse Heineken. Il birrificio olandese aveva iniziato da tempo a cercare sbocchi di mercato all'estero e in Italia aveva già una piccola partecipazione nella Cisalpina, holding della famiglia Luciani proprietaria di Pedavena. Ma è il 1974 la data del “turning point”: con diversi birrifici italiani in crisi, gli Anni Settanta segnano un forte rallentamento rispetto al boom economico del decennio precedente, e Heineken rileva Birra Dreher con i suoi stabilimenti. È una scommessa vincente, perché nel frattempo anche le abitudini degli italiani stanno cambiando internazionalizzandosi nei gusti e la birra comincia ad attrarre maggiormente soprattutto le giovani generazioni. La società olandese investe molto nel nostro Paese e prosegue nella “campagna acquisti”: dopo Dreher è il turno di Birra Moretti, Ich-nusa, la stessa Pedavena, Birra Messina. Gli Anni Ottanta sono poi quelli segnati dalla campagna pubblicitaria con Renzo Arbore testimonial: il suo “Birra... e sai cosa bevi” contribuisce a elevare il consumo pro capite di birra a circa sedici litri annui.

La crescita esponenziale del periodo attira ovviamente i grandi birrifici europei e internazionali: in poco tempo tutte le più grosse aziende italiane cambiano di mano e tricolori resta solo Birra Forst, che nel frattempo ha acquisito la proprietà di Birra Menabrea. È tuttavia proprio negli Anni Ottanta che germoglia il seme dell'ulteriore cambiamento nel mercato birrario nazionale: mentre lo scacchiere si definisce tra acquisizioni, con-



LE BIRRE CHE HANNO SEGNATO UN'EPOCA

D'accordo, che ci siano birre che, per davvero, siano riuscite a segnare un'epoca è forse un concetto un po' forzato. Ma, presi in considerazione gli ultimi sessant'anni di storia della birra italiana, identificare dei prodotti che, in un qualche modo, si sono distinti dagli altri è possibile. Pensiamo ad esempio alla **Nastro Azzurro**, birra di punta di casa **Peroni** il cui nome è un omaggio al premio omonimo che veniva dato alla nave passeggeri che stabiliva il record di velocità tra le due sponde dell'Atlantico (premio vinto dal transatlantico italiano Rex nel 1933). Il premio cessò di esistere nel 1952, la birra nacque nel 1963 ma il suo riconoscimento come birra “segnante” risale all'ultimo ventennio, quando la Nastro Azzurro divenne la birra italiana più diffusa e amata nel Regno Unito grazie a una brillante campagna comunicazionale improntata sull'Italian lifestyle. Fino all'avvento dei microbirrifici, tuttavia, il settore era piuttosto parco di novità: nel 1967 **Birra Forst** fece debuttare la sua VIP Pils, eccellente interpretazione di quello che è senza dubbio lo stile birrario più diffuso a livello planetario, **Birra Moretti** produsse **La Rossa**, bock dalle note morbide di caramello di immediato successo. Tuttavia, come detto, si deve aspettare la metà degli Anni Novanta per il cambio di marcia: agli albori del movimento artigianale nasce infatti la **Tipopils** del **Birrificio Italiano**, la birra tricolore oggi più imitata all'estero, nei primi Anni Duemila Teo Musso di **Baladin** firma la **Xyauyu**, birra volutamente ossidata che ridefinisce i confini stessi della birra e, nello stesso periodo di tempo, in Sardegna Nicola di **Barley** produce la prima cotta di **BB10**, birra con mosto cotto di Cannonau che “accende” il filone di quelle che oggi conosciamo come Italian Grape Ale.



DAVIDE DUTTO



ANDY GRABO

centrazioni e chiusure e dall'estero fanno il loro ingresso in massa le specialità belghe e britanniche, una nuova generazione di italiani viaggia in Europa, per studio o per svago, e conosce abitudini e stili di vita dei coetanei. Il pub, la brasserie, il biergarten. Luoghi dove passare del tempo in compagnia, tempo e compagnia accompagnati sempre da una birra. È un radicale cambiamento culturale, nel quale la birra assume l'aspetto della bevanda da giovani, che genera il terreno fertile dal quale sarebbero poi nati i primi birrifici artigianali.

La birra artigianale, si dice, ha una data certa di nascita: il 1996. In realtà, i primi tentativi risalgono già alla metà degli Anni Ottanta e di certo un microbirificio ancora in attività, il laziale Turbacci, può vantarsi di aver aperto le porte fin dal 1995. Ma, certificati di nascita a parte, quello artigianale è il vero big bang della birra in Italia. Non tanto per la crescita dei consumi, che c'è ma difficile dire in quale misura questo si debba attribuire ai microbirrifici, ma sicuramente in termini di moltiplicazione di birre sul mercato e, soprattutto, ampliamento degli stili birrari da offrire al pubblico. Con l'avvento

Un po' come è successo nel vino, emancipatosi dal concetto di "bianco o rosso?", anche la birra ha vissuto un processo di consapevolezza e interesse sempre maggiore, che ha contribuito alla diffusione dei birrifici artigianali

dei piccoli produttori il consumatore italiano inizia a bere birre di frumento, con segale o con farro, inizia a capire che di luppoli ce ne sono centinaia e ognuno ha un profilo aromatico diverso, impara che i lieviti sono la "firma" delle birre e che alcune di queste si affinano in botti di legno come certi vini. Insomma, esce definitivamente dal dualismo "bionda" o "rossa". I birrai artigiani italiani si fanno apprezzare anche all'estero, vincendo un certo stupore iniziale, e applicano a piene mani quella libertà d'espressione che è da sempre legata alla birra, liquido alcolico meno soggetto a disciplinari e regole varie e, di conseguenza, maggiormente plasmabile dalla volontà del birraio rispetto al vino. Certo, blasone, tradizione e nobiltà appartengono da sessant'anni a questa parte al figlio primigenio dell'uva, ma la birra ha saputo ritagliarsi un suo ruolo, una sua vivacità e un suo futuro anche in un Paese tendenzialmente refrattario come l'Italia. Guardando indietro, all'Italia dei nostri nonni, sembra sia passata un'era geologica e in parte è così se si considera quanto l'offerta, nei locali come sugli scaffali dei supermercati, si sia allargata. ♦

DISTILLATI

“Rivoluzione cocktail” per la grappa

Il distillato italiano per antonomasia sta giocando le sue carte in maniera sempre più decisa anche nel mondo della mixology.

Non tutte le grappe si prestano alla miscelazione ma il mondo dei bartender può dare slancio a questo consumo

di MAURIZIO MAESTRELLI

Il tempo nel quale la grappa sembrava essere solo tradizione e identità appare ormai molto lontano. I due concetti non sono stati cancellati, ovviamente e per fortuna, ma erano allo stesso tempo, ammettiamolo, dei pilastri e delle ancore. Ancor che, alla lunga, limitavano l’appeal del distillato nazionale per antonomasia. Tuttavia da ormai almeno due decenni la grappa sembra essersi scrollata di dosso quell’alone di vetustà che un po’ la



ELIO E STEFANO CIOL

relegava al rito del dopo cena e questo, va sottolineato, si deve al grande lavoro che è stato fatto un po’ da tutti i distillatori sparsi nella penisola che hanno saputo lavorare sulle caratteristiche organolettiche del prodotto, percorrere con successo la strada degli invecchiamenti, “giocare” sull’enorme patrimonio dei vitigni italiani, accelerare i tempi di arrivo delle vinacce agli alambicchi. Oltre che migliorare il packaging e comunicare in maniera più efficace il



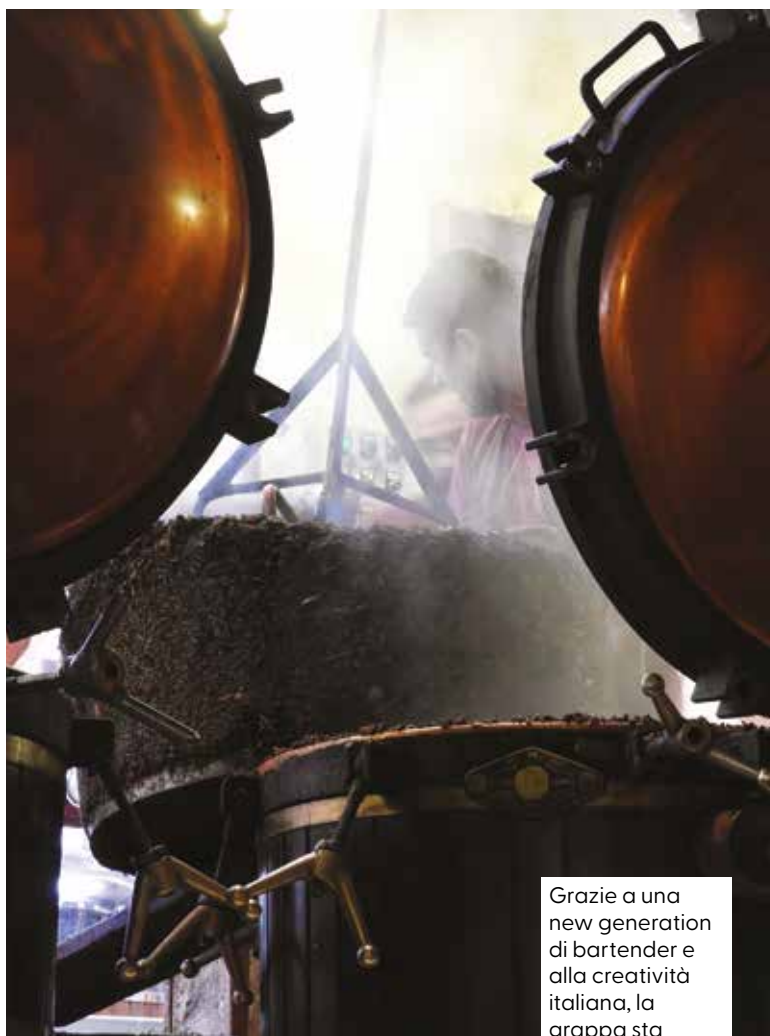
prodotto, cercando nuove strategie di marketing e lavorando anche sul piano della formazione. Eppure anche così il pubblico più giovane sembrava ancora essere distante dal consumo di grappa, un po' snobbata a dire il vero a favore di gin, vodka, rum, tequila e whisky. Ma qualcosa sta cambiando. Si avverte nell'aria. E lo si vede nei bar. Già, i bar. Perché se il consumo al ristorante o quello casalingo sembravano essere, fino all'altro ieri, le due

uniche strade da percorrere, oggi nei cocktail bar italiani vedere qualche bottiglia di grappa non è poi così strano. C'è da chiedersi cosa stia succedendo e infatti noi ce lo siamo chiesti. In primo luogo è sotto gli occhi di tutti come il mondo dei bar e della mixology stia attraversando una sorta di rinascimento con una nuova generazione di bartender che stanno ridando lustro a un mestiere nel quale l'Italia ha sempre potuto vantare dei veri e propri campioni

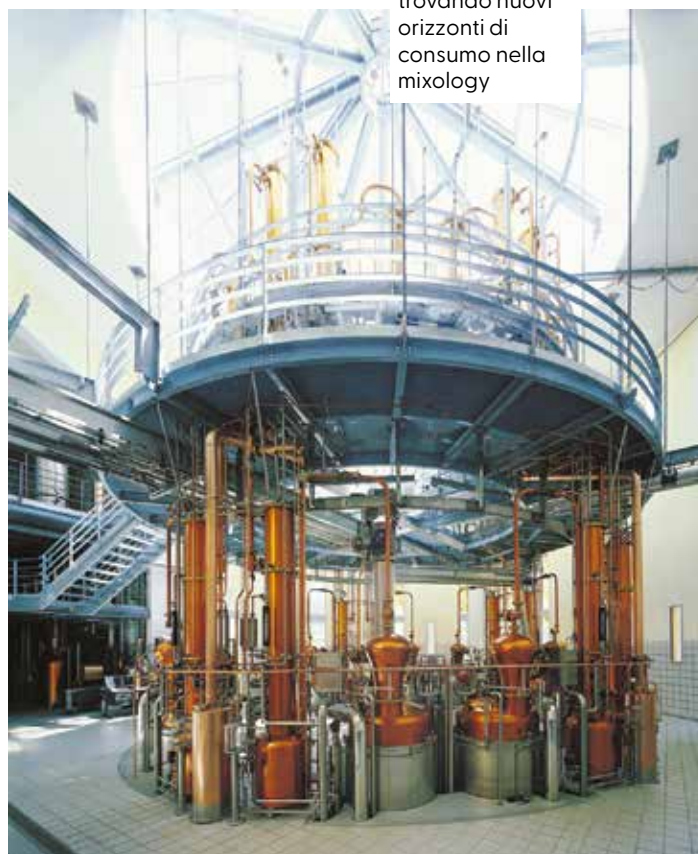
che, tuttavia, sono stati per lungo tempo confinati nei bar dei grandi hotel di lusso, a torto o a ragione, fuori dal target del pubblico più giovane e finanziariamente meno solido. Questa “new generation” invece i cocktail bar li apre “sulla strada”, con un’atmosfera meno esclusiva e più includente, con un servizio ineccepibile ma allo stesso tempo informale. È anche per questo motivo, oltre alla misteriosa e imprevedibile ciclicità delle mode, che si spiega a nostro avviso il successo clamoroso del gin, la solida attrazione per la vodka, il recupero dei rum bianchi, la crescita dei distillati di agave. Tutti distillati che viaggiano per l’appunto nell’effervescente miscelazione.

La grappa, per rilanciarsi verso il pubblico più giovane, doveva allora varcare la soglia dei bar. Tanto per fare un esempio che a noi appare indicativo, si prenda il pisco: distillato di vino, nato in Perù, con un disciplinare rigoroso ma che nessuno, peruviani a parte, consuma liscio e che tuttavia trova la sua forza, sul piano internazionale, in alcuni cocktail noti come il Pisco Punch, il Chilcano e, soprattutto, il Pisco Sour che addirittura ha, ogni primo sabato di febbraio, il suo giorno di festa ovvero il Pisco Sour Day. Celebrato in Perù ma pure in tutto il mondo.

Anche alla grappa serviva un cocktail bandiera, qualcosa cioè che fosse capace di avvicinare i palati più giovani per un sorso che fosse allo stesso tempo piacevole, attraente ma anche privo di quelle rigidità e di quella vetustà che la grappa, con la sua storia fatta di alpini e montagne (che nessuno vuole negare o disprezzare sia chiaro), sembrava portare sulle sue spalle come uno zaino. È vero, ci sono state resistenze e perplessità, anche da parte degli stessi produttori, ma alla fine una breccia è stata aperta e quando, nel 2020, un cocktail con la grappa ha fatto il suo ingresso nella cocktail list ufficiale dell’IBA, International Bartenders Association, una specie di ONU dei bartender, si è capito che le cose potevano cambiare. Il Vento, o come si dovrebbe scrivere Ve.N.To in quanto acronimo di Veneto e Trentino, è un cocktail sour creato nel 2019 da due, ovviamente, bartender italiani: Samuele Ambrosi e Leonardo Veronesi con il “patrocinio” di Giorgio Fadda, al tempo presidente IBA e Leonardo Pinto, formatore nonché fondatore di Grappa Revolution. Innumerevoli le prove perché, naturalmente, non tutte le grappe si prestano alla miscelazione ma



Grazie a una new generation di bartender e alla creatività italiana, la grappa sta trovando nuovi orizzonti di consumo nella mixology



il duo alla fine è riuscito nella quadratura del cerchio con un drink snello e piacevole nel quale compare una grappa bianca morbida, del succo di limone fresco, dell'honey mix e del cordiale alla camomilla. A onor del vero il Vento non è stato il primo cocktail a base di grappa della storia. La famiglia Nonino, abitualmente all'avanguardia nelle sperimentazioni e nell'intuire dove sta andando il mercato, lo aveva capito già quarant'anni fa. Nel 1981 infatti Rizzoli pubblicava un libro intitolato "I cocktails" a firma di Luigi Veronelli dentro il quale apparivano il Giannola Keel e l'Antonella Cobbler, due drink miscelati con la grappa della distilleria friulana. La quale poi continuava a "battere il ferro" lanciando, nel 2007, la prima Nonino Cocktail Competition, collaborando con bartender famosi come Salvatore Calabrese, Simone Caporale, Alex Kratena e Monica Berg, proponendo al mercato, nel 2014, il NoninoTonic, risposta con grappa al GinTonic. Sulla strada aperta dai Nonino poi si sono mosse altre aziende del comparto: sul sito di Grappa Revolution si trovano infatti le ricette del Royal Season, con grappa Domenis 1898, l'Holly and Jim (Distillerie Bertagnolli), il Roner Sazerac (Roner), il G-Punch (Distilleria Marzadro). Il veneto Roberto Castagner, fondatore dell'omonima distilleria, ha addirittura firmato, insieme a un team di dodici bartender, una grappa, Casta, pensata apposta per la miscelazione. Alcuni dei cocktail con la grappa sono delle rivisitazioni di classici inizialmente fatti con distillati diversi, altri però sono delle creazioni nuove, a testimonianza del fatto che il mondo del bartending è sempre più seguito dai distillatori. E che il trend, dunque, non è una semplice speculazione di osservatori e comunicatori. Ma il tassello che ancora mancava era però proprio il Vento che, installandosi nell'esclusiva selezione IBA, si è guadagnato il ruolo di bandiera della grappa in miscelazione, se non altro perché la cocktail list IBA viaggia in tutti i paesi, e sono ormai quasi un centinaio, dove esiste un'associazione di bartender. Chissà, magari anche Vento, come il Pisco Sour, avrà primo o poi il suo "giorno di festa". ♦



Ve.N.To
Acronimo di Veneto
e Trentino



L'Italiano
Da un'idea di Nonino



From Lima to Bassano
Firmato
dalle Distillerie Poli



ASSAGGI & RICETTE

Negli ultimi anni ci siamo trovati a più riprese a scegliere cocktail con la grappa. Inizialmente per curiosità, poi per vera e propria ricerca del piacere ormai convinti che, sapendo gestirla, la grappa ha davvero notevoli potenzialità dentro uno shaker o un mixing glass.

Prendiamo ad esempio il **Ve.N.To**. Ecco come si realizza il drink: 45 ml di grappa bianca morbida, 22,5 ml di succo di limone, 15 ml di honey mix (una semplice infusione di miele in acqua tiepida, in rete si trovano tutte le indicazioni), 15 ml di cordiale alla camomilla. Va shakerato.

L'Italiano di Nonino prevede invece 25 ml Nonino Monovitigno Moscato, 15 ml di cordiale Neroli e 85 ml di ginger ale. Lo si prepara direttamente nel bicchiere, un tumbler alto.

Da provare anche il **From Lima to Bassano** firmato Distillerie Poli con 50 ml di UvaViva Rossa Poli, 20 ml di acqua, 20 ml di succo di lime, 4 cucchiaini di zucchero e 30 grammi di ananas pestato. Da shakerare. Oppure il **G-Punch** di Distilleria Marzadro con 45 ml di grappa Anfora Marzadro, 10 ml di sciroppo di zucchero, 5 ml di succo di lime. Si prepara direttamente nel bicchiere, in questo caso un old fashioned.



Scuropasso: il vino è un affare di famiglia

Un prozio, un papà, un nipote
e una figlia: a Pietra de'
Giorgi, nell'Oltrepò Pavese,
la famiglia Marazzi, da quattro
generazioni, fa vino.
Una storia di evoluzione e di
progressione, fino ai giorni nostri

di SARA MISSAGLIA

Iniziamo dal fondo, dall'ultima generazione, in una sorta di viaggio futurista, nel tentativo non di ribaltare la storia e mescolare le carte in una mano di poker, ma con l'obiettivo di cogliere senso e dinamiche dei legami che fanno da collante per i componenti della famiglia Marazzi: un racconto che parte dalla fine, che poi è sempre un nuovo inizio. Solo così è possibile cogliere quanto la famiglia non sia la culla della staticità e del "si è sempre fatto così", ma una fucina di idee, un ribollire di progetti e percorsi.

