Periodico dell'Associazione Italiana Sommelier Lombardia NOVEMBRE 2026

ViniPlus DI LOMBARDIA

ARTE & VINO
Dall'incontro di un vino con un dipinto, la nascita di una nuova emozione

L'ORIZZONTALE
Rossese di Dolceacqua 2023
Dieci "nomeranze" al vaglio di un'annata generosa

ACQUA, ARIA, TERRA

Affinamenti non convenzionali

La scelta di luoghi alternativi per custodire le bottiglie


Scopri il progetto
"Senza 1 Senso"
Il vino che unisce. Il vino che ascolta.
Il vino che include.

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, Beppe Casolo, Armando Castagno, Luigi Caricato, Samuel Cogliati Gorlier, Anita Croci, Raffaele Cumani, Mauro Garolfi, Marco Gatti, Davide Gilioli, Andrea Grignaffini, Céline Dissard Laroche, Maurizio Maestrelli, Paola Marcone, Gabriele Merlo, Sara Missaglia, 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, Alberto Balbi, Luca Calcagno, Tobias Kaser, James North, Onestagestudio, Silvia Pietrantoni, Luca Tagliani, Massimo Zanichelli

ART DIRECTOR
Barbara Viganò

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

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

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

Chiuso in redazione il 9 Novembre 2026
Registrato al tribunale di Milano
al n° 306 del 23 maggio 2001
Iscritto al ROC n° 19420 del 25 marzo 2010

Novembre

2
EDITORIALE
di Hosam Eldin Abou Eleyoun

4
NEL PIATTO E NELLA VIGNA
di Alberto P.Schieppati e Leonardo Valenti

6
SPECIALE AFFINAMENTI NON CONVENZIONALI
A cura di Anna Basile, Anita Croci, Alessandro Franceschini, Sara Missaglia, Paolo Valente

24
MONDO VINO
Affinamenti "insoliti" nel Nuovo Mondo
di Ilaria Ranucci

27
APPROFONDIMENTO FRANCIA
Pouilly-Fuissé e i suoi satelliti
di Samuel Cogliati Gorlier

34
L'ORIZZONTALE
Rossese di Dolceacqua 2023
di Massimo Zanichelli

38
VINO & ARTE
Il vino, l'arte e le vie dell'immaginazione
di Armando Castagno

46
PRODOTTI DOP E IGP
Oliva Ascolana del Piceno DOP
di Gabriele Merlo

50
AUTOCTONI, CHE PASSIONE!
Autoctoni valdostani
di Davide Gilioli

53
BIRRA
Artigianali un mondo che cambia
di Maurizio Maestrelli

56
DISTILLATI
Non solo rovere...
di Maurizio Maestrelli

60
RI-GENERAZIONI
Edoardo Medolago Albani
di Sara Missaglia

64
VITA DA WINEMAKER
Gianpiero Gerbi
di Paolo Valente

68
FORMAGGI
Castelmagno DOP
di Beppe Casolo

70
OLIO
L'effetto wow nella comunicazione dell'olio
di Luigi Caricato

72
L'ABBINAMENTO
I dolci di Natale
di Paolo Valente

74
IL PIATTO LOMBARDO
Pavia, Cremona, Melzo e Sondrio: la Lombardia dei baci
di Andrea Grignaffini

76
LA LOMBARDIA E SUOI ARTIGIANI DEL GUSTO
Paolo Sala
di Marco Gatti

78
DIRITTO DIVINO
"Pacchetto vino": così l'Europa cerca di affrontare la crisi del settore
di Paola Marcone

82
Miglior Sommelier di Lombardia 2026
di Mauro Garolfi

84
VINO E TECNOLOGIA
Le sfide del marketing e della comunicazione del vino, tra nuove generazioni e Intelligenza Artificiale
di Raffaele Cumani

89
SOMMELIER AL LAVORO
di Anna Basile e Anita Croci

92
BLOC NOTES
a cura di Céline Dissard Laroche

ViniPlus



Una casa per il vino, una comunità per il futuro

Cari Soci,
desidero aprire queste pagine con un sentimento che, in questo momento, sento più forte di ogni altro: la gratitudine. Grazie per la fiducia che continuate a riporre nella nostra Associazione, per l'attaccamento con cui ne accompagnate il percorso e per l'incoraggiamento che, ogni giorno, ci spinge a guardare avanti, a immaginare nuovi traguardi e a trasformare le idee in progetti concreti. È anche grazie a voi se AIS Lombardia può esprimere quella vitalità, quella capacità organizzativa e quella ricchezza di iniziative che appartengono a una grande realtà regionale, radicata nel territorio ma capace di guardare lontano.

Oggi ho il piacere e l'orgoglio di condividere con voi una notizia che ha il sapore di un sogno finalmente diventato realtà: la realizzazione della nuova sede di AIS Milano.

È un traguardo inseguito per molti anni, desiderato da tanti soci e diventato, finalmente, un progetto concreto. Non si tratta soltanto di una nuova sede, ma di un dono che AIS Lombardia vuole offrire alla città di Milano: un luogo aperto, moderno e funzionale, pensato come un vero hub della cultura del vino, nel quale la formazione, la degustazione, l'incontro e il confronto possano trovare una casa comune.

Una casa che appartiene ai soci milanesi, naturalmente, ma non soltanto a loro. Appartiene a tutta la nostra comunità regionale e vuole accogliere chiunque condivida la passione per il vino, la curiosità di conoscerlo più a fondo e il desiderio di comprenderne la storia, i territori, le persone e le culture che lo rendono così straordinario.

Il percorso per arrivare fin qui non è stato semplice. È stato lungo, talvolta tortuoso, fatto di valutazioni, difficoltà da superare e decisioni da assumere con responsabilità. Ma proprio per questo il risultato raggiunto ha un valore ancora maggiore. Desidero ringraziare il Consiglio Regionale, il Delegato AIS Milano Fabio Scaglione, la Vicepresidente regionale Rossella Ronzoni, il socio e architetto Roberto Benfenati e l'avvocato Paola Marcone. Ognuno, con le proprie competenze e il proprio contributo, ha partecipato alla realizzazione di un obiettivo che oggi possiamo finalmente condividere con soddisfazione.

Un ringraziamento particolare va a Massimiliano Pace, responsabile dei servizi regionali, per il lavoro prezioso e instancabile che sta svolgendo affinché la nuova sede possa funzionare al meglio e diventare, fin da subito, un punto di riferimento per le nostre attività. E grazie a tutti i soci che, con disponibilità, impegno e spirito di servizio, hanno contribuito ad avviare le attività in tempi davvero rapidi. Le sedi non diventano luoghi vivi semplicemente perché vengono inaugurate: diventano tali grazie alle persone che le abitano, le curano e le fanno crescere.

La nuova casa di Milano rappresenta dunque un traguardo, ma soprattutto un punto di partenza. È la dimostrazione che, quando una comunità sa riconoscere un obiettivo comune e lavorare con determinazione per raggiungerlo, anche i progetti più ambiziosi possono diventare realtà.

In un momento storico nel quale si parla spesso di crisi del mondo del vino, di mercati complessi e di prospettive incerte, credo sia importante osservare anche ciò che accade nelle nostre aule e nelle nostre delegazioni. Nei corsi, nelle serate di degustazione e negli incontri associativi continuiamo a vedere persone che arrivano con curiosità, entusiasmo

e voglia di imparare. Vediamo aule animate, calici condivisi, domande, confronti, abbinamenti, amicizie che nascono e conoscenze che si consolidano.

È una gioia concreta, che non ha bisogno di essere enfatizzata per essere riconosciuta. Ci ricorda che il vino non è soltanto un prodotto, un mercato o un settore economico: è cultura, agricoltura, paesaggio, identità, lavoro e relazione. È un linguaggio capace di mettere in dialogo generazioni, territori e sensibilità diverse. E proprio per questo la nostra missione conserva oggi tutta la sua attualità.

Non possiamo ignorare le difficoltà economiche, le tensioni geopolitiche e l'incertezza che attraversa lo scenario internazionale. Sarebbe poco serio farlo. Ma sarebbe altrettanto sbagliato lasciare che queste difficoltà ci privino della fiducia nella nostra capacità di agire. Resistere, oggi, significa continuare a investire nella conoscenza, nella qualità della formazione, nella cultura e nelle relazioni. Significa affrontare i cambiamenti con lucidità, senza cedere al pessimismo, ma anche senza perdere il contatto con la realtà.

È ciò che cerchiamo di fare ogni giorno in AIS Lombardia: proseguire il nostro cammino con responsabilità, mantenere viva la partecipazione, sostenere le nostre delegazioni e dare spazio a idee e iniziative capaci di arricchire l'esperienza associativa. Non tutto è semplice e non tutto si realizza nei tempi che vorremmo. Ma ogni passo avanti nasce dal contributo di tante persone che scelgono di esserci, di collaborare e di mettere a disposizione degli altri una parte del proprio tempo e delle proprie competenze.

A loro va la mia riconoscenza più sincera: ai delegati, ai docenti, ai relatori, ai degustatori, ai collaboratori e a tutti coloro che, spesso lontano dai riflettori, rendono possibile la nostra attività. Il loro impegno è una ricchezza che non compare sempre nei numeri, ma che si riconosce nella qualità degli incontri, nella cura della formazione e nel senso di appartenenza che continua a unire la nostra comunità.

Da oltre sessantun anni AIS porta avanti una storia importante. Una storia costruita da chi ci ha preceduto e che abbiamo il dovere di custodire, aggiornare e trasmettere alle nuove generazioni. La fedeltà a questa storia non consiste nel ripetere ciò che è stato, ma nel saperne preservare i valori affrontando con coraggio le sfide del presente. La cultura del vino vive se viene studiata, raccontata, condivisa e continuamente rimessa in dialogo con il mondo che cambia.

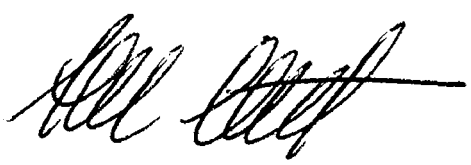
Per questo guardo al futuro con entusiasmo, ma anche con la consapevolezza della responsabilità che accompagna il nostro ruolo. Abbiamo ancora tanti progetti da realizzare, nuove esperienze da proporre e opportunità da cogliere. La nuova sede milanese ne è un esempio concreto: un luogo che dovrà crescere insieme a noi, diventare spazio di incontro e di confronto, generare nuove idee e contribuire a rafforzare il legame tra AIS, la città e il mondo del vino.

Se c'è una certezza che questi anni mi hanno confermato, è che la forza della nostra Associazione non risiede soltanto nei risultati raggiunti, nelle iniziative organizzate o nelle strutture che siamo capaci di realizzare. Risiede soprattutto nelle persone, nella loro passione e nella volontà di continuare a camminare insieme, anche quando il percorso si fa più impegnativo.

A tutti voi, quindi, rinnovo il mio grazie. Grazie per la fiducia, per la partecipazione, per le critiche costruttive, per le idee e per quell'incoraggiamento che ci aiuta a non fermarci e a cercare sempre nuove strade.

Continuiamo a coltivare la nostra passione con competenza, misura ed entusiasmo. Continuiamo a fare del vino un'occasione di conoscenza e di incontro. E continuiamo a costruire, insieme, un'AIS Lombardia capace di essere all'altezza della propria storia e, soprattutto, delle aspettative di chi le vuole bene.

Perché una grande Associazione non è soltanto quella che raggiunge traguardi importanti, ma quella che sa trasformarli in opportunità condivise e guardare al futuro senza dimenticare le persone che le danno valore.
Con gratitudine e fiducia,



Hosam Eldin Abou Eleyoun
Presidente AIS Lombardia

In sala come in vigna, gli schemi del passato non bastano più. Tra conti da riequilibrare, nuove abitudini dei clienti e un clima imprevedibile, ristoratori e viticoltori devono ripensare scelte e organizzazione. Due editoriali, una sfida comune: adattarsi, senza rinunciare alla qualità, mettendo l'esperienza al servizio del cambiamento.



Fine dining, conti da rifare

di ALBERTO P. SCHIEPPATI

Tutti a parlare di *fine dining*, come se fosse un segmento di offerta destinato a morire o comunque a soffrire: prendiamo atto delle (relative) difficoltà in atto nel settore, ma più che di crisi preferisco parlare di un momento di confusione, di grandi incertezze, di domande senza risposta.

L'euforia generata negli anni recenti dalla, probabilmente esagerata, disponibilità di spesa da parte della clientela internazionale aveva fatto intonare peana di esaltazione da parte del sistema della ristorazione cosiddetta "stellata". Salvo poi constatare, dati alla mano, che troppo spesso il *fine dining* ha costi e spese non commisurati alle entrate. Una bilancia che, nonostante (o proprio per) prezzi troppo alti per il consumatore, soprattutto italiano, pende solo da una parte.

Che fare quindi? In un mercato come quello della ristorazione commerciale, e in particolare di quella di matrice edonistica e guidaiola, non è semplice far quadrare i conti. Lo sanno bene quegli chef patron che faticano a reggere e, nonostante certi entusiasmi un po' infantili conseguenti alla assegnazione di una stella, che non sempre è generatrice di maggiori incassi, vengono presi da una certa afflizione.

Certo, il valore economico della qualità si paga, ma la percezione del consumatore spesso è diversa. E l'aumento generalizzato e spropositato del costo della vita certamente non aiuta ad accettare e pagare talento, creatività, estro e professionalità di tanti bravi professionisti. D'altronde, l'approccio del cliente verso la ristorazione va modificandosi nel tempo e credo se ne debba tenere conto. La maggioranza dei clienti





In vigna non basta più il calendario

di LEONARDO VALENTI

ormai, a parte eccezioni ovvie, non ordina una bottiglia al tavolo ma predilige il calice. Rifugge dai menù degustazione e sceglie alla carta. E anche i cosiddetti benestanti preferiscono ordinare solo un piatto, più eventuale dessert. È ben chiaro che, sic stantibus rebus, il mercato non possa crescere.

Qualcuno, come Cesare Battisti, patron del Ratanà a Milano, ha pensato di "archiviare" il *fine dining* trasformandolo in *all dining*, stando aperto con orario 12/24 e dividendo l'attività del personale, staff e brigata, in due turni, rendendo più semplici e ben definiti gli orari di lavoro. Un nuovo modo di organizzare l'attività. E di offrire una vera logica di servizio ai clienti che hanno orari non canonici. A pochi mesi dal battesimo dell'iniziativa, è già successo.

Un esempio che la dice lunga sulla necessità di uscire dagli schemi, inventando nuovi modi per richiamare clientela e armonizzare gli orari di lavoro del personale. Fra i tanti accorgimenti intelligenti, va segnalata anche la sensibilità di Fabrizio Chiappini, patron del Sale Grosso, sempre a Milano. La sua carta dei vini, a differenza di gran parte della ristorazione milanese, propone etichette sia grandi che grandissime, ma anche più "normali" per capirci, a ricarichi più che onesti e accessibili, con *mark up* che lasciano sbalorditi.

Una strada che, in un momento davvero complicato per il vino, ha aumentato le vendite, soddisfatto i clienti, dato un contributo a quella cultura del vino di cui tanti (forse troppi) parlano. ◆

Dopo un'estate segnata quasi senza tregua da ondate di calore, sarebbe facile parlare soltanto delle alte temperature registrate in vigna. La lezione, invece, è che la programmazione alla quale eravamo abituati non è più un riferimento su cui possiamo contare come un tempo.

L'alternanza delle condizioni climatiche e la velocità con cui passiamo da una situazione al suo opposto mettono in discussione il nostro lavoro. L'esperienza conserva il suo valore, ma serve sempre meno a stabilire in anticipo cosa fare e sempre più a interpretare quello che abbiamo davanti.

Una sfogliatura può sembrare opportuna e diventare un problema se subito dopo arrivano quaranta gradi: abbiamo esposto i grappoli quando avrebbero avuto bisogno di protezione. Anche la cimatura non può più essere automatica, perché la vegetazione che avremmo eliminato può offrire un'ombra preziosa.

Se in alcune zone le piante hanno affrontato meglio il caldo grazie alle riserve idriche accumulate durante l'inverno e la primavera, una delle difficoltà più evidenti è stata però la rapidità della maturazione. Ho visto vigneti normalmente distanziati di dieci o quindici giorni arrivare a maturazione nell'arco di soli tre giorni. Quando tutto si concentra, non basta riconoscere il momento giusto per vendemmiare: servono persone e mezzi disponibili. Altrimenti bisogna scegliere a quali vigneti dare la precedenza, rischiando di perdere il momento migliore per gli altri.

Il cambiamento climatico impone quindi una gestione organizzativa diversa. Le aziende strutturate, dotate di tecnici e capacità operative, sono più attrezzate per affrontare questa imprevedibilità. Quelle piccolissime possono contare su una conoscenza capillare delle proprie viti e intervenire rapidamente, in modo quasi sartoriale. A soffrire maggiormente sono le realtà intermedie: troppo grandi per gestire tutto in famiglia, ma senza una struttura adeguata a intervenire tempestivamente.

La soluzione? Non smettere di programmare, ma rendere la programmazione più flessibile. Occorre osservare, aggiornare le decisioni e agire in tempi brevi. Il patrimonio di conoscenze costruito nel tempo non va abbandonato, ma messo alla prova, giorno dopo giorno. Non significa improvvisare, ma essere pronti a correggere le scelte in base a quanto accade in vigna. ◆

LE NUOVE FRONTIERE DELL'AFFINAMENTO

Il mare, i laghi, le grotte, la montagna: sempre più cantine scelgono luoghi alternativi per custodire le bottiglie. Che cosa cercano, quali differenze osservano e quali risposte attende ancora la ricerca?

a cura di

Anna **Basile** * Anita **Croci**

Alessandro **Franceschini** * Sara **Missaglia** * Paolo **Valente**

di ALESSANDRO FRANCESCHINI

Acqua, aria, terra e fuoco. Per Empedocle erano queste le radici di tutte le cose e non a caso accompagnano tutto il lungo percorso del vino: il suolo accoglie la vite, l'acqua la nutre, l'aria e il calore accompagnano la maturazione dell'uva. Ma che cosa succede quando alcuni di questi elementi diventano anche una chiave per ripensare il luogo nel quale una bottiglia riposa?

Questo speciale parte da una domanda: il luogo di affinamento di un vino conta quanto il tempo che gli concediamo per trovare il suo giusto equilibrio? Dalle profondità marine e lacustri alle cantine d'alta quota, sempre più produttori stanno sperimentando ambienti alternativi a quelli tradizionali. Bottiglie immerse, custodite sotto la neve o trasferite a tremila metri di altitudine: esperienze diverse, accomunate dalla volontà di esplorare altre strade per accompagnare l'evoluzione del vino.

A cambiare sono temperatura, pressione, luce e condizioni di conservazione. A volte la scelta risponde a un'esigenza pratica, altre volte alla semplice curiosità, al legame con un territorio o al desiderio di costruire un racconto riconoscibile. Ricerca e comunicazione certamente convivono, così come entusiasmo e scetticismo.

Nelle pagine che seguono abbiamo raccolto esperienze di produttori e studiosi impegnati a cercare delle risposte. Senza dare per scontato che il mare o la montagna rendano un vino migliore, né tantomeno liquidare il tutto come una semplice trovata di marketing (c'è anche questa componente, e non è una parolaccia).





ALBERTO BALBI

ACQUA

STORIE DI PROFONDE IMMERSIONI

I vini affinati sott'acqua

DAL MARE AI LAGHI, SEMPRE PIÙ PRODUTTORI SCELGONO L'AFFINAMENTO SUBACQUEO. TRA RICERCA, SOSTENIBILITÀ E MARKETING, UN VIAGGIO NELLE CANTINE SOMMERSE PER CAPIRE CHE COSA CAMBIA DAVVERO NEL CALICE

di PAOLO VALENTE

L'affinamento sott'acqua è il metodo più diffuso tra quelli che prevedono la sosta delle bottiglie fuori dalle pareti delle tradizionali cantine e in questi anni ha trovato sempre maggiori estimatori. Il tema, sebbene molto affascinante, è certamente divisivo: c'è chi sostiene sia solo un modo per fare soprattutto storytelling e quindi avere qualcosa di diverso da raccontare e chi, invece, porti dei vantaggi particolari che in cantina non si otterrebbero.

IL PIONIERE: PIETRO LUGANO

Il primo a immaginare, negli anni Novanta, un affinamento sui fondali marini fu **Pietro Lugano** dell'azienda ligure **Bisson** di Chiavari; la contiguità con il mare fu sicuramente determinante. Le prime immersioni datano maggio 2009 al largo di Sestri Levante. Le bottiglie furono recuperate nel luglio 2010. «La prima riemersione è stata adrenalina pura, culminata con la prima bottiglia stappata a bordo» ricorda il produttore. Ancora oggi Bisson continua con l'affinamento in mare e il suo **Abissi** sosta a 60 metri di profondità dove la temperatura è costante a 15 °C e le correnti marine cullano continuamente le bottiglie.

L'AFFINAMENTO PER CONTO TERZI

Ma, come spesso accade, l'idea si scontra poi con le difficoltà pratiche che rendono le operazioni non così agevoli. Occorre trovare i luoghi, i mezzi e le competenze per calare le bottiglie e per assicurarle al fondale o comunque evitare che si disperdano. Non tutti i produttori sono in grado di farlo con le proprie forze. Sono nate quindi alcune società che si dedicano proprio a questo. Hanno creato delle vere e proprie cantine subacquee nelle quali custodiscono i vini dei loro clienti, oltre a occuparsi dell'immersione e del recupero. Entrambe attività affascinanti e che necessitano di competenza e professionalità specifiche.

Coral Wine, ad esempio, possiede una cantina subacquea nei pressi dell'isola di Pag in Croazia dove sono collocate oltre 15.000 bottiglie di differenti produttori europei. I vini sono immersi in apposite ceste da 150 bottiglie studiate specificamente per far circolare l'acqua in modo uniforme, permettendo agli organismi marini e alle alghe di vivere e crescere intorno e sopra le bottiglie. Jamin UnderWaterWines, che ha sede in Liguria e possiede una decina di cantine subacquee in attività o in apertura, dedica molte risorse allo studio e allo sviluppo di servizi ingegneristici, tecnologie e protocolli esclusivi per l'affinamento subacqueo di vini e distillati. Relativamente recente è l'attività di **Megaride Cantine Sommerse** che dispone di una cantina subacquea alle spalle di Castel dell'Ovo a Napoli il cui fondale digrada dai 40 ai 55 metri.

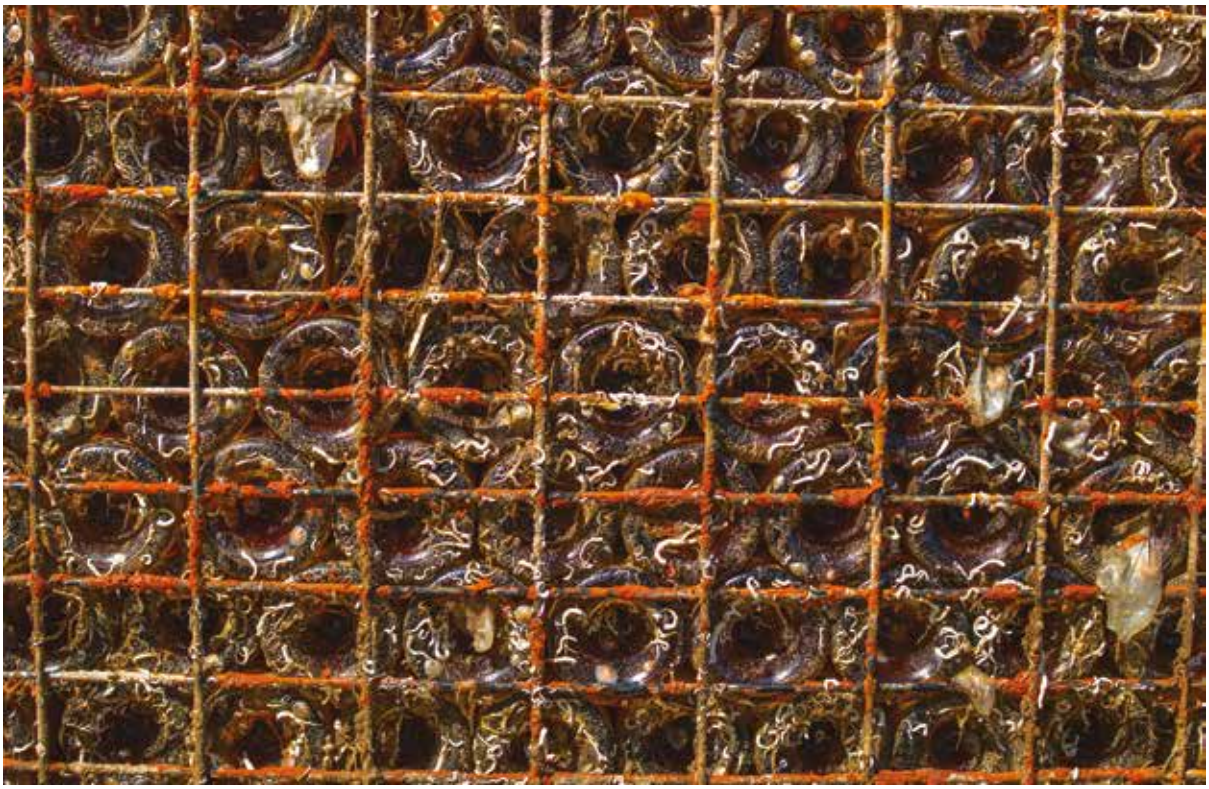
SOTT'ACQUA È PIÙ SOSTENIBILE

Prima di indagare gli effetti che l'affinamento subacqueo determina nel vino non è secondario l'aspetto della sostenibilità. I lunghi affinamenti in cantina richiedono una temperatura costante che negli ambienti moderni difficilmente viene raggiunta solo con metodi naturali; occorre quindi il condizionamento con il relativo consumo energetico. Le bottiglie conservate sott'acqua invece non hanno necessità



LE DIFFICOLTÀ PRATICHE PER L'IMMERSIONE IN ACQUA HANNO PORTATO ALLA NASCITA DI AZIENDE SPECIALIZZATE IN GRADO DI OCCUPARSI DI TUTTI GLI ASPETTI TECNICI





di essere raffrescate artificialmente essendo le temperature dell'acqua coerenti con le esigenze di affinamento dei vini. «Affino in acqua dal 2010 per necessità, in quanto ho una cantina troppo calda in estate e con temperatura non costante», ci spiega **Alex Belingheri**, proprietario della **Agricola Vallecamonica** che lascia riposare per almeno 24 mesi nelle profondità lacustri i suoi spumanti Metodo Classico.

IL FASCINO E LA PASSIONE PER IL MARE

Ma la scelta dell'affinamento subacqueo può essere determinata anche dal cuore e dall'attaccamento al mare. È così per **Nadia Zenato** che con il progetto **Sansonina in Laguna** lascia 16 mesi nelle acque della laguna veneziana i magnum di trebbiano di Lugana. «L'idea nasce innanzitutto da un mio amore viscerale per Venezia. È una città alla quale sono profondamente legata, che mi emoziona ogni volta e che, con la sua unicità, la sua bellezza e il suo rapporto così intimo con l'acqua, ha sempre esercitato su di me un fascino straordinario». Lo stesso vale per **Nicola Leo** dell'azienda pugliese **Paololeo**: «L'idea è nata proprio dal legame con il nostro territorio: siamo in Puglia, una terra di vigne e di mare. Non volevamo semplicemente creare una nuova bollicina, ma volevamo costruire un progetto che andasse oltre il calice. Un progetto difficile, fatto di ricerca, sperimentazione ed esperienza».