I PROTAGONISTI

Incontriamo Flavia Marazzi, figlia di Fabio ed Emanuela: è enologa, con studi universitari prima a Piacenza e poi presso l'Interateneo Internazionale con una laurea in Scienze Viticole ed Enologiche: «ho scelto di studiare per capire perché le cose accadono. Mio papà sa che accadono, ma non conosce il perché». Papà Fabio è lì, vicino a lei, durante il nostro incontro, e annuisce soddisfatto, per nulla punto nell'orgoglio dalle parole della figlia. E proprio in questo scambio di battute sono già chiare non solo l'armonia tra i due, ma anche un senso di grande

rispetto dei ruoli. Fabio ha cominciato a fare vino quando la famiglia lo voleva laureato in economia. I suoi genitori erano perfettamente consapevoli della fatica dei vignaioli, e per lui avrebbero voluto un futuro magari in banca, o in uno dei tanti studi da commercialisti che proprio negli anni '80 prendevano forma in modo quasi massivo. Fabio, classe 1962, di proseguire gli studi universitari non aveva la minima intenzione: da quando era bambino aveva visto nello Zio Primo, come chiama il fratello della mamma, quindi in realtà un prozio, la figura di riferimento per imparare ciò che desiderava. Fare vino, e il verbo "fare" è un vestito che gli calza a pennello: qui si vive perché si lavora, e si è perfettamente consapevoli che, quando l'uva è raccolta, si è finito il lavoro. Quando la materia prima c'è, si ha il denaro per mangiare e saldare i conti. Fabio parla dello Zio Primo, come di una figura a metà tra realtà e leggenda: "lo zio assaggiava l'uva, masticava il vinacciolo e diceva che era pronta. Poche parole, che avevano tuttavia la forma delle sentenze. È stato proprio lo zio a rendersi conto che la facoltà di economia non era il mio destino. L'unica cosa buona che ricordo di quegli anni è di aver conosciuto in facoltà mia moglie Emanuela". Ma Fabio non aveva il coraggio di interrompere gli studi per non deludere il padre, e fu lo Zio Primo a parlare con quest'ultimo.



L'azienda è datata 1963, quando viene avviata una collaborazione con la Berlucchi di Franco Ziliani: basi spumante che sono destinate alla Franciacorta

a diventare la Cuvée Imperiale. Berlucchi e Ziliani portano a Scuropasso non solo lavoro, ma anche competenza e sensibilità sul Metodo Classico. Anche la collaborazione con Fontanafredda si fa più stretta e l'enologo Lorenzo Tablino arriva a soggiornare periodicamente in casa della famiglia Marazzi per monitorare tutto il processo di filiera per la realizzazione delle basi spumante della Contessa Rosa Rosé, all'epoca il vino di punta. Una sorta di famiglia allargata tenuta insieme dal vino. Fabio ricorda che il prozio, un pioniere in campo enologico, aveva realizzato una

sorta di zonazione personale dei vigneti: era consapevole che alcune cuvée di eccellenza potevano essere realizzate solo con uve provenienti da un determinato vigneto. Lo zio ha fatto 70 vendemmie in 92 anni di vita, e le ultime parole che ha pronunciato prima di passare a vigneti a quote più alte sono state: "è un peccato morire, perché ho ancora tanto da imparare". Fabio cresce e respira aria di Metodo Classico e di pinot nero: diventa il "cocco", così lo chiamavano, di Lorenzo Tablino. Lo segue, osserva, impara. Oggi parleremmo di "training on the job", ma all'epoca si diceva "rubare il mestiere". Lorenzo si fida di Fabio, e un po' alla volta gli assegna incarichi di responsabilità. Fabio diventa sempre più autonomo

FABIO MARAZZI: UNA SCELTA DI CANTINA

E così, nel 1988, Fabio entra in azienda. Come dargli torto? Tenerlo lontano dalla cantina sembrava davvero una cosa contro natura: sin da bambino aveva respirato l'uva e il vino. Il prozio, nato nel 1910, insieme al nipote (padre di Fabio), aveva avviato un'azienda di pochi ettari a Scuropasso: le generazioni precedenti avevano lavorato alle dipendenze di una grande azienda dell'Oltrepò Pavese, e il passo da imprenditori "in proprio" aveva consentito loro di avere maggiore autonomia e di provare a scrivere pagine di storia da protagonisti. Per l'epoca non deve essere stato facile: la tranquillità di un reddito garantito a fronte dei rischi imprenditoriali, assunti in proprio e in assenza di un paracadute che potesse attutire eventuali cadute. L'attività si concentra nella produzione di basi spumante che vengono destinate a quelle che all'epoca erano le realtà del distretto spumantistico italiano: Gancia, Riccadonna, Fontanafredda e altre imprese vitivinicole piemontesi. Venivano a Scuropasso perché le uve erano all'epoca molto quotate. La svolta è nel 1963, quando viene avviata una collaborazione con la Berlucchi di Franco Ziliani. Sempre basi spumanti e che però, questa volta, sono destinate alla Franciacorta. I primi 100 ettolitri di produzione della base spumante partono in direzione di Borgonato, ovvero casa Berlucchi, destinati



nella realizzazione dei vini, e lo zio lo incoraggia da lontano, senza dargli soluzioni, ma mettendolo nelle condizioni di poter trovare risposte in autonomia. È questo aspetto che Fabio ricorda con nostalgia: lo zio lo spinge a tirar fuori il meglio di sé, e Fabio, quando lo racconta, ancora si commuove. In casa c'è una foto dello Zio Primo, quasi fosse ancora lì. Che poi magari lo è davvero, nella cucina che è sala di degustazione, annessa alla cantina. Fabio ha dentro di sé il fuoco della passione: è diventato autonomo da tanti punti di vista, e vuole provare a fare qualcosa in proprio.

LA STRADA DELL'IMPRENDITORIA

Camminare con le proprie gambe, un bel rischio da correre. Ma non ci sono pasti gratis, come si dice in America: per Fabio il sogno americano sono poche bottiglie, ma sue. L'Eldorado ha la forma di un'etichetta con il nome della sua famiglia. Lo Zio Primo non è favorevole a una produzione in proprio, in quanto fortemente ancorato alle basi spumante, che rappresentano la sicurezza e la stabilità economica: cedere gli ettolitri di cuvée a dicembre per ritirare a gennaio i soldi dell'intera annata, questa la metrica imprenditoriale. Tranquillità per la famiglia e solidità per i collaboratori. Erano gli anni in cui Fabio racconta di un Oltrepò dominato da produzioni di natura massiva e che, all'insegna del "qui viene bene tutto", sembrava più assomigliare a un Far West che a un territorio votato e vocato all'eccellenza per una produzione di qualità. La svolta avviene nel momento in cui nascono le DOCG: Franciacorta e Piemonte si volatilizzano e spariscono necessariamente dai radar. Non è più possibile acquistare basi spumante al di fuori del territorio previsto per la realizzazione di un vino a denominazione d'origine controllata e garantita. Finisce un'epoca, finisce la storia, ed è lì che forse, commenta Fabio, l'Oltrepò avrebbe potuto prendere un treno diverso. Non solo salirci sopra, ma anche guidarlo. Un treno importante, forte delle competenze che il



territorio aveva maturato nella spumantizzazione del pinot nero e in grado di sviluppare una produzione con caratteristiche del tutto autonome. Ma i tempi non erano ancora maturi e lo Zio Primo sembra essere il più resistente al cambiamento.

LE PRIME BOTTIGLIE DI METODO CLASSICO

Fabio realizza le prime 200 bottiglie di Metodo Classico nel sottoscala, era il 1988: la racconta come se fosse un'operazione segreta, una cosa da carboneria. Alla prima sboccatura lo Zio Primo, ancora perplesso sull'autonomia che Fabio vuole invece rivendicare, gli dice che è buono. Un uomo di poche parole, ma di grandi fatti, commenta positivamente il lavoro svolto: è la conferma per Fabio che è la strada giusta. Da lì in poi la granitica certezza di potercela fare: vuole un vino che sia espressione della terra, e quando porta allo Zio un sacchetto di lieviti selezionati, si sente rispondere: "perché i lieviti selezionati, il mosto non fermenta da solo?". Una grande lezione sulla naturalità del vino, condensata in una battuta. Fabio si riprende lo spazio che pensa di meritare, e lo farà sempre con grande umiltà e rispetto degli insegnamenti ricevuti. Lo Zio Primo non riuscirà a vedere la partenza del Metodo Classico che oggi rappresenta la produzione di punta della Cantina Scuropasso: ma ne è stato sicuramente il principale ispiratore. Come scriveva Socrate, "l'insegnante mediocre racconta. Il bravo insegnante spiega. L'insegnante eccellente dimostra. Il maestro ispira". Il prodotto preferito da Fabio è il pas dosé, il suo Zero. Il vitigno del cuore è quel diavolo capriccioso che prende il nome di pinot nero, e che





lo ha letteralmente stregato. Ha due figlie, ma una deciderà di fare il medico, e l'altra deciderà di seguirlo in cantina e in vigna.

FLAVIA E IL FUTURO

Si tratta di Flavia, che si avvicina al vino dai tempi del liceo frequentando un corso da sommelier. Se il papà ha sempre fatto vino, il nonno materno, il papà di mamma Emanuela, svolgeva la professione di medico, ma appena ne aveva la possibilità andava in vigna e faceva vino a sua volta. Per passione, attività del free time, come diremmo oggi. Flavia nasce quindi sotto due buone stelle, quella del papà e quella della mamma per via del nonno paterno. Quando è bambina inizia a fare vendemmia utilizzando delle forbici con punta arrotondata: temono si possa far male, è davvero piccina. Quando, sempre bambina, fa i capricci, viene mandata in punizione a montare i cartoni. "Attività che mi è tornata utile quando mi sono trovata a dover gestire la cantina. Ci sono momenti in cui nella vita ci si ritrova da soli, con un'immensa responsabilità sulle spalle": ed è accaduto anche a Flavia, a soli 24 anni, lei che è nata nel 1998. Dalla domenica al lunedì si trova temporaneamente a sostituire il papà che subisce uno stop per ragioni mediche. Ci sono fine settimana che valgono una vita. Ed è in quel momento che decide di restare a Scuropasso. Sognava un periodo al termine della laurea all'estero, con una specializzazione in un luogo esotico o comunque lontano. Ma a Scuropasso c'è bisogno di lei ed è durante quel fine settimana che la vita cambia. "Per molto tempo ho pensato che mi mancasse qualcosa, che il fatto di essere rimasta a casa fosse una soluzione di comodo, che non avessi voluto rischiare: ho fatto pace con questo pensiero, e oggi sono convinta che sia stata la scelta giusta, non solo per la mia famiglia, ma anche per la nostra azienda e per il suo futuro. Non era necessario andare via per dimostrare di essere brava e capace. Vorrei fare quattro vendemmie in un anno per poter capire meglio come funzionano le cose e sperimentare alcune idee". Da subito ha sentito suo il progetto rosé, che ha cambiato nello stile. "Papà mi lascia fare, e tutto questo è tanto prezioso per me. Nei miei vini voglio esprimere il territorio: per tanti anni gli altri ci hanno preso il pinot nero, adesso siamo in grado noi di poterne fare una vera eccellenza". Il papà sorride, mamma Emanuela anche e, probabilmente, anche lo Zio Primo lo sta facendo, ma da quote più alte. Flavia ha affrontato con determinazione un percorso importante attraverso la conversione in biologico. Sembra non temere nulla, con una calma e un equilibrio che la rendono più matura di quanto la sua giovane età vorrebbe: "siamo insieme, e per me è il valore aggiunto. Questo è il senso di famiglia, con il legame che ho con questa terra". Con Flavia il testimone delle generazioni di vignaioli ora passa a una linea femminile: un'eredità significativa che richiede responsabilità e impegno. ♦



Fabio Marazzi ha realizzato le prime 200 bottiglie di Metodo Classico in un sottoscala nel 1988. Oggi, porta avanti questo meticoloso e delicato lavoro insieme alla figlia Flavia, classe 1998

Beppe Caviola: “Non dobbiamo togliere l’anima al vino”

Classe 1962, nato a Montelupo Albese, oggi Giuseppe Caviola è considerato uno dei più importanti enologi italiani, con collaborazioni all’attivo in tutta Italia.

“Non dobbiamo più esagerare
nella ricerca della perfezione”

di **PAOLO VALENTE**

Raccontaci come è nata la tua passione per il vino.

Non sono figlio d’arte, papà era macellaio e la mamma commerciante; insieme gestivano il negozio del paese, alimentari e non solo, giornali e tabacchi compresi. Era “la censa”, uno di quei luoghi descritti ne “La Malora” di Beppe Fenoglio. Il negozio era il centro ideale del microcosmo paesano, il centro di dialoghi e pettegolezzi; era il punto di incontro degli agricoltori. In quel tempo si coltivavano grano e nocciola insieme a qualche filare di vigneto di dolcetto d’Alba. Anche noi avevamo pochi filari in un campo fuori dal paese, a tre chilometri. Per il nonno Giuseppe, “Pinotu”, la vigna era qualcosa di fondamentale anche se non era il nostro lavoro. Era molto legato a quei filari, io andavo con lui e quando papà chiudeva il negozio ci raggiungeva. Anche se ero ancora un ragazzino mi piaceva molto stare in vigna e trascorrere il tempo con il nonno, mi dava un senso di pace, di tranquillità. Probabilmente l’attrazione per il mondo del vino, anche se inconsciamente, è nata in quegli anni, a inizio anni Settanta.

Com’era la vita a quei tempi?

Era un periodo bellissimo di una civiltà contadina oggi scomparsa, meno frenetica, non c’erano i cellulari. La vita era scandita dalla necessità di condividere i momenti con altre persone, amici, contadini, che si aiutavano in caso di bisogno passando intere giornate con noi in vigna. Alla sera mamma preparava una cena sublime, ovviamente inaffiata da dolcetto. C’era voglia di condividere momenti di vita semplice ma unici e irripetibili. Porto nel mio cuore questo periodo. Sono momenti che mi hanno trasmesso valori fondamentali: l’umiltà, il rispetto per le persone e per le cose, la fraternità, la solidarietà concreta, testimoniata da azioni generose di aiuto







A segnare le scelte professionali di Beppe, il tempo trascorso in vigna con il nonno Giuseppe e i ricordi di un mondo agricolo, semplice e autentico, che porta nel cuore

disinteressato. Questo è stato determinante per la mia storia personale e professionale, ha forgiato il mio modo di pormi, rispettando le persone e creando empatia.

E dal punto di vista professionale?

Dopo le medie frequento la scuola enologica di Alba e conseguo il diploma nel 1982; dopo il militare, nell'84, inizio a lavorare come collaboratore di un laboratorio a Gallo d'Alba. Qui faccio analisi per tante aziende importanti per la zona. Carlo Drocco, titolare del laboratorio ed enologo di spessore anche dal punto di vista umano mi ha dato molto; gli sono riconoscente. Inizio così a frequentare tanti produttori e con alcuni lego in modo particolare, empaticamente. Elio Altare, Angelo Rocca, Domenico Clerico, simpaticissimo, e poi i tradizionalisti – Quinto Chionetti, Lorenzo Ancomasso – che erano clienti particolari; iniziai a frequentarli dopo il lavoro, qualche assaggio, la cena insieme. Con la frequentazione inizia il confronto, si parlava dei lavori in vigna; io capivo poco ma, con umiltà, cercavo di imparare e più li frequentavo e più capivo di aver capito poco. La scuola enologica non mi aveva trasmesso quello che mi sarebbe servito effettivamente. Come diceva mio nonno, la pratica è meglio della grammatica.

Poi la svolta e la scelta di diventare vignaiolo

Un giorno decido di affittare una piccola vigna, la vigna

Barturot, perché voglio fare le stesse cose dei miei clienti e amici; voglio acquisire maggiore sensibilità, dare il massimo per diventare un bravo enologo. E così, nel 1991, produco i primi settecento litri di vino dolcetto. L'idea era di darlo, in damigiana, ai miei genitori che lo avrebbero venduto nel loro negozio. Un bel giorno ero in laboratorio e avevo un paio di bottiglie di questo vino per analizzarlo; arrivano un po' di amici, lo assaggiano e ne rimangono stupiti per la qualità. Quasi mi costringono a imbottigliarlo. Due anni dopo si aggiungono altre poche bottiglie di Barbera Bric du Luv. A quell'epoca non avevo una cantina ma solamente un garage e mai avrei pensato di avere poi una cantina tutta mia. Il Barturot ebbe un successo incredibile: fu il primo Dolcetto d'Alba premiato con i tre bicchieri del Gambero Rosso. Seguirono poi altri riconoscimenti anche per la Barbera.

C'è un aneddoto che ti piace ricordare?

Sì, un giorno, in piena vendemmia mi chiama Fabio Scarpitti, sommelier del ristorante stellato Aimo e Nadia che mi chiede di poter visitare la mia cantina. Io rimango stupito e rispondo con estrema trasparenza: volentieri vi accolgo ma non vedrete una cantina ma solo qualche vasca in cemento. Il giorno dopo arrivarono, Fabio, Aimo e Nadia e mi spiegarono che i miei vini erano stati molto apprezzati durante una degustazione alla cieca che avevano fatto nel ristorante. Da lì mi si aprì anche il mercato milanese.

Come arrivò il passaggio alla consulenza?

Avrei voluto buttarmi ma non avevo i mezzi per farlo. Decisi allora di chiedere aiuto a quei clienti con i quali ci scambiavamo pareri e che erano ormai diventati amici; propongo loro di aiutarmi a mettere su un piccolo laboratorio e lavorare per loro direttamente. Mi licenzio e inizio questo lavoro: erano gli anni 1996 e 1997 e unisco questa attività a quella di produttore. Lentamente inizio ad ampliare la mia rete di clienti, da Villa Sparina nel Gavi a Capichera in Sardegna e poi tante altre aziende in Langa ma anche nel resto d'Italia. Nel 2002 il primo riconoscimento come Miglior Enologo dell'Anno conferitomi dal Gambero Rosso.

Com'era l'enologia dagli anni 90 rispetto a oggi?

Innanzitutto è cambiata in meglio e potrebbe ancora cambiare nel corso degli anni perché il vino, nei secoli, non è mai rimasto uguale a sé stesso. Negli anni Novanta c'era voglia di riscatto da parte dei nuovi produttori, quelli che prima non facevano vino e vendevano solo le uve ai mediatori. In quel periodo è nata la *nouvelle vague* del vino, la voglia di mettere in discussione il passato, modernisti contro tradizionalisti. Si iniziavano a fare scelte diverse in vigna, come per esempio ridurre drasticamente le rese per aumentare la concentrazione, per aumentare l'intensità del colore, anche nel nebbiolo. Si cercava la concentrazione di colore, di naso, di frutto, di bocca. Con il senno di poi possiamo dire che tutti, almeno in certi casi, abbiamo ecceduto con il legno, con l'uso della barrique. Questo eccesso era una cosa condivisa; mi ricordo che si andava al ristorante e si chiedeva "ha fatto barrique, spero?". La barrique era diventata la moda del momento come oggi può essere l'anfora. Erano anni nei quali i consumatori, i produttori e la critica volevano vini molto strutturati, oggi potremmo dire un po' pesanti. Anch'io ero convinto che il vino fosse quello. Poi piano piano nel corso degli anni ho cambiato idea, rendendomi conto che l'aspezzatura non premia mai.

E oggi?

A partire dagli anni Duemila ho iniziato a interrogarmi, a mettermi in discussione, a fare autocritica e sono arrivato al punto di rendermi conto che dovevo rivedere alcuni aspetti, cambiare strada e mettere in risalto altre cose. Oggi non cerchiamo più l'estrazione ma l'equilibrio, l'armonia e la piacevolezza di beva. Abbiamo capito che un vino piacevole, equilibrato, dal giusto tenore alcolico regge più anni

rispetto ai vini che partono molto concentrati. Il vino che ha più estrazione non è quello che regge di più nel tempo. Oggi cerchiamo di sottrarre più che di concentrare, cerchiamo di mantenere e di esaltare le caratteristiche del territorio.

Quale è il ruolo dell'enologo?

Anche se riconosco che ci sono grandissimi produttori non enologi che hanno una straordinaria sensibilità e sono in grado di capire cosa fare per ottenere il meglio da una vigna, noi enologi abbiamo studiato come trasformare l'uva in vino, siamo preparati e sappiamo come gestire i processi chimico fisici; tra l'altro, conoscere la biologia e la chimica ci aiuta a evitare i difetti nel vino.

Però aggiungo anche che non dobbiamo essere troppo enologi, troppo tecnici, esagerati nella ricerca della perfezione per evitare di togliere anima al vino. L'anima al vino, secondo me, è data da tante altre cose: quello che hai dentro lo esprimi attraverso il vino. In passato avevo messo in discussione la tradizione, quasi a volerla cancellare, oggi ho capito che la tradizione rappresenta la nostra storia, un elemento imprescindibile dal quale partire per migliorare grazie alla ricerca tecnico scientifica che abbiamo a disposizione. Non la voglio cancellare, ma la posso migliorare con la tecnica.

Qual è il vitigno che preferisci?

Vorrei non dirtelo per non far torto a nessuno ma tieni conto che sono piemontese, ti lascio immaginare...Il nebbiolo è sempre il nebbiolo, io ce l'ho nel sangue.

E la tua zona preferita e quella che per te è stata più sfidante?

Non ho una zona preferita, l'Italia è tutta un Bel Paese perché è unico e straordinario, ha tantissimi vitigni e vini eccellenti che rappresentano delle pietre miliari per ogni area. La regione più sfidante per me è stata la Toscana. Agli inizi della mia carriera vivevo la Toscana come un luogo dalla storia importante e con degli enologi consulenti bravi, anzi bravissimi. Rispetto a noi piemontesi che siamo chiusi e preferiamo non dire che abbiamo l'enologo consulente, in Toscana i produttori non nascondono l'enologo consulente, quindi c'è una maggiore responsabilità. Avere la possibilità di dire la mia su zone straordinarie e avere a che fare con un vitigno come il sangiovese è stata una grande sfida e oggi lavorare con aziende importanti mi gratifica e mi onora. ♦



Si fa presto a dire ricotta!

La ricotta rappresenta un mondo variegato e in parte poco conosciuto, in realtà ricco di molteplici sfaccettature. Un latticino pieno di gusto e molto versatile a tavola e negli abbinamenti

di **BEPPE CASOLO**

Vi siete mai chiesti perché, nel dialetto napoletano viene apostrofato come “ricottaro”, una persona che non vuole fare sacrifici e che vuole ottenere benefici senza troppi sforzi? È un’espressione offensiva, riferita addirittura ai “protettori”, a coloro che sfruttano la prostituzione, traendo il proprio beneficio a spese altrui. Il termine deriva da colui che produce la ricotta, latticino che viene ottenuto dal siero, il sottoprodotto della lavorazione del latte per l’ottenimento del formaggio. La produzione di questo latticino non necessita di investimenti particolari, sia a livello di materia prima, che di procedimenti elaborati, ma consente però di ottenere grandi soddisfazioni. Nella realtà, per produrre ricotta di qualità, non basta che sia tale la materia prima utilizzata, ma è necessario prestare una particolare cura e attenzione a tutto il processo, che va gestito controllando opportunamente ogni parametro tecnologico.

UN PO’ DI CHIAREZZA

Innanzitutto in Italia la ricotta non può essere definita formaggio perché non è il frutto della coagulazione della caseina, ma, diversamente, viene prodotta attraverso la coagulazione delle proteine del siero del latte. Possiamo quindi vedere la ricotta come un sottoprodotto, infatti il siero è la parte liquida del

latte che si separa durante la caseificazione. Ha un colore variabile, con tonalità verde giallognolo, che dipende anche dalla razza dell'animale munto. È ricca di proteine (ma non caseina), contiene lattosio, vitamine (B6 e B12, C), Calcio, Potassio, pochissimi grassi, oltre all'acqua e poco altro.

L'ottenimento della ricotta avviene attraverso un riscaldamento, da cui il nome "ri-cotta" cioè "cotta due volte". Tecnicamente si tratta del risultato di una coagulazione acido-termica che provoca l'agglomerazione e la precipitazione delle proteine del siero. È un processo che avviene a un pH di 6-5.8 e a una temperatura che può variare tra i 75 e i 90°C.

Per il latte di pecora e di capra sono sufficienti le temperature più basse, mentre nel caso del latte vaccino e ancor più di bufala, sono necessarie temperature più elevate e, di norma, vengono aggiunti degli acidificanti (acido lattico o acido citrico), o sali di calcio, sodio o magnesio.

Come per magia, in poco tempo affiorano dei fiocchi leggeri, che vengono estratti e messi nelle fucelle a sgrondare. I primi fiocchi sono più leggeri e cremosi, mentre i successivi danno origine ad un prodotto maggiormente compatto, più adatto ad alcune preparazioni culinarie, come farce e ripieni vari. Talvolta nella preparazione delle ricotte, oltre al sale viene aggiunta al siero una percentuale di latte o di panna (dal 5 al 15%) per aumentarne la resa e la cremosità.

LE TANTE TIPOLOGIE

Da quanto scritto fin qui la ricotta sembrerebbe poter fornire solamente sensazioni delicate e monotone. Al contrario, invece, il panorama delle tipologie di questo latticino, tipico italiano, è ampissimo e diversificato, in virtù della zona di provenienza, dell'animale dal quale deriva il latte e quindi il siero utilizzato e delle eventuali elaborazioni e affinamenti operati secondo le tradizioni locali.

Il prodotto maggiormente presente sul mercato è la ricotta fresca di latte vaccino, realizzata anche dai grandi caseifici, in modo ampiamente meccanizzato, talvolta con aggiunte di latte o panna.

La ricotta fresca di capra si contraddistingue per la finezza e la particolare aromaticità derivante dagli acidi grassi presenti, che originano dai finissimi globuli di grasso, sfuggiti dal reticolo caseinico durante la caseificazione per le ridottissime dimensioni, finendo nel siero e poi nella ricotta. Anche la ricotta di pecora, si avvale di questa peculiarità: anch'essa è profumata e soffice, anche senza alcuna ulteriore aggiunta.

Tra le ricotte di latte ovino, una è stata riconosciuta come DOP: la Ricotta Romana, che per disciplinare può avere un'aggiunta di latte fino al 15% del siero utilizzato. Si tratta di una ricotta particolarmente morbida e cremosa. L'altra DOP è la Ricotta di Bufala Campana, nella quale, oltre all'eventuale aggiunta di latte, può esserci anche quella di panna fresca di bufala. ♦

L'ABBINAMENTO DI... Luisito Perazzo



Un crescendo di persistenze e armonie

Le ricotte hanno la possibilità di potersi rappresentare in molteplici espressioni sensoriali, rientrano in diverse matrici lattiche e quindi si definiscono con differenze tecnologiche sul piano produttivo e geografico. Consentono, quindi, di privilegiare la variabilità dei vitigni in modo da consolidare un connubio funzionale e raffinato.

Le tipologie che includono la ricotta fresca di latte vaccino accolgono un calice di vino immediato, schietto e croccante, dal corpo delicato eppure in grado di bilanciare le sensazioni morbide con la propria freschezza e con un moderato tenore salino; fondamentale che spicchio e sorso emergano in parallelo e si avvicinino tra soavità lattica e aroma floreale; la risultante dell'incontro sarà elegante e piacevole con un vino bianco come il **Valmarina bianco 2021** di Cascina Moroni, prodotto con uve riesling Renano e Italico.

Le tipologie più aromatiche come la ricotta di capra richiedono un compagno di tavola più composito nei profumi e più incisivo nel palato; il giusto accostamento è assicurato da un attraente rosato con note di piccoli frutti, resine ed erbe aromatiche, che si dimostra armonico e saporito: il **Valtènesi Riviera del Garda Classico Rosagreen 2023** da uve groppello di Pasini San Giovanni.

La necessità di ricreare un abbinamento equilibrato e armonico è ancor più necessaria in presenza delle ricotte stagionate o al forno, spesso di derivazione ovina; in primis è la diversa tattilità della consistenza che va compresa ed è così che le note più selvatiche e più tostate vengono nobilitate da un vino bianco tipico come il **San Martino della Battaglia Campolivi 2022** di Cobue. Realizzato con uve tuchi in purezza, preserva frutto e dinamismo, è un calice che detiene tocchi vegetali, frutta bianca e carattere speziato, marca una dosata freschezza unita ad un profilo sapido in grado di esaltare l'equilibrio dei sapori.

Gli abbinamenti in parallelo si ispirano al bacino della DOP Ricotta di Bufala Campana, latticino a maggior dolcezza con relativo contributo di succulenza, dal cui territorio si esprime un vino elegante e persistente di Viticoltori De Conciliis, il **Cilento Fiano Donnaluna 2023**, da uve omonime.



OLIO

Il bello e il brutto dell'olio extra vergine di oliva negli ultimi 60 anni

Dalla nascita della categoria merceologica vera e propria al lavoro delle imprese commerciali, dall'applicazione di un vero metodo di analisi sensoriale alla scoperta della sua salubrità.

Il lungo percorso dell'oro giallo

di **LUIGI CARICATO**



Quando il 7 luglio 1965 è stata fondata l'Associazione italiana sommelier a Milano, l'olio extra vergine di oliva era nato da poco, qualche anno prima, a Roma. Non era nemmeno facile trovarlo sul mercato, in quegli anni. Nel senso che se ne produceva poco, di extra vergine. In molti oggi stenterebbero a crederci, anche perché l'olio lo si estrae dalle olive da tempi immemori, almeno da 6 o 7 mila anni. Ma l'introduzione della categoria merceologica "olio extra vergine di oliva" risale soltanto al 13 novembre 1960, con la Legge 1407. Si fissarono i parametri che definivano extra vergine un olio estratto dalle olive, e fu una rivoluzione. Nacque un nuovo prodotto. Il nuovo nome, "extra vergine", creò scompiglio. In quel tempo, e fino agli inizi degli anni Novanta, l'olio estratto dalle olive era conosciuto perlopiù per l'autoconsumo nei luoghi di produzione. L'inizio dell'extra vergine non fu facile. Sugli scaffali dei nego-

zi dominavano altri grassi, vegetali e animali, allo stato liquido o solido. Le pubblicità precedenti al 1965 facevano l'occholino alle margarine, che non erano poi così salutari ma si fingeva di non saperlo. Nell'ambito del segmento commerciale dell'oliva, l'unico olio di successo, venduto confezionato, era l'olio di oliva, non ancora l'extra vergine.

COSA È ACCADUTO ALLORA DAL 1965 IN AVANTI?

Quando i primi sommelier soci della neonata AIS entrarono in confidenza con i vini scoprendone tutto il fascino all'assaggio, decifrandone il profilo sensoriale e intuendo le più efficaci combinazioni con le varie preparazioni gastronomiche, il mondo dell'olio era ancora culturalmente indietro. Anno dopo anno, si riusciva in qualche modo a incrementare la quota dei consumi di extra vergine, ma non erano numeri paragonabili a quelli attuali. A imbotigliare, intanto, non erano le aziende

olivicole o i frantoiani, ma le imprese commerciali. Si creò un mercato dapprima con le latte in banda stagnata, successivamente con le bottiglie da litro in vetro chiaro. I marchi storici italiani erano già presenti sul mercato, e in modo autorevole, tra fine Ottocento e inizi Novecento, prima ancora dell'introduzione degli extra vergine, ma non avevano nulla a che fare con gli olivi e i frantoi. Intercettavano gli oli disponibili nei luoghi di produzione, avvalendosi di mediatori esperti, che erano anche bravi assaggiatori, ma non c'era ancora l'extra vergine. Viaggiavano con una valigetta al seguito, con l'attrezzatura necessaria per l'assaggio. Non c'era la qualità odierna. Si acquistava il prodotto sfuso e i confezionatori lo vendevano a un pubblico poco consapevole ma con alti profitti. A partire dalla seconda metà degli anni Sessanta la qualifica di olio extra vergine di oliva, seppur con estrema lentezza, divenne pian piano di dominio universale. La scelta del

nome fu progressivamente accolta e adottata da tutti i Paesi.

ANNI '80: GLI AIUTI DELLA UE E L'ARRIVO DELL'ANALISI SENSORIALE

A creare opportunità, ma anche speculazioni, furono gli aiuti al consumo e alla produzione della Comunità europea, la quale nel 1987 con il Regolamento Ce 1915 sviluppò ulteriormente la legge italiana. Qualcosa di straordinario accadde nel corso degli anni Ottanta: l'Europa concesse finanziamenti anche al fine di migliorare la qualità degli oli. Nel frattempo, l'applicazione dei principi dell'analisi sensoriale agli oli da olive, a opera di un gruppo di studio diretto dallo spagnolo Rafael Gutierrez e dall'italiano Solinas, portò a uno sconvolgimento epocale. L'introduzione di un metodo di assaggio riconosciuto dal Consiglio oleicolo internazionale, con annesso un lessico ufficiale, e le rigorose indicazioni necessarie per effettuare la valutazione degli oli attraverso i sensi, portarono a una svolta decisiva. Da quel momento in poi l'olio extra vergine di oliva ha cambiato natura e identità. Le qualità degli oli migliorarono sensibilmente. Se prima

si conosceva e apprezzava solo la parte grassa dell'olio extra vergine – per via di una composizione in acidi grassi perfetta, tra monoinsaturi, insaturi e polinsaturi, simile in percentuale a quella contenuta nel latte materno, di grande qualità nutrizionale per l'alto contenuto in acido oleico – in seguito si comprese meglio, proprio attraverso l'attento assaggio dell'olio, la nuova identità del prodotto. Si colsero i molteplici profumi, sapori e sensazioni tattili e chine-stetiche così come non si era mai sperimentato prima. L'olio presente nelle olive, estratto con le nuove tecnologie in frantoio (il sistema continuo che ha progressivamente sostituito le macine in pietra e le presse, e ora perfino il ricorso agli ultrasuoni), è oggi decisamente migliore. Le stesse attenzioni in campo, con raccolta delle olive non ancora mature e una miglior cura del frutto, hanno contribuito a far cambiare in modo sostanziale il profilo dell'olio, con qualità oggi davvero eccellenti, come non si era mai verificato nel corso della storia. La longevità degli oli, a seguito di una corretta conservazione sotto gas inerte, e la cura di ogni altro particolare, hanno fatto la differenza. ♦



IL CARRELLO DEGLI OLI



VILLA CASTELLETTI, Grottaferrata (Roma): **"Olio et Amo"**, selezione oro; olive Rosciola, Itrana, Moraiolo. Fruttato con richiami di erba, mandorla verde e pomodoro; gusto di carciofo, amaro e piccante in equilibrio; erbe di campo in chiusura.



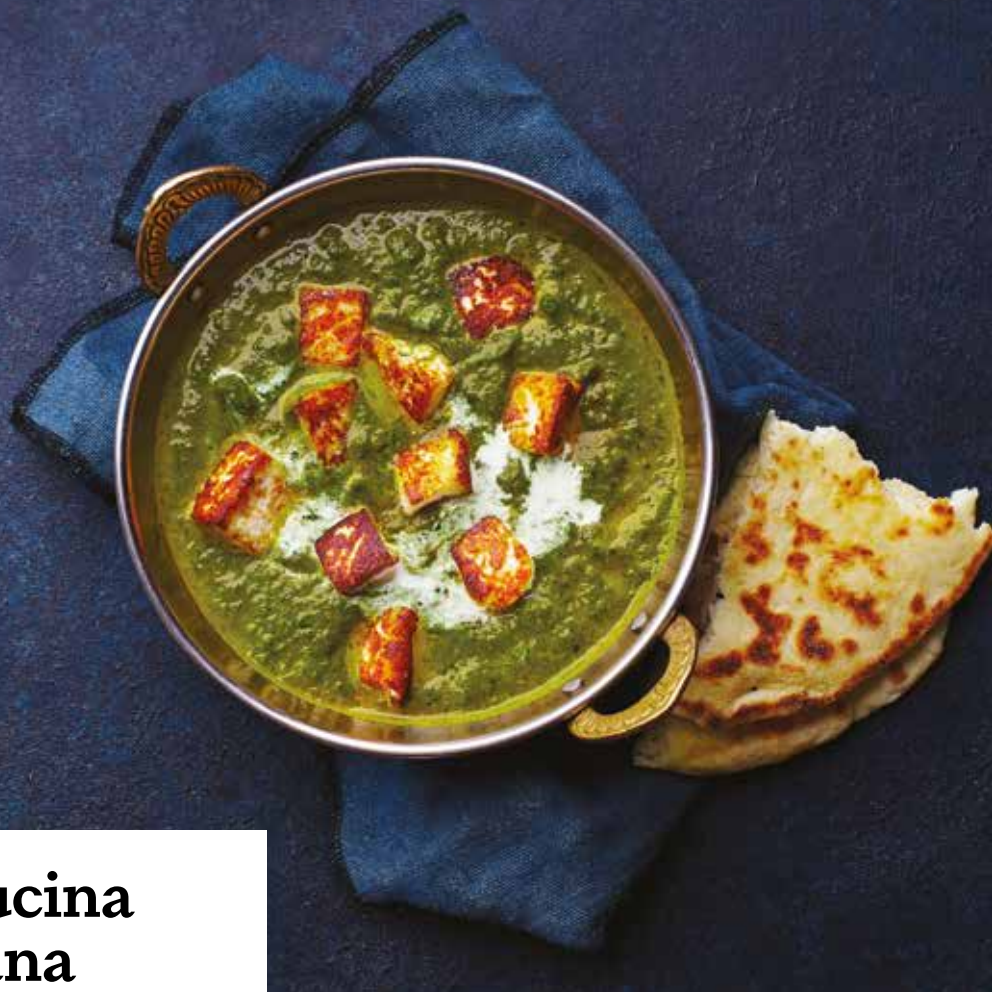
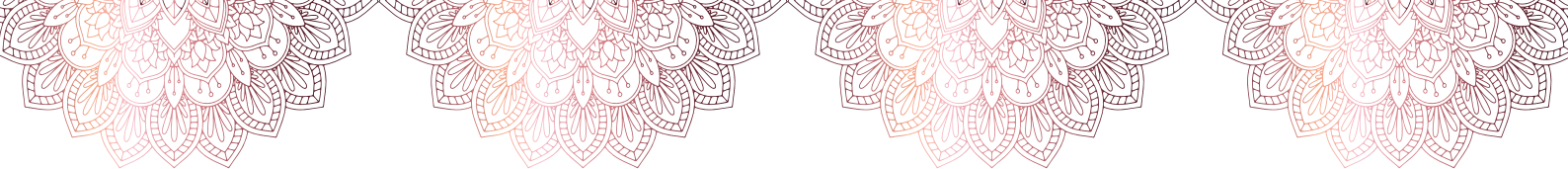
FRATELLI TURRI, Cavaion Veronese (Verona): **"Dop Garda Orientale"**; olive Casaliva. Fruttato erbaceo dai freschi sentori di mandorla verde; al palato finezza, buona fluidità e armonia, amaro e piccante lievi, progressivi e ben dosati.



OLIO ROI, Badalucco (Imperia): **"Riva Gianca"** Dop Riviera Ligure; olive Taggiasca. Fruttato erbaceo, verde, dai sentori floreali e di frutta bianca; armonico, di buona fluidità, amaro e piccante tenui e ben dosati; sentori di mela in chiusura.



CERICOLA, Borgo Incoronata (Foggia): **"Aria"** denocciolato, olive Lecciana. Fruttato erbaceo, verde, dai sentori di mandorla; al palato è morbido, vellutato, di buona fluidità e dall'impatto dolce, gusto di carciofo; erbe di campo in chiusura.



La cucina indiana

L'India è il Paese più popoloso al mondo con quasi un miliardo e mezzo di abitanti e la sua cucina è la sintesi delle numerosissime culture, tradizioni, religioni e ceti sociali che convivono in un territorio grande tre milioni e trecentomila chilometri quadrati

di **PAOLO VALENTE**

Una cucina colorata, creativa nel suo essere legata alla tradizione, che gioca su una palette cromatica variegata determinata dalla quantità di spezie (elemento fondamentale) che colorano i piatti. Toni accesi così come sono accesi, piccanti, i suoi gusti.

Cercando una sintesi che non può essere altro che generalizzante, la cucina indiana potrebbe essere suddivisa in quella del Nord, dove è consuetudine mangiare carne, e quella del Sud, che è principalmente vegetariana. Il tutto, ovviamente, con i distinguo dovuti alle religioni e alla storia coloniale: i musulmani non mangiano il maiale mentre gli indù la carne bovina. Si fa grande uso di uova, latte e latticini, così come di legumi; nelle zone costiere il pesce riveste una certa importanza.