IL LAVORO DEGLI ORGANISMI MARINI DECORA IN MODO UNICO E IRRIPETIBILE LE BOTTIGLIE TANTO DA RENDERLE VERI E PROPRI PEZZI DA COLLEZIONE

LA VOGLIA DI INNOVARE E SPERIMENTARE

La sperimentazione e la ricerca di nuove espressività è però spesso il vero motivo per cui diverse cantine stanno intraprendendo questa strada, certo abbastanza onerosa. «La curiosità è sempre stata parte del mio modo di fare champagne: mi interessa capire fin dove ci si può spingere per scoprire nuove sfumature» afferma **Alberto Massucco**, piemontese Doc, fondatore e patron della **Maison Massucco** che ad **Avise** produce Champagne dal cuore e dalla testa italiani. «Nel 2023 è partita una prima sperimentazione con circa 100 bottiglie; le abbiamo recuperate nel 2024 e i risultati sono stati abbastanza interessanti da spingermi a proseguire il progetto con un nuovo affinamento, che coinvolgerà circa 1.000 bottiglie».

È ancora il desiderio di sperimentare ad aver spinto anche **Luca Bellani**, patron dell'azienda oltrepadana **Ca' di Frara**, a immergere le sue bottiglie di Metodo Classico da pinot nero **Apnea** per 24 mesi nelle acque del Lago di Como.

PIÙ CHE UN AFFINAMENTO, UN AFFIDAMENTO

Durante la permanenza sott'acqua le bottiglie si trovano in totale assenza di luce, a temperatura costante e in continuo movimento; questo sembra incidere sul profilo del vino. Non si tratta quindi semplicemente di sostituire la cantina con il mare, ma di sperimentare un ambiente di affinamento capace di imprimere al vino caratteristiche particolari o comunque diverse rispetto al riposo in cantina.

Più che di affinamento marino **Gianluca Grilli**, fondatore di **Tenuta del Paguro** che produce **Ostrea in Fundo** Sangiovese rosato, preferisce parlare di vino affidato al mare. «Non consideriamo il mare una "cantina naturale" e non parliamo di un beneficio in senso assoluto. È semplicemente un ambiente diverso, che conduce il vino lungo un'evoluzione propria. A trenta metri di profondità il vino attraversa dodici mesi nel buio, con una temperatura compresa fra i 10 e i 13 gradi, sotto l'effetto della pressione e di correnti lente. Sono condizioni che accompagnano la sua evoluzione senza che noi possiamo intervenire».

TEMPERATURA COSTANTE E MOVIMENTO ONDULATORIO

Anche Nadia Zenato trova che questi siano i fattori determinanti: «La temperatura sott'acqua è costante in modo naturale, ancora più che in cantina. In cantina una stabilità così va costruita, con la climatizzazione e tenendo conto del continuo movimento di persone e di bottiglie che entrano ed escono dal magazzino; in immersione, invece, quell'interscambio non c'è e la temperatura resta davvero sempre uguale. Un altro vantaggio è il lieve e continuo movimento ondulatorio a cui le bottiglie sono sottoposte sott'acqua: è come se il mare le cullasse per tutto il periodo di permanenza, favorendo un amalgama migliore tra le diverse componenti del vino».



Ancora più preciso Nicola Leo, enologo e padre del progetto **Mormora**: «Non è solo una suggestione: sono le correnti marine che ci interessano. Il loro movimento mantiene i lieviti costantemente in sospensione e questo permette al vino di evolvere in un modo diverso che non possiamo replicare sulla terraferma. In cantina, per ottenere un movimento simile, avremmo bisogno di qualcuno che intervenga continuamente sulle bottiglie. Noi abbiamo scelto di affidare questo lavoro alla natura, obiettivamente è molto più magico farlo fare al nostro mare». Il risultato «è un affinamento in bottiglia più armonico, con un vino più equilibrato, perché ogni componente si integra meglio con le altre» conferma Nadia Zenato.

PIÙ COMPLESSITÀ E PROTEZIONE DALL'OSSIDAZIONE

Secondo Alberto Massucco, che affina il suo Champagne alcuni mesi al largo dell'Isola di Pag in Croazia a venti metri di profondità, cambia anche l'evoluzione: «Abbiamo riscontrato una tessitura più setosa e cremosa, ma anche una buona conservazione della freschezza e della verticalità. La sensazione è quella di un vino che ha sviluppato una complessità importante, pur mantenendo vivacità e spalla acida». Gli fa eco Alex Belingheri: «la fermentazione lenta, unita alla successiva e sempre lenta cessione dei lieviti a bassa tempe-

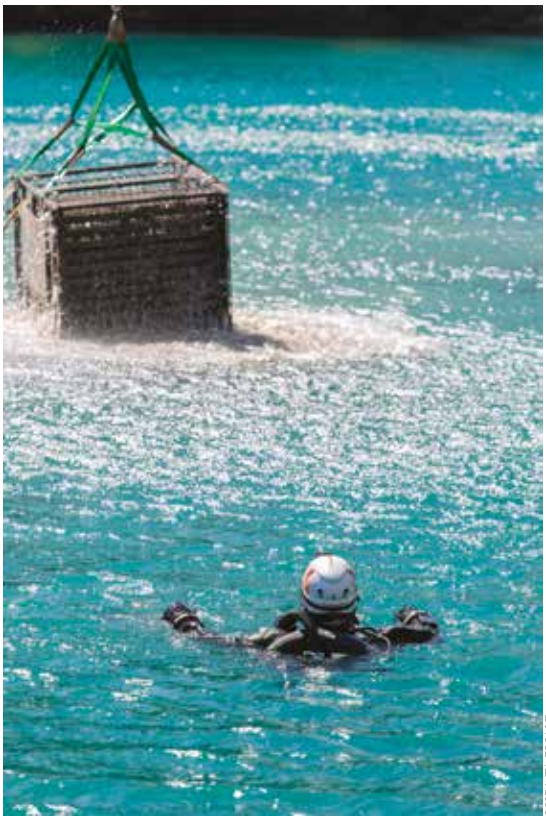
BUIO, TEMPERATURE COSTANTI, PRESSIONE E LENTO MOVIMENTO DELLE CORRENTI PERMETTONO AL VINO DI EVOLVERSI SVILUPPANDO COMPLESSITÀ E IDENTITÀ



ratura, restituisce un vino integro e pronto ad affrontare molti anni di ulteriore affinamento dopo la sboccatura. I sentori di crosta di pane sono meno presenti e questo lo rende diverso. Il vino è ulteriormente protetto dall'ossidazione perché la contropressione fa sì che non ci siano perdite di pressione come avviene in cantina e nel contempo l'entrata di ossigeno; ovviamente sono micro-perdite e micro-ossigenazioni che però nel lungo periodo fanno differenza».

PACKAGING, MARKETING E COMUNICAZIONE, ASPETTI NON SECONDARI

L'affinamento sott'acqua, oltre che determinare un cambiamento nelle caratteristiche del vino, impatta, non dobbiamo negarlo, in modo rilevante anche sugli aspetti di marketing e di comunicazione. Di conseguenza anche il lato estetico riveste un ruolo importante: la bottiglia viene naturalmente decorata con incrostazioni date dal fenomeno del fouling e dal lavoro di organismi marini, che la disegnano in modo unico e irripetibile aggiungendo valore tanto da farla diventare un pezzo da collezione. Il packaging, spesso specifico e prezioso, normalmente prevede anche una pellicola trasparente a proteggere le concrezioni sulla bottiglia. L'azione dell'acqua, sia essa di mare che di lago, ha quindi un impatto rilevante su più aspetti, tali da giustificare l'attenzione e l'investimento che tante aziende stanno riservando a questo speciale luogo di affinamento. ◆



LUCA TAGLIANI

L'AFFINAMENTO SOTTOMARINO SECONDO JAMIN: SCIENZA, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Dai fondali di Portofino a una rete di cantine subacquee. Il cofondatore Emanuele Kottakis racconta protocolli, ricerca e prospettive di una tecnica che punta a coniugare innovazione e tutela degli ecosistemi

di ANNA BASILE

In dialetto genovese *jamin* significa lavoro duro, faticoso. Chi ha scelto questa parola per battezzare la propria impresa sapeva che scommettere sul mare non sarebbe stata una passeggiata. Nata nel 2015 da un'idea di Emanuele Kottakis, Cristina Iacuocci e Massimiliano Gorrino, Jamin Underwater Wines è una realtà specializzata nell'affinamento subacqueo di vini e distillati.

Sono sia italiane che internazionali le aziende (circa 30) che hanno cominciato ad affinare in mare. I primi test, partiti nel 2015, sono stati fatti sui fondali dell'area marina di Portofino (unica area dedicata ai test) mentre gli UnderWaterCellar, divisioni atte alla produzione, si trovano in diverse regioni – da Ischia a Termoli, da Cosenza a Bellagio. Qui i vini sostano tra i 35 e i 70 metri di profondità sfruttando temperatura costante, assenza di luce e giusta pressione. Emanuele Kottakis ci racconta come è nata l'azienda.

Nel panorama enologico moderno convivono legno, cemento, anfora e acciaio. Cosa spinge un produttore a cercare nuove strade?

«Cemento, acciaio e anfora sono tutti elementi che si utilizzano nell'evoluzione del vino. L'affinamento subacqueo non è che un altro metodo, nuovo, di fare evolvere i vini. I produttori che si affidano a noi lo fanno perché desiderano comprendere il potenziale di questa nuova via evolutiva. C'erano i metodi tradizionali e adesso esiste anche l'affinamento subacqueo».

Dal punto di vista chimico e organolettico cosa cambia?

«L'affinamento marino espande l'ampiezza dello spettro aromatico mantenendo un'intensità più contenuta, mentre sul piano gustativo esalta mineralità e sapidità grazie a processi di polimerizzazione accelerati. Questi effetti variano in base alla tipologia: nei prodotti ad alto residuo zuccherino la percezione dello zucchero risulta più calmierata e integrata; nelle bollicine la conservazione in isopressione rende il perlage più fine e delicato. Infine, nei vini con componente tannica, l'accelerazione della polimerizzazione addolcisce i tannini in tempi più rapidi senza scalfire freschezza e integrità».

Temperatura costante, buio, correnti marine e la pressione: tra le variabili del mare qual è quella che incide di più sull'evoluzione?

«L'ambiente subacqueo agisce attraverso un insieme di variabili sinergiche. A una profondità di oltre 35 metri, il termoclino si comporta come compattatore e isolante termico, mantenendo una temperatura ideale per la conservazione, tra i 13,8 °C e i 15,9 °C. Al contempo, la pressione idrostatica e l'interazione delle correnti generano quel condizionamento unico sui processi molecolari e sulla struttura del vino che andiamo a mappare e controllare con i nostri protocolli».

Quali sono le caratteristiche "di partenza" indispensabili per l'affinamento in ambiente marino?

«È fondamentale che il vino abbia potenziale evolutivo: se un vino non ne ha, è inutile farlo evolvere in un altro ambiente. Stiamo lavorando con tante aziende, dai grandi produttori, come Valdo Spumanti o Amaro Lucano, agli artigiani del vino, come Possa nelle Cinque Terre, e abbiamo capito che ogni vino richiede un protocollo specifico. Quando una cantina si rivolge a noi, per



OPERAZIONI DI RECUPERO DELLE GABBIE MODULARI DESTINATE ALL'AFFINAMENTO SUBACQUEO

prima cosa avviamo uno studio di fattibilità per analizzare il comportamento del vino attraverso i nostri sensori e formulare, in base ai dati rilevati, un protocollo idoneo per quel vino. Poi, si può passare all'affinamento subacqueo. Il processo richiede studio, ricerca e tempo, un investimento sia per noi che per il produttore».

L' affinamento subacqueo è anche una scelta di marketing. Qual è il confine tra storytelling e l'effettiva evidenza scientifica del vostro metodo?

«Il marketing conta, ma la nostra forza è la scienza. Nel 2021 abbiamo pubblicato i risultati del metodo Jamin su riviste di settore e con dati scientifici alla mano abbiamo dimostrato che l'affinamento subacqueo caratterizza in modo oggettivo l'evoluzione del vino. A breve pubblicheremo un secondo studio, frutto di 12 anni di attività e oltre 2 milioni investiti, per condividere i risultati con la comunità scientifica».

Parliamo di sostenibilità: qual è l'impatto delle gabbie subacquee sugli ecosistemi marini?

«La sostenibilità è nel nostro atto costitutivo: Jamin è una Società Benefit, abbiamo ricevuto il premio Miglior Società Benefit; siamo stati premiati dal MIMIT e siamo certificati Neutral Impact dal DISTAV dell'Università di Genova. Monitoriamo l'impatto ambientale delle strutture sul fondale aborrendo le bottiglie ricoperte da incrostazioni invasive, nocive per il mare. Sono tante le iniziative a sostegno dell'ambiente: il brevetto Smart Cage; un contenitore predisposto per la piantumazione e la coltivazione della flora di fondale; la ripopolazione marina».

Qual è il prossimo passo della ricerca di Jamin?

«Con un database di oltre 300 referenze affinate in mare, tra vini, olio, aceto e birra, il nostro prossimo obiettivo entro tre anni è lanciare una tecnologia standardizzata e sostenibile. Vogliamo rendere l'affinamento sottomarino accessibile su grandi volumi a tutto il settore, puntando su ricerca e innovazione». ◆

TERRA

Vini Underground

IL SENSO È LETTERALE, PERCHÉ LE BOTTIGLIE DI CUI RACCONTIAMO SOSTANO REALMENTE NEL SOTTOSUOLO, MA UNDERGROUND È ANCHE IL PENSIERO: LA LIBERTÀ DI ESPRIMERSI FUORI DAGLI SCHEMI TRADIZIONALI

di ANITA CROCI

Che novità, dirà qualcuno: le cantine sono per definizione locali interrati dove si conservano provviste e vino; tanto da rendere il termine sinonimo di azienda vinicola. Perché la cantina del nostro immaginario – diversi metri sottoterra, pareti a vivo – offre quelle condizioni di temperatura, umidità, assenza di luce, rumori e vibrazioni, ideali per accogliere i vini in maturazione o affinamento.

Nei fatti, però, aziende vinicole che oggi dispongano di queste cantine ce ne sono ben poche; dove possibile si ricorre a climatizzatori e umidificatori che, se da un lato permettono un controllo puntuale dei parametri, dall'altro difficilmente possono ricreare le stesse condizioni di un vero sottosuolo. Oltre a essere energivore: fattore che, specie per le lunghe immobilizzazioni, pesa notevolmente sul conto economico e ambientale.



SILVIA PIETRANTONI

UMIDITÀ E TEMPERATURA COSTANTI; BUIO, SILENZIO, ASSENZA DI VIBRAZIONI: GROTTE E MINIERE OFFRONO NATURALMENTE LE CONDIZIONI IDEALI PER L'AFFINAMENTO DEI VINI



Ecco, quindi, che alcuni produttori hanno trovato soluzioni alternative e sostenibili. E se da un punto di vista logistico e burocratico l'impegno è gravoso, il valore ambientale e storico di queste scelte si aggiunge alla grandezza dei vini che ne derivano.

DOVE SI ESTRAEVA ZINCO ORA RIPOSA IL METODO CLASSICO

Nove Lune, nell'Oasi naturale della Valpredina, è un'azienda giovane nel mondo del vino ma che ha espresso da subito solida identità e valore qualitativo. Titolare e anima è **Alessandro Sala**, tra i primi promotori della viticoltura PIWI in Lombardia. Personaggio dell'anno 2024 per la Guida Viniplus "per la dedizione e professionalità dedicate alla continua ricerca di soluzioni innovative e sostenibili in campo agronomico".

È questa attitudine che lo porta ad affinare il suo Metodo Classico in maniera sostenibile. «Cercavo un luogo per la sosta sui lieviti che avesse le migliori condizioni tecniche e che, allo stesso tempo, permettesse di chiudere il cerchio di una filiera completamente a impatto zero. Gli Champagne affinano in condizioni particolari, in alcuni casi all'interno di miniere. Ho pensato quindi di fare lo stesso, unendo le condizioni ideali per l'affinamento al rispetto per l'ambiente e alla valorizzazione del mio territorio».

Le **miniere di Costa Jels** si trovano a **Gorno** (BG), in Val del Riso, diramazione laterale della Val Seriana, a 830 metri di quota. «Qui c'è tutto ciò che cercavo: temperatura di 10 °C e umidità del 95% costanti tutto l'anno; buio, assenza di vibrazioni: condizioni naturalmente ideali per la sosta sui lieviti. Il massimo dal punto di vista tecnico, ottenuto senza consumare energia elettrica e senza generare emissioni di CO^2». L'attività estrattiva dello zinco è terminata nel 1982 lasciando 230 chilometri di gallerie, cunicoli e caverne, teatro dei sacrifici di tanti minatori delle valli bergamasche. Questo progetto è nato anche per non dimenticare le loro storie di fatica e umanità, contribuendo alla valorizzazione museale del sito.

Dopo la lunga trafila autorizzativa, le prime 1200 bottiglie raggiungono la miniera nel 2020, trasportate all'interno utilizzando in parte i binari recuperati dai volontari dell'Ecomuseo, in parte la sola forza delle braccia. Qui riposano immobili per almeno 5 anni, prima di tornare in cantina per il remuage e la sboccatura e diventare **Costa Jels**, uno spumante dalla mineralità spiccata come la storia che porta in bottiglia.

NELLE MINIERE IN ALTA MONTAGNA

Uscendo dai confini regionali, non si può non citare il progetto **Argentum Bonum** di **Elena Walch**, tra le prime aziende in Italia a realizzare affinamenti in una miniera di alta montagna. «La sperimentazione e la ricerca della massima qualità

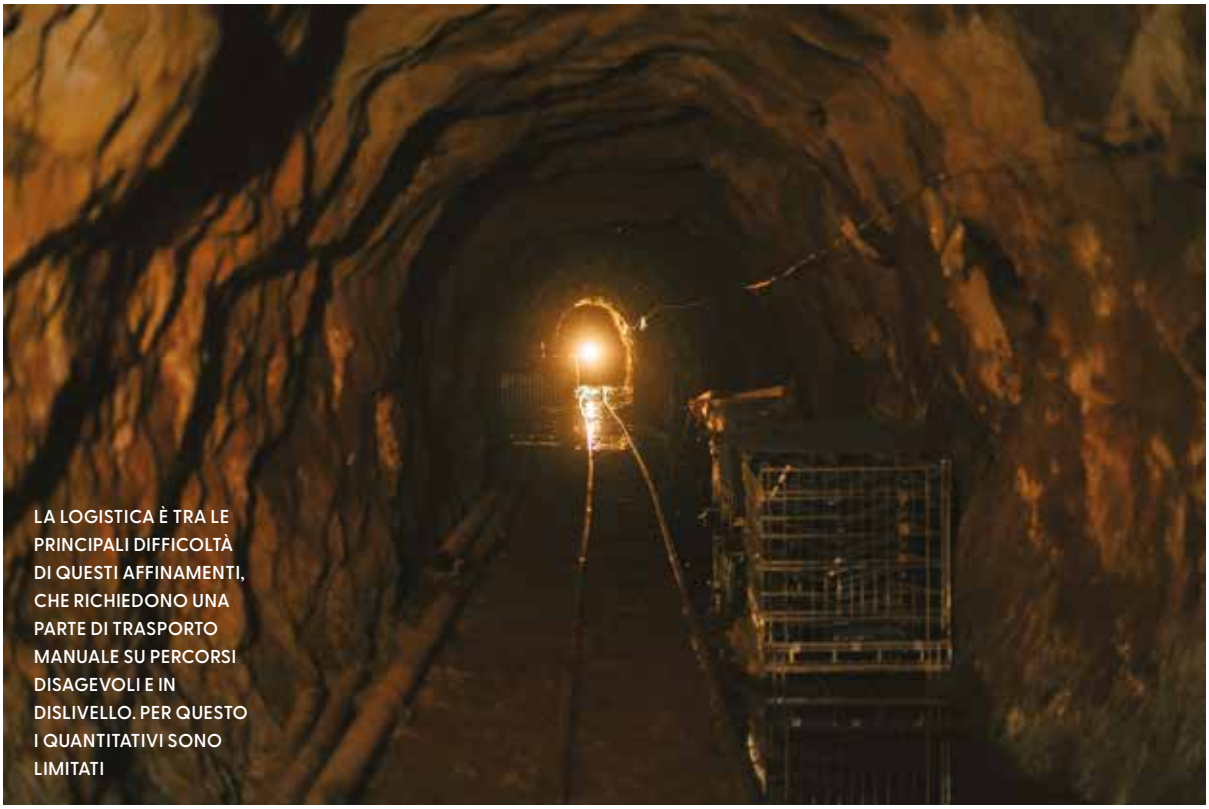


sono da sempre i pilastri del nostro lavoro. L'idea nasce da un ricordo e da una tradizione di famiglia, per cui la nonna notò che, nella nostra baita di montagna a 2.000 metri di altitudine, anche un vino di pronta beva come la Schiava si manteneva straordinariamente bene nel tempo» racconta **Karoline Walch**, alla guida della storica maison altoatesina insieme alla sorella Julia.

«Spinti dalla curiosità di approfondire questa intuizione, abbiamo cercato un luogo in quota dove poter far evolvere le nostre selezioni più prestigiose: la risposta l'abbiamo trovata nell'ex **miniera d'argento Schneeberg in Val Ridanna** (BZ), quasi al confine con l'Austria. Ci è sembrato il luogo ideale, anche dal punto di vista simbolico, per dare nuova vita a una miniera ricca di storia e donare un prezioso "tocco d'argento" ai nostri vini di punta: la **Grande Cuvée Beyond The Clouds** e il **Gewürztraminer Vigna Kastelaz**».

Il piccolissimo trenino storico conduce le bottiglie per tre chilometri fino al cuore della montagna, a oltre duemila metri di quota. Qui riposano per circa sette anni in totale oscurità e isolamento, con una temperatura costante di 11°C, un'umidità del 95% e una pressione dell'aria estremamente bassa. Questo microclima unico rallenta enormemente i processi di maturazione: i vini guadagnano in profondità e complessità senza perdere la brillantezza del colore e la freschezza aromatica.

La complicata logistica e la cura che l'ambiente remoto e peculiare richiede consentono anche qui una produzione limitata: solo 1.200 bottiglie all'anno per etichetta, identifi-



LA LOGISTICA È TRA LE PRINCIPALI DIFFICOLTÀ DI QUESTI AFFINAMENTI, CHE RICHIEDONO UNA PARTE DI TRASPORTO MANUALE SU PERCORSI DISAGEVOLI E IN DISLIVELLO. PER QUESTO I QUANTITATIVI SONO LIMITATI

TOBIAS KASER



TOBIAS KASER

cate dal caratteristico sigillo in ceralacca gialla. All'interno, vini dalla giovinezza senza tempo.

DALLE GALLERIE SCAVATE DALL'UOMO A QUELLE SCAVATE DALL'ACQUA

Bàsura è la strega che presta il nome a una delle sale più suggestive delle **Grotte di Toirano** (SV). Negli anni Novanta **Durin** è tra i primi in Liguria a sperimentare Metodo Classico da vitigni autoctoni. Nel 2007 la prima produzione ufficiale: 16mila bottiglie al tiraggio. Un bel problema, per una piccola cantina ligure, immobilizzare tanto spazio per qualche anno. «Era settembre e già pensavamo a dove avremmo potuto posizionare i vini fermi della nuova annata. Mi venne in mente che le Grotte di Toirano, in cui ho trascorso metà della mia infanzia poiché mia mamma era una guida, possedevano un magazzino piuttosto ampio e provai a chiederlo in affitto. Il direttore e il sindaco si dimostrarono entusiasti e disponibili, ma poco fiduciosi sulla concreta possibilità, essendo un'area sottoposta a tutela. Telefonai quindi autonomamente in Soprintendenza e raccontai della mia idea, ottenendo il classico "le faremo sapere"». **Laura Olivieri Basso** pensava già al piano B, le segrete del Priamar, l'antica fortezza che domina Savona. «E invece soltanto due giorni dopo arrivò un fax dalla Soprintendenza in cui ci veniva accordato il permesso senza scadenza per le Grotte. Ne parlarono tutti i quotidiani locali perché si trattava di una concessione eccezionale, vista la rilevanza archeologica del sito».

Nel giugno 2011 il primo trasferimento in grotta: 300 metri di ripida salita percorsa su un piccolo 4x4, che passa tra il burrone e la roccia con uno scarto millimetrico. All'interno, si segue il percorso di visita e il trasporto è solo manuale, per circa sessanta metri. Al percorso a ostacoli si aggiunge anche una copiosa dose di burocrazia. «E poi qualcuno scherza sul fatto che, da buoni liguri, risparmiamo sulla bolletta…». Peraltro, in cantina, condizionatore e umidificatore non potrebbero ricreare la medesima costanza microclimatica della grotta: 16°C di temperatura e umidità del 90%; buio, silenzio e assenza di vibrazioni. È riposando così per almeno 48 mesi che prende forma il **Bàsura Obscura**, un Metodo Classico che porta in bottiglia la tortuosa bellezza del Ponente Ligure. ◆



LA POSTAZIONE DI VINI
D'ALTURA COPERTA
DALLA PRIMA NEVICATA
SUL GRAN SASSO

ARIA

Quando il vino sale in quota

DALLE ALPI AL GRAN SASSO, LA MONTAGNA DIVENTA LABORATORIO: PRODUTTORI E UNIVERSITÀ STUDIANO COME QUOTA, FREDDO E PRESSIONE POSSANO DAVVERO CAMBIARE L'EVOLUZIONE DEL VINO

di SARA MISSAGLIA

L'affinamento non è più soltanto una questione di tempo. Può diventare anche una questione di quota. La domanda che accomuna esperienze molto diverse fra loro è semplice quanto affascinante: cosa accade quando una bottiglia o una barrique vengono trasferite ad alta quota?

Le risposte sono ancora parziali, ma il numero delle sperimentazioni aumenta: l'ipotesi è che un minore apporto di ossigeno possa prolungare la fase di maturità del vino senza impedirne l'evoluzione aromatica.

TRE TERRITORI, UN PINOT NERO A TREMILA METRI

Fra i progetti più interessanti troviamo **PINO 3000**, nato dalla collaborazione tra **Weingut Paul Achs** (Austria), **Weingut Dr. Heger** (Germania) e **Cantina Sankt Pauls** (Italia) per **Das Central Sölden**, prestigioso hotel delle Alpi tirolesi. L'originalità dell'iniziativa non risiede soltanto nell'affinamento in quota, ma nella creazione di un unico pinot nero ottenuto dall'assemblaggio di tre interpretazioni provenienti da altrettanti terroir europei.

Il Burgenland austriaco conferisce struttura e profondità grazie ai suoli calcarei e scistosi; il Baden tedesco apporta

eleganza, tensione e precisione aromatica attraverso vigneti di matrice vulcanica; l'Alto Adige completa l'assemblaggio con la freschezza dei vigneti coltivati su terreni dolomitico-calcarei. Le tre basi vengono vinificate separatamente, affinano inizialmente in barrique e sono poi assemblate in Alto Adige. Da qui il vino raggiunge l'**ice Q**, il ristorante d'alta quota di **Das Central Sölden**, a 3.048 metri, dove completa altri quattordici mesi di affinamento.