GLI INGREDIENTI E I PIATTI DELLA TRADIZIONE

LE SPEZIE

Fondamentali, insostituibili e caratterizzanti, le spezie svolgono un ruolo di assoluto primo piano nella cucina indiana: curcuma, cumino, coriandolo, peperoncino, chiodi di garofano, cannella, cardamomo, noce moscata, aglio, zafferano solo per citarne alcune. E poi il **curry**, ovvero una miscela di differenti spezie in proporzioni variabili. Ne esistono infinite versioni a seconda delle caratteristiche del cibo da condire, della regione di provenienza e della ricetta di famiglia. In India, il nome curry ha anche una seconda valenza: identifica una preparazione salsata o in umido. Il nome sembra derivi dalla traduzione che i colonizzatori inglesi attribuirono alla parola in lingua tamil

“kari” che significa “salsa” oppure al termine hindi “tukarri” che significa umido, stufato. La semplice miscela di spezie, in idioma hindi, si chiama “masala”. Il colore giallo ocra del curry è dato dalla presenza di **curcuma**, anticamente conosciuta come zafferano delle Indie; si ricava dall’omonima radice e ha numerosi effetti benefici sulla salute.

IL PANE

Numerosissimi sono i tipi di pane (quasi tutti originari del Nord); assomigliano per lo più a una nostra piadina o focaccia e servono per accompagnare il piatto o fungono da involucro per raccogliere o avvolgere le preparazioni oltre che sostituire, essi stessi, il piatto; spesso in India, infatti, si mangia con le mani.

A seconda dei luoghi e dell’utilizzo il pane assume sapori, forme e consistenze differenti. Tra le tipologie più comuni troviamo il **Naan**, fatto con farina di frumento e cotto nel forno tandoori, il **Puri**, con farina integrale, il **Chapali**, non lievitato e cotto in padella.

I PIATTI

Secondo la tradizione, ogni preparazione dovrebbe combinare i sei gusti: l’agro, il dolce, il piccante, l’amaro, il salato e l’aspro. Ogni gusto, utilizzato in determinate proporzioni, apporta al piatto un particolare beneficio fisico. L’usanza è di servire una portata unica con al centro il riso e intorno le pietanze.

La **Samosa**, un antipasto, è una sorta di panzerotto croccante e ripieno dei più disparati ingredienti: dai legumi alla carne, dal formaggio alle patate e alle verdure. Il tutto condito con abbondanti spezie. Il **Pakora** è una farina di ceci mescolata con acqua, verdure e spezie. Anche in questo caso grande varietà di verdure e spezie. Completo e molto ricco, il **Biryani** è costituito da riso basmati bollito con carne, pesce, verdure e le immancabili spezie. Esistono versioni anche con pollo marinato o agnel-

lo. Notissimo è il **Pollo Tandoori**: una lunghissima marinatura e cottura nel tradizionale forno ad altissima temperatura. Un piatto da alcuni ritenuto antichissimo, il **Tikka Masala**, si prepara con pollo (o agnello), panna, pomodoro e le onnipresenti spezie. Tra i piatti vegetariani, il **Palak paneer** è a base di spinaci e formaggio e il **Aloo Palak** è una ricca salsa con spinaci, pomodori e patate e tante profumatissime spezie. E per concludere i **Laddu**, polpette dolci con uvetta e cocco.

LE BEVANDE TRADIZIONALI

Premettendo che il vino non fa parte della cultura indiana, la bevanda nazionale indiana è il tè. Ne esistono numerosissime tipologie, aromatizzate o meno,

ma il tradizionale è solo il **Chai**, ovvero tè nero con latte e zucchero, aromatizzato con profumate spezie, si beve sia caldo che freddo. Furono gli inglesi che, avendo difficoltà nell’importazione di tè dalla Cina a causa della guerra anglo-olandese, tentarono la colti-

vazione in India importando delle pianticelle che però non si adattarono al clima portando a un risultato fallimentare. Nei primi decenni dell’Ottocento scoprirono che nella regione dell’Assam crescevano piante selvatiche di tè. Da qui alla definitiva consacrazione dell’India quale produttore di tè, e la regione di Assam come centro della produzione di eccellenza, il passo è stato breve. Inizialmente bevuto solo dagli inglesi, a metà del Novecento divenne, a tutti gli effetti, la bevanda nazionale indiana bevuta da persone di tutte le estrazioni sociali. Il **Lassi** è una bevanda a base di yogurt che ha grande potere rinfrescante, ottimo per stemperare i cibi particolarmente piccanti. La **Chatpata Nimboo Pani** è una limonata con aggiunta di sale, pepe e spezie. E poi ancora il **Gulab Ka Sharbat** a base di petali di rosa o il **Thandai**, bevanda fredda, a base di noci, zafferano, acqua di rose, e spezie di cui ne esiste anche una versione con cannabis. ♦



**Abbinamenti
con il vino:
qualche
suggerimento**



Caldo e avvolgente, il pinot grigio **Provincia di Pavia IGP Campo Piano 2023** di **Castello di Stefanago** si abbina facilmente alle portate più delicate della cucina indiana; cibi più complessi e a base di carne possono trovare felice accompagnamento con lo **Sforzato di Valtellina DOCG Fasè 2021** di **Cà Bianche** grazie alla sua struttura e ai suoi sentori speziati.

Il **Valle d'Aosta DOP Gamay 2020** di **La Source** con il suo gusto stuzzicante riesce a equilibrare l'aromaticità delle preparazioni tradizionali.

Altrettanto, anche se con un profilo aromatico differente, si ottiene con l'**Alsace Grand Cru AOC Kaefferkopf Quatre/4 2021** di **Sick-Dreyer**, un assemblaggio dei quattro vitigni tradizionali, con un tocco sapido minerale che pulisce il palato.



Mondeghili, irresistibile attrazione

Le appetitose polpette milanesi, di antica origine spagnola, sono uno dei piatti più iconici della cucina meneghina e, naturalmente, non mancano varianti e interpretazioni da parte degli chef

di **ANDREA GRIGNAFFINI**

"Specie di polpette fatte con carne frusta, pane, uovo, e simili ingredienti". Risale al 1839, la definizione che Francesco Cherubini, nel suo dizionario Milanese-Italiano, fa di uno dei piatti più iconici della cucina lombarda, i Mondeghili, piccole prelibatezze che attraverso differenti culture ed epoche sono giunte fino a noi, riconquistando, specialmente in tempi recenti, un'incredibile popolarità. Forse perché i Mondeghili, oltre a essere buonissimi, sono emblema di quella cultura del recupero alimentare che la nostra società ha finalmente riscoperto e sta valorizzando sempre più, anche in riferimento all'alta cucina. Ma partiamo dall'inizio della storia, da quella Milano tardo medievale dominata dagli Spagnoli le cui usanze incisero tangibilmente su tanti aspetti della vita dei milanesi, cucina inclusa. È in questo periodo che nelle trattorie e locande meneghine comincia a diffondersi un piatto iberico ispirato alle arabe al-bundukc (palline fritte di carne macinata), le albóndigas a base di carne tritata ricavata da avanzi cotti di manzo e maiale, servite sotto forma di polpette fritte. La semplicità e la saporosità di questa preparazione nata dal bisogno di sfamarsi in un periodo dilaniato da peste, guerre e carestie, conquistano le famiglie milanesi che con

i resti di bolliti, arrostiti e stufati, imbandivano nuovamente la tavola. Le albóndigas si milanesizzarono anche nel nome, diventando prima albondeghiti e infine Mondeghili, una parola che è sinonimo di polpetta stessa (e non di una particolare variante di polpette) e che esiste solo al plurale – magari poiché in virtù del loro gusto, non è mai stato contemplabile mangiarne solo uno. Perduto nella pieghe del tempo l'originale ricetta seicentesca di questa pietanza, le ricette più antiche a noi pervenute risalgono a non prima del 1800, questo perché includono la patata, che prima di allora non era certamente ingrediente di facile reperibilità.

Fregiati dell'importante riconoscimento De.Co. concesso dal Comune di Milano, a partire dal 2008 dei Mondeghili si è codificata una ricetta di riferimento che contempla avanzzi di carne macinata (un composto di carni di manzo e di maiale a dar gusto e sapore nella forma di salsiccia, salame crudo, mortadella – preferibilmente di fegato – e altri tagli) mescolata a uova, mollica di rosetta di pane bagnata nel latte a cui si può eventualmente unire Grana Padano, aglio o cipolla e un pizzico di noce moscata; ad aromatizzare, prezzemolo fresco tritato e buccia gialla di limone a volontà. Dal composto si ricavano pallotte da schiacciare leggermente in modo da offrire maggior superficie di cottura al momento della frittura, rigorosamente nel burro. Rendendo omaggio a questa specialità così emblematica dell'identità gastronomica lombarda, sono molti i grandi chef che nella città della Madunina dei Mondeghili propongono la propria interpretazione, tra tradizione e creatività. Tendenzialmente purista la versione dello chef del Ratanà Cesare Battisti che usa solo carne di vitello e aggiunge all'impasto le verdure del brodo in cui il taglio ha bollito, aglio incluso per un sapore più deciso. Matteo Fronduti, chef-patron di Manna, ne ha creato invece una variante ortodossa, per certi versi più primitiva, ("Mondeghili sbagliati" così come lo stesso chef definisce il piatto), eliminando tutti quegli elementi che giovano alla massa delle polpette, ma che non sono radicalmente incisivi sul gusto. Per il bollito usa biancostato, cappello del prete e guanciale, la mortadella viene sostituita dal fegato di vitello, il tutto in un rapporto 1/1. Nulla a tenere unito il composto tritato, se non l'aiuto esterno della retina di maiale usata per modellare dei fagottini. Dopo la frittura in olio di semi, la cottura si perfeziona in forno; a completare il piatto, una salsa barbecue affumicata con legno di quercia. Quando gestiva la cucina del 10_11, il ristorante dell'hotel Portrait Milano, anche lo chef Alberto Quadrio serviva Mondeghili fuori dal comune, optando per una preparazione artigianale dove la carne è sfilacciata a mano e non tritata nel mixer; le polpette servite con una leggera maionese allo zafferano. Da Varrone, Mondeghili contemporanei strizzano l'occhio a Oriente, con la succosa carne di wagyu impastata secondo tradizione e poi impanata nel panko; maionese con un tocco di wasabi e scorza di lime in accompagnamento e una spolverata di sale Maldon a completare il piatto. ♦



Sfere di felicità

Bocconcini (apparentemente) semplici, mangiando il primo si è trascinati in un vortice dal quale è difficile uscire. Se realizzati in modo tradizionale, con patate e verdure, godranno di vini che grazie alla sapidità, o all'eventuale connubio acidità/effervescenza, ne vivacizzeranno le caratteristiche. La frittura e i condimenti, le spezie e le erbe aromatiche generano una decisa intensità, che cerca nel vino un compagno di pari impatto. La struttura del piatto, anche con salse di accompagnamento, non è molto significativa, per questo motivo il garbo, la gentilezza e un corpo snello del vino saranno più che sufficienti.

Tra i vini della Lombardia, considerando i concetti di vicinanza geografica e di sostenibilità, quelli prodotti nell'areale di San Colombano al Lambro e in Oltrepò Pavese rispondono adeguatamente alle necessità del piatto. Il Metodo Classico oltrepadano, con lunghe evoluzioni, saprà esaltare la tendenza dolce degli ingredienti, mentre vinificato in rosso, con maturazione prevalentemente in contenitori inerti, per garantirne freschezza e caratteri fruttati, interagirà grazie alla sua speziatura e balsamicità. Per le versioni di Mondeghili più intense e succulente l'assemblaggio classico della Lombardia sud-occidentale, a base di barbera e Croatina, darà quel contributo di alcol e tannini per compensare la succulenza generata da salse e carni tagliate più grossolanamente.

➤ **Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero Brut Oltrenero 96 mesi 2013** – Oltrenero, uve pinot nero 100%. Vinificazione e maturazione in acciaio per l'80% e in legno per il 20%.

➤ **Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese Carillo 2023** – Frecciarossa, uve pinot nero 100%. Parziale maturazione in rovere.

➤ **San Colombano al Lambro Rosso di Valbissera 2020** – Poderi di San Pietro, uve Croatina 45%, barbera 45%, uva rara 10%. Vinificazione e maturazione in acciaio.



Gli artisti del gusto di Lombardia che hanno aperto una strada

Hanno salvato prodotti, esaltato materie prime, conservato tradizioni e sono da anni un esempio per tutti gli altri. Ecco alcuni norcini, casari e negozianti lombardi, punto di riferimento per tutti gli appassionati

di **MARCO GATTI**

Così come la vite e il vino, grazie ai monaci, hanno attraversato i secoli diventando simboli di civiltà, allo stesso tempo ci sono salumi, formaggi e tante altre cose buone che, grazie all'operosità, la passione e il sapere di alcune figure geniali che li realizzano, sono diventati prodotti identitari che accompagnano la storia delle comunità. Merito di norcini, casari e negozianti. Anche nella nostra Lombardia, alcuni di loro, pur essendo orgogliosamente artigiani, possono essere considerati dei veri artisti, che hanno tracciato una strada, diventando punto di riferimento per tutti.

I NORCINI

Carlo Casati, titolare della bottega Da Pinuccio di Sartirana, è custode di una storia iniziata nel 1880 con il bisnonno Splendiano Perego, e proseguita prima con il nonno Carlo Casati e poi con il papà Giuseppe Casati. Tra i suoi capolavori c'è il salame di sola coscia, che sorprende chiunque lo assaggi per la delicatezza del suo sapore. E anche la "Borrolea", una leccornia che rischiava di cadere nell'oblio, una pasta di salame, non insaccata, ma snervata, che tiene viva una tradizione che parla di freddo, camini, patate, cenere e brace. Poi la bresaola, preparata come nessuno fa più, e da ultimo la richiestissima mortadella di fegato, che non può mai mancare sul suo banco.

Gentile Thogan Porri, titolare dello storico salumificio fondato nel 1967, e che dal 2001 ha sede a Cecima, nel cuore della Valle Staffora, è un baluardo di quel prodotto simbolo della provincia pavese che è il Salame di Varzi, DOP dal 1996.

È realizzato prima tritando la carne a grana grossa, e mescolandola con sale marino, pepe in grani, infuso filtrato di vino rosso e aglio fresco, e poi insaccando l'impasto in budelli naturali di maiale e legandoli a mano a trama fitta, con spago naturale. La stagionatura va da un minimo di

trenta giorni per la pezzatura più piccola, "la filzetta", fino a un anno e oltre per "il cucito" dal budello doppio.

I CASARI

Uno su tutti. **Ferdinando Quarteroni di Lenna**, nella bergamasca, la cui vita è documentazione unica di coraggio e tenacia nel perseguire un sogno, ovvero fare vivere le montagne e il territorio, salvando i prodotti, in primis i formaggi, della tradizione. Per realizzare il suo progetto nei mesi in cui le sue mandrie pascolano in alta montagna, trova rifugio in una caverna a 2.000 metri nella val d'Inferno a Ornica, e qui alleva vacche di razza Bruna Alpina originale e capre Orobiche.

Dal loro latte vengono i prodotti, Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop e "Stracchino Quadro" in primis, che poi Nicolò e Alice, i figli, vendono nello splendido agriturismo (con 12 camere) che gestiscono a valle.

LE BOUTIQUE DEL GUSTO

Ma oltre agli artigiani, negli ultimi decenni è stato determinante anche l'affermarsi di una figura antica e moderna allo stesso tempo, ossia chi è titolare di quei negozi, che noi abbiamo ribattezzato "boutique del gusto". Sono proprio queste persone (singoli, soci o famiglie), che hanno contrastato l'omologazione di profumi e sapori, avvicinando i consumatori a quelle produzioni artigianali che altrimenti avrebbero avuto la strada del mercato sbarrata.

Tra i campioni del gusto che tra i primi hanno sposato questa filosofia, i **fratelli Rusconi di Sant'Angelo Lodigiano**. Da loro innanzitutto le specialità gastronomiche del Lodigiano, con formaggi (imperdibili il gorgonzola del grande Caseificio Croce di Casalpusterlengo, il granone lodigiano ed il pannero-ne del caseificio Carena di Caselle Lurani), salumi e golosità come mostarde, sott'olio e sottaceti, nonché i dolci tradizionali, come la Tortionata, gli amaretti, e la "Torta Preferita". ♦



Fratelli Rusconi, nella loro gastronomia un viaggio tra le specialità del Lodigiano

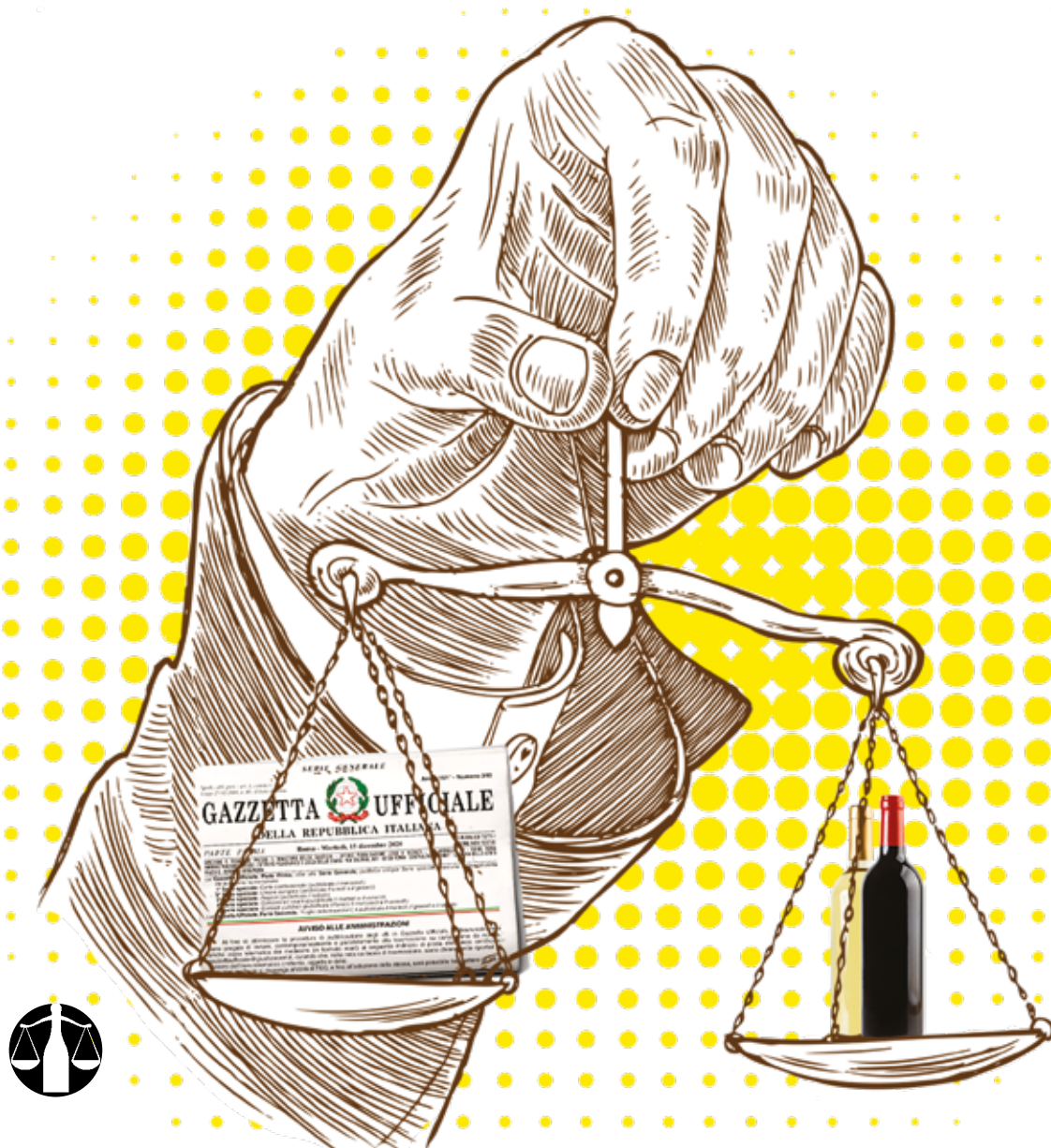
Ferdy, una meta esclusiva per un'esperienza immersiva nelle Orobie



Thogan, storico salumificio nel cuore della Valle Staffora, meta imperdibile per il Salame di Varzi DOP



Carlo Casati, titolare della bottega Da Pinuccio di Sartirana, è custode di una tradizione norcina che la famiglia si tramanda dal 1880



Il vino italiano e le indicazioni geografiche: un lungo viaggio normativo

60 anni di attività di AIS, 61 anni tra l'entrata in vigore, nel 1963, della normativa che regola le DOC e il 2024, anno dell'ultimo Regolamento dell'Unione Europea sulle indicazioni geografiche

di PAOLA MARCONE

Questa sostanzialmente identica sovrapposizione di date ha fatto sì che AIS sia stata da sempre testimone interessata di tutto il percorso normativo che ha riguardato il vino italiano ed europeo, recependo nella propria didattica ogni aggiornamento necessario per un'offerta formativa completa e approfondita.

L'anniversario della fondazione dell'Associazione è sembrato quindi una buona occasione anche per ripercorrere il contesto e i presupposti storici, giuridici e politici della genesi e dell'evoluzione del sistema normativo vitivinicolo basato sulle indicazioni geografiche per come lo conosciamo oggi.

GLI ANNI SESSANTA

All'indomani della Seconda guerra mondiale, la devastazione che ha coinvolto tutti gli Stati europei muove politiche di condivisione degli

interessi in un'ottica di rilancio del tessuto sociale ed economico.

Il Trattato di Roma sottoscritto nel 1957 è il punto di incontro di tale proposito e il settore agricolo è individuato da subito come uno dei pilastri per politiche di coesione.

Iniziano quindi a discutersi in sede europea misure protezionistiche, di sostegno dei prezzi e del mercato, che vengono rese strutturali nel 1962 con quella da allora conosciuta come Politica Agricola Comune (PAC), esercitata per mezzo delle Organizzazioni Comuni dei Mercati (OCM), ognuna concepita per gestire la produzione e il commercio dei singoli settori agricoli.

In tale scenario la protezione dei beni agroalimentari legata a un concetto qualitativo di provenienza geografica rimane del tutto involuto, dandosi priorità a politiche dirigistiche finalizzate alla garanzia di reddito costante per gli agricoltori e di approvvigionamento continuo per i consumatori.

Nel settore vitivinicolo le politiche seguono strade parzialmente diverse: la prima OCM dedicata è redatta solo nel 1999 (sulla base di politiche differenti da quelle degli anni Sessanta) mentre inizialmente i tavoli di lavoro dell'allora C.E.E. trattano più che altro temi tecnici, non senza diffidenze tra gli Stati fondatori.

Le parole dell'on. Audisio pronunciate nel 1963 alla Camera in sede di relazione sulla proposta di legge delega al Governo sulle denominazioni di origine sono infatti significative: *“Ora, la Francia ha dichiarato di non voler rinunciare, almeno per un lungo periodo di tempo, all'utilizzazione del*

saccarosio per il taglio dei vini, mentre in Italia questa pratica è vietata dalla legge. Ebbene, come possiamo essere d'accordo con i delegati francesi i quali, mentre insistono nel voler utilizzare il saccarosio, chiedono che l'Italia rinunci ad impiegare i mosti meridionali per «correggere» i vini in determinate annate? (...) oltre ai francesi, sono andati all'attacco delle posizioni italiane anche i delegati tedeschi. (...)”

Se questi erano alcuni dei temi discussi nelle allora nascenti istituzioni europee, gli argomenti più strettamente legati al valore qualitativo dell'origine dei vini rimangono viceversa ancora appannaggio degli interventi legislativi dei singoli Stati che – storicamente – hanno comunque sempre riconosciuto il rilievo giuridico delle denominazioni, a partire da quanto si legge nel Bando del 1716 con cui il Granduca di Toscana, Cosimo III de' Medici, per la prima volta offre tutela ai vini prodotti in precisi areali geografici (Chianti, Pomino, Carmignano e Val d'Arno di Sopra) regolamentandone la produzione.

In epoca moderna, è invece la Francia, all'indomani della decimazione del vigneto europeo per le malattie fitosanitarie e delle proteste dei viticoltori del Midi contro le adulterazioni e contraffazioni, la prima a dotarsi di un impianto regolatorio unitario in materia vitivinicola.

Vengono prima codificate le disposizioni di circa 80 testi, datati dal 1908 fino al 1930, e nel 1936 è approvato il Codice del vino.

Precedentemente, nel 1935, è fondato l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) e nasce l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC).

Anche in Italia il dibattito su una normativa organica di tutela alla produzione nazionale inizia ad articolarsi dall'inizio del Novecento.

Nel 1937 viene emanata una legge di regolamentazione base della produzione e commercio del vino, compresa la tutela delle denominazioni d'origine, ma nel periodo post bellico il provvedimento è di fatto abrogato, per l'impossibilità di attuare strumenti normativi predisposti nel più ampio contesto della legislazione del decaduto regime fascista.

Segue quindi una fase di frammentazione normativa su cui la lettura degli atti parlamentari del 1963 offre ancora uno sguardo significativo.

Così relaziona l'on. Prearo: *“(...) È nota l'importanza che ha avuto da sempre nell'economia nazionale la viticoltura italiana; importanza che negli ultimi anni si è allargata perché interessa e si ripercuote, più del passato, sui mercati stranieri e, in particolare, su quelli del M.E.C.. Pertanto, il complesso problema della tutela della denominazione di origine che si trascina dal 1904 (...) va affrontato e risolto al più presto. (...) La legge in esame delega il Governo a mettere finalmente un po' di ordine, e soprattutto a tutelare i nomi di origine già esistenti dei vini e che si sono imposti per la loro qualità. L'importanza è data anche dal numero elevato di detti tipi e che pertanto rende necessario delle precisazioni per evitare equivoche interpretazioni, confusioni di nomi e aggettivi che operatori economici poco scrupolosi possono fare. (...). La legge che il Governo si prepara ad emanare ottenuta la delega verrà a*

colmare una lacuna grave nella nostra legislatura trascinatasi fino adesso e ci metterà in condizioni di parità con nazioni, come la Francia, che già da molti anni hanno saputo imporsi una lodevole disciplina. (...)”.

L'esigenza di riordino è quindi confermata con l'approvazione della legge delega; con il D.P.R. 930/1963 diverranno operative “norme per la tutela delle denominazioni di origine, dei mosti e dei vini” in un Paese che all'epoca si stimava raggiungesse tra i 106 e i 108 litri annui di consumo interno medio pro capite (nel 2024 si è registrato un valore di 26,3).

I cardini del provvedimento ruotavano intorno a 5 punti:

- La denominazione di origine, definita dal senatore Carelli “(...) *l'area radiante di dilatazione e sviluppo di ogni azione* (...)” e articolata in “semplice”, “controllata” e “controllata e garantita” a seconda dei diversi criteri di regolamentazione individuati;
- La costituzione di un Albo dei vigneti, denuncia e controllo della produzione;
- La costituzione di un Comitato nazionale per la delimitazione della zona di produzione e per la determinazione dei disciplinari di produzione;
- La regolamentazione dei Consorzi volontari;
- La predisposizione di apposite disposizioni contro le frodi, che vengono poi organicamente riassunte in un successivo provvedimento del 1965.

GLI ANNI NOVANTA

Se è a metà degli anni Sessanta, quindi, che l'Italia compie il primo decisivo passo per regolamentare un settore

così strategico per la propria economia, un altro passaggio fondamentale per la nostra viticoltura è segnato nel 1992: è emanata la nuova disciplina delle denominazioni d'origine con Legge n. 164, che giunge dopo un dibattito decennale attraversato dal funesto scandalo del metanolo.

Nel 1986 furono infatti 23 le persone decedute e decine di altre subirono lesioni gravi a causa delle intossicazioni per adulterazioni da metanolo. L'importanza dei fatti determinò l'emanazione di una nuova legge di prevenzione e repressione delle sofisticazioni alimentari, istitutiva dell'anagrafe vitivinicola su base regionale, destinata a raccogliere per ciascuna delle imprese dell'intero comparto alcolico i dati relativi alle rispettive attività.

Sul fronte delle denominazioni di origine il lavoro di ammodernamento dell'impianto regolatorio è invece ben rappresentato dalle parole del prof. Mario Fregoni, allora Presidente del Comitato Nazionale Denominazioni Origine Vini, contenute nel Compendio della legge: “(...) *oltre ad acquisire la normativa CEE in materia di V.Q.P.D.R., promulgata dal 1970 in poi, la nuova legge regola con stile «italiano», aderendo alle esigenze e alla specificità vitivinicola italiana, in modo articolato e dettagliato, le denominazioni, i riconoscimenti, i controlli, ecc. (...) ha un impianto che tende a sviluppare in senso piramidale le denominazioni e quindi ad evitare l'appiattimento o peggio il decadimento qualitativo. La qualità è inoltre concepita in senso moderno, vale a dire come «qualità globale», così*

come la vuole il consumatore attento e colto della nostra epoca; la stessa, infatti, comprende tre fattori di grande rilievo: 1) l'origine, 2) la qualità intrinseca innata (naturale, proveniente dall'ecosistema viticolo) ed acquisita (dai fattori umani, tecnologici), 3) la genuinità o purezza (assicurata dai controlli chimico-organolettici). (...)”.

Innovativa nell'impianto e negli strumenti di tutela, la nuova legge mantiene tuttavia inalterati i principi fondamentali della precedente disciplina, esaltando anzi ulteriormente il legame tra vino, vigneto e territorio mediante l'istituzione delle Indicazioni Geografiche Tipiche (IGT), che vanno ad aggiungersi alle DOC e alle DOCG, e l'introduzione di concetti quali sottozona, fattoria, vigna.

Sul fronte dei controlli vengono estese competenze e responsabilità degli Enti preposti mentre il contenuto dei disciplinari di produzione viene dettagliatamente precisato.

A livello europeo, la Comunità prosegue il suo percorso di condivisione: nel 1992 è firmato il trattato di Maastricht e dal 1° gennaio 1993 entrano in vigore le norme sul mercato unico, con libera circolazione di persone, merci, servizi e capitali.

I Paesi aderenti sono ormai 15 e nel 1999 nasce l'Euro, mentre nell'ambito delle politiche agricole, preso atto che per i massicci interventi di sostegno al mercato operati in passato la produzione ormai supera la domanda, le istituzioni introducono misure di sviluppo rurale dedicate al sostegno diretto al reddito degli agricoltori, con incentivi per migliorare la qualità e offrire al consumatore prodotti validi anche dal

punto di vista nutrizionale.

In tale contesto, per la prima volta, anche i prodotti agroalimentari conoscono definizioni qualitative correlate all'origine: sono disciplinate infatti con Regolamento del 1992 le Denominazioni di Origine Protetta (DOP) e le Indicazioni Geografiche Protette (IGP).

I principi così definiti sono stati poi ulteriormente affinati con provvedimenti successivi, senza tuttavia mai ne fossero snaturati i fondamenti.

Per il comparto vino, nel nostro Paese è il D.lgs. 61/2010, che poi verrà sostituito dal Testo Unico del 2016, a precisare che i vini italiani DOCG e DOC debbano confluire nella categoria dei vini DOP e che i vini IGT vengano identificati con le IGP.

In ogni caso, è fatta salva la scelta del produttore se continuare a utilizzare le menzioni nazionali o indicare quelle comunitarie.

Sul fronte legislativo europeo, in-

dicazioni geografiche, ritenute capaci di "(...) *svolgere un ruolo importante in termini di sostenibilità, anche nel settore dell'economia circolare, accrescendo il proprio valore di patrimonio culturale e rafforzando così il proprio ruolo nel quadro delle politiche nazionali e regionali al fine di conseguire gli obiettivi del Green Deal europeo (....)*".

Queste sono le parole oggi riportate nel Regolamento UE 1143/2024, in vigore dal maggio 2024.



DOC o DOP? II

Testo Unico del 2016 dispone che i vini italiani DOCG e DOC confluiscono nella categoria DOP, ma indicare la menzione comunitaria o quella nazionale è facoltà del produttore

I tempi iniziano a essere maturi per l'unificazione della normativa in materia di denominazione per tutti i prodotti, vino compreso.

DAGLI ANNI DUEMILA AD OGGI

La riforma dell'Organizzazione Comune del Mercato vitivinicolo (OCM), resa unica nel 2008 per tutti i prodotti e non più settorializzata, è l'occasione per offrire un quadro omogeneo di protezione delle indicazioni geografiche sia vitivinicole che agroalimentari, classificate uniformemente in DOP o IGP.

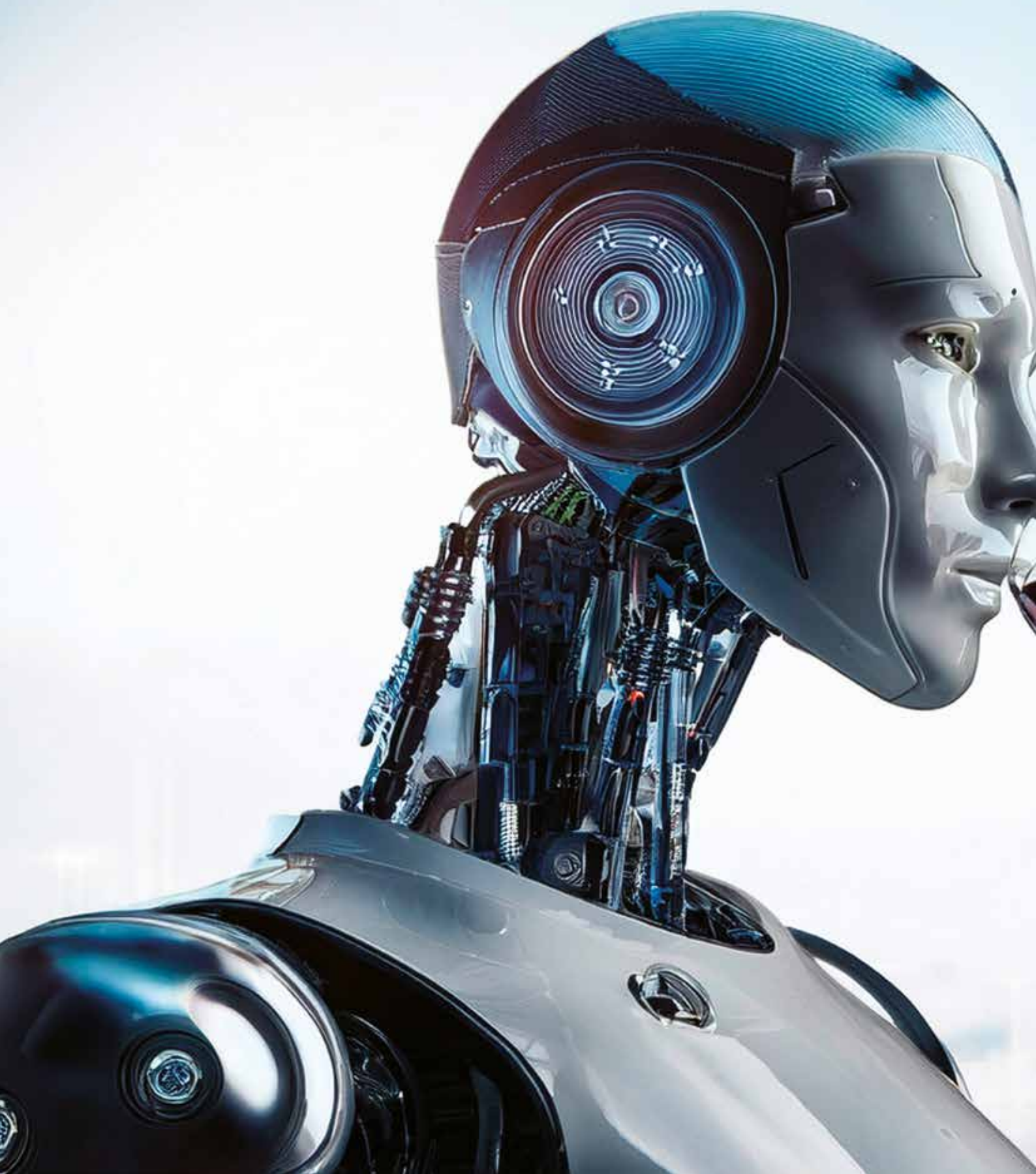
vece, tutta la normativa in materia di indicazioni geografiche dei vini viene fatta confluire nel Regolamento UE 1308/2013.

Integrato e modificato negli anni, il provvedimento è il fulcro delle disposizioni sulle indicazioni geografiche, di cui quelle vitivinicole costituiscono un tassello e da cui i singoli stati membri non possono prescindere.

Anche il Testo Unico del vino, con cui l'Italia nel 2016 ha riordinato la materia, è quindi specchio di quelli che sono i precetti comunitari in tema di

L'atto introduce un quadro giuridico unico e procedure di registrazione abbreviate e semplificate identiche per vini, bevande spiritose e prodotti agricoli, puntando anche ad aumentare la protezione delle indicazioni geografiche utilizzate come ingredienti e vendute online, oltre che dare rilievo alle pratiche sostenibili.

Sfide queste che si presentano impegnative ma che sembrano necessarie in tempi di mercati globalizzati costretti ad affrontare riemergenti politiche incrociate di dazi e protezionismi vari. ♦



Il vino e le sfide della comunicazione tra piattaforme digitali e cambiamenti tecnologici

Quali saranno i trend nel settore dei media che avranno un inevitabile impatto anche per chi opera nel mondo del vino? I dati e gli spunti del report del Reuters Institut

di RAFFAELE CUMANI

Da quando abbiamo parlato per la prima volta di Intelligenza Artificiale (IA) su ViniPlus circa due anni fa (ViniPlus di Lombardia - N°24 Maggio 2023) sembra passata un'intera era geologica. Oggi sempre più vediamo le nostre bacheche social inondate da contenuti generati dall'IA e consultiamo continuamente questi strumenti per chiedere informazioni e supporto per i nostri progetti. Siamo di fronte all'affermazione di un vero e proprio nuovo paradigma tecnologico che potrebbe scuotere il mondo della comunicazione per come lo conosciamo oggi. Abbiamo visto come anche il mondo del vino sia già stato investito da questi cambiamenti a vari livelli, dal mondo agricolo a quello della comunicazione.

Proprio su quest'ultimo aspetto vale la pena fare una piccola riflessione, anche dopo la lettura del report del Reuters Institut Journalism and Technology Trends and Predictions 2025, che fotografa le tendenze emergenti nel settore del giornalismo e dei media. I dati e i trend media proposti in questo articolo sono estrapolati proprio da questo documento disponibile sul sito dell'istituto.

Ebbene che cosa c'entra un report sulle tendenze editoriali e del giornalismo con il vino? Moltissimo secondo noi, dato che chi scrive considera oggi tutti i brand, e dunque anche le cantine, potenziali editori, soggetti



che oltre a confezionare ottime bottiglie del nostro amato nettare sono sempre più chiamati a raccontare una storia e a farlo con gli strumenti tecnologici più efficaci a disposizione. Non solo, chiunque faccia comunicazione per il proprio brand sa quanto sia sempre più importante comprendere anche le logiche e il mondo in cui si muovono i media per costruire, insieme a loro, un'eventuale strategia di racconto soprattutto in momenti di crisi come questo.