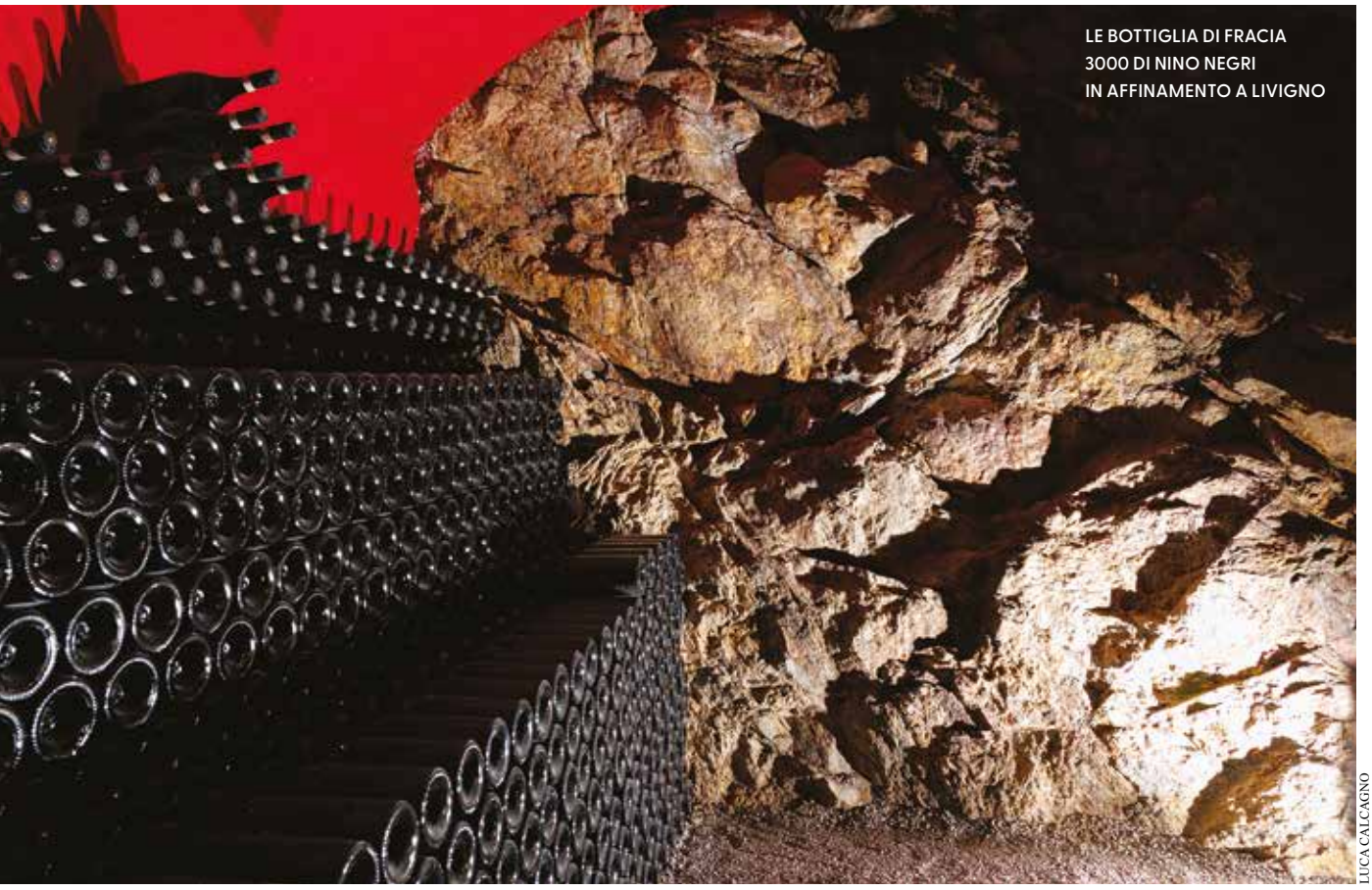
A questa altitudine, temperature naturalmente basse e stabili, unite a una pressione atmosferica inferiore rispetto a quella di fondovalle, contribuiscono a rallentare i processi evolutivi.

LE BOLLICINE AI PIEDI DEL MONTE BIANCO

Se **PINO 3000** utilizza la montagna per completare l'affinamento di un vino fermo, l'approccio della **Cave Mont Blanc** esplora invece un momento delicato: la presa di spuma. Con la **Cuvée des Guides**, ottenuta da *Prié Blanc*, la rifermentazione in bottiglia e la successiva maturazione sui lieviti avvengono infatti nella cantina del **Pavillon du Mont Fréty**, raggiungibile con la Skyway Monte Bianco, a 2.173 metri di altitudine. Qui le bottiglie sostano per circa trenta mesi in un ambiente caratterizzato da temperature comprese fra gli 8 e i 15 °C e da un'elevata stabilità termoigrometrica. In queste condizioni la presa di spuma procede con estrema gradualità, favorendo un'evoluzione lenta dei lieviti e una formazione particolarmente fine e persistente del perlage. La minore pressione atmosferica costituisce uno degli elementi di maggiore interesse scientifico, perché potrebbe influenzare la dinamica della dissoluzione dell'anidride carbonica durante la rifermentazione e il successivo equilibrio del vino in bottiglia. Dal 2022 il progetto è seguito dal Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari dell'Università di Torino, che sta analizzando gli effetti dell'altitudine sulla spumantizzazione.

LA VALTELLINA ESPLORA NUOVE QUOTE

Lo stesso rigore scientifico caratterizza anche **Fracia 3000**, iniziativa sviluppata da **Nino Negri**, che affronta il tema dell'affinamento in quota da una prospettiva diversa. In



LE BOTTIGLIA DI FRACIA 3000 DI NINO NEGRI IN AFFINAMENTO A LIVIGNO

LUCA CALCAGNO



LE BOTTIGLIE DELLA CAVE MONT BLANC DE MORGEX ET LA SALLE IN SOSTA PRESSO IL PAVILLON DU MONT FRÉTY, RAGGIUNGIBILE CON LA SKYWAY MONTE BIANCO, A 2.173 METRI DI ALTITUDINE

questo caso si osserva il comportamento di un grande rosso valtellinese già giunto a maturazione. Dopo circa cinque anni di affinamento tradizionale, alcune magnum di **Valtellina Superiore Valgella DOCG Vigna Fracia 2016** sono state trasferite a quasi 3.000 metri: a quote elevate la minore pressione esterna potrebbe influenzare gli scambi gassosi che avvengono attraverso il tappo in sughero, rallentando l'ingresso di ossigeno e, di conseguenza, alcuni processi ossidativi. Si tratta di un aspetto interessante per vini destinati a lunghi affinamenti, nei quali l'equilibrio tra evoluzione aromatica e ossidazione rappresenta uno degli elementi più delicati. I risultati dovranno essere confermati dal programma di ricerca sviluppato con l'Università di Torino.

Il **Cheséta**, nuovo **Valtellina Superiore DOCG Riserva della Cantina Nera** sempre in Valtellina, concentra l'attenzione su un diverso microclima di affinamento. Il vino riposa infatti nelle storiche grotte della Latteria di Livigno, a 1.816 metri. Il nome Cheséta, che nel dialetto valtellinese richiama il concetto di piccola chiesa o luogo raccolto e protetto, interpreta bene il significato di questa sperimentazione: uno spazio nel quale il tempo sembra avere un ritmo diverso. Protagonista è la *chiavennasca*, il nebbiolo delle Alpi: in questo caso non si ricerca un'accelerazione o un rallentamento dell'evoluzione, ma una maturazione il più possibile regolare, accompagnando il vino senza modificarne l'identità territoriale.

SOTTO LA NEVE DEL GRAN SASSO

Un ulteriore approccio differente è quello sviluppato da **Vini d'Altura**, percorso nato nel 1987 all'interno del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga. Qui le bottiglie vengono affidate alla montagna durante i mesi invernali e sostano sotto la neve, a quasi 2.000 metri di altitudine, all'interno di strutture progettate per garantire sicurezza e continuità delle condizioni ambientali. Nel corso di quasi quarant'anni sono stati studiati oltre 450 vini appartenenti alle più diverse tipologie, con l'obiettivo di comprendere come temperatura, pressione atmosferica, composizione geologica e permanenza in quota possano incidere sull'evoluzione del vino. L'aspetto più originale del progetto è nelle parole del suo ideatore, **Bruno Carpitella**, che distingue due concetti spesso utilizzati come sinonimi: «L'obiettivo non è far invecchiare più lentamente il vino. L'invecchiamento è soltanto una parte dell'evoluzione. Noi cerchiamo di rallentare l'ossidazione, lasciando invece che il vino continui a evolvere dal punto di vista aromatico». È una distinzione che cambia la prospettiva. Se l'ossidazione rappresenta uno dei motori dell'invecchiamento, l'evoluzione aromatica può invece proseguire lungo percorsi differenti, favorendo complessità e armonia senza necessariamente accelerare il decadimento delle caratteristiche varietali.

LE RISPOSTE ANCORA DA TROVARE

È ancora presto per parlare di un nuovo paradigma enologico. Le ricerche sono in corso e molte ipotesi attendono conferme scientifiche, un elemento appare già evidente: la montagna non è più soltanto il luogo in cui nasce il vino, ma sta diventando anche uno spazio nel quale il vino può trasformarsi. Non più semplice scenario naturale, ma laboratorio di ricerca che offre nuove chiavi di lettura. ◆



AFFINAMENTI "INSOLITI" NEL NUOVO MONDO

QUALCHE PIONIERE E MOLTA TRADIZIONE

Sebbene fuori dalla Vecchia Europa l'innovazione miri soprattutto a modernizzare la tradizione, non mancano sperimentazioni sott'acqua o altre ancora più curiose

di ILARIA RANUCCI

Ci si potrebbe aspettare che, considerato che nel Nuovo Mondo del vino c'è ancora un forte spirito pionieristico e molta volontà di creare cose nuove, ci siano allo stesso tempo anche numerosi esempi di affinamenti insoliti. Dopotutto, da chi spesso ha creato (e crea tuttora) vigne dove prima non ce ne erano mai state, un po' di creatività è il minimo che ci si possa aspettare. Non va dimenticato, però, che molto spesso la scintilla creativa in questi Paesi nasce da una profonda passione per i territori storici del Vecchio Mondo, che rimangono la prima fonte di ispirazione.

Il risultato di questa ammirazione per la vecchia Europa fa sì che l'obiettivo principale durante l'affinamento, più che la sperimentazione, sia l'uso sapiente, supportato dalle moderne conoscenze, delle modalità tradizionali. Se guardiamo ai grandi nomi del Nuovo Mondo, la sfida più difficile per gestire l'evoluzione del vino è stata quella, ormai dai più vinta, dell'uso non marcante del legno. Forse perché, per chi ha già fama di innovazione, un ulteriore "strato" di creatività può diventare quasi ridondante. E, a livello di marketing, l'interpretazione nuova di un modello francese o italiano ha paradossalmente più appeal rispetto al racconto di un affinamento creativo.

In almeno un caso, è la configurazione geografica stessa che definisce come "normale" quello che per qualcun altro è un affinamento atipico: in Sud America, ad esempio, dove vigne e cantine arrivano anche fino a 3000 metri di altitudine. In questi casi l'affinamento in altura è la norma, e l'eccezione sarebbe se qualcuno portasse il vino ad affinare sul livello del mare. In merito all'altitudine, quello che questi produttori sottolineano sono soprattutto i benefici della viticoltura in altura, come l'irraggiamento e la forte escursione termica. Per quanto riguarda l'affinamento, l'impatto plausibile sarebbe la maggiore rarefazione dell'ossigeno, che rallenterebbe i processi di ossidazione, ma, chiarita la teoria, rimane il fatto che è un impatto difficile da riconoscere e quantificare.

Sott'acqua? Ci sono diversi produttori che lo hanno sperimentato nel Nuovo Mondo, come ce ne sono altri che hanno provato tecniche o condizioni ancora diverse di affinamento.Vi raccontiamo tre casi, particolarmente curiosi.

OCEAN AGED WINES, PIONIERE DEI VINI OCEANICI

La peculiarità di questo produttore dello stato di Victoria in Australia, è che è stato tra i primissimi a sperimentare l'affinamento di spumanti sott'acqua. L'ispirazione precoce pare sia venuta nel 2006 all'enologo Glenn Eberbach in Italia, leggendo una rivista su un volo Palermo-Roma, che pare parlasse di un ristoratore che, in assenza di spazio per la cantina, ipotizzasse la conservazione sott'acqua. Appassionatosi all'idea, e tornato in Australia, ha iniziato a sperimentare fino a stringere una partnership con i proprietari del Burder Family Vineyard, che possedevano la vigna con la maggiore altitudine dello Stato di Victoria. Giusto per passare da un estremo all'altro. Detto fatto e nel 2012 è stata commercializzata la prima cuvée Metodo Classico, assemblaggio di chardonnay, pinot nero e meunier, oggi tenuta sott'acqua da 1 a 2 anni, tra 12 e 14





metri, in una location tenuta segreta. Eberbach è stato decisamente un pioniere, considerato che molta della attenzione a questa tecnica è nata dopo il ritrovamento nel 2010, nelle acque dell'arcipelago di Åland, in Finlandia, di 168 bottiglie di champagne di oltre 150 anni. Ben conservate, bevibili e abbondantemente discusse dalla stampa specializzata e non.

MIRA WINERY, E IL PRIMATO DELLA BUROCRAZIA

L'affinamento sotto l'acqua marina è un tema di cui si parla da tempo, e lo storytelling è ormai consolidato: bottiglie cullate dalle onde, tenute al fresco e poi vendute anche grazie all'aspetto, che le vede incrostate da conchiglie. Mira Winery, basata nella Napa Valley, si è raccontata come il primo produttore negli Stati Uniti a sperimentare con la maturazione del vino nell'oceano. Nel 2013 ha condotto un primo esperimento immergendo 4 casse di Cabernet Sauvignon 2009 a 18 metri di profondità. Una volta recuperate, dal confronto con lo stesso vino tenuto in cantina, non sarebbero emerse significative differenze chimiche, ma all'assaggio le bottiglie "oceaniche" si sarebbero rivelate più complesse, presumibilmente per una evoluzione accelerata. Il fatto curioso dell'esperimento di Mira è però un altro: nel 2015 l'agenzia federal Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau ha richiesto l'intervento della Food and Drug Administration per verificare la presenza di contaminanti nelle bottiglie sommerse. E noi parliamo della mancanza di regolamentazione del Nuovo Mondo!

"METEORITO" E GLI INFUSSI SPAZIALI

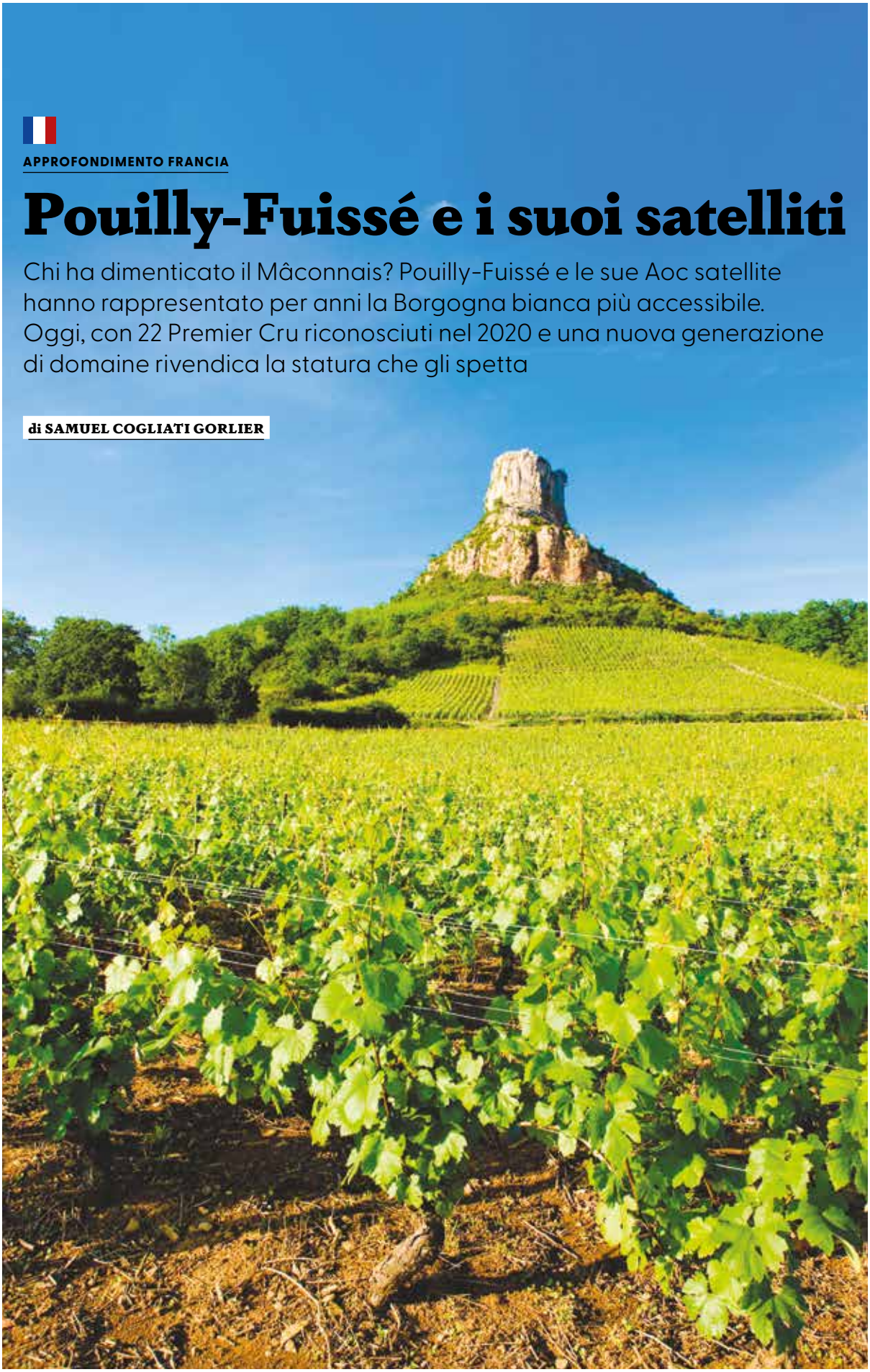
Già il fatto che uno scozzese, Ian Hutcheon, nativo di Norwich e appassionato di vino, sia finito a fare il vino in Cile, non è proprio una storia di tutti i giorni. Nel 2012 però Ian ha fatto notizia per un altro motivo molto più "spaziale". Appassionato anche di astronomia, e venuto in possesso di un meteorite grande come una pallina da golf della veneranda età di 4,5 miliardi di anni, e ha pensato bene di utilizzarlo per una tecnica di affinamento probabilmente unica al mondo. Lo ha immerso in alcune barrique, a turno, per 15 giorni. Per poi mettere in vendita un vino dal nome Meteorito, pensato per dare l'emozione del contatto con qualcosa venuto da molto lontano. Il vinificatore spaziale ha dichiarato che, dopo qualche tentativo, ha determinato che il cabernet sauvignon, grazie alla sua struttura, è il vitigno ideale per il trattamento, e che l'effetto del sasso sul vino, empiricamente valutato, è di accentuare colore e profumi. Non contento di questo esperimento, ha creato nel suo osservatorio una stanza che converte in suono le onde provenienti dallo spazio per modificare la composizione molecolare del vino. Con quest'ultimo progetto ha anche vinto un premio nazionale per l'innovazione...nel Turismo. ◆

APPROFONDIMENTO FRANCIA

Pouilly-Fuissé e i suoi satelliti

Chi ha dimenticato il Mâconnais? Pouilly-Fuissé e le sue Aoc satellite hanno rappresentato per anni la Borgogna bianca più accessibile. Oggi, con 22 Premier Cru riconosciuti nel 2020 e una nuova generazione di domaine rivendica la statura che gli spetta

di SAMUEL COGLIATI GORLIER



Il 10 gennaio del 1959 si aprì la 65a edizione del campionato rugbistico più prestigioso del mondo, a quel tempo denominato Torneo delle Cinque Nazioni. Sotto una spolverata di neve e davanti a 26 mila spettatori, la Francia di Lucien Mias, reduce da una trionfale tournée in Sudafrica, batté seccamente la Scozia per 9 a 0. Durante il terzo tempo che seguì l'incontro le due squadre e la compagine arbitrale guidata dal gallese Gwynne Walters non si reidratarono solo con acqua. Nel salone del prestigioso Hôtel Lutétia di Notre-Dame-des-Champs i sommelier servivano Mouton-Rothschild con le pietanze che richiedevano vino rosso, e per le portate adatte a un bianco... Pouilly-Fuissé[1]. È il segno inequivocabile della grandezza che, quasi settant'anni or sono, si riconosceva già al nostro vino.

In realtà non occorre attendere il Secondo dopoguerra per sancire l'autorevolezza del bianco del Mâconnais. Nei primi anni Trenta, la carta dei vini di un ristorante dell'11° *arrondissement* di Parigi propone la bottiglia di Pouilly-Fuissé a 12 franchi, quasi quanto lo Chablis, il Sauternes, e più del Saint-Estèphe o del Saint-Julien. Per giunta non si tratta di un pouilly qualunque, ma di un millesimo 1924, a riprova dell'eccellente vocazione evolutiva di questo Cru. Lo stesso accade nella carta dei vini di un ristorante statunitense degli stessi anni: il Pouilly-Fuissé è presente anche qui, sta alla pari con lo chablis e costa più dei bordeaux reputati. Una bottiglia vale 8,50 dollari, quasi come il Meursault, venduto a 11.

Del resto, già la terza edizione della monumentale *Topographie* di André Jullien, datata 1866, collocava i vini di Pouilly e di Fuissé in terza classe tra tutti i bianchi dell'Impero, assieme agli odierni Grand Cru di Chablis.

Insomma, a chi non ha occhi (né bocca!) che per il Meursault o il Puligny-Montrachet, è d'uopo offrire una possibilità di ravvedimento, riabilitando la statura dei vini della Borgogna meridionale, areale considerato a torto minore, cui invece occorre restituire il valore che gli compete.

LE RAGIONI DI UN DISCONOSCIMENTO

I motivi per cui il Mâconnais è da tempo immemore relegato nell'anticamera della Borgogna, come se ne fosse un settore "plebeo", non sono tecnici, bensì storico-politici. E sono molteplici.

La sua posizione geografica è strategicamente infelice. In effetti, il naturale canale di smercio di questo territorio è stato a lungo il fiume Saône, che bagna i suoi centri urbani principali: Mâcon e Tournus. Il corso d'acqua scorre da nord a sud, e confluisce nel Rodano a Lione. Era dunque logico che questa città divenisse il suo bacino commerciale privilegiato. Senonché Lione è circondata da vigneti più vicini e altrettanto prolifici: il Beaujolais, il Lyonnais, la valle del Rodano settentrionale. Un'agguerrita concorrenza, favorita dalla prossimità. Per smarcarsi, al Mâconnais non restava che puntare sul mercato parigino, che storicamente determina la fortuna dei vini francesi. Ma per secoli arrivare a Parigi è stata un'impresa complessa: occorreva raggiungere la Loira a 70 km oltre alte colline, dove, nel

1 Cfr. Henri Garcia, I racconti del rugby, Possibilia Editore, 2010, p. 20.



porto fluviale di un'altra Pouilly, Pouilly-sous-Charlieu, i vini potevano finalmente imbarcarsi, per poi percorrere un lungo itinerario verso la capitale.

Paradossalmente, le difficoltà di questo lungo viaggio sono state una fortuna, perché hanno costretto il Mâconnais a investire sulla qualità: solo una qualità superiore delle merci giustificava un itinerario così rischioso e oneroso.

Secondo Roger Dion, uno dei più autorevoli geografi e storici francesi del Novecento, l'estromissione del Mâconnais dalla Borgogna "che conta" va ricercato nell'antichissima delimitazione amministrativa della regione, risalente alle suddivisioni ecclesiastiche merovinge, le quali addirittura ereditano i criteri dell'era gallo-romana. Non è un caso, fa notare Dion, che il confine delle diocesi medievali di Autun e Chalon corrispondesse all'attuale frontiera tra i dipartimenti della Côte-d'Or, patria dei Borgogna più blasonati, e della Saône-et-Loire, ovvero la Borgogna meridionale, assai più popolare. Ma lo stesso studioso redarguisce: "Non è dato osservare alcun eccezionale vantaggio naturale che connoti le Côte de Nuits e de Beaune, le quali hanno il privilegio di ospitare la maggior parte dei Grands Crus. Più a sud, lungo i colli dello Chalonnais e del Mâconnais troviamo, con un clima non certo meno caldo di quello di Beaune, ghiaioni calcarei con la medesima composizione, giaciture altrettanto ben riparate e ben esposte, dove la vegetazione spontanea offre, non meno nettamente che a Beaune, quel tocco mediterraneo che funge da spia delle attitudini particolari della viticoltura. […] Nulla, nel modo in cui la natura ha distribuito i suoi doni





La suggestiva Roche de Vergisson e i vigneti circostanti coperti da un mare di nebbia mattutina



sul campo, sanciva questa disparità che, dal punto di vista della geografia fisica, è un'anomalia[2]". Insomma, Dion non ha dubbi: sul piano del potenziale qualitativo, il terroir del Mâconnais non ha nulla da invidiare alla Côte de Beaune. Un'analisi che è facile condividere.

UNA BORGOGNA PARTICOLARE

Il Mâconnais è un territorio particolare. Si estende per 35 km da nord a sud su una fascia larga circa 10 km e costituisce l'areale più meridionale di tutta la Borgogna. I suoi comuni più a sud – Chânes, Saint-Vérand, Leynes, Chaintré – incarnano di fatto la frontiera con il Beaujolais, e non è un caso che un tempo vi si producesse del Beaujolais blanc. Ancora oggi la variante regionale, "generica", del Beaujolais, sia rossa sia bianca, può essere ottenuta da uve di questi villaggi.

Questa posizione geografica si traduce anche in una peculiare connotazione geologica. Se fin dalla Côte Chalonnaise, poco più a nord, la monolitica impronta argilloso-calcarea giurassica della Côte d'Or lascia intravvedere qualche venatura di rocce più antiche, nel Mâconnais le formazioni primarie (granito innanzi tutto, ma anche silice e relative sabbie) si fanno più presenti. È uno dei motivi per cui, come nel Beaujolais, l'uva rossa principe di quest'area è il gamay, che ben si attaglia al granito. Tuttavia, il Mâconnais è caratterizzato dall'85% di uve bianche, che vi regnano incontrastate. Le quattro *appellations d'origine* specifiche di cui ci occupiamo qui (vedi box) sono appannaggio esclusivo dello **chardonnay**. È sui grandi terroir principalmente sedimentari che l'uva bianca regina della Borgogna trova il suo habitat d'elezione e fornisce probabilmente i bianchi più solari di tutta la regione. Nondimeno, la maggior parte dei vini mostra anche un profilo tenero, delicato, talora tenacemente minerale.

LA NASCITA DELLE *APPELLATIONS*

Abbiamo visto che il sud della Borgogna non ha atteso il XX secolo per affermare la sua vocazione viticola. Sotto il regno di Napoleone III, lo studioso Jules Guyot annotava che "il clima dell'*arrondissement* di Mâcon […] è tra i più favorevoli per la viticoltura[3]", e che senz'altro per questo motivo i 36 mila ettari di vigna della Saône-et-Loire fornivano "i migliori tipi di vini ordinari da tavola, rossi e bianchi, sempre identici a se stessi, sempre piacevoli, sempre sani, compagni ideali di una buona e benefica alimentazione". Guyot metteva dunque in evidenza la perfetta consonanza tra gamay e chardonnay (al tempo pressoché indistinto dal pinot blanc) e la bucolica mitezza di questo territorio per produrre vini di qualità regolare e affidabile, l'esatto contrario di quanto accadeva in Côte-d'Or, con il volubile e imprevedibile

2 Roger Dion, "Métropoles et vignobles en Gaule romaine.", in Annales. Économies, sociétés, civilisations, n. 1, 1952, pp. 1-12, (traduzione di Samuel Cogliati).