LA SFIDA DEL TRAFFICO

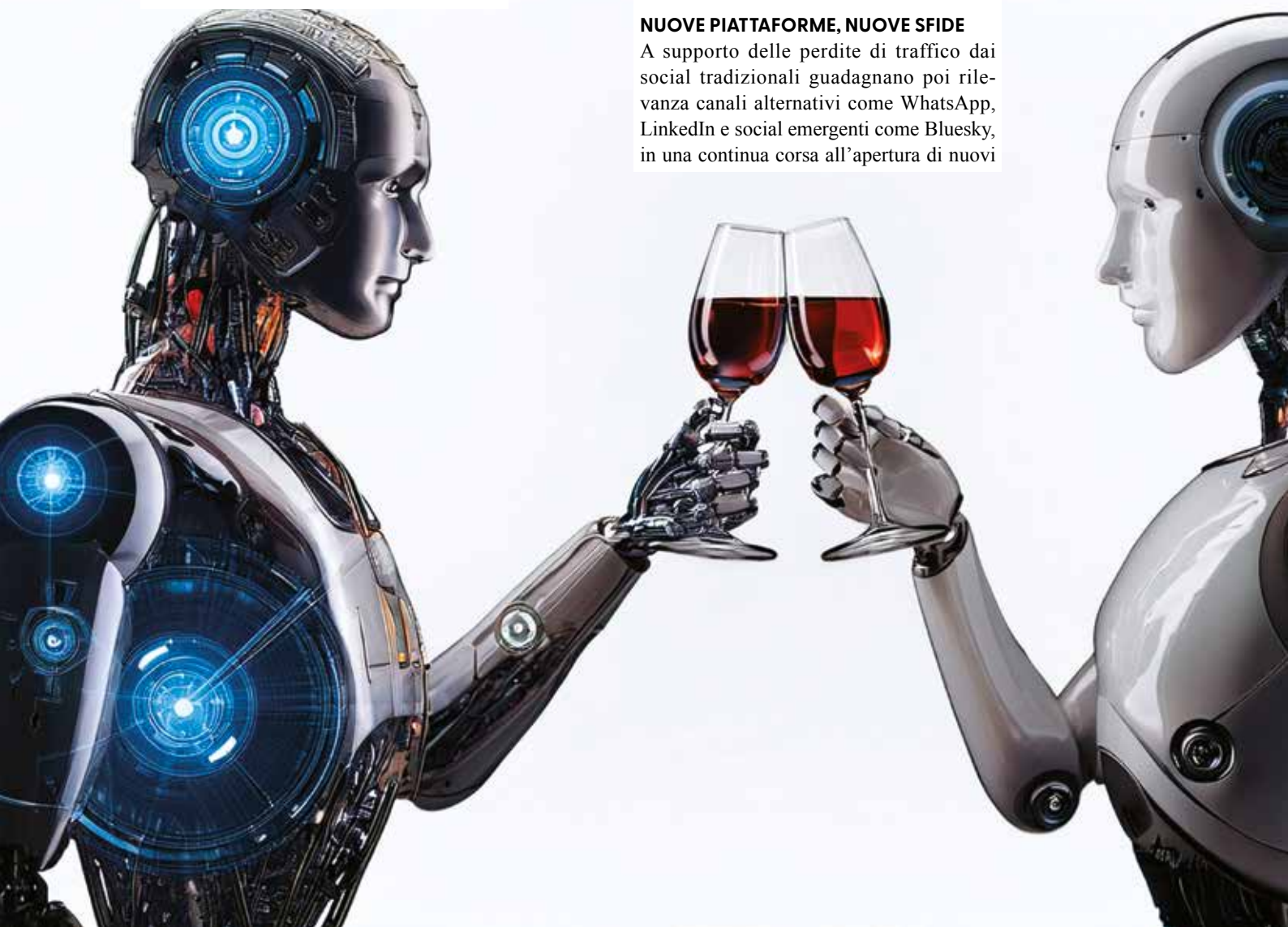
Sappiamo che da qualche anno è in corso un calo consistente del traffico proveniente dai social network. Ad esempio, si stima che negli ultimi due anni il traffico da X sia calato del 50% mentre quello da Facebook addirittura

del 67%. L'impatto non è banale anche per le cantine che vogliono promuovere i propri prodotti e le proprie storie. Ma a fronte del calo delle provenienze da social cosa possiamo aspettarci da quelle dai motori di ricerca?

L'affermazione delle piattaforme di IA come strumenti di ricerca desta una certa preoccupazione. Gli utenti infatti potrebbero sempre più "accontentarsi" di riassunti, semplificazioni e raccomandazioni dei vari ChatGPT, Gemini, Perplexity. Questo li porterebbe così a diminuire i propri accessi ai siti, ad esempio, dei produttori o degli e-commerce. E se tutto sommato sono chiare le regole di indicizzazione, quali saranno i criteri con cui le IA suggeriranno contenuti? Sarà sempre più necessario studiare per capire le nuove logiche per competere anche su questo piano.

NUOVE PIATTAFORME, NUOVE SFIDE

A supporto delle perdite di traffico dai social tradizionali guadagnano poi rilevanza canali alternativi come WhatsApp, LinkedIn e social emergenti come Bluesky, in una continua corsa all'apertura di nuovi



canali e nuove fonti di visibilità e traffico. Il punto in questo senso sarà capire se e quanto questi strumenti possano adattarsi a un racconto mirato come quello del vino.

In questo scenario incerto alcuni affermano di puntare addirittura a un ritorno di investimenti sulla carta stampata e a modelli di fruizione media basati sugli abbonamenti. Certamente potrebbero moltiplicarsi le possibilità di partnership anche tra brand diversi per mettere a fattor comune contenuti e competenze. Tutto questo sembra disegnare la suggestione di un parziale ritorno all'off-line e a una comunicazione più esperienziale che potrebbe vedere protagonista anche il mondo del vino, con opportunità nascenti in tutto quello che è il mondo dell'eventistica.

LA NEWS FATIGUE

Non basta, gli utenti sono sempre più assediati da una sovrabbondanza di contenuti su ogni piattaforma. Il mondo del vino non è da meno, spesso con linguaggi che rimangono però ostici e settoriali e non si sono ancora perfettamente adattati ai nuovi canali. Più in generale, le notizie che leggiamo tra guerre, dazi e crisi internazionali creano un certo stato d'ansia tra il pubblico, specialmente più giovane, che si rifugia sempre più in contenuti leggeri.

Quasi un quarto dei lettori, soprattutto tra i giovani, dichiara di evitare, a volte o spesso, di leggere le notizie. Come recuperare pubblico su temi che per noi sono rilevanti? Servono strategie basate su nuovi formati e stili accessibili e colloquiali. Meno testo, più narrazione visiva e nativa sui social (ancora una volta più video!). Non solo, proposizione di contenuti con un taglio positivo e costruttivo. E qui ancora una volta può nascere un'opportunità nuova di racconto per il vino, le sue storie positive, il suo carattere di convivialità e il richiamo alla tradizione e ai valori che racchiude.

Le piattaforme video come Youtube, TikTok e Instagram sembrano attrarre sempre maggiori investimenti proprio per la loro possibilità di ingaggiare nuovi e giovani utenti. L'esplosione degli short-form (avevamo parlato in passato proprio della rivoluzione dei reel) avvicina ai contenuti

pubblici ormai difficili da raggiungere con gli strumenti tradizionali. Le cantine, e in generale i brand, potrebbero essere aiutati in questo senso da creator e influencer, profili che in alcuni casi hanno tra le proprie armi un linguaggio meno istituzionale e più confidenziale per il pubblico.

LA RIVOLUZIONE DELL'IA

Abbiamo visto in passato come l'IA stia entrando sempre più nelle cantine, dalla vigna fino alle scelte di marketing e comunicazione del vino. L'IA generativa sarà sempre più dirompente nella creazione di contenuti: video o audio da testi, sommari e riassunti ingaggianti da contenuti poco fruibili per il grande pubblico, traduzioni in diverse lingue, scrittura di contenuti e così via. Nulla nel racconto delle cantine potrebbe essere risparmiato dalla rivoluzione. Non solo, abbiamo parlato in passato di sommelier virtuali che semplifichino e aiutino gli utenti a scegliere i vini. Un trend che è già esistente su siti di cantine che ad esempio utilizzano chatbot in grado di supportare l'utente nella navigazione e nella scelta. Interfacce sempre più conversazionali e interattive renderanno sempre più immediato e facile scegliere e interagire con i contenuti. Ancora una volta guarderà più facilmente al futuro chi riuscirà ad aiutare gli utenti nelle scelte senza porre barriere cognitive.

IL VINO COME UN MEDIA

Sembra una follia, ma noi consideriamo il vino al pari dei media. Qualcosa in grado di "portare" al pubblico messaggi e significati che vadano al di là della propria struttura fisica. Il vino racconta storie, persone, luoghi. Fa sì che le persone si uniscano per creare dibattito. Come le storie, crea gioia. Come i media, in questo momento, soffre in parte dell'allontanamento degli utenti più giovani, di una comunicazione a volte troppo istituzionale e degli attacchi di classi dirigenti e politiche internazionali.

Le nuove tecnologie sono spesso dirompenti. Capire gli scenari restando al passo con i tempi, studiarle e recepire gli strumenti giusti sarà la chiave per distinguersi, e in certi casi sopravvivere in contesti sempre più mutevoli e difficili. ♦





I vincitori del premio ***Enozioni a Milano*** **2025**

La VII° edizione di Enozioni a Milano, l'annuale appuntamento ideato e organizzato da AIS Lombardia che accoglie moltissimi sommelier provenienti da tutta la Lombardia, anche quest'anno ha fatto il pieno di soci e, soprattutto, di "enozioni". Masterclass e banchi di assaggio hanno animato come di consueto due giorni di festa e incontri, che hanno avuto come prologo la cena di gala del venerdì sera, un appuntamento ormai fisso e molto sentito, durante il quale vengono assegnati gli omonimi premi, realizzati appositamente per questo appuntamento dall'artista toscano Sandro Granucci.

I nomi di quest'anno sono uno chef milanese DOC, che ha avuto il merito di rivisitare ed esaltare la cucina del capoluogo lombardo, ma non solo, una comunicatrice diventata la più importante ambasciatrice del vino italiano nel mondo, e uno dei più importanti e influenti enologi del panorama italiano, maestro del Metodo Classico e dei rosé.

📷 ONSTAGESTUDIO

Cesare Battisti

Nato a Milano, classe 1971, Chef e Oste del Ratanà, è considerato uno dei cuochi più rappresentativi della cucina di tradizione rivisitata e di qualità.

Stevie Kim

Di origini coreane ma cresciuta negli Stati Uniti, coordina molte iniziative del Vinitaly ed è diventata una delle più importanti ambasciatrici del vino italiano nel mondo.

Mattia Vezzola

Classe 1951, nato a Moniga del Garda, al timone dell'azienda Costaripa. È uno dei più grandi enologi italiani, in grado di portare ai massimi livelli il Metodo Classico e il rosé.





CESARE BATTISTI

La cucina è sempre un lavoro di squadra

Dietro il successo del Ratanà e degli altri locali milanesi c'è una visione sostenibile della ristorazione, condivisa da tutta la brigata. Il vino? Deve restare un piacere e non diventare un esercizio di stile

di JESSICA BORDONI

C'era una volta un bambino che viveva accanto a una panetteria. E quando giocava in cortile rimaneva inebriato dal profumo che proveniva dal forno, sbirciando oltre le sue finestre per gustare con gli occhi la magia degli impasti che si trasformavano in pagnotte dorate e croccanti. Quel bambino era Cesare Battisti e questo ricordo è tra i primi a tornargli alla mente per spiegare l'origine della sua vocazione, che lo ha reso una delle personalità più apprezzate della ristorazione milanese e non solo. Oggi, infatti, è tra i maggiori protagonisti della valorizzazione della cultura enogastronomica italiana con l'associazione Ambasciatori del Gusto, di cui è segretario generale. E ha un grandissimo seguito anche sui social, dove propone video-ricette con uno stile diretto e accattivante.

Classe 1971, Cesare Battisti torna nella sua Milano dopo una lunga gavetta itinerante. Dal 2009 è chef patron del *Ratanà*, baluardo della cucina di tradizione lombarda rivisitata in chiave moderna. In tempi più recenti ha avviato nuovi for-





mat collegati alla casa madre, come il bistro *Remulass*, che mette il mondo vegetale al centro del piatto, il *Pastificio del Ratanà*, laboratorio di produzione di pasta fresca e gastronomia ready to go, e *Silvano Vini e Cibi al banco*, osteria conviviale nel quartiere multiculturale di NoLo.

«In tutto quattro locali, che danno lavoro a 75 persone», precisa Battisti. Una grande responsabilità, che lo porta ad essere molto concreto oltre che molto ispirato. «La cucina è un lavoro di squadra e il segreto del mio successo sono i miei ragazzi, i miei dipendenti. Con loro condivido tutto, in un percorso continuo di crescita ed evoluzione. Ho un enorme rispetto per chi lavora con me e la fortuna di essere circondato da bravi professionisti e belle persone che credono nella mia visione sostenibile della cucina».

Per fare questo mestiere l'estro creativo non basta, Cesare non si stanca di ripeterlo: «Gli chef, o meglio i cuochi, devono essere anche dei bravi imprenditori. Aprire un'attività ristorativa è rischioso e oggi vedo molti colleghi intenti a coltivare il proprio ego, tralasciando gli aspetti economici. Ma a fine mese bisogna far quadrare i conti e questo vale per chi si occupa di fine dining come per chi gestisce un'insegna di quartiere».

Al solipsismo da superstar di certi chef, Cesare contrappone un approccio inclusivo e accogliente: «A noi piace essere ospitali, fare in modo che il cliente si senta a casa, proprio come avveniva nelle vecchie trattorie di una volta. E infatti il Ratanà è stato ribattezzato "neo-trattoria", ma anche "trattoria contemporanea", "osteria moderna"... Io preferisco semplicemente "ristorante", ovvero un luogo dove le persone trovano ristoro, anche se oggi questo termine sembra essere passato di moda e tutti cercano definizioni alternative».

Per Battisti, la cucina deve essere un'espressione democratica. «Siamo nati nella parte fortunata del mondo, dove possiamo mangiare 3-4 volte al giorno. Cerchiamo però di alimentarci bene, rispettando i cicli stagionali e prediligendo i prodotti a filiera corta di fornitori che allevano, coltivano e pescano in maniera sostenibile. Come diceva il mio maestro Aimò Moroni, mitico patron del ristorante *Il luogo di Aimò e Nadia*: non esiste la cucina povera o ricca, ma la cucina intelligente. La pasta con i broccoli? Nella sua semplicità è una delizia. Basta un'insalata di fagioli cannellini e una grattugiata di bottarga per portarti in paradiso, non c'è bisogno di ordinare per forza un piatto di ostriche e caviale». Detto questo, il patron del Ratanà non ha nulla contro il fine dining. «La nicchia del lusso dell'alta ristorazione c'è e ci vuole. Il successo internazionale di professionisti come Massimo Bottura ne è la



Cesare Battisti

La casa dello chef milanese è il Ratanà, incastonato tra il Bosco Verticale e la Torre Unicredit. Un'isola di verde diventata un punto di riferimento della scena gastronomica della città

conferma. Però l'espressione della cucina italiana è soprattutto un'altra. A differenza della Francia, famosa per la sua eleganza, nell'immaginario collettivo la tavola tricolore è collegata a una proposta popolare, fatta di ricette regionali che affondano le radici nella cultura contadina. La nostra ricchezza e biodiversità di prodotti è un tesoro inestimabile su cui dovremmo imparare a investire di più, ognuno con la sua visione. Io sono per una cucina fatta bene, con pochi sapori nel piatto e lavorazioni ridotte per valorizzare la bontà originaria degli ingredienti».

I piatti del Ratanà, solo apparentemente semplici, testimoniano l'evoluzione della tavola milanese, aggiornata con tecniche moderne e la giusta dose di originalità. Il menu cambia di frequente per stare al passo con ciò che offre la natura e in carta non possono mancare gli *evergreen* che hanno fatto la storia del locale. Tre su tutti: il cartoccio di mondegghili con mayo alla gremolata per cominciare; il Risotto alla vecchia Milano, gremolata e sugo d'arrosto come primo; e di secondo la Costoletta alla milanese, da ordinare per telefono almeno due giorni prima.

Da ricordare anche l'attento lavoro di ricerca sul pesce di fiume e di lago, sulle varietà di riso, legumi e carni. E poi c'è il vino, che occupa da sempre un posto speciale nella proposta del Ratanà ed è un tratto distintivo anche dei progetti più recenti di Cesare. «Nel corso degli anni abbiamo fatto tanto scouting e continuiamo a farlo. E qui il merito va soprattutto ai nostri quattro sommelier e in particolare a Caterina Poma che è la più impegnata a fare ricerca».

La carta dei vini del Ratanà sfiora l'enciclopedia: oltre 700 etichette. Più della metà appartiene alla schiera dei vini naturali, o meglio artigianali, prodotti da Cantine che seguono i principi dell'agricoltura biologica e biodinamica. «Cerchiamo vini innanzitutto buoni, oltre che etici, e rifugiamo gli estremismi. Come il cibo, il vino deve rimanere un piacere, non un esercizio di stile».

In armonia con l'offerta culinaria, la carta dà ampio spazio alla produzione lombarda (Franciacorta, Valtellina e Oltrepò Pavese) e parla soprattutto italiano; le bottiglie estere sono meno del 20%. A colpire è la profondità, con tante vecchie annate per viaggiare indietro nel tempo. «Abbiamo una clientela molto colta, appassionata e competente, a cui piace sperimentare e lasciarsi consigliare».

Per il comparto enologico non è un momento facile. Alle incertezze dello scenario politico-economico internazionale, che minano gli scambi commerciali, si accompagna una crescente demonizzazione del vino nel dibattito pubblico, che viene equiparato genericamente all'alcol, senza ricor-

Siamo nati nella parte fortunata del mondo. Cerchiamo però di alimentarci bene, rispettando i cicli stagionali e prediligendo la filiera corta e i fornitori che allevano, coltivano e pescano in maniera sostenibile

darsi della sua valenza culturale. E poi c'è l'inasprimento delle sanzioni previste dal nuovo Codice della strada per chi viene fermato alla guida con un tasso alcolometrico superiore allo 0,5 consentito. «Dal mio osservatorio, i recenti provvedimenti governativi non hanno cambiato le modalità di fruizione né i quantitativi ordinati. Sicuramente l'attenzione è aumentata, ma noi ci troviamo in una zona centrale, a traffico limitato. Molti nostri clienti si muovono in bici, con i mezzi pubblici oppure in taxi per evitare complicazioni».

E Cesare Battisti che cosa preferisce stappare, quando si toglie la divisa da chef? «Facendo questo mestiere da ormai quasi 35 anni, ho avuto l'opportunità di trovarmi al cospetto di tanti vini capaci di emozionare. Una grande fortuna di cui sono consapevole. A me piacciono molto i rosati e i bianchi freschi: cerco la leggerezza. E, quando sono indeciso, gioco la carta vincente della bollicina». ♦

STEVIE KIM

Il segreto? Avere aspettative basse

La manager americana, ideatrice per Vinitaly di tanti format internazionali, si racconta sulle nostre pagine dopo il conferimento del premio Enozioni a Milano: da ex studentessa di cinema e teatro all'incontro con il mondo del vino in Italia. Il suo proverbiale entusiasmo è oggi frenato dagli Usa guidati da Donald Trump

di **FRANCESCA CIANCIO**

Stevie Kim non ha la “sindrome dell'impostore”, ma i premi le servono eccome. Le servono per capire che qualcuno si è accorto del suo lavoro. Sembra incredibile pensare che proprio lei, una delle donne del vino più conosciute in Italia, abbia di questi dubbi, eppure con franchezza dice: «Sai quante volte io e il mio team ci siamo chiesti se fanno caso a quello che facciamo?». AIS Lombardia se n'è accorta e ha assegnato alla manager americana il premio Enozioni.

Alcune delle iniziative di comunicazione meno convenzionali del panorama italiano del vino si devono proprio a lei, nata in Korea del Sud ma cresciuta negli Stati Uniti. Con Stevie Kim il Vinitaly ha allargato gli orizzonti, includendo OperaWine, Vinitaly International Academy, Wine2Wine Business Forum e 5StarWines & Wine Without Walls. Altra







sua creatura è l'Italian Wine Podcast, il primo podcast in inglese dedicato esclusivamente al vino italiano e ai suoi protagonisti che ha totalizzato milioni di ascolti.

Cambiano le forme ma la sostanza, anzi l'obiettivo della comunicatrice, è unico: fare da ponte tra i produttori e il resto del mondo. Lo fa da quattordici anni, da quando per la prima volta ha messo piede nel mondo del vino entrando dalla porta principale, quella della famosa fiera veronese: «non ne sapevo nulla di vino, certo lo bevevo, ma non sono mai diventata un'esperta. Però in una cosa sono brava, so riconoscere i talenti e le tendenze e questo mi ha aiutato a portare una ventata di novità in un settore piuttosto immobile».

Stevie è un misto di frenesia newyorkese, di cuore italiano e di meditazione coreana. Ex maratoneta, amante del nuoto, oggi, a fatica, prova a ritagliarsi del tempo per sé, camminando e facendo esercizi di respirazione. Per il resto del tempo è sempre in squadra, che è poi la sua vera forza. «Non avrei raggiunto questi risultati senza i miei collaboratori. L'eccesso di individualismo non porta a realizzare grandi progetti e questo è un difetto – sottolinea Kim – che avete voi italiani, in particolare i produttori di vino». Lo Stevie Kim Team è di solito molto giovane, non necessariamente fatto di persone che sanno di vino, ma che hanno la capacità di rendere comprensibile un

Stevie Kim

Preparata, professionale e con la capacità di sapere comunicare, con più strumenti, anche in modo informale, la grande ricchezza del mondo del vino

tema che ai più risulta ancora ostico. Questa poi è la vera “fissa” della manager americana, riuscire a parlare una lingua enoica semplice: «Credo che il successo di Italian Wine Podcast (più all'estero che in Italia in verità) dipenda da questo, da uno scambio di vedute mai accademico e, all'occorrenza, ci si prende anche in giro». Il podcast viene lanciato nel 2017, precorrendo le mode e, anche in questo caso, Kim gioca d'anticipo perché capisce che il bene più prezioso non è il denaro: «La moneta di oggi è il tempo e in quest'ottica ho capito che l'audio ti permette di apprendere nozioni quando vogliamo, magari facendo altre cose. Inoltre, le persone si affezionano a una voce e questo fidelizza il pubblico».

È una donna ambiziosa Stevie, ma al contempo – dice

– il suo segreto è avere sempre aspettative basse, così riesce a tenere a bada la frustrazione. Ha fondato a Verona (la città dove vive quando non è a New York) una scuola WSET perché le competenze non bastano, serve lo stile linguistico giusto: «E quello corretto – sostiene Kim – è l'anglosassone, perché è quello che comanda nel mondo del vino e bisogna parlare quella lingua. Che è anche alla base della Vinitaly International Academy, la scuola da cui sono usciti tanti ambasciatori che promuovono il vino italiano all'estero». Altra cosa è la tecnica, secondo la manager – conoscenze enologiche, agronomiche e tantissimi assaggi – che è il patentino per poter dare i punteggi.

La “non esperta di vino” Stevie Kim avrebbe voluto fare l'attrice e da ragazza ha seguito i prestigiosi corsi di recitazione della New York University, ma il suo senso innato per il pragmatismo l'ha dirottata altrove: «Ai tempi gli asiatici avevano pochi ruoli nel cinema e a teatro e ho scelto un ramo più tradizionale, quello di economia e marketing internazionale». Prima di arrivare al vino Stevie Kim ha lavorato con il marito medico: «Lui ha attivato la prima ospedalizzazione sui disturbi alimentari e sull'obesità e io ho creato il primo Master per medici e psicologi sulla terapia cognitivo-comportamentale dedicata proprio a queste malattie. A pensarci, la Vinitaly International Academy non è altro che un adattamento di quel master. Molti pensano che io mi inventi le cose d'istinto, invece c'è un pensiero dietro e un'esperienza, in questo caso in ambito medico-scientifico». Nel frattempo, arrivano anche due bambine, una adottata, l'altra biologica, nonché un master Mba all'università Bocconi. Stevie però avverte l'esigenza di uno spazio tutto suo. Lo trova in Veronafiere che gli affida il compito di sviluppare il mercato internazionale: «È così che incontro il vino – spiega Kim – e penso subito che sia un argomento fantastico, ma ancora poco conosciuto all'estero. Oggi lo diamo per scontato, ma la fiera veronese era poco considerata oltre confine». La parte più divertente del lavoro è conoscere persone, quelli che il vino lo fanno, lo promuovono e lo bevono. Un entusiasmo che oggi vive un momento difficile: «È forse il momento più complicato incontrato in questi quattordici anni: calo dei consumi, vini rossi che non si vendono, capacità di acquisto erosa, un'attenzione alla cura del corpo e della salute che allontana i consumatori dall'alcol. Eppure, pare che il problema di tutto siano i giovani che non bevono! Ne parlavo qualche giorno fa con Jeff Porter (giornalista e critico di vino americano, n.d.r.) che sosteneva l'inconsistenza del tema, perché i giovani, di ogni periodo storico, non bevono vino perché costa. E la questione diventa anche più chiara se si valuta la capacità di spesa dei giovani italiani. Intanto i prezzi dei vini, in particolare di quelli importanti, continuano a crescere. Messa così, sono due mondi che non si incontrano».

Il periodo storico
è complicato, per
la ridotta capacità
di acquisto
e una generica
demonizzazione
dell'alcol per
motivi estetici e
salutistici, cui si
aggiunge la guerra
dei dazi. Occorre
una migliore
segmentazione
del mercato

Per Kim è una sorta di profezia che si auto-avvera: più si parla di giovani che non bevono, più questi si allontanano dal prodotto. Ma c'è un altro dato che contribuisce al calo dei consumi: «I mercati in cui si esporta sono sempre gli stessi – spiega Kim – e i posti dove vogliamo consumare vino anche, la concentrazione in pochi luoghi di vendita e di consumo non ne favorisce la diffusione. Una migliore segmentazione del mercato, a mio avviso, contribuirebbe a far crescere il prodotto. Li chiamano mercati secondari, ma potrebbero rappresentare una valida alternativa».

Discorso delicato da affrontare in un momento in cui la guerra economica a colpi di dazi tra Stati Uniti e resto del mondo rischia di penalizzare molti settori, in primis quello dell'agroalimentare italiano (al momento dell'intervista il presidente Trump minaccia l'Europa con dazi del 200% su alcol, vini e champagne). Un presidente che Stevie Kim non ha votato e che l'ha spinta, da novembre, a non seguire più le notizie: «Faccio fatica anche a parlarne. Sono in uno stato di negazione totale. Forse è una reazione codarda la mia, ma come americana, ciò che sta accadendo genera in me molta ansia. So anche che essere newyorkese non vuol dire capire l'America, non è facile da una grande città cosmopolita cogliere la realtà del paese per quella che è. Potrà sembrare eccessiva come affermazione ma io mi sento in lutto. Prima delle ultime elezioni leggevo tutti i giorni i giornali per due ore. Oggi ho Netflix a loop sul computer». ♦

MATTIA VEZZOLA
«Il vino? Lasci
perdere le mode
e insegua
l'armonia»

Le lezioni francesi, un'identità da imbottigliare e un'eredità da tramandare. Ma anche la conquista di giovani consumatori, le leggi del mercato e il trend dei dealcolati. Il mondo del vino sotto la lente di Mattia Vezzola

di **MATTEO FORLÌ**

«**P**er fare un buon vino serve cultura». «Viviamo nel trentennio dei falsari ed esistono anche i vini falsi». «I giovani non si stanno allontanando dal vino ma dai valori della vita». «I vini dealcolati? Continuerò a chiamarli bevande». Mattia Vezzola ha fatto la storia del Metodo Classico italiano firmando per 40 anni i Franciacorta della famiglia Moretti a Bellavista con un'impronta unica e uno stile inconfondibile. Poi si è dedicato a riscrivere l'eccellenza del rosé sulle morene del Garda, nell'azienda di famiglia Costaripa in Valtènesi. Ma se gli chiedete cosa significa fare un vino contemporaneo vi risponde subito: «Cominciamo intanto a dimenticare quella parola, "contemporaneo". Il vino ha bisogno di allontanarsi dalle mode, smettere di rincorrere le correnti e i trend di consumo. Deve diventare come il blazer blu o il tailleur di Chanel: un'icona di stile che trascende i tempi restando sempre attuale. E per fare questo, in vigna come in cantina, si deve lavorare per ottenere un prodotto che rappresenti l'esclusività di un territorio».







FABIO FLORIO

CI VUOLE CULTURA

L'armonia che si ritrova poi nel calice, ama ripetere Vezzola, deriva da un «perfetto allineamento tra terra, vigna, sole e uomo». E proprio la mano del produttore, o ancor meglio la sua conoscenza, le sue esperienze, sono componenti fondamentali del processo. «Il vino», ripete Vezzola, «si disegna grazie alla propria competenza e al proprio vissuto. Se a me avessero dato, ad esempio, il blocco di marmo dal quale Michelangelo ha scolpito la Pietà, io ci avrei ricavato al massimo le soglie che si infilano sotto le porte». C'è insomma la potenzialità della materia prima, il granito come l'uva, ma anche lo scalpello dell'artista, la mano del vigneron. «Vale per Nausicaa di Picasso, per le teste di Modigliani e per tutte le cose che hanno un significato profondo, culturale, di amore e di passione. Per fare un vino che abbia queste caratteristiche bisogna avere cultura».

UNA VITICOLTURA GENERAZIONALE

In questo approccio, sottolinea il patron di Costaripa, è indispensabile pensare in un'ottica di lungo periodo. «Questa cultura è una cosa che deve passare di padre in figlio. Per cominciare a parlare di vino con competenza, dicono a Bordeaux, devi avere una vigna di almeno 100 anni gestita come minimo da tre generazioni. E non è tanto un'iperbole.

Mattia Vezzola

Oltre a essere uno dei più importanti enologi italiani, da sempre conduce masterclass di approfondimento per i Degustatori di AIS Lombardia

Le piante hanno caratteristiche che permettono loro di adattarsi al contesto, ad esempio abituando il proprio apparato radicale, in presenza di stress idrico, a cercarsi l'acqua più in profondità. Se si applica un pensiero meramente economico nella cura del vigneto, si raggiunge l'improduttività in 30-40 anni. Con un pensiero "educativo" invece, stimolando la capacità delle piante ad adattarsi ai cambiamenti, la vite produce per 70-80, anche 100 anni. Con risultati sempre più entusiasmanti. Naturalmente questa filosofia è possibile applicarla solo con una visione generazionale della viticoltura.

E proprio il pensiero di poter trasferire questa filosofia di padre in figlio, di nonno in nipote, mi fa venire la pelle d'oca».

LEZIONI FRANCESI

Le lezioni francesi sull'identità e l'eredità, che hanno segnato la visione di Vezzola e i suoi vini agli albori della carriera, sono state anche quelle di Remi Krug, in Champagne, negli anni '70. «Con lui ho avuto l'onore di realizzare delle cuvée con l'utilizzo dei *vin de reserve* assaggiando il sapore della storia della sua Maison. Non a caso ripeteva: "Se mio nonno tornasse in vita, berrebbe ancora il suo vino"». «Armonia» è una parola che torna come un mantra nella filosofia e negli aneddoti di Vezzola. «La stampa negli ultimi 40 anni ci ha portato a pensare che per produrre vini di grande qualità si dovesse necessariamente andare nella direzione della concentrazione, con basse rese in vigna ed estrazioni sempre più estreme. Ma ancora una volta la piacevolezza non sta nell'esagerazione, ma nell'armonia. Nel 1975 Bernard Noblet, storico enologo del Domaine de la Romanée-Conti, mi disse. "Voi italiani non avete ancora capito che la qualità non si ottiene solo dalla riduzione delle rese. È meglio avere piante che producono sette grappoli piuttosto che cinque, così hai la possibilità di scegliere i cinque migliori". Certo, significa lasciare in vigna qualche tonnellata di uva e dire addio a grosse fette di guadagno, ma questa è questa la via per l'eccellenza».

SIMBIOSI CON LA NATURA

Oltre che nel calice, c'è un'armonia anche nel rapporto vino-consumatore. La ricerca di questi equilibri, messi in pericolo da tanti fattori che oggi influenzano la produzione e il mercato nazionale e internazionale del vino – dai cambiamenti climatici, alla contrazione dei consumi, per arrivare alle guerre commerciali figlie dei dazi – sono sempre più difficili da ottenere. «Il 90% dei produttori realizza vini secondo le esigenze dei consumatori. La mia ambizione invece, ispirata da quello che fanno da sempre i grandi Domaine francesi come Romanée Conti, è quello di educare il consumatore affinché non perda il piacere di mangiare la torta di mele fatta in casa, di bere un vino "artigianale". Nel senso di fatto vivendo in simbiosi mutualistica con la natura, usando la testa piuttosto che ostinarsi a seguire dettami biologici o biodinamici che spesso portano a rispettare ancor meno la vigna e l'ambiente».

IL SENSO DEI NOLO

La capacità di esaltare la tipicità del proprio prodotto serve a ritagliarsi un'identità e anche, più trivialmente, una fetta di mercato nella visione dell'enologo gardesano. Perché per ciascuno, «esiste il vitale e il mortale, non il giusto o lo sbagliato», anche nelle scelte commerciali. Si prendano ad esempio i vini dealcolati, una tipologia che ha ottenuto il via libera

Il vino è paesaggio,
cultura e bellezza.
È un modo di vivere
nel rispetto. Le
nuove generazioni
non vanno sedotte,
ma stimolate alla
comprensione della
ricchezza racchiusa
in una bottiglia

produttivo dal governo italiano e sta conquistando attenzione alle fiere di settore, da Wine Paris allo stesso Vinitaly. E che in molti vedono come possibile soluzione agli aumenti delle scorte in cantina o agli espunti dei vigneti. «Preferisco definirli bevande anziché chiamarli vini, ma questi prodotti hanno sicuramente un senso commerciale e naturalmente un pubblico potenzialmente in grado di apprezzarli, per motivi etici, religiosi o salutistici. Troveranno una loro nicchia di mercato come successo per le birre analcoliche. Ma mi domando se valga la pena investire oltre 400 ore lavoro per ettaro per una viticoltura di qualità, come faccio ad esempio nelle mie vigne, per ottenere vini no o low alcol».

VINO, GIOVANI E VALORI

Che si scelga «la via che porta a far leva sul prezzo, sul packaging o sulla novità, o si batta il sentiero della vocazionalità per cercare di fare un prodotto diverso dagli altri», la sfida resta quella di comunicare la propria unicità a un consumatore finale che si sta disaffezionando al vino. Un nichilismo enologico che investe soprattutto le nuove generazioni. «Ma più che dal vino i giovani si stanno allontanando dai valori della vita», prosegue Vezzola. «Il vino è paesaggio, è modo di vivere, è rispetto per i propri collaboratori. Non è solo un liquido da portare alle labbra, da bere per diletto o passatempo, ma è cultura e bellezza. Le nuove generazioni di consumatori non vanno sedotte, convinte o incentivate al consumo, vanno educate all'approfondimento, incuriosite dalla conoscenza, stimolate alla comprensione della ricchezza racchiusa in una bottiglia». E lo stesso vale per la moderazione nel consumo, «che ha a che fare con la cultura e non viene insegnata da etichette allarmistiche». «Sono profondamente convinto che il vino sia il risultato di un modo di vivere: l'equilibrio è un prerequisito imprescindibile che si deve possedere per realizzare qualcosa buono, bello, unico. E che serve anche per godere del piacere che sa dare». ♦

MIGLIOR SOMMELIER D'ITALIA

Andrea Gualdoni.

Il destino in un gewürztraminer

Torna in Lombardia il titolo più ambito con **Andrea Gualdoni**, già sommelier a St. Moritz e Shanghai.

In finale anche i lombardi Artur Vaso, Andrea Montini, Cristian Russomanno e Pietro Sangiorgio

di **VALERIA MULAS**

Occhi luminosi e spalle strette, Andrea Gualdoni ha la faccia pulita dei bravi ragazzi e gli occhiali a sottolineare un'attitudine allo studio, che si fa presto spazio tra le parole. L'appuntamento è in un caffè di Milano, dove arriva con la divisa d'ordinanza AIS in perfetto ordine. Brilla la spilletta d'oro dei sommelier professionisti, ma la si nota molto dopo il suo sorriso, che ha una calda capacità attrattiva. Andrea, classe 1994, ha qualcosa di timido, quasi un retaggio bambino di compostezza e ordine, eppure la sua passione è una valanga incontenibile.

«Era il 2015 quando a una cena con amici arrivò la folgorazione davanti

QUANDO L'AIS CAMBIA LA VITA

Classe 1994, Andrea Gualdoni è nato a Treviglio, in provincia di Bergamo. Ragioniere, ex dipendente in un punto vendita di un'insegna della grande distribuzione a Crema, ha cambiato vita grazie alla grande passione per il mondo del vino con il conseguimento del diploma di sommelier a inizio 2019. Da quel giorno tanti successi e una carriera in grande ascesa.

ad un calice di gewürztraminer: non credevo potesse esserci una tale unicità e una tale intensità di profumi». Quella scintilla segna ciò che Andrea definisce la “predestinazione” di un semplice ventunenne che all'epoca gioca a calcio da professionista e preferisce un buon gin tonic al vino: «Predestinazione. Altro non saprei dire, perché ero un ragazzo molto lontano dal mondo del vino e quello che è successo in soli cinque anni, non credo sia spiegabile in altro modo. Ci sono cose che non sappiamo capire, ma accadono, e a me è successo con il vino».

Il motore della curiosità si è acceso su un vino aromatico e si mantiene caldo tra le corsie del beverage del super-



Poco dopo aver conseguito il diploma, Andrea guadagna il bronzo al concorso di Miglior Sommelier di Lombardia, che vincerà l'anno successivo. Nel 2024 è il Miglior Sommelier d'Italia

mercato a Crema dove lavora. Andrea diventa presto il consigliere prediletto dei clienti e anche degli amici, perché da quella cena del 2015 non ha smesso di curiosare tra le etichette e i calici. Ha 23 anni e le idee ancora poco chiare sul futuro: la carriera da sommelier al momento non rientra tra le sue ambizioni, ma le scarpette da attaccante e la maglia numero 9 ormai vanno strette. Alla fine, nel 2017, si iscrive al primo livello AIS a Lodi, dove è il più giovane tra gli studenti e dove l'incontro con Luisito Perazzo si trasformerà in una vera chiave di volta. Sarà, infatti, proprio Perazzo a dare l'opportunità ad Andrea di sperimentarsi nel servizio ai tavoli dell'Osteria del Binari. «All'epoca non

sapevo ancora aprire neanche le bottiglie, dovevo finire i corsi AIS e mi trovai da solo all'Osteria a cercare di dare il meglio di me: è stata una grande palestra e da Luisito ho imparato tantissimo. Nel frattempo mi sono diplomato sommelier, ma non mi bastava». Siamo nel 2019 e Andrea si iscrive, inizialmente, alla scuola concorsi e alla sua prima gara poco dopo, dove guadagna il bronzo del terzo posto come Miglior Sommelier di Lombardia. Il 2019 marca un passaggio fondamentale: è l'anno della consapevolezza, che durante la pandemia da Covid si trasformerà in "studio matto e disperato". Uno studio ripagato già nel 2020 con il titolo di Miglior Sommelier della Lombardia.

«Nel 2021 è arrivata la proposta dalla famiglia Cerea per lavorare Da Vittorio e non ho avuto dubbi. Nel giro di pochi mesi sono diventato secondo (assistant head) con responsabilità sia sulla scelta del personale, che sulla carta dei vini. Dopo un anno ho chiesto di fare l'estero e mi hanno prima affidato il due stelle Michelin a St. Moritz e poi sono volato a Shanghai».

Non stupisce la spinta di Andrea visto che la sua più grande passione, prima del vino, è viaggiare e la sua più grande paura avere dei rimpianti. Due spinte che lo hanno portato ad accettare l'esperienza a Shanghai e da cui è fiorita una maggiore maturità e consapevolezza del proprio valore.



Una finale di altissimo livello che ha visto classificarsi al secondo posto il bresciano Artur Vaso, già Miglior Sommelier della Lombardia 2017, e al terzo posto il sommelier toscano Massimo Tortora, di AIS Livorno

IL FUTURO

Gualdoni accelera su una carriera fino a pochi anni fa neanche immaginata e che oggi è una realtà di successo. Lo fa con la grinta di chi ha ancora tanto da dare e tanto da apprendere prima di riposare: «ora sarebbe facile godersi un po' la popolarità e restare in Italia; ma io ho ancora troppa voglia di esplorare e ho già un accordo per Londra, dove lavorerò con un Master Sommelier, da cui potrò imparare moltissimo. Poi continuo a studiare perché il mio sogno è partecipare al concorso di Miglior Sommelier del Mondo». Lui dice partecipare, noi tifiamo per la vittoria. Nell'attesa lo stuzzichiamo su altri sogni che conserva nel cassetto: «Mi piacerebbe insegnare, perché vorrei restituire un po' degli aiuti preziosi

che mi sono stati dati in questi anni dai miei maestri. La formazione nella scuola concorsi, ma anche la ristorazione di alto livello credo che sia nelle mie corde e quindi penso sia possibile in futuro. Se penso, poi, alla formazione in AIS mi piacerebbe tenere le lezioni sull'enografia mondiale».