Le Appellations

POUILLY-FUISSÉ (1936)
Territorio: 757 ettari in 4 comuni (da nord-ovest a sud-est: Vergisson, Solutré-Pouilly, Fuissé, Chaintré) sostanzialmente contiguo e continuo
Terroir: ghiaioni calcarei e terre argilloso-calcaree; altitudine 200-300 m slm; esposizioni varie (ad anfiteatro), prevalentemente a sud e a est
Regole principali: densità minima 8.000 ceppi/ha; irrigazione vietata; rese max 60 hl/ha; chips di legno vietati
Produzione annua media: 4 milioni di bottiglie

POUILLY-LOCHÉ (1940)
Territorio: 34 ettari in 1 solo villaggio (Loché, parte del comune di Mâcon)
Terroir: determinato da numerose faglie: arenarie e scisto a nord, calcare a sud; dolce declivio verso est, altitudine 200-250 m slm
Regole principali: densità minima 8.000 ceppi/ha; irrigazione vietata; rese max 60 hl/ha; chips di legno vietati
Produzione annua media: 220 mila bottiglie

POUILLY-VINZELLES (1940)
Territorio: 60 ettari in 2 villaggi contigui (Vinzelles e Loché)
Terroir: determinato da numerose faglie: argilloso-calcareo ferruginoso; esposizione a est, altitudine 200-250 m slm
Regole principali: densità minima 8.000 ceppi/ha; irrigazione vietata; rese max 60 hl/ha; chips di legno vietati
Produzione annua media: 350 mila bottiglie

SAINT-VÉRAN (1971)
Territorio: 735 ettari sparpagliati in 7 comuni (da nord a sud: Prissé, Davayé, Solutré-Pouilly, Chasselas,, Leynes, Saint-Vérand, Châtes)
Terroir: due comprensori: il settore a nord di Pouilly-Fuissé (Davayé e Prissé) possiede versanti dolci a calcare marnoso, esposti perlopiù a est; l'area a sud ha terre marnose, calcaree e argillose, con esposizioni variegate; altitudine 200-450 m slm
Regole principali: densità minima 8.000 ceppi/ha; irrigazione vietata; rese max 64 hl/ha; chips di legno vietati
Produzione annua media: 3,8 milioni di bottiglie

pinot noir. Tale continuità produttiva deve aver contribuito a una forma di stagnazione dei vini "di Pouilly, di Fuissé, di Solutré, di Davayé e altri buoni Cru", come li definiva Guyot nel 1868. Nel corso del Novecento questa inclinazione viticola ha sposato una struttura produttiva divenuta emblematica del Mâconnais: la **cantina sociale**. La diffusione e il radicamento delle cooperative, deputate ad approvvigionare un mercato di bassa fascia, non ha certo giovato allo sviluppo delle eccellenze. Per lungo tempo il vino locale, non a caso perlopiù identificato con una vaga denominazione d'origine sottoregionale, è stato il "serbatoio dozzinale" della Borgogna. Purtuttavia, tra il 1936 e il 1940, oltre alla generica Aoc Mâcon (e alle sue successive varie e macchinose declinazioni enografiche), il legislatore riconosce tre *appellations* più specifiche, segno di una considerazione ben consolidata e di un prestigio acquisito nel tempo. Locomotiva di questo terzetto, destinata a divenire una vera e propria star internazionale, è senza dubbio Pouilly-Fuissé, che negli anni ha forse anche beneficiato indirettamente della confusione con la celebre Aoc Pouilly-Fumé, per quanto riferita a un altro areale (la Loira) e a un altro vitigno (il sauvignon).

Il blasone del Mâconnais sarà tuttavia frenato da altri fattori. Il primo di questi è bellico. Nei primi anni del Secondo conflitto mondiale, la Francia del nord è occupata dai tedeschi. La linea di demarcazione della cosiddetta "*zone libre*" passa per Chalon-sur-Saône: il Mâconnais è risparmiato dall'invasione. L'esercito occupante decreta che requisirà i vini francesi per il proprio consumo, ad eccezione tuttavia dei Grand Cru e Premier Cru. In Côte-d'Or i produttori si affrettano a richiedere e ottenere il riconoscimento di quanti più Cru d'élite possibile. Il Mâconnais, esonerato dalle razzie naziste, non ne avverte l'urgenza.



3 Jules Guyot, Étude des vignobles de France, 1868, t. III.

POUILLY-FUISSÉ
COME MARCHIO COLLETTIVO

Il fatto che al banchetto del gennaio 1959 si serva "genericamente" Pouilly-Fuissé, laddove il Bordeaux è identificato con il nome dello château, non è casuale. Per un verso, la Borgogna ha da tempo sviluppato una cultura che fa leva sul nome del luogo, *Cru* o *climat* che sia, assai più che su quello del proprietario o vinificatore. D'altro canto, designare il bianco di quella cena con il nome dell'*appellation* dà la misura di come e quanto Pouilly-Fuissé, già delimitato territorialmente dal 1922, fosse un marchio collettivo potente.



La celebrità e la relativa facilità di vendita, sia in Francia sia all'estero, continueranno a costituire degli argomenti forti a favore del nome dell'Aoc, senza che i produttori locali avvertano un bisogno particolare di scendere nel dettaglio e di rivendicare in etichetta un'origine più precisa dei loro vini. Occorrerà attendere gli anni Ottanta e Novanta perché questa presa di consapevolezza si strutturi, e suggerisca ai *domaines* di puntare più in alto. La riflessione attorno all'opportunità di vinificare singolarmente i *climat*, e poi ambire al riconoscimento di Premier Cru, inizia allora a farsi strada. Il lungo lavoro di identificazione organolettica dei singoli appezzamenti sfocia, nel 2020, nell'elezione di **22 Premier Cru** (vedi box), ponendo finalmente rimedio a una dimenticanza imperdonabile.

IL MÂCONNAIS D'ÉLITE OGGI

Quasi 800 ettari di vigna, esposizioni favorevoli, un terroir marnoso-calcareo-argilloso d'elezione, un paesaggio maestoso, sovrastato da due speroni calcarei mesozoici: la Roche de Solutré (493 metri) e la Roche de Vergisson (483 metri). Con questi assi nella manica Pouilly-Fuissé è saldamente al comando del Borgogna bianco meridionale di alto lignaggio. Ma non è l'unica denominazione d'origine che può vantare questo territorio. Pochi anni dopo la nascita di questa appellation, i paesi di Loché e di Vinzelles, che da decenni vendevano i loro vini sotto il nome del famoso fratello maggiore, ottengono le loro Aoc autonome: Pouilly-Loché e Pouilly-Vinzelles, circoscritte ai rispettivi comuni.

In un Secondo dopoguerra particolarmente propizio ai vini bianchi, alcuni settori viticoli esclusi dall'appellation Pouilly-Fuissé che rifiutavano di essere assimilati alle denominazioni regionali, ottengono a loro volta una promozione, quella dell'Aoc Saint-Véran. Per quanto spesso ritenuta inferiore alla sua ingombrante concorrente, rimane una delle quattro denominazioni specifiche di questo territorio. Sulla scorta di quanto ottenuto dalle altre denominazioni, anche per Saint-Véran si è avviato un laborioso processo che dovrebbe portare all'istituzione di Premier Cru.

In questa porzione del Mâconnais la struttura produttiva tipica è costituita da piccoli domaines di pochi ettari, spesso a gestione familiare. Le cuvée prodotte da maison de né goce sono sporadiche. L'incidenza della viticoltura biologica è consistente (circa il 25% delle superfici nel dipartimento della Saône-et-Loire). Il livello qualitativo dei vini è spesso tale da determinare un rapporto qualità/prezzo vantaggioso, specie se raffrontato ai più noti bianchi della Côte d'Or. Un vantaggio che l'elevazione di vari climat a Premier Cru ha purtroppo in parte eroso.◆

I Premier Cru

Dopo una procedura d'indagine durata oltre dieci anni, nel 2020 **Pouilly-Fuissé** ha finalmente ottenuto il riconoscimento dei suoi Premier Cru. Sono 22 i climat classificati in questa categoria: 8 nel comune di Solutré-Pouilly (La Frérie, le Clos de Solutré, Au Vignerais, En Servy, Aux Bouthières, Aux Chailloux, Pouilly, Vers Cras), 7 in quello di Fuissé (Le Clos, Les Brulés, Les Ménétrières, Les Reisses, Les Vignes Blanches, Les Perrières, Vers Cras), 4 in quello di Vergisson (Les Crays, La Maréchaude, Sur la Roche, En France), 4 in quello di Chaintré (Le Clos de Monsieur Noly, Aux Quarts, Le Clos Reyssier, Les Chevrières). Consentono rese massime più basse dei vini village (56 hl/ha) e il diserbo chimico è vietato; in caso di estirpazione delle viti è previsto un riposo del suolo di almeno tre anni; i vini devono essere affinati almeno fino a luglio.

Il divieto di diserbo e l'affinamento più lungo sono previsti anche per i Premier Cru varati, dopo un'istruttoria di 18 anni, con la difficile vendemmia 2024 nelle due micro-Aoc **Pouilly-Vinzelles** (3 *climat*: Les Longeays, Les Pétaux, Les Quarts) e **Pouilly-Loché** (1 *climat*: Les Mûres).

Come accennato, anche **Saint-Véran** sta lavorando alla definizione di alcuni Premier Cru.

Antoine Vincent, proprietario dello Château de Fuissé, ammonisce: «Non si crea un Premier Cru, lo si rivendica. Non è una questione qualitativa, ma una questione di identità gustativa propria di ogni climat». È tuttavia legittimo domandarsi se possedere un'identità organolettica riconoscibile non sia, per queste vigne, di fatto un attestato di superiorità, o quanto meno se non la celi; le altre vigne non possono fregiarsi di analoghe virtù?

Assaggi sparsi

Le degustazioni di quest'anno confermano senza tentennamenti lo stato di grazia del Mâconnais. Alla luce del rapporto qualità/prezzo, è probabilmente l'areale borgognone dove andare a cercare i vini bianchi.

Una manciata di domaine assurge allo status di punto di riferimento assoluto del comprensorio di Pouilly.

Il **Domaine Barraud**, condotto con mano autorevole da Daniel, Martine e Julien, risplende nel firmamento di Vergisson. I suoi Pouilly-Fuissé (spesso parcellari) e Saint-Véran occupano il vertice della Borgogna bianca per tenerezza e precisione, misurata densità e dettaglio espositivo. Encomiabile.

Tutt'altro stile, ma indubbiamente tra i classici affidabili di Pouilly, lo **Château Fuissé** della famiglia Vincent. Vini densi, tostati, confortevoli, ambiziosi, marcati da un rapporto serrato col rovere. Tra i 2024, cercate il Premier Cru "Les Brûlées", dritto e definito.

Lo **Château des Rontets** di Claire e Fabio Montrasi, coadiuvati da Thomas, è ormai saldamente tra i grandi nomi del Mâconnais. Al confine col Beaujolais, il domaine esprime la forza e la grazia di terroir di spiccato valore, vinificati in modo parcellare: Les Birbettes, il Clos Varambon, Pierrefolle sono referenze assolute di Pouilly-Fuissé, nelle quali la verve della materia è ben avvolta da un uso sapiente e delicato del rovere, che conforta la materia prima di spessore. Applausi.

Fiamminghi d'estrazione, Maine e Jean-Marie **Guffens-Heynen** hanno "invaso" pacificamente il Mâconnais nel 1976. Il domaine è oggi affiancato da una struttura di négoce, la Maison Verget. La vinificazione è accurata, densa, talora vistosa, con tostature importanti.

Sempre a Vergisson, da quasi cinquant'anni Roger e Christine **Saumaize-Michelin**, oggi col figlio Vivien, danno vita a vini di fattura sicura, profilo saporoso e stilistica sorvegliata. Nel loro portfolio, diversi Premier Cru capaci di convincenti invecchiamenti.

Un trio d'eccezione: Jean-Philippe, Jean-Guillaume e Marc-Antoine Bret hanno fondato **La Soufrandière** a inizio millennio e con un tenace lavoro di fioretto sono arrivati in cima al Mâconnais. Tra i loro 2023, il Pouilly "En Chantenay", il Saint-Véran "La Bonnode" e soprattutto il Vinzelles "Les Quarts" si distinguono per eleganza, profondità, purezza. Semplicemente deliziosi.

Memorabili, ma purtroppo quasi introvabili e assai costosi, i Pouilly del domaine **Valette**. Philippe e Baptiste sono virtuosi di un approccio naturalista piuttosto divisivo della critica. Da oltre trent'anni, biodinamica e fermentazioni lunghissime, con talora cuvée multi-millesimo. Uno stile vertiginoso, per bottiglie difficili da dimenticare.

Céline e Laurent **Tripoz**, insediati a Loché a fine anni Ottanta, propongono superbi esempi di bianchi puri, dritti, magistralmente definiti. Il piglio naturale (biodinamica dal 2001) e la grande spontaneità delle cuvée non lasciano spazio a incertezze formali. Oltre ai vini fermi, tra cui primeggiano i Pouilly-Loché, notevolissimi anche i crémant. Da non perdere.

Ci sono poi aziende che, pur meno note e affermate, si possono considerare validissime alternative.

I Saint-Véran del **Domaine Chardigny**, a Leynes, rispondono alla volontà di esprimere con chiarezza la trasparenza del terroir. Delicati, sobri, finemente patinati, possiedono allungo e grazia. Il 2023 "Au Bois de Fée" è un Borgogna cristallino, vivido, molto lungo. "Les Cornillaux" della stessa annata è più ricco e citrino. Pierre-Maxime, Jean-Baptiste e Victor-Emmanuel riescono persino nell'improbabile esercizio di proporre uno chardonnay macerato, originale, speziato e molto ben eseguito. Bravi!

Del domaine **Dominique Cornin** di Chaintré cercate le bottiglie con qualche anno sulle spalle. I vini abbisognano di tempo per stabilizzarsi e trovare una quadra. Acquisiscono allora un tratteggio definito e rilassato, nonostante il timbro talora invasivo della barrique. Non perdetevi il seducente Pouilly "Clos du Roy" 2022, fine e minerale.

Marcel Couturier non è (ancora) molto conosciuto. Eppure, sia il suo Saint-Véran "Au Clos du Château", sia i Pouilly-Loché (base e "Le Bourg") sono bianchi di superba finezza, profondità, cristallina morbidezza. L'emblema della grandezza borgognona e un'encomiabile nettezza espositiva. Chapeau!

I Saint-Véran del **Domaine Duvert** di Prissé sono succosi e di godibile presenza. Merita attenzione la loro spontaneità interpretativa. Cercate "Les Grands Dougys".

Dal piglio confortantemente spontaneo, i Saint-Véran del domaine **Rijckaert**. Sapidi e leggiadri, lasciano trasparire senza artifici il timbro dell'annata. Scaraffateli. Il 2024 "En Crêches" vieilles vignes è raccomandabile.

Talora eccentrici, i pouilly del domaine **Robert-Denogent**. Antoine e Nicolas definiscono "contadini" i loro vini, che pure non mancano di contegno e *savoir-faire*. Da scoprire senza esitazione.

Altri domaines interessanti: **Domaines Auvigue** (Fuissé), potenza e classicismo; **Clos des Rocs** (Loché), succosità e mineralità; **Domaine des Deux Roches** (Davayé), spontaneità e precisione; **Dormy** (Mâcon), dettaglio della forma; Sylviane et Alain Normand (La Roche-Vineuse), sapidità e cura.

ROSSESE DI DOLCEACQUA 2023

Dieci “nomeranze” al vaglio di un’annata generosa

Vecchi alberelli, terrazze scoscese e toponimi secolari disegnano un mosaico di luoghi e interpretazioni. Nel calice, la generosità dell’annata si declina tra frutto maturo, richiami mediterranei e sfumature di territorio

di MASSIMO ZANICHELLI



Una veduta panoramica delle colline terrazzate di San Biagio della Cima, un suggestivo borgo situato nella Val Verbone

Per decenni ci siamo lambiccati il cervello per trovare un’equivalente adeguato alla parola *cru* e tutto quello che siamo riusciti a partorire sono state le burocratesi MGA (Menzioni Geografiche Aggiuntive) e UGA (Unità Geografiche Aggiuntive): tanto valeva tenerci le *sottozone*. A Dolceacqua, con un colpo d’ala degno realmente di *menzione*, hanno invece scelto un’antica parola ligure che ne fa brillantemente le veci, *nomeranza* (“numerata” o soprannome, inteso come “luogo di rilievo”, dunque “toponimo”). Dopo tre anni di ricerche, concluse nel 2014 (con consultazioni di fonti storiche dal XII secolo, di 20 mappe dal XVII secolo a oggi, di foto aeree fino al 1954 e di 8.000 mappali vitati censiti manualmente sui catasti del 1900), sono state definite 33 *nomeranze* suddivise in 7 comuni (Camporosso, Dolceacqua, Perinaldo, San Biagio della Cima, Soldano, Vallecrosia, Ventimiglia) dei 13 di cui si compone il disciplinare di produzione del Rossese di Dolceacqua, prima denominazione ligure istituita nel 1972. Il passato glorioso della zona è testimoniato dai numeri: nel 1883, prima dell’avvento della fillossera, la produzione vinicola era di 16.000 ettolitri; all’inizio del XX secolo, gli ettari erano 2.400 (40% della provincia); nel 1923 gli ettolitri addirittura 36.000.

Oggi le vigne, coltivate ad alberello (impianti più vecchi, che non infrequentemente raggiungono un’età centenaria) e filare (viti più giovani), si estendono per una novantina di ettari su terrazze strappate a colline dalle aspre pendenze (la viticoltura ha qui una morfologia montana), esposte prevalentemente a est e ovest seguendo la direzione nord-sud delle due principali vallate, Nervia e Verbone. La prima, dalla forma a Y, che da Camporosso sale in direzione di Pigna, è la più ampia, aperta e fresca con escursioni termiche tra l’aria diurna e temperata del mare e quella fredda serale (tramontana) che scende dal Monte Toraggio (1973 metri), spartiacque tra la Val Nervia e la Val Roia. La seconda, detta anche Valle Crosia, dal comune di Vallecrosia al Mare che segna il confine a sud, è più chiusa, stretta e mite per lo sbarramento a nord del crinale di Perinaldo.

Prodotto nell’estremo Ponente ligure, nella provincia d’Imperia a ridosso del confine con la Francia, il Rossese di Dolceacqua o Dolceacqua (dal nome del borgo più bello e celebre del comprensorio), rosso fragrante ed elegante non ancora così conosciuto come dovrebbe, nasce principalmente dal flysch di Ventimiglia (un suolo di scisti marnosi e argillosi localmente detto “sgrutto” per la facilità della roccia a “sgretolarsi”) e, in minima parte, dalle argille di Ortovero, dai conglomerati di



MASSIMO ZANICHELLI

Monte Villa, dai flysch di Baiardo e di Sanremo. Lo vediamo alla prova di un'annata matura e generosa come la 2023.

VAL NERVIA

Terrabianca (comune di Camporosso)

Esposto sul versante est tra i 380 e i 430 metri di quota, questa *nomeranza* è un geo-toponimo per l'esplicito riferimento alla tipologia fisica del terreno: marne blu dette argille di Ortovero, senza scheletro con presenza di fossili marini. Da questa località, che si contraddistingue per i calanchi, i cui pinnacoli di argilla sono sostenuti dalle radici dei pini, si ricava fin dall'antichità l'argilla per fabbricare mattoni, con cui è stata costruita la prima chiesa di Dolceacqua (San Giorgio, XII secolo). Da documenti notarili risulta che la zona "Terra Bianca" era coltivata, probabilmente anche a vite, già nel 1260 da due famiglie di Camporosso. Nel 1870 Tommaso Rondelli pianta la sua prima vigna di rossese, ponendo il primo fondamentale mattone per l'azienda di famiglia, **Terre Bianche**, e per l'intero territorio. Il *Dolceacqua Terrabianca* prodotto da **Filippo Rondelli** (che da giovane ha preso il posto del padre Claudio prematuramente scomparso) e Nicola Laconi proviene da impianti più recenti a spalliera (2010, 2018) e da un passaggio in tonneau e barrique: ha note di macchia mediterranea, di ciliegia, di erbe fresche, un sorso maturo di succo fruttato e una nuance di gariga nel finale.

Arcagna (comune di Dolceacqua)

Esposto a est a un'altitudine tra i 320 e i 420 metri, quest'area, tra le più ampie della denominazione e tra le più antiche della regione, deve i significati del proprio toponimo alla lingua latina: dal neutro plurale *loca arcanea* nel senso di "proteggere", "contenere" all'aggettivo *arcanus*, "segreto" o "misterioso", fino a "zona di confine" (*arcae dicuntur signa finalia per possessionum extremitates constituta sive constructa*, "le arche sono definite come segnali di confine stabiliti o costruiti alle estremità dei fondi"). Sempre **Terre Bianche** vi produce dal 1988 il *Dolceacqua Bricco Arcagna* dalle vigne (dai 40 ai 100 anni) della sommità della collina: denso, maturo, dal côté di frutto mediterraneo e spezia del rovere, ha buona centralità e compattezza. Da questa *nomeranza* arrivano anche le uve (un ettaro di vecchi alberelli di 60 anni e piante più giovani) del *Dolceacqua* **Testalonga**

Vignaioli, ovvero di Nino Perrino – pioniere del "vino naturale" e anima da più di sessant'anni di questa realtà nata "garagista" – e della nipote Erica, al suo fianco da diverse lune. Altre uve di rossese arrivano da **Casiglian**, mezzo ettaro con vigne molto ripide di 70 anni esposte a est sullo stesso costone di Arcagna ma più in basso, a 250 metri di quota. La *nomeranza* deriva dalla parola "casa" (intesa come insediamento rustico) o dal latino medievale *cassanus*, "quercia", in riferimento al disboscamento dei roveri. Pigiatura con i piedi di uve intere, raspi compresi, fermentazione spontanea senza controllo della temperatura e un anno di maturazione in vecchi tonneau: di spirito artigianale, è un vino caratteriale, terroso, nervoso, umorale, dal tannino intenso e vivo.

Tramontina (comune di Dolceacqua)
Esposta a sud, versante inusuale per la Val Nervia (si vede il mare), tra i 370 e i 520 metri di quota, questa unità territoriale, che sorge in un antico luogo ligure preromano (con presenza di bunker della Seconda guerra mondiale), deve il proprio nome alla posizione a favore di tramontana. Il *Dolceacqua Tramontina* di Luca Dallorto della cantina **du Nemu** – la cui tradizione viticola familiare risale al 1857 con i bisnonni Gio Batta (detto Pa' Baci) e Stanislao (detto Pì, mentre Nemu è il soprannome del nonno) – fa solo acciaio, presenta un colore leggero e propone un frutto cospicuo, maturo, il cui calore e volume sono puntellati da un efficace tessuto tannico: è un vino che diventa più espressivo a contatto con l'aria.


MASSIMO ZANICHELLI

Peverelli (comune di Dolceacqua)
Unità vitata esposta a ovest, questa *nomeranza* proviene da *pévera*, il ranuncolo favagello, o da *pérvera*, parola di origine gallica che significa "betulla". Situata tra Morghe e Luvaira, ha pendenza pronunciata e una tradizione storica che risale al 1600. Da alberelli centenari, forse franchi di piede, disposti su piccole terrazze e terreni sabbiosi a 400 metri di quota, nasce il *Dolceacqua Superiore Peverelli* di Luigi Mauro, quarta generazione della cantina **Zino Mauro** (dedicata al nonno, che ha imbottigliato a partire dagli anni 50, anche se i suoi guadagni provenivano principalmente dal frantoio e dalla vendita delle rose; i principali riconoscimenti li aveva conquistati per primo il bisnonno Antonio; il padre si chiama Massimiliano). L'intensità alcolica non comprime i profumi, la generosità del volume fruttato non sottrae spazio alle sfumature di gariga, la potenza del tannino non mina l'equilibrio generale. Un vino compiuto.

Luvaira (comune di San Biagio della Cima)
Antico toponimo con riferimento alla presenza del lupo (luogo dunque selvaggio, distante dall'abitato), Luvaira è un ampio areale sul crinale tra la Val Nervia e la Val Verbone, disposto su diversi versanti tra i 220 e i 350 metri di quota. Da vecchi alberelli impiantati nel 1905 sulla cima della collina, da uve parzialmente diraspate e da una vinificazione in acciaio, Alessandro Anfosso di **Tenuta Anfosso** produce un *Dolceacqua Superiore Luvaira* dal colore rubino-granato, dalle note di erbe, macchia mediterranea, terra, pepe e dal tatto cremoso, pieno di succo, assai godibile.

VAL VERBONE

Pini (comune di Soldano)
Il toponimo fa chiaro riferimento alla presenza di una coltura boscosa precedente rispetto a quella vitata. È la *nomeranza* più estesa e scenografica della Val Verbone, con forte dislivello (va dai 140 ai 400 metri di quota) e triplice esposizione (nord-est, est, sud-est). Il *Dolceacqua Superiore Poggio Pini* sempre di **Tenuta Anfosso** nasce dai 5.000 metri del vigneto più vecchio (piantato su una ex vigna di rossese bianco del 1799) e risalente al 1888, anno di fondazione dell'azienda oggi guidata da Alessandro Anfosso (settima generazione di famiglia) con la moglie Marisa Perrotti. Le pendenze arrivano a un ruvido e vertiginoso 70%. Metà circa della massa non viene diraspata e il vino trascorre un anno in acciaio. Ha colore dai riflessi granato, un olfatto fragrante di erbe e altre desinenze mediterranee, una bocca terribilmente succosa, quasi tenera, invitante, scandita da toni fruttati e da una persistenza di sapore.

Dai vigneti della località Pini unitamente a quelli limitrofi, sempre ad alberello, di **Fulavin** (un'altra *nomeranza* di Soldano, che dai 190 arriva ai 340 metri di altitudine con esposizione nord-est ed est; il toponimo rimanda al "folla-



MASSIMO ZANICHELLI

Colline nei pressi di Perinaldo con i tipici terrazzamenti coltivati che scendono a valle

re" della lavorazione della lana e alla falce messoria detta "foussùria"), nasce anche il *Dolceacqua* **E Prie**, l'azienda di Lorenzo Anfosso, il figlio di Alessandro e Marisa, nata dieci anni fa prendendo il nome dalle "pietre" dei muretti a secco. Vinificato spontaneamente in acciaio, è un vino generoso nel frutto quanto ematico nel carattere: il tratto è maturo, solare, compatto, con un tannino che puntella la sostanza e un finale molto lungo e spiccatamente sapido.

Dalle vigne più vecchie accarezzate dal vento del mare e piantate nel 1935 da nonno Dante, cui il vino è dedicato, nasce il *Dolceacqua Superiore Pini Dante* dell'azienda agricola **Poggi dell'Elmo** che Giovanni Guglielmi, affiancato nel lavoro dalla moglie Maria Cognetti e dalla figlia Valentina, ha intitolato al padre Elmo nel 2000, benché la tradizione viticola di famiglia risalga alla seconda metà dell'Ottocento con il bisnonno Giandomenico Guglielmi. Vinificato in acciaio, il vino ha profumi di olive in salamoia e un tratto ricco, vellutato, tenero, che contiene tutto il "liquore" succoso e sanguigno dei vecchi alberelli.

Da questo ampio cru non poteva mancare un vino della cantina cooperativa **Maixei** (nome dialettale dei muretti a secco), che ha sede a Dolceacqua e rappresenta, con 30 conferitori per 8 ettari di vigneto (più della metà è di rossese), circa il 20% della denominazione. Curano la produzione gli enologi Fabio Corradi e Claudio Dacasto. Il *Dolceacqua Pini* è una puntuale fotografia dell'annata 2023: colore rubino-granato, profumi di rosa canina, di frutto maturo, di lieve grafite, sorso ricco, morbido, accogliente, la cui intensità e pienezza viene sorretta da un tannino vigoroso.

Galeae (comune di Soldano)
Il nome oscilla tra due dialettismi: "galea" (termine di Arenzano) come palo appuntito utilizzato per dissodare il terreno e "gallea" o "galleda" (provincia di Savona) come quantità di prodotto che si può ricavare dalla terra. Esposto a est tra i 300 e i 390 metri di quota, questa unità vitata ha la forma di un anfiteatro terrazzato. Il *Dolceacqua Galeae* di **Ka Manciné** proviene da vigne ad alberello del 1998. Di colore rubino leggero, ha profumi di ciliegia, di erbe, di macchia mediterranea con sfumature d'oliva, un sorso succoso, tonico, saporito con tannino e alcol ben integrati. Dallo stesso cru Maurizio Anfosso e la moglie Roberta Repaci ricavano anche il *Rossese di Dolceacqua Angé*, dalla vigna a destra dell'anfiteatro che apparteneva al fratello del nonno, chiamato Angelo e detto, appunto, Angé. Colore più scuro, profilo mediterraneo, profondo, intenso, di trasparenza e sottigliezza, con finale di ciliegia sotto spirito e un'anima di salsedine.

VAL ROIA

Migliarina (comune di Camporosso)
È un fito-toponimo con riferimento al *miggiu*, il miglio selvatico, testimonianza dell'ingresso della viticoltura in una zona già utilizzata per la coltivazione dei cereali. La *nomeranza* è ubicata nella Val Roia, che affianca la Val Nervia a occidente. La sua tradizione storica è antica come quella delle altre due valli: risale al rosso "Vermiglio", antesignano dell'attuale Rossese, citato in documenti commerciali del 1258. Esposta a nord tra i 200 e i 400 metri di quota, Migliarina poggia su una matrice pedologica formata dalle argille di Ortovero, dette marne blu, e dai conglomerati calcarei di Monte Villa. Il *Dolceacqua Superiore Roja* di **Roberto Rondelli** nasce dalla selezione delle migliori uve dei tre ettari e mezzo di alberelli circondati dai boschi, da una vinificazione in acciaio e una maturazione di dieci mesi in barrique. Ha profumi prudenti e un po' chiusi sulle prime che poi rilasciano note di fiori e spezie, e un palato ricco, corposo, gagliardo.◆



Il vino, l'arte

IN UN MONDO DI NOTE TECNICHE, DOVE OGNI CALICE È SEZIONATO DA REGOLE RIGIDE E NUMERI, ESISTE UN INCONTRO PIÙ PROFONDO: QUELLO TRA IL GUSTO E LA FORZA DELL'IMMAGINAZIONE. UN DIALOGO SILENZIOSO, INATTESO, CHE TRAVALICA I CONFINI DEL VETRO PER DIVENTARE PURA EMOZIONE

di ARMANDO CASTAGNO

e le vie dell'immaginazione

Qualche anno fa, insieme a Giampaolo Gravina e Fabio Rizzari, pubblicammo un piccolo libro intitolato Vini Artigianali Italiani. Aveva una particolarità: ogni vino era raccontato in una pagina di prosa libera da tecnicismi, spesso attraversata da suggestioni letterarie; sulla pagina di fronte, a tutta figura e senza alcun commento, compariva un'opera d'arte. Non era un'illustrazione, né una traduzione figurativa del testo. Era piuttosto un ambiente di lettura, uno spazio nel quale sostare, quello che il pittore Claudio Verna, con una definizione folgorante, ha chiamato «il luogo di uno sprofondamento». L'idea era oggettivamente semplice: sottrarre il vino, almeno per qualche pagina, alla dittatura della descrizione, alla nomenclatura degli aromi, all'ossessione di riconoscere, classificare, valutare e misurare. Intendiamoci: non perché ritenessimo tali strumenti inutili, ma perché l'esperienza estetica comincia proprio, spesso, dove essi esauriscono la propria funzione. Un vino, come un dipinto, non coincide con la somma delle sue componenti; possiede anzi un proprio ritmo, una temperatura emotiva, una voce, una maniera di occupare lo spazio e il tempo, e soprattutto ha il potere di evocare qualcosa che non gli appartiene materialmente.

Ecco: questa rubrica riprende quel tentativo, concedendosi una libertà ulteriore: cercare tra opere e vini corrispondenze impreviste, affinità di temperamento, consonanze talvolta evidenti, talaltra remote. Non si tratta, è il caso di chiarirlo, di attribuire un colore a un profumo, né di trovare equivalenti pittorici a un tannino: le analogie più interessanti non sono quelle immediatamente riconoscibili, ma quelle che, una volta suggerite, aprono nuove possibilità di percezione. Non abbiamo quindi chiesto ai quadri di spiegare i vini, né ai vini di confermare i quadri: li mettiamo semplicemente uno accanto all'altro, nella speranza che dal loro incontro scaturisca una terza cosa, non interamente contenuta in nessuno dei due; una cosa che, se avviene, avviene nella mente del lettore, come una piccola scoperta, una scintilla, un'idea. O magari soltanto il piacere di bere un buon calice di vino osservando al contempo, con l'opera d'arte e secondo la definizione di Émile Zola, "un frammento di realtà mediato da un temperamento". Ma in fondo, non lo è anche il vino?

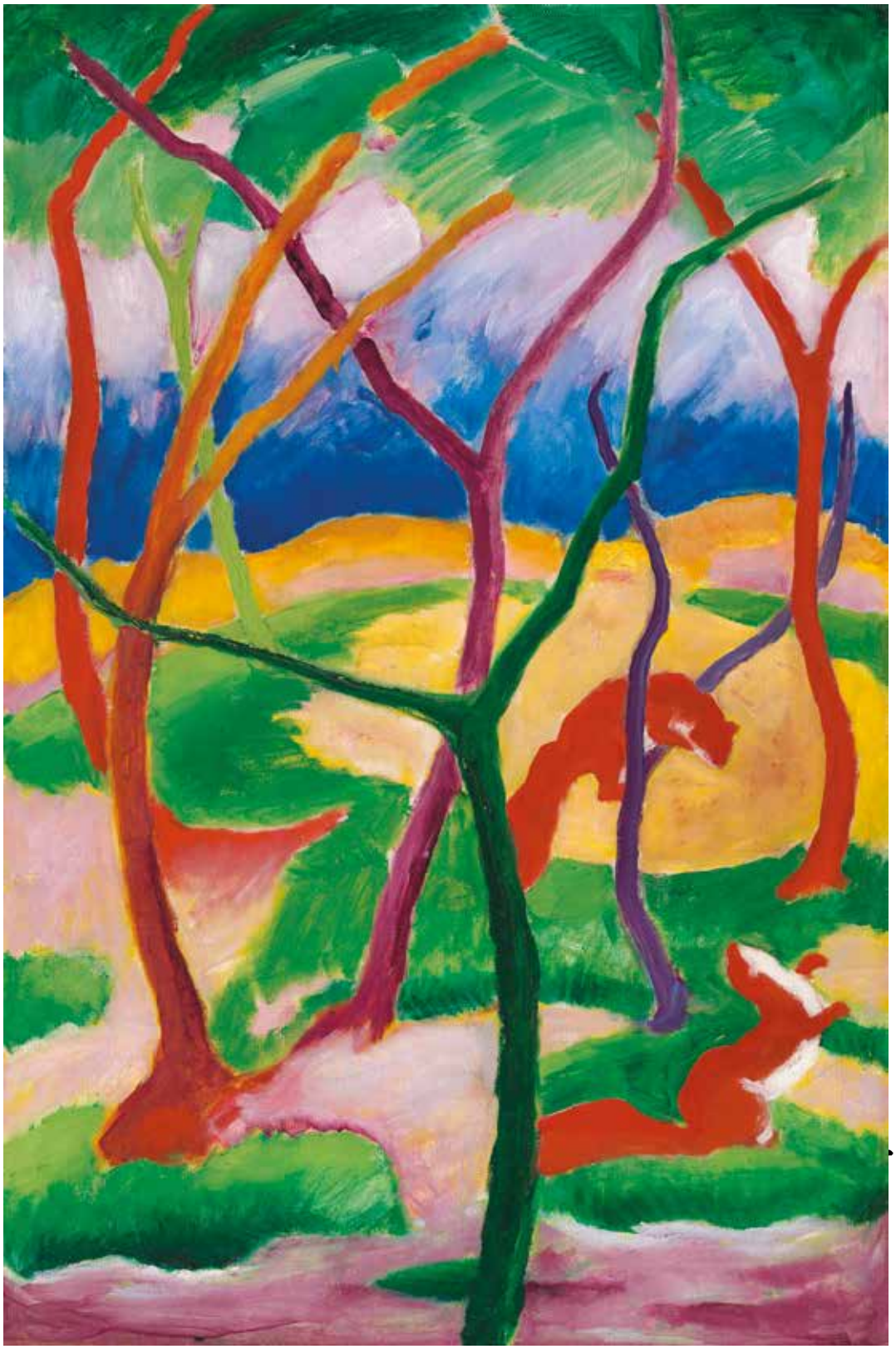
Franz Marc e il Russucori: i colori dell'Etna, l'energia selvaggia

IL vermiglio, il bruno, il verde, il giallo, il blu, il bianco. Tensione pura, colori eccentrici e complementari, direttrici di forza, animali in libertà, innocenti, imprevedibili e svelti: le opere di Franz Marc hanno al loro interno una promessa di movimento che ha qualcosa di tellurico: sono sistemi energetici che sembrano muoversi, agitati da un magnetismo inesauribile. L'artista ha avuto vita intensa ma breve, e particolarmente sfortunata: è morto da soldato, a 36 anni, il 4 marzo 1916 durante la Prima guerra mondiale, dopo essersi arruolato da volontario due anni prima, e avere infine ottenuto una dispensa per meriti artistici; il 4 marzo sarebbe stato il suo ultimo giorno al fronte. Il 1911, in cui dipinse "Donnole che giocano", era stato per lui l'anno-chiave: quello dell'avvio, con Vasilij Kandinskij, Paul Klee, August Macke e altri, del movimento del "Blaue Reiter", (Il Cavaliere Blu), l'avanguardia pittorica apripista, insieme al Die Brücke (1905), per tutto l'Espressionismo mitteleuropeo. Ebbene, anche gli Etna Rosso sono, di solito, vini assai più scattanti che potenti, dal vasto respiro; vivono, come i quadri di Marc, di una dinamica interna selvatica e spontanea, talora turbinosa; suggeriscono accostamenti sinestetici ai colori dell'Espressionismo, ossia il rosso del fuoco, il bruno della cenere, il verde delle erbe aromatiche, il giallo dello zolfo, il blu zaffiro del cielo soprastante e del mare sottostante, vicinissimi entrambi. Il corto circuito tra questi vini dell'Etna e l'arte di Franz Marc avviene nell'evocazione – che riguarda entrambi - di una natura pura, arcaica, bellissima e selvaggia, e in quanto tale fragile, precaria. Troviamo logico che tale scintilla scocchi, nel calice, più per merito di interpretazioni enoiche

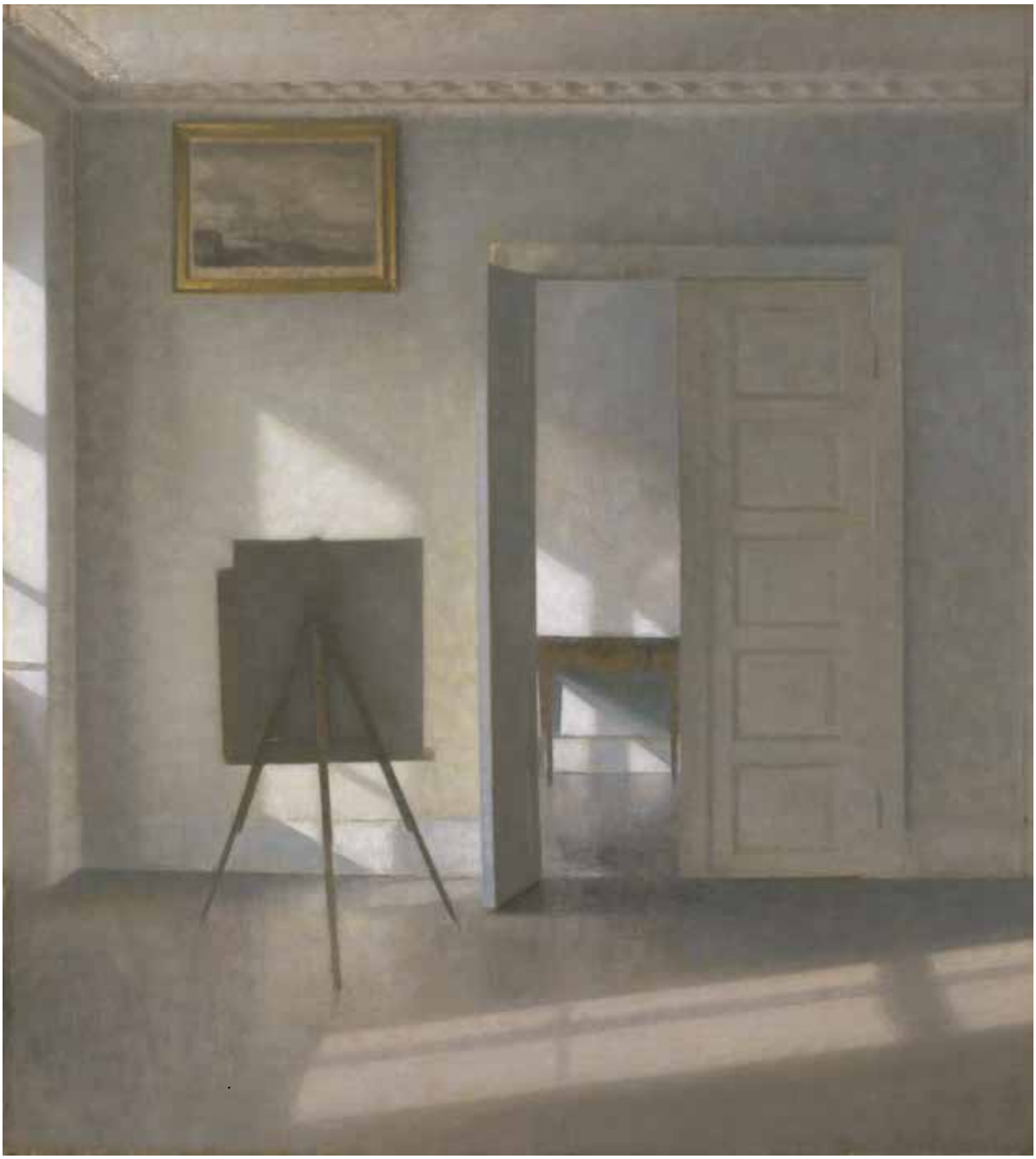


TERRE SICILIANE
ROSSO
Russucori
GIUSEPPE LAZZARO
100% Nerello
Mascalese

di deciso carattere istintuale che di elaborazioni magari impeccabilmente corrette, ma enologicamente più fredde. Un esempio eclatante è il Russucori di Giuseppe Lazzaro, vignaiolo e cantiniere formatosi per anni da Frank Cornelissen e dal 2020 titolare di un progetto a proprio nome. Giuseppe lavora 4 ettari e mezzo di piante fra i 60 e i 90 anni, molte a piede franco, distribuite in piccoli appezzamenti sui versanti orientale (comuni di Giarre e Milo) e settentrionale (Randazzo e Castiglione). Il Russucori, le cui 1.200 bottiglie annue escono in denominazione Terre Siciliane Rosso, si ottiene da tre parcelle di Nerello Mascalese fra Milo, Randazzo e Castiglione, fermenta spontaneamente, matura un anno in acciaio e non subisce solfitazioni. Profuma di ginepro, origano e olivastro, con note affumicate, di fiori secchi, di ciliegia rossa e fragola selvatica: in pratica, una cartolina dall'Etna. Al sorso è, per l'appunto, sottilissimo, dinamico, nervoso, intriso di freschezza e di salinità; la frizione tannica è appena accennata e la beva irresistibile.



Franz MARC
(Monaco di Baviera, 1880 - Verdun, 1916)
Donnole che giocano 1911
Olio su tela, cm. 101 x 68
Washington, National Gallery of Art



Vilhelm HAMMERSHØI
(Copenhagen, 1864 - Copenhagen, 1916)
Interno con cavalletto 1912
Olio su tela, cm. 79 x 71
Los Angeles, The J.P Getty Museum

Hammershøi e il Verdicchio: la luce del silenzio

IL quadro di Vilhelm Hammershøi, più che sembrare immerso nel silenzio, lo elegge come personaggio principale. È un'opera senza figure e senza ora, apparentemente senza trama né vicenda, ed è zeppa di citazioni. Vi si vede, ad esempio, una finestra; è sulla sinistra ma fuori visuale, come nelle tele dei maestri fiamminghi, per primo Vermeer. C'è una porta che dà su un'altra camera, sempre alla maniera dei fiamminghi, come Pieter de Hooch; abbiamo di fronte un cavalletto da pittore, girato (e la mente non può che andare al Velázquez delle Meninas); la luce che filtra dalla finestra, e che sembra lei la spettatrice del quadro voltato, si proietta sulla parete e sul pavimento come nella Madonna di Senigallia di Piero della Francesca; ha lo stesso valore quasi mistico. Non c'è nessuno: solo questa luce che dell'ambiente ha preso possesso, e si posa ovunque come fosse una gelatina, definendo un campionario di grigi e rivelando la profondità, i contorni, l'aspetto delle cose. Hammershøi, tra i massimi artisti danesi di sempre, si è via via specializzato nel ritrarre questi interni, in contumacia dei loro abitanti. Refrattario ai linguaggi che imperavano negli anni della sua attività, ha preferito una dialettica pittorica sussurrata, silenziosa. "Interno con cavalletto" è del 1912: è nato nel mezzo della tempesta avanguardistica, tra futurismi, cubismi, suprematismi e astrattismi, eppure sta lì, atarassico nella sua nuda verità. Potrebbe dirsi la stessa cosa, anche in senso stilistico, per vini come il Castelli di Jesi Verdicchio Riserva Il Priore - Frati Bianchi di Sparapani, ormai riconosciuto come uno dei più grandi bianchi del centro Italia. Assaggiato con attenzione, rivela sin dai primi anni un'indole, per così dire, guardinga: non affonda il colpo, bensì si infiltra, come i quadri di Hammershøi. E come loro, resta nella memoria confidando nella potenza espressiva della luminosità. Tradotto nel linguaggio della degustazione, tale contegno trova riscontro in un colore chiaro e lucente, in profumi delicati e vaporosi, nell'intensa sapidità e nell'assenza di effetti speciali (alto estratto, legno in evidenza, acidità violenta, residuo di dolcezza: non vi è nulla di tutto ciò). Viene da un vigneto di Cupramontana, tra i 400 e i 450 metri di altitudine, piantato mezzo secolo fa. Matura in acciaio e, lungamente, in bottiglia; rappresenta uno dei rapporti qualità prezzo più eclatanti della regione. I Frati Bianchi citati nel nome erano, nel Medioevo, i religiosi che abitavano l'Eremo delle Grotte, nei pressi dei vigneti odierni: hanno attraversato anche loro secoli di luce e di silenzi. L'antico Eremo, beninteso, esiste ancora, ma nel corso dell'Ottocento ha perduto la gran parte del suo patrimonio di immagini affrescate. Cosa è rimasto, dunque? Un cavalletto con un dipinto invisibile. Anche lì.



CASTELLI DI JESI
VERDICCHIO RISERVA
CLASSICO
Il Priore - Frati Bianchi
SPARAPANI
100% Verdicchio

Monet e il Roero: la leggerezza del mare

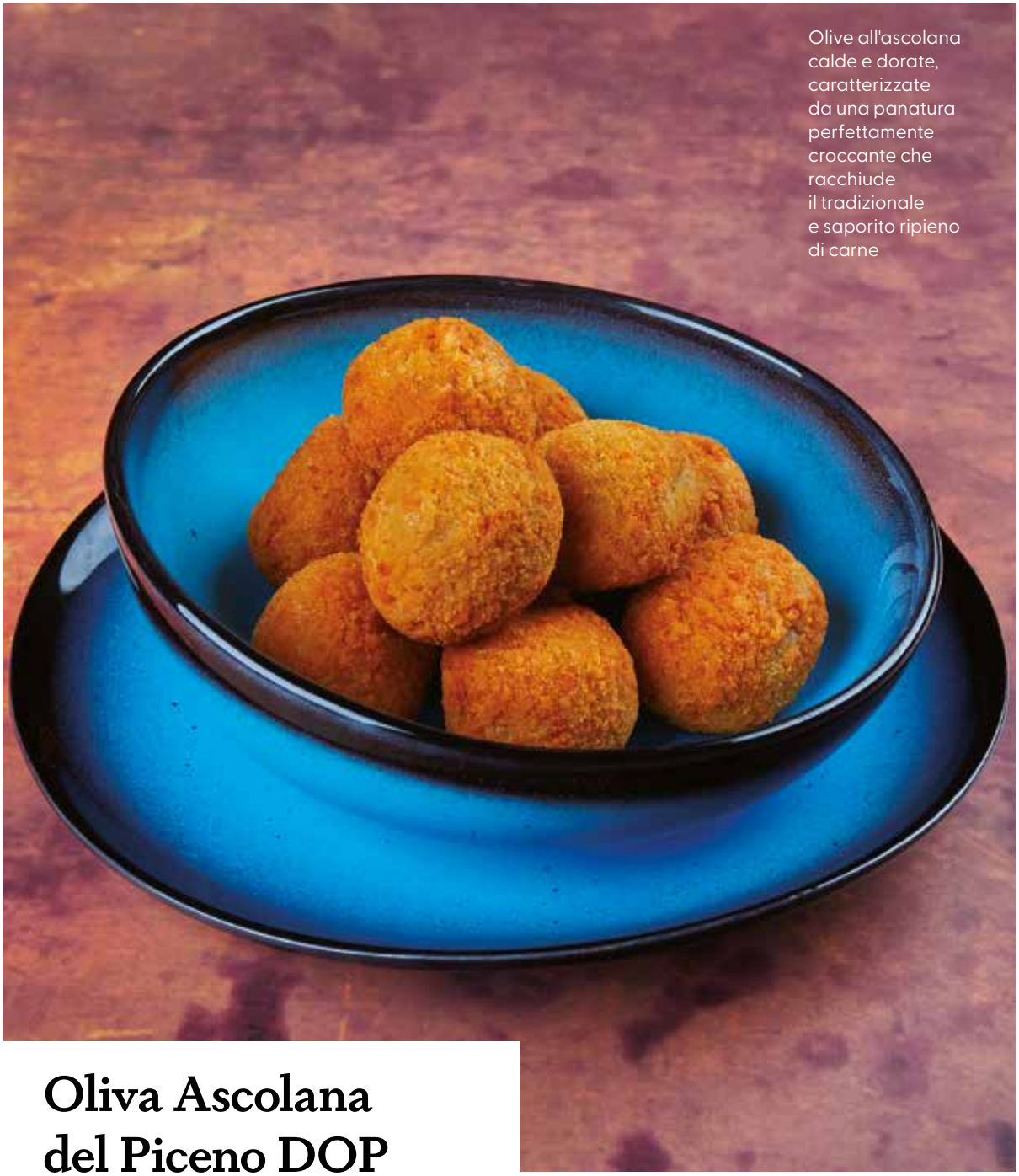
Cosa hanno in comune una spiaggia di ciottoli in Normandia e le colline del Roero? «Niente», si direbbe; risposta sbagliata. Anzitutto, sono due luoghi che qualcuno ha sentito l'urgenza di interpretare: pittori come Claude Monet, negli anni della sua piena maturità, nel primo caso; i vignaioli roerini nel secondo. Ci sarebbe dell'altro; ma andiamo con ordine. Osserviamo il celeberrimo "La Plage d'Ètretat et la Falaise d'Amont", dipinto a 45 anni dal maestro impressionista, e conservato a Chicago. Quasi metà dell'opera è dominata dalla grande C rovesciata della spiaggia e del calanco: è una macchia di rosa traslucido, dai riflessi malva e dalle sfumature madreperlacee; ne cogliamo il calore attraversando con gli occhi un'atmosfera che brilla, saturando i colori. Per uno strano miracolo, il quadro porge allo spettatore il respiro salmastro dei luoghi di mare, che Monet, con gestualità istintiva e larghe pennellate di colori giustapposti, rendeva in modo prodigioso; e della stessa luminosa trasparenza vive il cielo, verde chiaro e turchese. La purezza dei colori e dell'aria, la medesima definizione e un senso di quieta eleganza abbiamo ritrovato intatte nel Roero "Anime Nere" di Manuele Priolo, vino dal nome insolito che potrebbe derivare dalla dea Minerva – la quale compare in etichetta completa di elmo, egida e civetta. Si tratta, per andare al punto, di un toccante capolavoro, non ancora del tutto riconosciuto fuori dal suo territorio come uno dei più emozionanti vini da nebbiolo su scala nazionale. Come nel caso della pittura di Monet, la sua leggerezza – evidente misurando quanto poco ci metta la bottiglia a finire, anche per il contenuto grado alcolico – è un dato apparente; essa nasconde un'inattesa tenacia di struttura e la profondità di pensiero del suo autore. Così, vino e quadro vivono, oggi a settemila chilometri di distanza, di una comune freschezza espressiva che ha un che di incontaminato, di sorgivo; in entrambi i casi, l'attenzione di chi li esperisce è stimolata da particolari in chiaroscuro - le barche tirate in secca e le note pepate, rispettivamente. E infine: se il vino di Manuele Priolo non nasce su una falesia verticale che staglia su una spiaggia, poco ci manca. La parcella, a Monteu, supera infatti il 35% di pendenza (nome completo: "Anime Nere - Vigneto eroico"), e la sabbia chiara della sua parte sommitale diventa, più in basso, marna calcarea azzurra, un tempo fondale marino; se ne cavano enormi conchiglie fossili. Purtroppo, è raro: Manuele ne produce una botte da 35 ettolitri all'anno, in cui hanno luogo tutte le fasi della vinificazione, fermentazione inclusa. Non costa poco, ma il quadretto di Monet vale quasi 4 milioni di euro, equivalenti a settantamila bottiglie. Ma non ci è andata male: la tela di Monet è stupenda, ma non si può bere.



ROERO
Anime Nere
MANUELE PRIOLO
100% NEBBIOLO



Claude MONET
(Parigi, 1840 - Giverny, 1926)
La spiaggia di Étretat e la Falesia di Amont 1885
Olio su tela, cm. 69 x 66
Chicago, The Art Institute



Olive all'ascolana calde e dorate, caratterizzate da una panatura perfettamente croccante che racchiude il tradizionale e saporito ripieno di carne

Oliva Ascolana del Piceno DOP

Emblema del paesaggio e della gastronomia marchigiana

di GABRIELE MERLO

Sono poche le città al mondo che possano identificarsi così tanto in un cibo come Ascoli con la sua oliva. L'**Oliva Ascolana del Piceno DOP** rappresenta infatti una delle eccellenze più riconoscibili del patrimonio agroalimentare non solo marchigiano, ma di tutta Italia; penso che ciascuno di voi, cari lettori, almeno una volta nella vita, abbia gustato un'oliva ascolana ripiena e fritta!

L'Oliva Ascolana del Piceno è un prodotto che racchiude in sé secoli di storia, cultura gastronomica e un profondo legame con il suo territorio di origine, compreso tra le Marche e una parte dell'Abruzzo.

La varietà protagonista è l'Ascolana Tenera, una cultivar unica per dimensioni, consistenza e caratteristiche organolettiche. Il suo frutto, color verde paglierino, grande, carnoso e facilmente snocciolabile, presenta una polpa croccante e compatta, un gusto delicato dal finale leggermente amarognolo, qualità che la rendono ideale sia per il consumo "da mensa" in salamoia sia per la preparazione della celebre oliva ripiena. La coltivazione si sviluppa in 89 comuni divisi tra le province di Ascoli Piceno e Fermo, nella regione Marche, e la provincia di Teramo in Abruzzo, in un paesaggio caratterizzato da dolci colline, terreni ben drenati e un clima temperato influenzato dalla vicinanza del Mare Adriatico e dalla presenza dei Monti Sibillini.

Un panorama che Eugenio Montale sembra descrivere alla perfezione nella poesia "Fine dell'Infanzia": «*Pure colline chiudevano d'intorno marina e case; ulivi le vestivano qua e là disseminati come greggi, o tenui come il fumo di un casale che veleggi la faccia candente del cielo [...]*».