I CONSIGLI

Il mestiere da sommelier, che nel suo immaginario di ragazzo era qualcosa di ampolloso, oggi è il suo abito di normalità e se pensa al futuro di questa professione, Andrea non lesina suggerimenti: «il sommelier credo debba essere più flessibile. Trovare il giusto equilibrio tra l'attenzione per il servizio e la cura per il cliente. Può sposarsi con una ricerca di informalità

che metta a proprio agio gli ospiti, senza tecnicismi, questo sia nel ristorante stellato che nella trattoria. Prima di tutto il nostro compito è quello di far stare bene gli ospiti. Abbiamo la possibilità di fare della nostra passione un lavoro bellissimo e io credo che nonostante il calo dei consumi, il vino con la sua storia resterà un compagno della buona tavola. Si punterà ancora di più sulla qualità e sullo storytelling, perché se al buon vino unisci una grande storia hai una possibilità in più di trasmettere il messaggio al cliente».

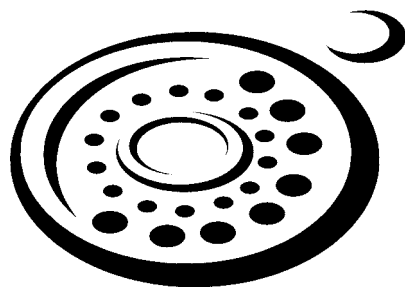
La parola e il vino, due ingredienti magici, che Gualdoni gestisce con spontaneità, eleganza, professionalità e umiltà. Doti che fanno grande un sommelier e che unite allo studio daranno ancora molti frutti. Nell'atte-



Dalle esperienze
lombarde a St. Moritz,
Shanghai e poi Londra.
Il futuro? Insegnare

sa di vederlo brillare in qualche altra competizione abbiamo colto l'occasione per chiedere ad Andrea qualche suggerimento per il futuro della nostra associazione e per brindare alla sua vittoria: «AIS sta facendo un lavoro enorme sul fronte della formazione. Credo possa essere ancora più specifica, in particolare aumentando la parte di divulgazione sui vini del mondo, che stanno acquisendo fette di mercato con una qualità sempre più interessante. A questo proposito, se devo consigliare un calice, penso ai vini delle Canarie, “salati” e completi. A Lanzarote, per esempio, si trova un mix di vignaioli giovani, vigne pazzesche e vitigni autoctoni davvero interessante. Vale la pena di assaggiarli e goderne, visto anche il rapporto qualità-prezzo». ♦





**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





Cristian Russomanno

C'è chi con le idee chiare ci nasce e ci invece ci diventa. Cristian, raccontando il percorso scolastico e quello esperienziale che lo ha condotto due volte sul palco del concorso di Miglior Sommelier di Lombardia, spazia dagli studi umanistici all'alberghiero, dall'animazione nelle ludoteche e nei villaggi, ai primi passi mossi nella ristorazione in Inghilterra, all'hospitality nei resort.

Strade, che si prendono, perdono e intersecano, fino alla svolta decisiva e imprevedibile. *Viene alla meta chi non è partito. Quasi sempre è così* scriveva Bertolt Brecht. Ac-

cadde quindi che, una decina di anni fa, si trovò ad accompagnare lo zio a una degustazione organizzata da AIS Avellino. Fu una folgorazione, segno che le figure importanti della nostra vita, come per lui lo zio Igor, sanno farci da guida anche in maniera inconsapevole. "Potrei raccontarla in modo romantico, ricordare la piccola vigna del nonno, ma la verità è che fino a quegli anni il vino per me era un alcolico come un altro, che si beveva per stare in compagnia. Durante quella serata intravidi invece per la prima volta le sue tante sfaccettature, immaginandomi un potenziale nell'ambito lavorativo". Seguono i corsi AIS,

e il terzo livello segna una conferma: è la strada giusta. "L'abbinamento è ciò che mi entusiasma, l'esperienza superiore che si può creare con la combinazione dei gusti e che è diversa e a sé stante rispetto alle singole identità del piatto e del bicchiere".

Lascia Avellino per Milano, dove il settore offre maggiori possibilità. Si avvicina subito al gruppo servizi di AIS Lombardia, matura numerose esperienze professionali di alto livello e continua a studiare: consegue il diploma Wset Level 3, è miglior tesi Alma del suo corso con il fiano, in attesa di pubblicazione. E ancora corsi su tè, sakè, birre. Cristian coglie

ogni opportunità di apprendimento, ovviamente anche sul campo. "Ho iniziato a girare le cantine di Lombardia e ho scoperto una regione molto eterogenea, dove si trovano eccellenze in tutte le tipologie. Da appassionato di vini dolci, tra i vini del cuore c'è il Moscato di Scanzo, ma anche la turbiana, un vitigno eccezionale per la sua trasversalità, che presenta analogie con il fiano per una capacità di evolvere in modo incredibile, e si può vinificare in tante tipologie, che non sono improvvisazioni pensate per il mercato ma hanno tutte una loro storicità".

Anche alla scuola concorsi è approdato per imparare, ritrovandosi poi per ben due volte a disputare la finale del concorso regionale e qualificandosi lo scorso anno tra i primi dieci di quello nazionale. Risultati che hanno consolidato la sua determinazione nel perseguire questo obiettivo. "Sento il desiderio di parlare della mia terra, l'Irpinia, e vorrei farlo con l'autorevolezza e la visibilità che possono arrivare solo conseguendo un titolo importante". Fiero campanilismo, ma la centralità è un'altra: la spinta interiore verso la condivisione di un mondo che per essere apprezzato davvero ha bisogno di interpreti appassionati. "Mi ritengo un divulgatore al servizio dell'enogastronomia e dei vini, non solo irpini, ma di tutto il mondo. Qualsiasi bottiglia io stia servendo, in qualunque ambito, anche tra amici, il mio obiettivo è trasmetterne l'identità: di quel vino, quel produttore, quel territorio". ♦ **di Anita Croci**

È stata la passione ad accendere il desiderio di un cambiamento radicale nella vita di Andrea Biraghi, ex manager per una multinazionale specializzata in software per la formazione aziendale: “il mio orologio biologico mi ha detto che, dopo 20 anni, era il momento di rimettersi in gioco, di reinventarsi, di ricominciare da zero: una sfida che ho deciso di accettare senza esitazioni”.

Nel 2016 Andrea si iscrive al primo livello del corso per sommelier di AIS Monza: “Ho mosso i primi passi quasi per gioco, con un amico, era un modo per staccare dalla quotidianità e avvicinarsi con metodo a un mondo che mi affascinava. Mi è sempre piaciuto cucinare, ho una grande passione per la panificazione e i miei giri in Valtellina mi hanno avvicinato all’universo dei vini rossi che ho subito imparato ad apprezzare. Purtroppo, i frequenti viaggi di lavoro di quegli anni hanno rallentato il mio percorso: ho continuato con il secondo livello nel 2019 mentre il diploma è arrivato solo nel 2022”. Andrea è a un punto cruciale nella sua vita: è diventato un manager, coordina un team di più di venti persone e l’azienda in cui è cresciuto professionalmente avanza a ritmi vertiginosi. Ma qualcosa lo spinge in direzione opposta, e mentre il mondo gira molto in fretta, lui decide di fermarsi per capire, con non poca



Andrea Biraghi

ENOTECA MEREGALLI DI BIASSONO

Via del Carroccio 14, Biassono (MB)

Tel. +39 039 47 15 66

ORARI

Lun-Ven: 09:30 - 13:00 | 14:30 - 19:00

Sab: 10:00 - 13:00 | 14:00 - 19:00

Dom: chiuso

fatica, cosa fare dalla sua vita. “Avevo bisogno di trovare me stesso, di gettarmi anima e corpo in una realtà nuova. E non poteva esserci trasformazione più grande, per un animale da ufficio come me, che cominciare un’esperienza lavorativa nel mondo del vino”.

A dicembre 2024, Andrea inizia a lavorare nell’enoteca Meregalli di Biassono: “Un inizio memorabile: nel momento più intenso dell’anno, il periodo di Natale, in una delle enoteche più grandi della zona, quindicimila bottiglie in circa quattrocento metri

quadrati. Sì, ho proprio un debole per le sfide!”

Meregalli è un polo funzionale e logistico dedicato al vino: “Siamo in tre in enoteca, e oltre a un’ampia area per eventi in cui organizziamo degustazioni e serate specifiche, gestiamo ordini per privati e per il canale Horeca, l’e-commerce e il negozio classico”. Il confronto con i clienti è fondamentale: “Ho imparato ad ascoltare per davvero le persone che entrano per un acquisto. Una ricorrenza da festeggiare, un regalo, un abbinamento: ogni esigenza diventa uno spunto per cercare tra le centinaia di etichette quella perfetta. E spesso ci riesco! Lavoro molto sul linguaggio da usare, sullo stile, e per far bene bisogna imparare ad ascoltare il cliente, osservarlo mentre si aggira tra gli scaffali magari un po’ intimorito da centinaia di bottiglie. Il mio obiettivo è trasformare un acquisto in un’esperienza gustativa, e provo a farlo anche attraverso il racconto, legando una bottiglia a un aneddoto, alla storia del produttore, a una particolare lavorazione delle uve, senza esagerare con tecnicismi inutilmente noiosi: scegliere una bottiglia è scegliere la sua storia. E in fondo, parlare di vino è un continuo, meraviglioso raccontare”. ♦

di Anna Basile

Bruce Chatwin, un grande della letteratura di viaggio, scriveva diari. I diari, quelli di Chatwin come quelli di tutti i viaggiatori, sono molto più di semplici resoconti di luoghi visitati. Sono sguardi nuovi che aprono a mondi sconosciuti, sono riflessioni intime che invitano a esplorare non solo il mondo esterno, ma anche il nostro io.

“**Viaggio in Franciacorta**”, firmato da Armando Castagno, è un diario, il racconto di un itinerario tra i luoghi e nelle terre della Franciacorta, una narrazione dentro e attorno al viaggio con il quale l'autore condivide le sue esperienze, le scoperte e le emozioni vissute, permettendo al lettore di sentirsi parte di una scoperta.

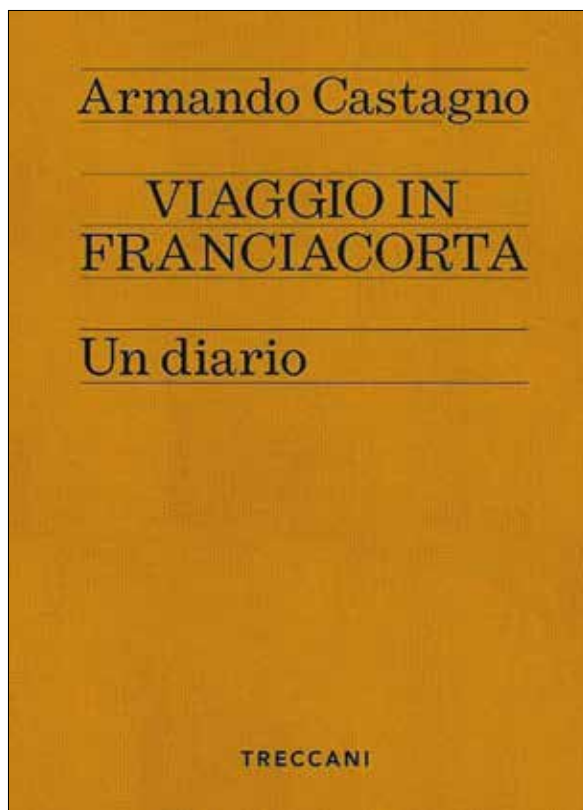
Castagno ci invita – o forse, a dir meglio ci prepara – a viaggiare insieme attraverso le meraviglie di una delle regioni vinicole più celebri d'Italia, la Franciacorta. Attenzione però perché nel libro, nel diario, non c'è solo la Franciacorta con la sua storia, la sua cultura, il suo paesaggio, né solamente il Franciacorta, il vino, con le sue cantine, i suoi vigneti, i suoi produttori.

Certo, le descrizioni dei vigneti, delle cantine e dei vini sono dettagliate e appassionate. E la Franciacorta, colta nella sua essenza anche da un interessante e informale repertorio fotografico, è descritta con uno sguardo colto, attento, informato, attraverso osservazioni acute, arricchite da aneddoti che rendono la lettura ancora più esperienziale e piacevole.

La Franciacorta in un diario

Diciannove tappe, da Paratico a Brescia, per raccontare un'esperienza, razionale ed emotiva insieme, dell'unicità di ogni rapporto tra il vino, il territorio e la comunità

di **CÉLINE DISSARD LAROCHE**



VIAGGIO IN FRANCIACORTA

Un diario

Armando Castagno

© novembre 2024 Treccani

303 pagine - ISBN 978-88-12-01182-7

45 €

Ma nel diario di Castagno, più che la Franciacorta troviamo il racconto del viaggio, l'ossessione del viaggiatore, la declinazione del viaggiare. Diciannove tappe, da Paratico a Brescia, quasi un pellegrinaggio per raccontare un'esperienza, una testimonianza, insieme razionale ed emotiva dell'unicità di ogni rapporto tra il vino, il territorio, la comunità. Diciannove modi diversi di raccontare, passo dopo passo, parola dopo parola, l'ineludibile legame tra storia e contemporaneità, tra natura e cultura, tra tradizione e innovazione.

Castagno percorre ogni angolo, accetta ogni incontro, descrive ogni sfumatura per arricchire, – certamente – l'esperienza del degustatore, ma anche per tratteggiare – indelebilmente – il senso di identità culturale della regione.

Per catturare, fuori dagli entusiastici toni del marketing territoriale, l'essenza – altrimenti nascosta, evanescente, provvisoria – di questo territorio collinare tra Brescia e l'estremità sud del lago d'Iseo.

Perché, per concludere con le parole dell'autore, “*questa è la ragione per cui è nato il libro (...): popolare di personaggi, paesaggi e accadimenti effimeri lo scenario di una Franciacorta libera da filtri encomiastici, per condividerne, cioè, una visione ad altezza d'uomo e aggiungere alla sua bibliografia, come tassello di precarietà, la dimensione passeggera delle cose*”. ♦

Se c'è un Eden del vino, è senza dubbio in Borgogna. La combinazione di un clima e di una conformazione geologica favorevoli, la presenza di terreni ricchi e di vitigni nobili insieme ad un'imponente tradizione vitivinicola fanno di questa regione francese la culla, internazionalmente riconosciuta, della cultura del vino.

La Borgogna, la sua millenaria storia, le sue tradizioni vitivinicole, i suoi paesaggi unici e incantevoli hanno avuto un custode, Henri Mayer, vignaiolo a Vosne-Romanée.

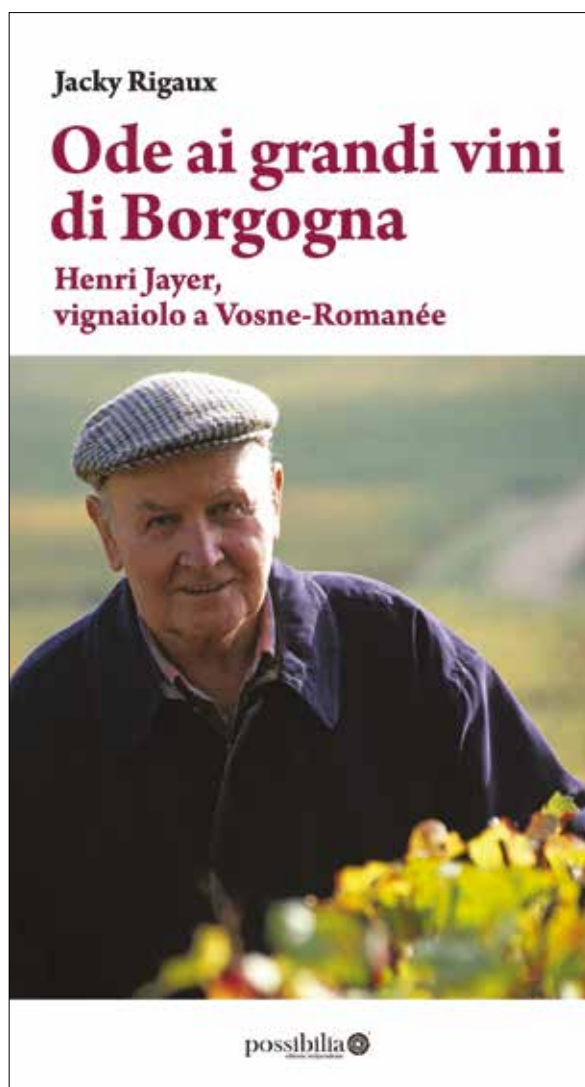
Con **"Ode ai grandi vini di Borgogna"**, recentemente disponibile in edizione italiana grazie a Possibilia Editore, l'autore Jacky Rigaux, docente di "Cultura del vino e Degustazione e conoscenza dei Terroir" all'Università di Borgogna ci offre innanzitutto un'opera fondamentale per capire non solo la straordinaria tradizione vinicola di una delle regioni più rinomate al mondo, ma anche per celebrare il lavoro, la passione e la filosofia di Henri Mayer.

L'autore, con un'interessante ed azzeccata formula narrativa, riporta (e si limita a commentare) le interviste raccolte durante una vita passata con Mayer, che si rivela essere non solo un vero maestro del settore, ma anche un ottimo divulgatore, riuscendo a trasmettere la sua conoscenza profonda attraverso una modalità appassionata e coinvolgente. Leggere il libro è come prendere parte ad una chiacchierata, dove

Il custode dell'Eden: la Borgogna di Henri Mayer

Frammenti di interviste che restituiscono la profondità umana e l'amore per la Borgogna di uno dei suoi interpreti più poetici

di **CÉLINE DISSARD LAROCHE**



ODE AI GRANDI VINI DI BORGOGNA

Henri Mayer, vignaiolo a Vosne - Romanée

Jacky Rigaux

© novembre 2024 Possibilia Editore
242 pagine - ISBN 978-88-98753-48-2
30 €

Henri Mayer, in un clima che potremmo definire intimo e vernacolare, si abbandona a un flusso di pensieri sulla sua vita, sulle scelte umane e professionali, sul rapporto intenso, potremmo dire amorevole, con la Borgogna e i suoi grandi vini.

Protagonista indiscusso della storia vitivinicola della Borgogna, fiero alfiere nelle battaglie contro le pratiche dell'enologia industriale che tendono a trasformare il vino in un mero prodotto di consumo, Henri Mayer ha portato avanti con determinazione la ricerca di una viticoltura autentica, lontana dalle tecniche invasive, concependo il vino come un unicum, un prodotto artigianale, forse anche artistico, sicuramente non industriale e massificato.

Proprio qui, in questa attenzione all'unicità del vino, sono racchiusi gli aspetti di maggiore interesse. Perché, come giustamente rileva Samuel Cogliati nella prefazione all'edizione italiana, *"... il motivo principale per cui questo libro, a quasi trent'anni dalla sua prima pubblicazione, mi pare di notevole rilevanza è però che Henri Mayer (e Jacky Rigaux con lui) ci parla di principi, valori e concezioni che riguardano l'autenticità, la bellezza e la qualità del vino"*.

Insomma, in questo libro non leggiamo solo la celebrazione della Borgogna e dell'opera di Henri Mayer ma anche una visione critica e appassionata delle sfide che affronta, oggi più di ieri, la viticoltura mondiale. ♦

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

CONSULENZA LEGALE

Paola Marccone

paolamarcone@studiocompagno.it

RESPONSABILI DI SETTORE

Artur Vaso

Curatore Guida Vinipus,
referente Vitae
artur.vaso@aislombardia.it

Marisa Carelli

Istituti alberghieri
marisa.carelli@aislombardia.it

Alessandro Franceschini

Comunicazione
alessandro.franceschini@aislombardia.it

Ilaria Ranucci

Enoturismo
enoturismo@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

Rossella Ronzoni

Amministrazione e Bilancio
rossella.ronzoni@aislombardia.it

Alessandro Caccia Didattica

alessandro.caccia@aislombardia.it

Sara Missaglia Rapporti con le istituzioni

sara.missaglia@aislombardia.it

Luisito Perazzo Concorsi

luisitoperazzo@yahoo.it

Fabio Scaglione Logistica

fabio.scaglione@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



www.linkedin.com/company/ais-lombardia/



www.youtube.com/user/AisLombardia



AIS | Lombardia

APERITIVO NONINO THAT'S AMARO!

COLORANTI
100%
VEGETALI

Prosecco Style

Amaro Nonino Quintessentia®

ghiaccio / ice

'bollicine' a piacere

sparkling wine at pleasure

fetta di arancia bionda

a slice of blonde orange

BEVI RESPONSABILMENTE
DRINK RESPONSIBLY



www.grappanonino.it

#APERITIVONONINO

NONINO
Distillatori in Friuli dal 1897
120 anni
delle Distillerie Nonino