STORIA E TERRITORIO

La presenza dell'olivo nel territorio Piceno coincide con la sua introduzione nella penisola italica da parte dei Fenici e dei Greci. In epoca romana erano conosciute come *Ulivae Picenae* e arricchivano le tavole dei banchetti. Ai Monaci Benedettini Olivetani si deve la razionalizzazione delle pratiche agronomiche e lo sviluppo della concia delle olive, oltre alle numerose testimonianze scritte sulla centralità delle olive da tavola nell'economia locale del Cinquecento. Le prime notizie circa la farcitura dell'oliva ascolana risalgono al 1600, periodo in cui queste, una volta denocciolate, venivano riempite di erbe. La ricetta attuale, invece, ha origine più recente e risale al XIX secolo. Si racconta che i cuochi delle famiglie aristocratiche di Ascoli Piceno, per valorizzare le olive locali, crearono una farcitura a base di carne, spezie e formaggio, per poi impanarle e friggerle.

Il territorio storico di coltivazione possiede terreni di natura diversa, dal calcareo-argilloso all'arenaceo, con pH mediamente sub-alcalini e un'altitudine variabile fino a 500 metri sul livello del mare. Da disciplinare, la densità d'impianto degli uliveti non deve superare le 300 piante/ha con minimo il 60% della varietà Ascolana Tenera; tutte queste caratteristiche pedoclimatiche favoriscono una crescita equilibrata della pianta. La raccolta avviene generalmente a mano dalla pianta tramite "brucatura", nel momento in cui l'oliva raggiunge il corretto grado di maturazione, ossia tra l'inizio di settembre e il 20 di ottobre.

I TRE VOLTI DELL'OLIVA

L'Oliva Ascolana del Piceno DOP viene prodotta, per tradizione, in tre tipologie: in salamoia, in salamoia al naturale e ripiena. Dopo la raccolta e la cernita, le olive subiscono entro 48 ore un trattamento di deamarizzazione, necessario per attenuare il loro naturale sapore amaro. Tale trattamento si effettua, sia per la tipologia in salamoia sia per quella ripiena, tramite l'immersione delle olive in una soluzione di idrato sodico (NaOH) con concentrazione non superiore al 3% per 8-12 ore, a cui seguono dei lavaggi per ridurre l'alcale residuo. Vengo-



La maestria del taglio a spirale: l'attenta denocciolatura manuale della polpa, un'arte tramandata nel tempo fondamentale per accogliere il ricco ripieno delle vere olive ascolane

L'Ascoliva Festival

L'Ascoliva Festival rappresenta l'appuntamento di riferimento per la valorizzazione dell'Oliva Ascolana del Piceno DOP. Questa importante manifestazione gastronomica viene organizzata ogni anno ad Ascoli Piceno nel mese di agosto e quest'anno è arrivata alla sua tredicesima edizione. L'iniziativa rappresenta un'importante occasione di valorizzazione della qualità certificata e coinvolge produttori di olive, operatori del territorio e visitatori attraverso degustazioni di piatti tipici della cucina locale, incontri culturali e gastronomici, laboratori e numerosi eventi dedicati al pubblico, promuovendo la conoscenza dell'oliva e la ricchezza enogastronomica del territorio piceno

no infine fermentate e conservate in salamoia, alla concentrazione compresa tra l'8 e il 10% di sale da cucina (Cloruro di Sodio). Per la tipologia in salamoia al naturale, la deamarizzazione si realizza invece con un metodo che prevede subito l'immersione delle olive in una salamoia di sale da cucina con concentrazione iniziale non superiore al 10%, integrandone gradualmente, nel corso del processo fermentativo, fino ad arrivare nella fase di conservazione alla concentrazione massima dell'8%. Il processo richiede tempi di fermentazione e stoccaggio non inferiori a dieci mesi. Le olive destinate a diventare ripiene verranno denocciolate e riempite con il caratteristico impasto a base di carne, uova e formaggio.

IL CONSORZIO E LA COMMERCIALIZZAZIONE

Nel 2005 grazie ad un intenso lavoro interdisciplinare di numerose professionalità locali, durato circa un decennio, è stata assegnata dall'Unione Europea la Denominazione di Origine Protetta all'Oliva Ascolana del Piceno. Il Consorzio di Tutela è stato fondato una decina di anni dopo, nel 2017, e riconosciuto ufficialmente dal Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali nel 2018. Oggi il Consorzio conta 13 soggetti iscritti, rappresentanti della filiera e delle imprese produttrici, che comprendono olivicoltori, deamarizzatori, riempitori, confezionatori e gli allevatori.

«Il Consorzio è oggi impegnato nel consolidamento e possibile allargamento della base dei suoi soci», spiega **Ugo Marcelli**, responsabile della Cooperativa Agricola Case Rosse di Poggio di Bretta, socio fondatore nonché Vicepresidente del Consorzio di Tutela dell'Oliva Ascolana del Piceno DOP. «Lavoriamo infatti per allargare la base sociale in particolar modo verso gli olivicoltori, cercando di recuperare diversi ettari di oliveti di Ascolana Tenera che purtroppo sono abbandonati. Le quantità di olive che si lavorano all'interno del consorzio e possono fregiarsi della Denominazione sono esigue e si aggirano intorno ai 200 quintali, considerando sia le olive in salamoia che quelle ripiene. La produzione segue gli andamenti metereologici, che negli ultimi anni si stanno modificando in maniera sensibile consentendo raccolte meno fruttuose. Con un aumento del numero dei soci speriamo di promuovere sempre di più la diffusione della cultivar Ascolana Tenera e orientare la produzione agricola dei comuni del Piceno e delle province limitrofe».



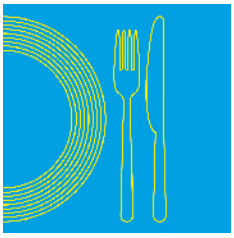
CONSORZIO TUTELA E VALORIZZAZIONE OLIVA ASCOLANA DEL PICENO DOP

Il perfetto equilibrio tra scrigno e cuore: l'oliva tagliata a metà rivela la generosa e saporita farcitura di carne macinata, custodita dalla polpa tenera e avvolta da una panatura dorata

L'Oliva Ascolana del Piceno DOP rappresenta oggi uno degli esempi più significativi di come la tradizione agricola e la cultura gastronomica locale possano fondersi in un'unica eccellenza. La sua storia secolare dimostra come un semplice frutto della terra possa diventare ambasciatore di un'intera provincia, trasformandosi in un simbolo riconosciuto del Made in Italy in tutto il mondo, attraendo turisti che, arrivando ad Ascoli Piceno per assaggiare la rinomata oliva ripiena, rimangono affascinati dalla storia secolare e dalla splendida architettura della città. ◆

OLIVA ASCOLANA DEL PICENO DOP RIPIENA

Ricetta tratta dal Sito www.miglioriolive.it



Ingredienti per circa 100 olive (12 persone):

- 1 kg di Olive Ascolane del Piceno DOP in salamoia intera (circa 100 olive)
- 300 grammi di carne di bovino
- 200 grammi di carne di suino
- 50 grammi di Parmigiano Reggiano DOP
- 50 grammi di cipolla
- 50 grammi di carota
- 25 grammi di sedano
- 1 bicchiere di vino bianco
- Olio EVO
- Noce moscata q.b.
- Sale fino e pepe nero
- 6 uova fresche
- 100 grammi di farina di grano tenero
- 200 grammi di pane grattugiato

PROCEDIMENTO

RIPIENO

› Tritare le verdure a cubetti e soffriggerle in olio EVO fino all'imbiondimento della cipolla.

› Aggiungere prima la carne di bovino e poi quella di suino, lasciate rosolare e cuocere abbondantemente. Verso fine cottura, aggiungere il vino bianco per sfumare, il sale e il pepe.

› Dopo la cottura, lasciare raffreddare la carne in frigorifero per alcune ore. Macinare la carne una volta raffreddata, aggiungere poi un uovo, il Parmigiano Reggiano DOP grattugiato e una grattatina di noce moscata

SNOCCIOLAMENTO DELLE OLIVE

› Denocciolare rigorosamente le olive a "verdenella" (a spirale), come si sbuccerebbe una mela intera, appoggiando la lama del coltello sul nocciolo dell'oliva.

› Mettere a bagno le olive una volta private del nocciolo in un recipiente con abbondante acqua non salata per circa 30 minuti.

PREPARAZIONE

› Prelevare piccole quantità di farcia e preparare delle sfere di carne. Avvolgere l'oliva denocciolata a spirale alla carne.

› Preparare tre ciotole, una per la farina, una per le restanti uova sbattute e una per il pangrattato.

› Infarinate leggermente le olive ripiene. Immergerle nell'uovo fino a coprirle uniformemente; recuperarle con un colino a maglie larghe e, dopo averle fatte sgocciolare per bene, adagiarle nel pane grattugiato.

› Friggere in abbondante olio per frittura a circa 170°C per 2 minuti.

ABBINAMENTO

Da piatto dedicato all'aristocrazia ascolana a street food per eccellenza, l'Oliva Ascolana del Piceno DOP ripiena e fritta ha saputo evolversi e ritagliarsi un posto di primo piano tra i piatti più noti e iconici del nostro Paese. Ingredienti semplici, di facile reperimento ai giorni nostri, gustosi, una preparazione lunga ma semplice e la bontà della frittura di qualità hanno fatto dell'oliva ripiena la regina del Fritto Misto all'Ascolana, per poi diffondersi in Italia e nel mondo. Una preparazione in cui i sapori e le sensazioni sono ben equilibrati, la tendenza dolce delle olive e del ripieno di carne, uova e parmigiano è bilanciata dalla loro stessa sapidità, la delicata speziatura della noce moscata e del pepe esaltano l'umami e la succulenza, prolungando la persistenza gustativa assieme alla croccantezza della frittura. Nessuna untuosità o tendenza amarognola, ma leggerezza e friabilità, qualità che un fritto perfetto deve possedere.

In questo tripudio di sensazioni, il vitigno re dell'enologia marchigiana, il verdicchio, con i suoi mille volti, può esprimere la propria personalità e regalare un perfetto connubio. Dotato di una naturale freschezza e sapidità unite a un'avvolgente morbidezza, un vino bianco a base verdicchio può esaltare e integrarsi alle molteplici sfumature gustative dell'Olivo Ascolana del Piceno DOP ripiena. Abbinamento che può risultare maggiormente armonioso se scegliamo una versione spumantizzata di questo vitigno, in cui la sottile e pungente effervescenza è in grado di esaltare la tattilità croccante dell'oliva fritta.



Tra i più interessanti esempi dell'arte spumantistica regionale che utilizza il suo vitigno portabandiera, possiamo annoverare lo **Spumante Metodo Classico Pas Dosé di Garofoli**. La famiglia Garofoli è, senza dubbio, una delle più antiche e solide realtà della storia vitivinicola delle Marche sin dal lontano 1871, quando Antonio Garofoli da una piccola osteria posta lungo la via del pellegrinaggio Lauretano inizia la produzione e vendita di vini territoriali.

Tra i circa 50 ettari di proprietà, sparsi in tutto il territorio anconetano, le uve verdicchio destinate alla spumantizzazione del Pas Dosé provengono da vigneti coltivati sulle colline dei Castelli di Jesi intorno al comune di Montecarotto, su un terreno di medio impasto con una resa di 90 quintali/ettaro. In cantina, la lunga sosta sui lieviti di minimo 72 mesi unita all'assenza della liqueur d'expedition garantiscono un profilo gustativo deciso, di grande eleganza e finezza, facendo risaltare la piacevole sapidità del finale. Nel calice, un finissimo e persistente perlage si staglia su un brillante paglierino dai riflessi dorati, il profilo olfattivo è incentrato su sentori di croissant, pasta sfoglia, burro, zeste di agrumi, frutta tropicale, fiori di acacia e biancospino e un delicato spunto vegetale. Precisa la corrispondenza gustativa in cui freschezza a sapidità risultano ben misurate da una delicata avvolgenza. Il lungo finale agrumato insieme alla cremosa e vivace bollicina fanno da perfetto contrappunto alla croccantezza dell'Oliva Ascolana del Piceno DOP ripiena e fritta, donando al palato un'armoniosa sinfonia di sensazioni tattili e gustative.



AUTOCTONI VALDOSTANI

Vitigni rari e sconosciuti, celati tra le montagne

La Valle d'Aosta è la regione meno popolata d'Italia, ma per quanto riguarda i vitigni autoctoni può vantare un patrimonio ampelografico invidiabile

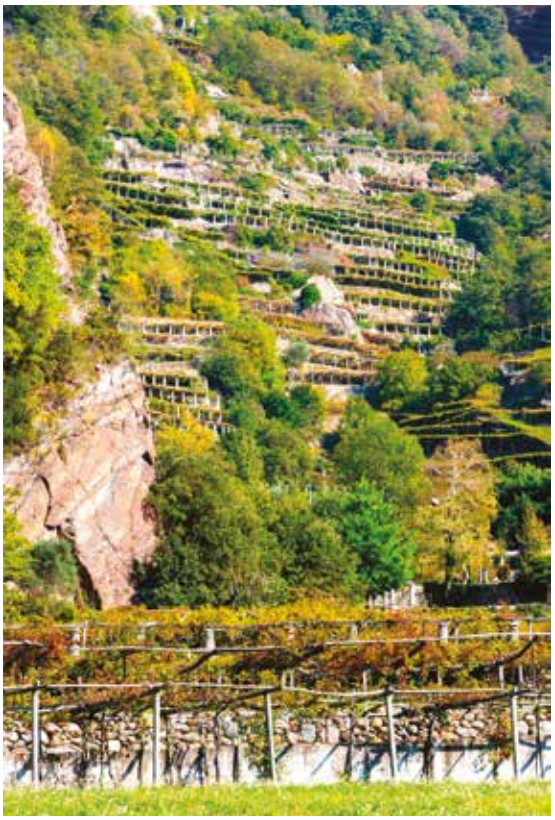
di DAVIDE GILIOLI

La viticoltura in Valle d'Aosta rientra a pieno titolo fra le cosiddette forme di viticoltura eroica: 400 ettari vitati, allevati su impervi pendii e terrazzamenti lungo la valle della Dora Baltea, frutto di secoli di lavoro e adattamento in una perenne sfida tra uomo e natura.

DALLE PRIME TRACCE DELLA VITE ALLA RINASCITA MEDIEVALE

Le prime tracce storiche della vite in questa regione sono antichissime: resti di vinaccioli trovati nell'area di St. Martin de Corléans ne testimoniano la presenza già nell'Età del bronzo (III millennio a.C.), mentre a partire dal VII sec. a.C., furono ritrovate le prime botti per la conservazione e il trasporto del vino realizzate dalle popolazioni celtiche; la specializzazione iniziò in epoca romana (II sec. a.C.), quando lo storico Sve-





Il suggestivo Castello di Aymavilles, situato all'imbocco della Valle di Cogne in Valle d'Aosta

tonio celebrava gli apprezzamenti di Giulio Cesare per i vini locali, di Donnas e Chambave. Dopo la decadenza seguita alle invasioni barbariche, la rinascita si deve ai monasteri locali (la cui fondazione è strettamente legata ai centri religiosi della Borgogna), che nel XII sec. introdussero i primi sistemi di coltivazione a pertiche, antenati della tipica tòpia (la pergola valdostana) e i terrazzamenti con muretti a secco.

L'ESPANSIONE OTTOCENTESCA E LA CRISI DEI VIGNETI

Alla fine del XIX secolo, la viticoltura valdostana raggiunse l'incredibile quota di 3.000 ettari vitati, devastati poi dall'arrivo di malattie della vite, quali l'oidio, la peronospora e soprattutto la fillossera. I vigneti vennero decimati e molti contadini abbandonarono le montagne per cercare lavoro nelle nascenti industrie del fondovalle o all'estero.

IL RECUPERO DEL PATRIMONIO VINICOLO E LE SETTE SOTTOZONE DELLA DOC

È con la nascita dell'**Institut Agricole Régional (IAR)** negli anni '50 che il salvataggio del patrimonio vinicolo iniziò a basarsi sulla qualità, e sul recupero e la tutela dei tantissimi vitigni autoctoni rimasti isolati tra le montagne. Nascono le prime cooperative, che uniscono i piccoli produttori - i cui appezzamenti raramente superano l'ettaro – e nel **1971** Donnas ottiene la prima DOC. Nel 1985 viene istituita la **DOC "Valle d'Aosta" (Vallée d'Aoste)**: prima DOC interamente regionale d'Italia che racchiudeva al suo interno territori e vitigni diversi (ad oggi ne risultano classificati ben 38), attraverso le attuali 7 sottozone ufficiali (in ordine da ovest verso est) estese su circa 400 ettari:

- **BLANC DE MORGEX ET DE LA SALLE** bianco da *Prié Blanc*, vitigno coltivato fino a oltre 1000m di altezza (area definita come Alta Valle), su vigneti terrazzati con muretti a secco;
- **ENFER D'ARVIER** rosso strutturato da *Petit Rouge*;
- **TORRETTE** dal nome dell'omonimo monte, è il rosso simbolo della Valle Centrale con base *Petit Rouge*;
- **NUS** dove si possono trovare sia rossi (da uve *vien de Nus* e *petit rouge*) e sia bianchi (da Nus malvoisie, un biotipo locale di pinot grigio);
- **CHAMBAVE** nota in particolare per il celebre *Muscat a petit grains*;
- **ARNAD-MONTJOVET** sancisce l'ingresso nella Bassa Valle, con la comparsa del *picotendro* (biotipo valdostano di nebbiolo);
- **DONNAS** l'ultima zona, ai confini con il Piemonte, regno del *picotendro*.

I VITIGNI AUTOCTONI E LA RISCOPERTA DELLE VARIETÀ DIMENTICATE

Altri vitigni autoctoni a bacca nera – solo per citare i più famosi – sono: *fumin*, *cornalin*, *mayolet*, *vuillermin*, *neyret*. Ma ricerche scientifiche e investimenti mirati sul territorio stanno riportando alla luce vitigni dimenticati e ritenuti, fino a qualche anno fa, pressoché scomparsi.

Alberto Levi, Presidente AIS Valle d'Aosta e Ambasciatore Ufficiale del Cervim (Centro di Ricerca per la Valorizzazione della Viticultura Montana), ci ha testimoniato il grande fermento che in questi anni ha interessato la ricerca nella regione, citando le collaborazioni tra AIS, IAR e personalità locali come il grande ampelografo **Giulio Moriondo**, noto in loco come il "cacciatore di vitigni scomparsi". «È imminente la presentazione ufficiale di un innovativo progetto di riscoperta e valorizzazione di un clone a bacca bianca di petit rouge » ci ha anticipato Levi. Si tratta di una



Una pila di fragranti tegole valdostane, i celebri biscotti della Valle d'Aosta noti per la loro consistenza sottile e croccante

collaborazione tra i vari enti territoriali e **Didier Gerbelle**, un talentuoso vigneron emergente che con la sua piccola azienda familiare ad Aymavilles si è focalizzato sullo studio e sulla vinificazione di questa rarissima varietà, prodotta in poche centinaia di bottiglie, che verrà immessa sul mercato prima del prossimo Natale.

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO E LE NUOVE SFIDE DELLA VITICOLTURA

La ricerca e gli studi non hanno risparmiato la questione climatica. La Valle, caratterizzata da scarsa piovosità, forte ventilazione e ampie escursioni termiche, ha da sempre favorito uno stile elegante e ricco di profumi, ma qualcosa sta cambiando anche qui. «L'innalzamento delle temperature medie negli ultimi anni sta portando ad ottenere vini sempre più ricchi e strutturati» ci spiega Patrick Ronzani, responsabile dell'unità di ricerca di Viticoltura ed Enologia dello IAR. «Questo sta inducendo i produttori ad anticipare l'epoca di vendemmia e a spostare le linee altimetriche di coltivazione delle vigne sempre più in alto, portando a dover ripensare struttura e disposizione degli impianti».

ABBINAMENTI GASTRONOMICI

Per quanto concerne gli abbinamenti gastronomici, la tradizione valdostana è tipicamente legata alla montagna, dove la freschezza e la struttura dei vini bilanciano la grassezza e la sapidità dei piatti.

Ecco che la spiccata acidità di un *Blanc de Morgex et de la Salle* si sposa perfettamente con una ***fonduta alla Valdostana*** (a base di formaggio Fontina DOP fuso) o una ***Seupa à la Vapelenentse*** (zuppa a base di pane, verza, brodo e Fontina) chiamerà un bianco di struttura come lo *Chambave Muscat secco*.

La carbonada con polenta – uno spezzatino di manzo stufato nel vino rosso e spezie – esige un vino rosso potente e tannico, come un *Enfer d'Arvier* o un *fumin* affinato in legno. La ***cotoletta alla Valdostana*** (fettina di vitello impanata con prosciutto e Fontina, poi fritta nel burro), trova equilibrio con un Nus Rouge o un Torrette Supérieur. Il ***Lardo di Arnad DOP*** con la sua grassezza e speziatura si abbina magnificamente a un bianco aromatico e morbido come la Petite Arvine.

Una ***Fontina DOP stagionata*** e saporita si accompagna a un nebbiolo di montagna come il *Donnas*.

Infine i dolci, ***Tegole Valdostane*** e ***Torcetti*** (tipici biscotti secchi alle nocciole e burro), chiamano un calice di ***Chambave Moscato Passito***, dai profumi di miele e frutta secca. ◆

Le aziende di riferimento





✱ **Ottin** (Neyves, AO) – **Petite Arvine VDA DOP 2024** (100% petiti arvine, fermenta e affina 7 mesi in acciaio sulle fecce fini): calice paglierino screziato da riflessi dorati, con intense note di frutta tropicale matura e agrumi, accompagnate da erbe aromatiche. Beva ricca e avvolgente, con un lungo finale sapido e fresco, che lo rende perfetto per risotti e formaggi importanti.

✱ **André Pellissier** (Saint-Pierre, AO) – **Torrette Superieur VDA DOC 2022** (80% petit rouge, 15% fumin, 5% syrah, fermenta e affina 12 mesi parte in botte grande e parte in barrique di rovere francese): rosso carminio impenetrabile, offre un bouquet di marasca, ribes nero e more, con cenni di spezie nere; la bocca è piena, con ricordi di frutti neri in confettura e tannini levigati dal legno che accompagnano verso un finale persistente e balsamico.

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

› **Les Cretes** (Aymaville, AO) – Chardonnay VDA DOC "Cuvée Bois" 2023.

› **Anselmet** (Villeneuve, AO) – Chambave Muscat VDA DOC 2025.

› **Piantagrossa** (Donnas, AO) –Donnas VDA DOC "Georgos" 2021.



ARTIGIANALI un mondo che cambia

Minore potere d'acquisto e nuovi trend del bere stanno mettendo alla prova il segmento della birra artigianale in Italia. Ma se qualcuno è scomparso dai radar c'è anche chi prova a cambiare marcia e chi addirittura a crescere

di MAURIZIO MAESTRELLI

Qualche giorno fa mi è capitato di ripescare dal cassetto una maglietta celebrativa del birrificio Baladin. Chi scrive di birra o ci lavora trova nelle magliette a tema un'ossessione e, allo stesso tempo, una "disgrazia". Ossessione perché il virus del collezionismo lo si prende con una facilità disarmante, disgrazia perché i cassetti sono quello che sono. Cioè limitati. Ma nel caso della maglietta in questione, celebrativa dei primi diciotto anni del birrificio piemontese fondato da **Teo Musso** nel 1996, tenerla aveva un senso. Recitava infatti come slogan "diciotto anni di birra viva". E che cosa si intende quando si parla di birra "viva"? In poche parole una birra che non subisce pastorizzazione, ovvero quel processo, tipico dell'industria birraria, che mediante calore uccide i lieviti presenti nella birra stabilizzandola e allungandole la cosiddetta shelf life. Viva è il contrario di morta e su questa dicotomia si è giocata gran parte della trentennale vulgata sul-



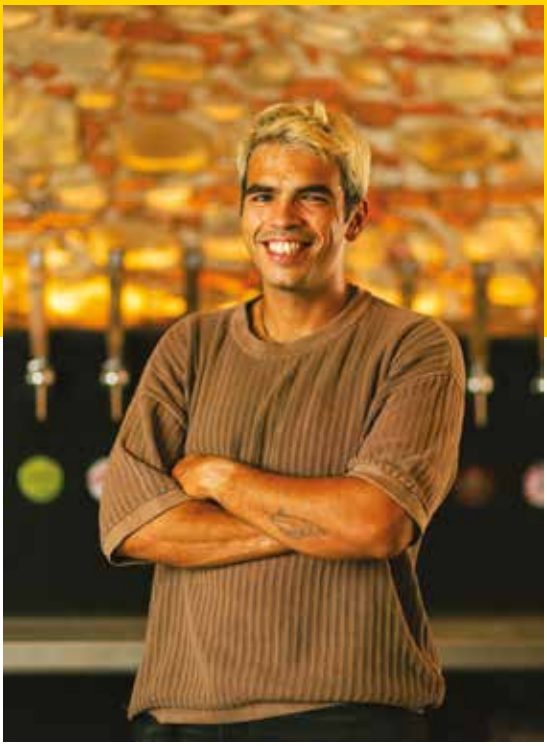


JAMES NORTH

Panoramica esterna degli stabilimenti BrewDog a Ellon in Scozia

la birra artigianale italiana. Un concetto impattante, facile da comprendere e da memorizzare. Uno slogan insomma che ha fatto breccia. Che tuttavia oggi sembrerebbe mostrare una prima crepa considerato il pronunciamento di **Unionbirrai**, la storica associazione che raccoglie la fetta più rappresentativa della comunità artigianale, che permette la pastorizzazione per la birra analcolica con la conseguenza di renderla "non artigianale". Sul punto tuttavia la presa di posizione di Unionbirrai non lascia spazio a interpretazioni: "Ci è stato chiesto se pastorizzare una singola birra comporti la perdita dello status artigianale per tutto il birrificio", ha spiegato **Vittorio Ferraris**, direttore generale dell'associazione, "ma la risposta è no. Non esiste il 'birrificio artigianale' in termini normativi: l'artigianalità si applica al singolo prodotto. Se una birra viene pastorizzata, quella birra non è artigianale, punto. Ma ciò non ha conseguenze su eventuali altre birre dello stesso produttore che rispettano i requisiti previsti dalla legge."
L'apertura tuttavia alla birra analcolica prodotta da birrifici artigianali non sarebbe nemmeno stata ipotizzabile fino a qualche anno fa, ma questi purtroppo sono tempi particolarmente difficili un po' per tutti e il settore della birra non fa eccezione: la congiuntura economica non facile per nessuno ha colpito anche i quasi mille produttori esistenti sul territorio nazionale, ci sono state delle chiusure e diversi ridimensionamenti. Non che all'estero vada meglio, anzi. È abbastanza recente la vendita, con relativi licenziamenti, di **Brewdog**, portabandiera della craft beer revolution in un Regno Unito che nel 2025 ha visto la scomparsa di tre birrifici alla settimana (fonte: Drinks Business) e negli Stati Uniti **Rogue Ales** ha dichiarato bancarotta lo scorso novembre concludendo un 2025 che ha visto chiudere i battenti a ben 434 aziende, un dato solo parzialmente compensato da 268 nuove aperture (fonte: Tasting Table). Non stupiscono dunque alcune iniziative messe in campo dai birrifici per adeguarsi alle nuove tendenze in atto, vere o presunte che siano. Il no alcol, ovvero quella che sembra essere la tendenza più di tendenza del momento, ha visto sempre più birrifici cimentarsi nell'impresa ma sono altrettanto interessanti i movimenti di alcuni singoli birrifici che fotografano anche meglio lo stato dei tempi. Ha colpito gli osservatori ad esempio la decisione del piemontese **Baladin** di produrre, per la prima volta nella sua trentennale attività, una birra a bassa fermentazione, in collaborazione con dei maestri della specialità come lo storico birrificio ceco Budvar; oppure il fatto che il veneto **32 Via dei Birrai**, fin dalla sua fondazione consacrato unicamente al formato in bottiglia, abbia deciso di introdurre i keg per il servizio alla spina. "E non è l'unica nostra novità", conferma **Fabiano Toffoli**, fondatore e mastro birraio del birrificio di Pederobba in provincia di Treviso. "Dal 16 novembre sarà disponibile il nostro fustino da cinque litri sia per il mercato dei privati sia per quello Horeca. Dotato di un dispenser riutilizzabile, perfettamente godibile fino a due settimane perché la birra non entra mai in contatto con l'aria e adatto anche a essere allacciato a un regolare impianto di spillatura da pub. Le prevendite stanno andando benissimo". La strategia di 32 Via dei







In alto Isaac Musso, presidente e amministratore di Baladin SpA, a destra il padre Teo Musso, fondatore e CEO del Birrificio Agricolo Baladin

Birrai, oltre al consumo casalingo, è finalizzata soprattutto a bypassare quel "collo di bottiglia" dei locali birrari che, in larga parte, sono contrattualizzati con distributori e grossisti i quali, in cambio di impianti di spillatura in comodato d'uso, vincolano il gestore del locale al loro portafoglio birre. In pratica un esempio di diversificazione, certamente più individuale rispetto all'apertura nei confronti della birra analcolica, ma che rivela come alcuni protagonisti tra gli oltre novecento birrifici artigianali indipendenti censiti in Italia, che secondo i dati del 2025 producono qualcosa come circa 720 mila ettolitri e contribuiscono per il 4,2% dell'intera produzione nazionale, stiano prendendo provvedimenti per reagire o almeno contrastare le difficoltà contingenti di questi anni. La stessa interpretazione, almeno a nostro avviso, va data anche alla collaborazione firmata Baladin e **Budvar** per la produzione della prima birra a bassa fermentazione di quello che va considerato come il più celebre birrificio artigianale italiano, da sempre punto di riferimento per birre ad alta fermentazione o per creazioni sperimentali come le ossidate Xyauyù. E sempre da Baladin poi è arrivata recentemente la notizia senza dubbio più rilevante di questo ultimo periodo per il segmento craft ovvero l'ingresso nell'assetto societario del birrificio piemontese di un partner finanziario olandese che ha immesso nelle casse dell'azienda oltre sedici milioni di euro prendendosi così una fetta consistente dell'assetto ma pur sempre di minoranza. Una bella carica di energia supplementare quindi per raggiungere gli obiettivi che la famiglia Musso si è prefissa ossia il raddoppio della capacità produttiva entro i prossimi anni, il rafforzamento della rete commerciale, gli investimenti sul digitale e l'apertura di sei nuovi locali, altro tassello importante per garantirsi punti vendita a controllo diretto. Una mossa, quella di Teo Musso, che conferma la consueta lungimiranza dell'imprenditore da sempre capace di leggere in anticipo i messaggi che manda il mercato. Perché in definitiva quali messaggi manda un mercato dove le abitudini di consumo tra i giovani sembra stiano cambiando e dove il portafoglio dei consumatori fa più fatica ad aprirsi? In fondo il messaggio è solo uno e sintetizzabile nella capacità di adattamento ai nuovi tempi, un messaggio al quale si può solo rispondere diventando più elastici nell'offerta, senza tradire la propria filosofia di base, puntare a ottenere un maggiore controllo della filiera dalla produzione alla vendita e continuare a investire sul proprio brand perché la riconoscibilità sul mercato è spesso ciò che più fa resistere la propria "nave" in tempi di mare agitato e venti contrari come sono quelli che stiamo attraversando. ◆

> Sono tempi difficili un po' per tutti e il settore della birra non fa eccezione: la congiuntura economica ha colpito anche i quasi mille produttori in Italia

Non solo rovere...

L'invecchiamento, o in alcuni casi l'affinamento, è decisivo nel mondo dei distillati.
E se il rovere francese e quello americano restano i legni più utilizzati, alcune aziende esplorano strade alternative, nei materiali come nel posizionamento delle botti

di MAURIZIO MAESTRELLI



Lo scorso agosto **The Balvenie**, distilleria dello Speyside scozzese le cui origini arrivano nel lontano 1892, ha messo in commercio il suo whisky più esclusivo ovvero The Balvenie invecchiato 88 anni. Whisky che, tra le altre cose, ha permesso alla distilleria di iscrivere il suo nome nel Guinness dei primati considerato che, fino appunto a questa estate, il whisky più vecchio collocato sul mercato era il The Glenlivet invecchiato 85 anni. Certo, parlare di commercio e di mercato per un whisky del quale esistono appena diciassette bottiglie, già probabilmente vendute a una manciata di collezionisti, è decisamente fuorviante ma questa è la storia. Ma sebbene l'aneddoto ponga alcune riflessioni sul mercato del whisky in generale, il dettaglio più significativo è dato dal fatto che il liquido distillato nel 1931 ha riposato per tutti questi decenni in botti di rovere. Ovvero nel contenitore che, di gran lunga, domina le scelte di invecchiamento dei distillati spesso definiti come "nobili" ovvero whisky ovviamente, cognac e rum.

ROVERE AMERICANO E FRANCESE: LE DIFFERENZE NEL BICCHIERE

Il rovere appunto, ovvero la quercia, che si distingue principalmente nei sottotipi americano (Quercus Alba) e in quello francese (Quercus Robur) e, se vogliamo, in quello di Slavonia (Quercus Robur Slavonica). Il primo è un legno duro e denso, meno poroso della varietà francese, conferisce note più intense e aromatiche al distillato mentre il secondo regala maggiore eleganza e note delicate di spezie. Tutto ciò ovviamente facendo la tara al trattamento al quale il legno è sottoposto prima di contenere il distillato stesso o tenendo in considerazione l'eventuale suo precedente utilizzo per altri liquidi, vini o vini liquorosi che siano.

DALLE BOTTI DA BIRRA AL CILIEGIO E AL LARICE

Fin qui la regola aurea alla quale la maggior parte delle distillerie si attengono da secoli. Ultimamente però anche il mondo dei distillati, tradizionalmente conservatore, ha visto delle significative eccezioni alla suddetta regola. E non sono tanto le sperimentazioni portate avanti ad esempio dalla scozzese **Glenfiddich** con un whisky da botti ex India Pale Ale, dall'irlandese **Jameson**, whisky da botti ex stout, e perfino dall'italiana **Strada Ferrata** con un whisky da botti che avevano precedentemente accolto una birra acida. In questi casi il legno era sempre rovere ma il contenuto era invece innovativo, in altri invece la strada percorsa per l'invecchiamento prevedeva un legno differente: il ciliegio



La vera Bivrost (l'aurora boreale) danza sopra la sede di Aurora Spirit, la distilleria artica situata oltre il Circolo Polare Artico, produttrice dell'omonimo whisky

ad esempio come per il whisky giapponese **Kamiki** o per l'italiano **Ter Lignum** prodotto da Birra Forst insieme alla distilleria **Roner** che matura in tre legni diversi: il ciliegio appunto, il rovere e il larice.

LA CACHAÇA E I LEGNI DELLA FORESTA AMAZZONICA

Ma le novità più interessanti, restando ancora sull'argomento legno, si possono trovare in terra brasiliana e nel primo distillato di canna da zucchero prodotto nel Nuovo Mondo ossia la cachaça. Distillato conosciuto in Italia per lo più nella versione trasparente e spesso utilizzato nei cocktail, come la caipirinha, alcuni distillatori brasiliani hanno tuttavia provato a farla maturare per diversi anni in legni da alberi autoctoni della foresta amazzonica. Varietà come l'amburana, il bálsamo, la jequitibá-rosa o l'ipê regalano al liquido note aromatiche del tutto insolite, almeno per il palato europeo, che vanno dall'anice alla resina, dalla cannella ai chiodi di garofano.

IL RUOLO DEL LUOGO: CLIMA, MAGAZZINI E QUOTA DEGLI ANGELI

Non solo rovere dunque, e non solo rovere in cantina. Nel profilo aromatico di un distillato non conta solo la varietà di legno nel quale riposa ma anche il luogo nel quale è collocato il legno. È cosa nota che i distillati collocati nelle botti perdono nel corso del tempo una percentuale del liquido, poeticamente definito "angel's share" ovvero la quota degli angeli, e che questa percentuale varia di molto a seconda del luogo geografico, delle temperature, dell'escursione termica. Per dirla in termini più concreti la percentuale di angel's share di un whisky maturato in Scozia per vent'anni è probabilmente paragonabile a quella di un rum invecchiato alle Barbados. E, a volte, la distanza geografica può davvero essere minima come ha dimostrato la distilleria Neisson, in Martinica, con il progetto "Trois Chais" ovvero tre rum, distillati lo stesso giorno e collocati in botti uguali ma posti in tre magazzini collocati in tre angoli differenti della proprietà. Distanti solo qualche centinaio di metri l'uno dall'altro. All'assaggio le sfumature differenti si percepivano.

BOTTI SUL MARE, NEI BUNKER E A BORDO DELLE NAVI

Così come si percepisce il contributo sapido del mare nei whisky di **Talisker**, distilleria scozzese nell'isola di Skye, le cui botti riposano in una cantina il cui muro esterno è lambito dalle onde, così si avvertono note distintive nei whisky della norvegese Bivrost, distilleria a nord del circolo polare artico, le cui botti "guardano" l'oceano da dei bunker costruiti dai tedeschi durante la Seconda guerra mondiale. E che dire infine del **Jefferson's Ocean Aged at Sea**, un bourbon americano le cui botti viaggiano in nave per quattro anni prima di essere imbottigliato? I produttori dicono che gli sbalzi di temperature e il costante rollio della nave conferiscano al loro bourbon delle note uniche.



Un'immagine interna della distilleria Neisson in Martinica



L'ALTERNATIVA DELLE ANFORE, DALLA GRAPPA AL GIN

Fin qui il legno sembrerebbe aver giocato, pur con tutte le variabili possibili, il ruolo da unico protagonista; tuttavia altri distillati conoscono altri contenitori dove riposare per un certo periodo di tempo prima di incontrare la bottiglia. La terracotta ad esempio. Il caso più noto in Italia è molto probabilmente quello della grappa Anfora firmata dalla trentina **Marzadro**. Il distillato, un blend di vinacce da vitigni autoctoni trentini, riposa dieci mesi in anfore da trecento litri acquistando finezza ed eleganza per via di una micro-ossigenazione addirittura superiore a quella garantita dal legno; la strada percorsa da Marzadro è poi stata seguita dal gin georgiano Kobiashvili, dalla toscana Ginepraio – il cui Amphora passa sei mesi in anfore di cocciopesto da mille litri ciascuna – e anche da una vodka, la francese **Pegasus Shooting Star**, da poco introdotta sul mercato italiano da Velier, che si distingue non solo per un anno di affinamento in anfore di terracotta ma soprattutto per il fatto che all'interno dell'anfora è sospeso un autentico meteorite che, a detta della distilleria, svolge non solo un ruolo meramente simbolico ma anche funzionale per la presenza della condrite, un minerale che si troverebbe solo, per l'appunto, nei meteoriti.

L'AFFINAMENTO SUBACQUEO: UNA STRADA ANCORA DA ESPLORARE

Provocazioni? Sperimentazioni? A chi assaggia l'ardua sentenza. Ma tutti questi esempi fanno capire come anche il mondo dei distillati non è scevro dai tentativi di trovare nuovi percorsi alla definizione esclusiva del prodotto che esce dagli alambicchi.

E se il vino ha già trovato da qualche tempo anche l'occasione di maturare nelle profondità del mare ecco il Camugin, prodotto del catalogo 1492 **Coloniale Group**, tuffarsi a sua volta nelle acque di Portofino adagiandosi a cinquanta metri di profondità. E che dire del croato **Limbay Gin** che trascorre del tempo nelle acque del canale di Limski, tra Parenzo e Rovigno, in compagnia delle ostriche che qui si allevano da anni? Anche in questi casi non è semplice dire quanto influiscano le condizioni ambientali di maturazione e affinamento rispetto alla scelta delle botaniche e alla tecnica di distillazione. Forse è ancora presto per dirlo e dubitiamo che tutte queste innovazioni possano impensierire i produttori di botti e di barrique. Tuttavia nuove strade si stanno aprendo e non è detto che si risolvano in vicoli ciechi. ◆





In alto la sede della distilleria Marzadro a Nogaredo (Trento). In basso le anfore di terracotta utilizzate per l'affinamento della grappa

Non è il cognome che ti definisce

Edoardo Medolago Albani, nel cuore della Valcalepio, ha scelto di tornare a casa per trasformare un'eredità familiare in un progetto

di SARA MISSAGLIA

Mai imporsi con la forza di un nome altisonante e preferire invece costruire, vendemmia dopo vendemmia, una reputazione fondata sulla costanza, sul lavoro e sulla capacità di interpretare un'identità precisa. **Edoardo Medolago Albani** e la Valcalepio finiscono per assomigliarsi e si raccontano con emozione e autenticità: distesa tra Bergamo e il lago d'Iseo, ai piedi delle Prealpi Orobiche, la denominazione ha saputo evolversi negli ultimi decenni con discrezione, affinando il proprio linguaggio enologico senza mai perdere il legame con il territorio. A unirli è uno sguardo rivolto al futuro, sostenuto dalla consapevolezza di appartenere a una generazione di produttori che ha scelto di investire sulla qualità, sulla valorizzazione del paesaggio e sull'accoglienza. Medolago Albani è una delle famiglie storiche della bergamasca, il cui nome è intrecciato da secoli con quello di Villa Redona. È qui, tra filari ordinati, alberi secolari e una cantina le cui origini risalgono al Cinquecento, che prende forma una storia fatta di memoria, responsabilità e continuità. Una storia che oggi trova una nuova voce in Edoardo Medolago Albani, giovane ingegnere civile laureato al Politecnico di Milano che, dopo un'importante esperienza professionale in una multinazionale, ha scelto di rientrare nell'azienda di famiglia. La sua, però, non è la storia di un ritorno annunciato. È la storia di una scelta: «Mio padre non mi ha mai costretto a tornare. Tengo molto a dirlo. È una decisione che nessuno può prendere al posto tuo. A un certo punto senti dentro di appartenere a qualcosa e capisci che è arrivato il momento di rientrare». Non basta infatti ereditare una cantina per diventarne il futuro, ma occorre riconoscersi in una storia, comprenderne il valore e scegliere di farla propria. Nel caso di Edoardo, tutto ha inizio molto prima dell'università, del lavoro a Milano o delle strategie dedicate all'enoturismo. Inizia quando è ancora un bambino e Villa Redona rappresenta il suo universo. «Se chiudo gli occhi e torno indietro, vedo me stesso che corre tra i filari durante l'estate. Ricordo il fresco naturale della cantina del Cinquecento, dove mi rifugiavo quando fuori faceva caldo. Ricordo i grandi alberi giapponesi che la mia famiglia aveva portato qui due secoli fa e dentro i quali mi nascondevo. E poi c'è un profumo che non dimenticherò mai: quello del mosto. È un profumo che senti solo in una cantina e che ti rimane dentro per sempre».

MEDOLAGO ALBANI

Medolago Albani è una delle famiglie storiche della bergamasca, il cui nome è intrecciato da secoli con quello di Villa Redona, sede dell'azienda vitivinicola

Villa Redona era il luogo in cui la famiglia Medolago Albani si trasferiva durante l'estate lasciando il palazzo cittadino, seguendo una tradizione comune a molte famiglie nobiliari lombarde. Qui il vino nasceva inizialmente per il consumo domestico e solo nei primi decenni del Novecento la produzione avrebbe assunto una dimensione commerciale. L'infanzia di Edoardo non è fatta soltanto di giochi tra i vigneti. È fatta soprattutto di persone. Le cita una dopo l'altra, quasi con gratitudine. Il nonno. Il padre. E un uomo che non appartiene alla famiglia per legami di sangue, ma che della famiglia è diventato parte integrante: lo storico cantiniere, entrato in azienda quando aveva appena quattordici anni.





Emanuele Medolago Albani (a sinistra) e suo figlio Edoardo sui gradini della tenuta Villa Redona. In basso Costanzo Luigi Medolago Albani

«È stato lui a insegnarmi tantissime cose. Le potature, il lavoro in vigneto, il modo in cui nasce il vino. Ma soprattutto mi ha insegnato il rispetto per questo mestiere».

Ed è proprio la parola rispetto a ricorrere continuamente durante la conversazione. La barricaia era un luogo nel quale si entrava quasi in punta di piedi. Per un bambino poteva sembrare un gioco, ma gli adulti gli avevano insegnato che lì si stava compiendo un lavoro paziente, fatto di attesa, silenzio e precisione. «Per me era un posto meraviglioso in cui giocare. Ma mio nonno mi prendeva sempre per mano e mi faceva capire che quello era un luogo sacro. Lì si stava creando qualcosa che non doveva essere disturbato. Il vino è attesa ed è necessario rispettare il tempo che serve perché quella magia si compia». È un insegnamento che va ben oltre il vino, in cui emerge chiaramente come il vero patrimonio ricevuto da Edoardo non sia stato tanto quello materiale quanto quello educativo. Quando gli si chiede quale sia l'eredità più importante lasciata dal padre e dal nonno, non cita una tenuta, una denominazione o una bottiglia. Parla di educazione. «Le cose che impari in casa poi le fai anche fuori. Mio padre mi ha insegnato il rispetto delle persone, il senso del lavoro, l'umiltà. È vero, siamo stati fortunati ad avere ricevuto tanto, ma questa eredità va meritata ogni giorno. Avere una villa storica è un privilegio, mantenerla è una responsabilità». E ancora: «Quello che mi ha insegnato mio nonno è che questo patrimonio deve rimanere italiano. È qualcosa che non appartiene soltanto a noi, ma anche alla nostra storia. Oggi sembra un concetto un po' dimenticato, ma conservare queste ville, queste tenute e questa cultura significa conservare una parte dell'identità del nostro Paese».

Il valore di partire

C'è un altro aspetto che colpisce ascoltando Edoardo Medolago Albani ed è il modo in cui racconta il proprio percorso professionale. In un'epoca in cui il ritorno nell'azienda di famiglia viene spesso descritto come una naturale prosecuzione della storia personale, lui ribalta completamente la prospettiva. Per diventare il futuro della cantina, spiega, era necessario prima imparare a stare lontano dalla cantina. La



Avere una villa storica è un privilegio, mantenerla è una responsabilità. Ma sono le tue azioni che ti fanno essere davvero un Medolago Albani

laurea in Ingegneria Civile al Politecnico di Milano rappresenta il primo tassello di questo percorso. Una scelta che nasce anche dalla tradizione imprenditoriale della famiglia, storicamente legata al mondo dell'edilizia, ma che soprattutto gli offre un metodo di lavoro destinato a diventare fondamentale nella gestione dell'azienda. «L'ingegneria non ti insegna soltanto una professione. Ti insegna un metodo. Ti abitua ad affrontare qualsiasi problema con un approccio razionale, a scomporlo, analizzarlo e trovare una soluzione. È una forma mentis che poi ti accompagna in qualsiasi attività». Dopo l'università arriva l'esperienza in una grande multinazionale, durata otto anni. Un settore completamente diverso da quello vitivinicolo, ma proprio per questo destinato ad offrire uno sguardo nuovo sull'impresa. «Se fossi entrato subito in cantina avrei imparato soltanto quello che già sapevamo fare. Invece avevo bisogno di vedere come lavorano aziende molto più grandi della nostra, capire come organizzano i processi, come comunicano un prodotto, come affrontano i mercati internazionali. Tutto quello che impari fuori diventa un patrimonio che puoi riportare nella tua azienda».

Tornare non significa guardare indietro

Edoardo pensa alla libertà quando parla del suo ritorno a Villa Redona. Non esiste una data precisa, ma piuttosto una consapevolezza maturata nel tempo. Parla di appartenenza con un'intensità che va ben oltre il concetto di proprietà. «Io vorrei che ogni persona che lavora con noi sentisse questa azienda anche un po' sua. È quello che ho imparato osservando le grandi imprese. Quando esiste un forte senso di appartenenza, le persone lavorano meglio, condividono gli obiettivi e crescono insieme».

«Non è il cognome che ti definisce»

«Da bambino non ci pensi. Crescendo inizi a conoscere la storia della tua famiglia, ma ho sempre pensato che non sia il cognome a identificarti. Sono le tue azioni che ti fanno essere davvero un Medolago Albani». Essere nati all'interno di una famiglia storica può rappresentare un privilegio, ma comporta anche un'assunzione di responsabilità continua.

Il vino come racconto del territorio

Se il passato rappresenta le radici dell'azienda, il vino continua a esserne il linguaggio più autentico. Per raccontare Medolago Albani, Edoardo sceglie il Valcalepio Rosso Riserva "I due Lauri": «È il vino che racconta meglio chi siamo. Racconta il territorio, racconta la nostra denominazione e rappresenta la massima espressione del Valcalepio secondo la nostra interpretazione». Accanto a questa etichetta ne sceglie però una seconda, nata di recente e molto più personale: si tratta di Codem, Merlot in purezza, vino che identifica la visione più contemporanea dell'azienda. «Codem significa molte cose insieme. C'è il codice della







A sinistra, veduta aerea della tenuta Villa Redona. La sala da pranzo "sala degli uccelli" di Villa Redona, un esterno del ristorante Sant'Eustorgio a Milano e l'antica barricaia situata nella cantina del 1500

famiglia Medolago, ma c'è anche la M del Merlot, che per noi è un vitigno fondamentale. Abbiamo la fortuna di avere un territorio straordinario per questa varietà e volevamo creare un vino in grado di raccontarlo fino in fondo».

Milano, un ponte tra il territorio e il mondo

È il caso del ristorante aperto nel centro di Milano, una scelta che nasce dall'osservazione di un modello imprenditoriale vissuto durante gli anni trascorsi in Luxottica. «Una delle grandi forze delle multinazionali è quella di avere punti vendita propri, dove il prodotto non viene soltanto commercializzato, ma anche raccontato. Ho pensato che, per una cantina, il ristorante potesse svolgere la stessa funzione». Nella visione di Edoardo, qui il vino diventa ambasciatore del territorio. Milano, con la sua dimensione internazionale e la vicinanza geografica a Bergamo, rappresenta il punto di partenza ideale per costruire un dialogo continuo tra città e campagna, tra consumatore e produttore, tra chi assaggia un calice e il luogo da cui quel vino proviene. «Per noi Milano è una vetrina straordinaria. È vicina, è internazionale e ci permette di raccontare il Valcalepio a persone che, magari, non ne hanno mai sentito parlare. Da lì nasce un percorso che poi continua in cantina». Un percorso che trova il proprio completamento nell'enoturismo, destinato secondo Edoardo a diventare uno degli strumenti più importanti per il futuro delle aziende vitivinicole. «Il turismo a Bergamo è cresciuto enormemente negli ultimi anni e questo rappresenta una grande opportunità. Quando una persona visita la cantina, passeggia tra i vigneti, conosce chi produce il vino, quel vino non è più soltanto una bottiglia. Diventa un ricordo, un'esperienza, una storia».

Un cane di nome Cher

Prima di salutarci, però, la conversazione torna improvvisamente all'infanzia. E forse non è un caso, perché, se tutta questa storia ha un centro, quel centro non è una bottiglia, né una strategia commerciale, né un progetto imprenditoriale. È un valore: Edoardo sorride mentre ricorda Cher, il pastore bergamasco cresciuto insieme a lui, al fratello e al cugino. Il nonno aveva educato il cane con la stessa cura con cui aveva educato i suoi nipoti. La porta della barricaia, per il cane, rappresentava un confine invalicabile. «Io, mio fratello e mio cugino volevamo metterlo alla prova. Abbiamo fatto una striscia di briciole di pane che partiva dalla sua cuccia e arrivava fino dentro la barricaia. Lui seguiva ogni pezzettino di pane, ma continuava a guardarsi intorno. Arrivato quasi sulla soglia sentì i passi di mio nonno. Scappò immediatamente fuori. Aveva imparato che quella porta non doveva essere oltrepassata».

Il rispetto per Edoardo non nasce dalle regole, ma dall'esempio: il cognome racconta una storia lunga secoli, ma saranno le sue azioni, come lui stesso ama ripetere, a scriverne il prossimo capitolo. ◆





Gianpiero Gerbi

«È finito un ciclo. Se ne aprirà un altro»

Tra scienza e visione, l'enologo piemontese racconta un vino che cambia: meno volumi, più identità, qualità e coerenza, con uno sguardo attento alle piccole denominazioni

di PAOLO VALENTE

Nato nel 1985 in Piemonte, respira fin da subito il profumo della terra accompagnando il nonno in campagna. Amante della letteratura, si appassiona al vino che diventa la sua professione; predilige le piccole denominazioni e ha una passione viscerale per la barbera.

Raccontaci del tuo percorso di studio.
Sono cresciuto a contatto con i miei nonni che erano gente di campagna e nell'infanzia ho avuto il piacere, o forse l'onere, di accompagnare il nonno a lavorare la terra. Al momento di scegliere la facoltà avevo le idee molto confuse ed ero indeciso se iscrivermi a Lettere o ad Agraria. Mi piaceva molto scrivere ma avevo il richiamo della natura e di tutto ciò che vi accadeva di non programmabile; ricordavo mio nonno con il naso sempre all'insù per vedere cosa faceva il tempo. La scelta è ricaduta su Agraria e ho poi preferito Viticoltura ed Enologia perché mi incuriosiva conoscere questo mondo che sembrava un po' particolare. Da lì è nata la passione sia per gli aspetti più tecnici e scientifici che per la parte più vicina alla terra e alla trasformazione dell'uva. Mi sono dunque laureato in Scienze Viticole ed Enologiche.

Come è iniziata la tua attività di consulente?
Durante gli studi ho fatto un po' di esperienze cercando di avvicinarmi a situazioni diverse: nella cantina sperimentale dell'Università ho imparato la bellezza dei vitigni minori, autoctoni e da riscoprire; poi, dopo esperienze in Langa e in Monferrato,

Forse meno persone si avvicineranno al vino ma più motivate e più selezionate, ci sarà una riduzione della produzione, i vini saranno meno, ma saranno sempre più specifici, identitari, unici

sono approdato in un laboratorio di analisi, lì ho iniziato ad avere la visione di cosa significasse fare il consulente. Vedevo i viticoltori che venivano in laboratorio con i loro problemi, le loro storie, il loro modo di intendere le cose e il consulente si calava nelle differenti situazioni e cercava di dare la soluzione giusta. Questo mi ha fatto venire voglia di intraprendere questa professione.

Ormai da 15 anni collaboro con un gruppo di consulenza che mi ha consentito sia di occuparmi di attività di analisi che di consulenza vera e propria lavorando in numerose regioni.

C'è stata una persona fondamentale nel tuo percorso di crescita professionale?

L'esperienza più importate per la mia crescita professionale è stata quella con Paolo De Marchi a Isole e Olena. Ho imparato molto dal punto di vista pratico perché era una cantina vocata alla qualità, ma la cosa che mi porto dietro è stata la visione di Paolo, di come era arrivato lì, delle scelte che aveva fatto nel passato. In particolare, aver puntato sempre e solo sulla qualità, non raccontata ma costruita: la ricerca sui cloni di sangiovese, la scelta di lavorare con determinati legni che fossero adatti alle sue uve. Un incontro che mi ha fatto capire come si costruisce il proprio percorso.

Qual è lo stato della viticoltura e dell'enologia in Italia, oggi?

Possiamo dire che siamo in un momento molto particolare. Rispetto a quando ho cominciato io, quando eravamo all'apice dei tempi d'oro del vino moderno, adesso sono cambiate diverse cose, radicalmente.

In meglio o peggio?

Sono cambiate. Giudicare oggi se stiamo andando verso il meglio o il peggio è molto difficile anche se la situazione odierna non è rosea. Il tema della riduzione dei consumi in realtà ha radici molto lontane: il consumo del vino in Italia è in decremento da almeno 40 anni. Attualmente il punto è culturale: dagli anni 2000 al 2015 circa è stato il periodo in cui se non ti fossi appassionato al vino saresti stato considerato culturalmente poco elevato, il vino era un argomento sulla cresta dell'onda, declinato in mille modi ma in tutte le situazioni in cui si trovavano le parole qualità, eccellenza o cultura il vino era presente come se fosse una sorta di pietra filosofale. Il vino si inseriva in tutti i discorsi, era la spilletta da mettere sulle giacche dei politici, ci si faceva belli con il made in Italy come se l'Italia fondasse il proprio PIL sul vino.

C'erano anche tanti investimenti.

Sì, arrivavano investimenti stratosferici al di fuori del mondo agricolo. Anche chi aveva aziende in altri settori decideva, di acquistare, di piantare vigneti e di costruire cantine. Ecco, questi investimenti si stanno fermando; i grossi capitali che entrano nel mondo del vino iniziano ad essere un po' più timidi. Inoltre, c'è stata la risacca dopo l'onda, il vino era diventato la bevanda panacea di tutti i mali, addirittura faceva bene alla salute! Oggi invece il vino fa male, il vino è entrato tra le sostanze cancerogene della UE, c'è la riduzione dei consumi, i giovani non bevono più vino.

Un cambiamento significativo.

È finita un'epoca, un ciclo. Se ne aprirà un altro. Sarà diverso, sarà fatto di meno volumi, di meno pomposità, di meno chiacchiere urlate, di maggiore cultura vera. Forse meno persone si avvicineranno si avvicinano al vino ma più motivate e più selezionate, ci sarà una riduzione della produzione, i vini saranno meno, ma saranno sempre più specifici, identitari, unici. Alcune zone della nostra Italia continueranno ad essere fortissime, altre no e vedranno dei disinvestimenti.

E il vostro lavoro di enologi cambierà?

Sì, passeremo da essere comandanti di un progetto a essere coloro che devono scrivere, narrare il progetto, narrare non nel senso di comunicare ma nel senso di insegnare a chi investe dove bisogna andare non lasciando che gli investimenti guidino gli obiettivi, nel vino non può essere così. La situazione sta cambiando, siamo in una congiuntura non facilissima ma non mi aspetto nemmeno che il baratro sia domani.

L'enologo è più un artista o uno scienziato?

Mi piacerebbe dire che è l'anello di congiunzione tra lo scienziato, colui che deve conoscere e approfondire il tema del vino, dei vitigni, della vigna, e l'artista, cioè colui che riesce a guardare oltre la realtà per pensare al futuro attraverso una visione critica che non solo osserva l'orizzonte ma va a tracciare una linea per arrivarci.

Quale è il tuo approccio al mondo del biologico e della sostenibilità?

Tendo ad avere un approccio molto semplice con un unico obiettivo: quello di dare gli strumenti al vignaiolo, all'azienda, alla cantina per potersi esprimere. In tanti casi è capitato di portare delle aziende naturalmente al biologico da una viticoltura tradizionale, convenzionale, termine quasi dispregiativo in alcuni contesti in quanto si intende una viticoltura anni Settanta: massimizzazione delle rese, minimizzazione dei costi e produzione di un vino piacevole a tutti i costi, costi quel che costi.

Alcune cantine, invece, sono approdate al biologico perché ritenevano che il loro passaggio economico, agricolo su



questa terra dovesse avere una maggiore eticità. Non credo che tutte le aziende possano passare al biologico mentre per alcune è un peccato che non lo diventino perché avrebbero già le condizioni per poterlo fare. Quello che rifuggo totalmente sono approcci lassisti al tema della sostenibilità a 360°; non lavoro con aziende che vogliono fare il cosiddetto greenwashing, perché credo ci sia un unico grande bene nel produrre vino che è quello della coerenza.

Cosa significa la qualità?

La qualità per me è tre cose: la prima è donare piacere a chi assaggia, poi c'è la coerenza cioè fare un vino coerente con il tuo messaggio e che riesce a trasmetterlo. Il terzo punto è ricercare costantemente il miglioramento. La qualità è un concetto dinamico: 15 anni fa si dovevano fare vini con determinate caratteristiche perché il mercato li richiedeva così, oggi richiede altro. Negli anni '70 la qualità voleva dire produrre un vino corretto, negli anni '90 significava fare un vino strutturato, oggi un vino che sia il più possibile espressivo. Occorre cercare di evitare che i viticoltori rimangano aggrappati a certi stereotipi e traghettarli verso nuove forme di qualità.

Quale è il territorio che preferisci?

Questa è una domanda politicamente scorretta…[ride]. Cerco di essere salomonico: il mio posto del cuore è la Valtriversa dove siamo in pochissimi a fare vino; io lo faccio insieme a due amici solo per passione e per far conoscere la nostra zona al mondo enologico. Questo è il mio luogo del cuore. Poi amo intensamente i territori prossimali. Sono un grande fan delle piccole denominazioni, dei territori difficili, dove l'uomo ha espresso il meglio di sé: le Cinque Terre, l'alto Canavese, il Ponente ligure, le viticolture prossimali delle valli alpine. Ho ereditato questa passione dal mio papà che ha lavorato tanto con le grandi denominazioni ma poi è sempre tornato a quelle piccole alla ricerca di vitigni rari che rappresentano delle comunità che hanno resistito e che attraverso la viticoltura hanno mantenuto tradizioni che altrimenti sarebbero scomparse.

Seconda domanda scomoda: qual è il tuo vitigno preferito?

Ho un legame speciale con la barbera. Ho sempre in mente Paolo Desana, il padre delle denominazioni, che raccontava la barbera come un vitigno popolare che si eleva insieme alla società che lo coltiva, un vitigno che promette riscatto. È stato il peggior vinaccio d'Italia e poi pian piano, grazie alla fatica di tanti viticoltori, si è elevato. Certamente non ha l'aura lucente e regale del nebbiolo o del sangiovese, ma la barbera è proprio il vino del popolo e come il popolo si eleva, e io credo che nel futuro possa elevarsi ancora di più. ◆



Castelmagno DOP: l'eccellenza della Valle Grana tra disciplinare e Presidio Slow Food

Il Castelmagno non è soltanto un formaggio; è un pilastro dell'identità alpina piemontese, un custode di sapori millenari che sopravvivono tra le pieghe aspre della Valle Grana

di BEPPE CASOLO

Definito storicamente il "Re dei Formaggi", il Castelmagno rappresenta l'unione indissolubile tra un terroir d'alta quota e una sapienza casearia che sfida i ritmi dell'industria moderna. Nelle valli in cui risuona ancora l'occitano, questo prodotto viene chiamato con devozione "castelmanh", a testimonianza di una radice culturale profonda che ha trasformato un alimento di sussistenza in un'eccellenza celebrata dalle corti di tutta Europa.

UNA STORIA CHE AFFONDA IN UN PASSATO DOCUMENTALE

Le sue origini risalgono al tardo XIII secolo. Sebbene si ipotizzi che la produzione originaria sia iniziata intorno all'anno mille, la pietra miliare della sua cronologia è la sentenza arbitrale del 1277. Questo documento risolse una disputa tra i comuni di Castelmagno e Celle di Macra per l'usufrutto di alcuni pascoli: la penale stabilita non era in denaro, ma consisteva nel pagamento annuale di esattamente sette forme di Castelmagno al Marchese di Saluzzo. Tale dettaglio sottolinea come, già sette secoli fa, il valore di questo cacio fosse equiparato a una pregiata unità di scambio.

L'epoca d'oro arrivò nell'Ottocento, quando il Castelmagno divenne il protagonista dei menu nei ristoranti d'élite di Londra e Parigi. Tuttavia, il XX secolo portò con sé lo spettro dell'estinzione a causa dello spopolamento delle montagne. La rinascita è legata alla determinazione di figure come Gianni De Matteis, sindaco di Castelmagno, che negli anni '80 guidò la battaglia per il riconoscimento nazionale DOC (ottenuto nel 1982), propedeutico alla successiva DOP europea del 1996.

IL LEGAME CON LA VALLE GRANA

L'unione con la Valle Grana è sancita da un disciplinare che limita la produzione e la stagionatura a soli tre comuni della provincia di Cuneo: Castelmagno, Pradleves e Monterosso Grana. Il profilo aromatico del formaggio è plasmato dai pascoli che arrivano a oltre i 1600 metri, ricchi di flora endemica come la poa e la festuca. L'importanza di questo legame botanico è oggi al centro di una ricerca condotta dall'Università di Torino, volta a identificare e certificare i migliori "cru"

caseari sulla base delle specifiche caratteristiche fito-sociologiche dei pascoli, elevando il concetto di terroir a un rigore scientifico senza precedenti.

Il Presidio Slow Food (nato nel 2008) rappresenta un vero "meccanismo di sopravvivenza" per i batteri lattici naturali. Mentre le produzioni industriali di valle ricorrono a fermenti standardizzati, i malgari del Presidio preservano la flora batterica autoctona, garantendo che ogni forma sia un ecosistema unico e irripetibile.

LA PRODUZIONE

La produzione del Castelmagno è un rituale di pazienza e manualità che dura circa sei giorni prima dell'affinamento.

1.MATERIA PRIMA Latte vaccino crudo (da due mungiture) con eventuale aggiunta (5-20%) di latte ovicaprino proveniente da razze stanziali (Piemontese, Barà Pustertaler).

2.ROTTURA DELLA CAGLIATA Riduzione manuale a grumi della grandezza di una nocciola o di un chicco di mais.

3.ACIDIFICAZIONE La massa viene lasciata sgrondare per 24 ore in un telo chiamato risola, appeso a formare un fagotto. Successivamente avviene una seconda rottura in cubetti e la massa viene lasciata acidificare sotto siero per altri 3-4 giorni. Questo passaggio critico conferisce al formaggio la sua caratteristica struttura e acidità.

4.RIMPASTO E FORATURA La pasta viene triturata, salata a secco e pressata. Per favorire lo sviluppo dell'erborinatura naturale, si utilizza la tecnica tradizionale della foratura manuale con ferri lunghi, che permette all'aria di penetrare nel cuore della forma.

5.AFFINAMENTO La maturazione avviene in grotte naturali fresche e umide (umidità >90%) per un minimo di 60 giorni, estesi a oltre 120 per le versioni d'alpeggio.

L'erborinatura del Castelmagno è spontanea: a differenza di altri blu-cheese, lo sviluppo del *Penicillium* non è indotto da inoculi massicci, ma è il risultato del microclima delle grotte e della sapiente foratura manuale.

UN FORMAGGIO IN EVOLUZIONE COSTANTE

Il Castelmagno è un formaggio che trasforma la sua anima con il progredire dei mesi. Il prodotto giovane presenta una pasta bianca perlacea, friabile e finemente granulosa. Sapore delicato, moderatamente salato, con freschi sentori di latte fermentato e foraggio. Quello stagionato ha una pasta più compatta, di colore giallo-ocra, con venature blu-verdastre. Il sapore vira sul piccante intenso e persistente, arricchito da note di noci, sottobosco e, nelle forme più nobili, sentori di tartufo. La crosta, non edibile, diventa spessa, bruno-rossastra e rugosa. ◆

TIPOLOGIA	ETICHETTA	CARATTERISTICHE SPECIFICHE
Castelmagno Prodotto della Montagna	BLU	Produzione annuale nell'intero territorio dei tre comuni DOP
Castelmagno di Alpeggio	VERDE & MUSCHIO	Produzione estiva (giugno-settembre) sopra i 1000/1600 metri in malga
Presidio Slow Food	VERDE & MUSCHIO	Requisiti aggiuntivi: pascolo brado, assenza di insilati/OGM e, soprattutto, divieto di fermenti selezionati



Castelmagno, incontri di carattere

Già dal suo aspetto il Castelmagno trae naturale ispirazione da un calice ambizioso per struttura e complessità, generoso nell'alcolicità per accompagnarne la masticabilità e creare armonia al palato. La stagionatura aggiunge un timbro più o meno salato a una ricchezza gustativa che può chiudersi su percezioni piccanti. Intensa e variegata anche la complessità odorosa: note tostate, vegetali, lattiche e tartufate, con aromi di frutta secca in evidenza. Un incontro che sollecita e appaga i sensi.

Nel vino, freschezza, intensità e lunghezza sono validi compagni, insieme all'ampiezza del sorso, tra morbidezza e salinità. La scelta dipende dal momento di consumo e dalla maturazione del formaggio, che regala profili diversi. L'offerta lombarda e piemontese dei vini esprime grandi possibilità per esaltare queste differenze, con vitigni autoctoni e selezioni talvolta stravaganti, ma definite e di carattere.

Il **Lugana Riserva "Vigne di Catullo" 2019** di **Tenuta Roveglia** esprime una notevole capacità di evoluzione: il bouquet caloroso e la stuzzicante sapidità valorizzano l'accostamento. Dal Piemonte arriva **Soldati La Scolca d'Antan Bdb Brut 2010** di **La Scolca**, la cui evoluzione seduce il cacio.

Il tradizionale abbinamento con il nebbiolo si declina nello **Sforzato di Valtellina "Albareda" 2021** di **Mamete Prevostini**, per l'armonia tra la tattilità del formaggio e la lunghezza di un tannino saporito e ricamato. **La Prevostura**, piccola azienda biellese, propone il **Lessona 2018**, speziato, balsamico e dinamico: un equilibrio che si distende nei toni aromatici con il Castelmagno di Alpeggio.

Sul fronte delle contrapposizioni, la succulenza lattica e il tono piccante incontrano la dolcezza e l'avvolgenza del **Passito Theia 2023** di **Nove Lune**. I suoi richiami mediterranei creano una chiusura bilanciata e originale. Infine, l'**Erbaluce di Caluso Passito Riserva 2013** di **Bruno Giacometto** rappresenta il parallelo espressivo con il Castelmagno "da erborinatura".

L'effetto wow nella comunicazione dell'olio

Tra promozioni e polemiche, l'extra vergine fatica a comunicare il proprio valore e a sorprendere il consumatore. Design, packaging e nuovi servizi possono aprire la strada a una narrazione capace di superare schemi ormai logori

di LUIGI CARICATO

La comunicazione dell'olio extra vergine di oliva ha la capacità di stupire? Forse sì, forse no. Più no, che sì, a essere sinceri. Solitamente si comunica l'olio al consumatore e al fruitore professionale in modo classico, con le solite formule, senza preoccuparsi di ideare e adottare soluzioni inedite, ma, soprattutto, a mancare sono nuovi linguaggi e stili, discontinui rispetto al passato e allo stesso presente, che pure riflette in toto il passato. E questa ripetizione di schemi fissi, seppure modulati con variazioni sul tema, riguardano sia i pochi, rari, spot televisivi, sia la stessa pubblicità tabellare, che poi a dire il vero non è così frequente.

La dittatura del prezzo e delle promozioni

C'è una certa ritrosia a pubblicizzare l'extra vergine per una ragione ben precisa: si gioca sempre sulla leva del prezzo, con le ripetute offerte in promozione, se non addirittura in sottocosto degli oli Evo, fino a declassarli di rango, rendendoli di fatto dei prodotti commodity, in aperta contraddizione con la scienza che li definisce *functional food* e pure nutraceutici. Segno evidente, questa contraddizione, che la comunicazione non è che vada a buon fine. Come si fa a concepire un prezzo basso per un alimento che fa bene e ci dispone al benessere? Un bel quesito, questo, da cui è bene partire per creare l'effetto wow che di fatto non esiste, anche se da qualche parte del mondo non mancano gli esempi positivi che vanno in tale direzione. Un quesito ancor più importante considerando che la gran parte delle vendite avviene nella cosiddetta Grande Distribuzione Organizzata, mentre gli altri canali distributivi, pesando poco in percentuale non sono presidiati. Con le attuali dinamiche commerciali, le aziende faticano a investire in comunicazione, un po' per mancanza di liquidità, un po' per sfiducia, un po' (forse anche un po' troppo) per indifferenza.

L'astio verso i grandi marchi

Forse la strada percorribile per determinare una svolta è il web. Agendo sui social media, dove gli investimenti sono più contenuti ma efficaci, ci si scontra con un problema: si nota un'acredine verso i grandi marchi, spesso contestati per via del fatto che commercializzino più olio comunitario o extra comunitario, anziché olio italiano, il che non è una colpa, visto che non siamo autosufficienti, né per i consumi interni, né per l'export. Insomma, si assiste più all'effetto cul de sac che non all'effetto wow. Non si può sorprendere il consumatore se si generano inutili e sterili polemiche. La definizione di "trafficanti d'olio", indirizzata indistintamente ai confezionatori, o l'accusa di truffe e frodi, oltre a esacerbare gli animi, non porta ad alcun cambiamento di prospettiva.

Un settore sicuro e controllato

L'autunno 2026 offre intanto un quadro desolante, con i magazzini dei frantoi pieni di olio invenduto. Il mercato non premia il 100% italiano, men che meno gli oli Dop e Igp. Il corto circuito che si è creato intorno all'olio non giova né al settore né al prodotto. L'oggettiva impossibilità di svincolarsi da pretestuose polemiche mette in ginocchio il sistema. Un paradosso, perché i dati ufficiali dell'organismo di controllo Icqrf raccontano tutta un'altra storia: non ci sono le tanto annunciate frodi, non vi è nessuno stato di emergenza. Anzi, è vero il contrario: il settore è talmente controllato e sicuro che potrebbe anche vantarsi rispetto al resto dei Paesi produttori, dove non vi è la stessa intensità di verifiche.

L'importanza del design e del packaging

L'effetto wow nella comunicazione dell'olio non esiste, ma a piccoli passi si va nella giusta direzione. L'innovazione del design porta i suoi frutti. L'estetica dei contenitori e la qualità del prodotto stanno creando un nuovo



corso, anche se, occorre pur ammetterlo, la Spagna è molto più avanti dell'Italia sia sul fronte del design, sia su quello della qualità e delle attività di promozione.

Per cambiare registro l'Italia dovrà affidarsi a creativi che rimodulino radicalmente il linguaggio, come pure lo stesso approccio con il prodotto. È da reinventare la narrazione a partire dall'offerta di servizi rivolti al consumatore (come è avvenuto con il caffè presentato in cialde), per cui non si tratta più di vendere il prodotto da solo, ma di farlo con uno o più servizi inclusi.

Un cambio di passo, commerciale e giornalistico

Cambiare strategie e renderle comuni e condivise è il primo passo da compiere, ma il persistere di battaglie intestine tra i vari attori della filiera annulla ogni sforzo. Anche sul fronte commerciale occorre uscire dalla logica del prezzo, recuperando il valore perduto e impegnandosi a far percepire il reale valore dell'olio. Sul fronte giornalistico, come pure nell'ambito degli addetti alla formazione, si è molto indietro: ed è da qui che deve partire il rinnovamento. L'olio va presentato in una chiave di lettura completamente nuova, ribaltando radicalmente il linguaggio precedente. Basta osservare i siti internet aziendali: tutti si esprimono nello stesso modo, adottando le medesime retoriche, gli stessi schemi vetusti. Ci si ferma in superficie, mai indagando dal di dentro il prodotto olio, che nel frattempo è cambiato. Non si racconta il cambiamento, che pure è avvenuto, in termini di qualità e peculiarità sensoriali. Gli stessi criteri dell'analisi sensoriale richiedono oggi un nuovo metodo e un nuovo lessico. Insomma, c'è ancora molto da lavorare per ottenere l'effetto wow che a tutt'oggi – a parte casi isolati, ma individuali – non c'è. ◆

IL CARRELLO DEGLI OLI



PAOLA ORSINI, Priverno (Latina): **Dop Colline Pontine**, bio; olive Itrana. Erba fresca, pomodoro e rosmarino. Morbido, dolce al primo impatto, amaro e piccante progressivi, gusto di carciofo e cardo.



STEFANIA DE CARLIS, Pantelleria (Trapani): **Marthingana**; olive Biancolilla. Nuances di foglia di pomodoro con richiami verdi, erbacei, freschi. Morbido, armonico, delicato, pulito, di buona fluidità.



DI BATTISTA MASTRI OLEARI, Lucera (Foggia): **Monocultivar Nasuta**: olive Nasuta. Erba, mela e banana. Armonico, di buona fluidità, amaro e piccante ben dosati; sentori di pomodoro e mandorla.



LORENZO COSTA FU EUGENIO, Genova: **Electio**, olive Coratina e Peranzana. Erba verde, pomodoro e carciofo. Equilibrato, sapido, fine, amaro e piccante progressivi, ben dosati e persistenti.

I dolci di Natale

Un viaggio nelle preparazioni italiane, tra ricette regionali e vini da abbinare

di PAOLO VALENTE



Con l'avvicinarsi delle festività natalizie le vie d'Italia si addobbano di luci e festoni mentre le vetrine delle pasticcerie si riempiono dei dolci della tradizione. Oltre a Panettone e Pandoro, ogni regione d'Italia ha i suoi dolci di Natale.

Sono il risultato di una cultura contadina che cerca di unire ingredienti che, anche se semplici, non erano abituali. La voglia di fare festa, di avere qualcosa di speciale per celebrare il momento, faceva raccogliere, mettere da parte, alcuni degli ingredienti per questi dolci: farina, zucchero, uova, frutta secca o passita, canditi.

Un accenno alla storia del **Panettone** è però d'obbligo. La leggenda racconta che ai tempi di Ludovico il Moro, nella seconda metà del 1400, un cuoco bruciò il dolce destinato a un banchetto natalizio. Al suo posto fu servito un dolce che il garzone Toni aveva preparato per i cucinieri unendo farina, uova, zucchero, burro, canditi e uvetta. Il banchetto ebbe la sua degna conclusione e quel dolce divenne il "Pan de Toni".

La storia più recente parla invece di un "pane grosso" che veniva preparato per Natale utilizzando la farina raffinata che per il resto dell'anno era destinata solo ai ricchi. Nel 1919 le sue dimensioni cambiano per mano di Angelo Motta che lo realizza più alto e soffice, così come lo conosciamo.

Accantonato l'ubiquitario Panettone andiamo a scoprire alcuni altri dolci tradizionali natalizi.

Il Piemonte non ha un vero e proprio dolce di Natale. Forse è lo **Zabaione** che caratterizza meglio le feste sabaude e che viene accompagnato al Panettone, dolce che alcuni dicono sia stato inventano nel pinerolese.

La **Pinza** veneta, diffusa anche in Trentino e in Friuli, è fatta con farina di mais, fichi secchi, uvetta, finocchio. È un dolce veramente povero che si mangia da Natale all'Epifania. Un buon **Torchiato di Fregona** lo nobilita e si abbina perfettamente.

A Verona troviamo il **Nadalin** ("Na-



A sinistra i roccocò, famosi dolci natalizi tipici della pasticceria napoletana e campana. A destra il siciliano buccellato

talino" in dialetto veronese) si caratterizza per la forma a stella ed è legato alla tradizione locale fin dal XIII secolo. Considerato l'antenato del Pandoro, rispetto al quale ha una consistenza più compatta, prevede nell'impasto l'utilizzo di tanto burro, zucchero e vaniglia. Ad accompagnarlo un calice di **Recioto di Gambellara**.

Il **Panpepato**, antico precursore del panforte, è diffuso, con differenti nomi e ricette, in Toscana e un po' in tutto il centro Italia. Si prepara con frutta secca, noci, nocciole, mandorle, frutta candita, arancio o cedro, e disidratata, fichi secchi e uvetta, e poi miele, un po' di cioccolato, farina, vino o liquore e un'aggiunta di spezie, in particolare il pepe da cui prende il nome. La lista degli ingredienti ci descrive un dolce ricco ma realizzato con ingredienti semplici e facilmente reperibili nella dispensa. L'abbinamento del territorio porta a un **Vin Santo** oppure, volendo spaziare sul territorio toscano, potremmo pensare a un **Aleatico Passito** dell'Isola d'Elba.

Nella capitale, il **Pangiallo** romano è simile al panpepato ma senza la frutta candita, il pepe e le spezie, arricchito con miele e di una pastella gialla (da qui il nome) allo zafferano che ricopre la sua forma a cupola.

A Napoli e dintorni gli **Struffoli** sono d'obbligo. Una piramide di dolci perle di pasta fritta. Un semplice impasto di uova e farina arricchito con scorza di agrumi e un poco di liquore e poi fritti nell'olio. Il miele a fare da collante e le scorze di agrumi canditi e le perline di zucchero colorate a far festa.

Il **Roccocò** è realizzato con mandorle, farina, zucchero, canditi e pisto napoletano, ovvero un miscuglio di spezie varie; cotto al forno ha la forma tondeggiante simile a quella del tarallo.

E ancora i **Susamielli** storicamente prodotti in tre versioni, via via più pregiate: quella più ricca, per i signori, prevede un impasto con farina e mandorle dal quale si ricavano dei biscotti a forma di "S" guarniti con due mandorle negli incavi.

Più elaborata la preparazione dei **Raffioli**, morbide tartine di pan di Spagna pennellato con confettura e ricoperto da glassa allo zucchero. La versione "a Cassata" prevede l'aggiunta di ricotta e gocce di cioccolato.

E in abbinamento alcuni vini di nicchia: il **Moscato di Baselice**, la **Falanghina dei Campi Flegrei** passita o il **Passito** da uve Agostinella, antico vitigno della Valle Telesina.

In Sicilia sono numerosi i dolci tradizionali. I **Mucatoli** o **Nucatoli** sono biscotti di pasta frolla ripieni a forma di "S". Sono aperti sul lato alto per lasciar vedere il contenuto all'interno che varia a seconda delle zone di produzione ma che tendenzialmente è composto da fichi secchi e uva passa, miele o mosto cotto, noci o mandorle, scorza di agrumi; sopra una glassa di zucchero. Il **Buccellato** è una ciambella di sfoglia ripiena e glassata. Il ripieno varia per zona: fichi secchi, uva passa, mandorle, scorze d'arancia e, talvolta cioccolato. Da abbinare ai vini dolci siciliani: **Passito di Pantelleria**, **Moscato di Noto** o **Malvasia delle Lipari**.◆

L'abbinamento: qualche suggerimento









Per chi ama le bollicine in abbinamento con panettone o pandoro trova nel **Franciacorta Demi Sec Nectar di Bellavista** un valido alleato; alla pasticceria secca e al cioccolato, comunque sempre presente sulle tavole di Natale, accostiamo il **Vino dolce M** di **San Michele**, da uve a bacca rossa appassite in cassetta per quattro mesi. Per dolci secchi un vino dalla grande personalità quale il **Friuli Colli Orientali Verduzzo** di **Meroi** da uve verduzzo mentre per concludere un ricco pasto un grande classico della tradizione toscana: da uve Trebbiano, Malvasia e Sangiovese, il **Vin Santo del Chianti Classico** di **Fèlsina**.



Pavia, Cremona, Melzo e Sondrio: la Lombardia dei baci

È un vero e proprio archetipo, il "bacio", nella nostra secolare arte pasticcera, un'icona che diversi campanili hanno saputo scolpire e declinare secondo il proprio gusto e la propria cultura

di ANDREA GRIGNAFFINI

Oltre la celeberrima tradizione dei baci delle corti sabaude, in Lombardia, questa deliziosa geografia dell'effimero e del sublime ha trovato una sua specifica espressione grazie ai mastri fornai lombardi che hanno tradotto l'atto del bacio gastronomico, classicamente due calotte destinate a incontrarsi, unite da un sospiro di cioccolato o da una carezza di frutta, in un mosaico di diverse consistenze, contrasti e forme.

Il viaggio ideale comincia laddove il Ticino lambisce le mura della "città delle cento torri", **Pavia**, che custodisce la ricetta dei **Baci del Signore** – storicamente conosciuti anche come Baci delle Signore. Qui, l'impasto abbandona la tradizionale frolla per abbracciare la vaporosità della pasta savoiarda, con gli albumi montati a neve ferma che creano una struttura alveolata e soffice che con sé reca l'eco ovattato dei salotti della borghesia tardo-ottocentesca. La peculiarità di questo dolcetto risiede nei contrasti sensoriali; al centro, un velo di marmellata di arance amare regala una nota acidula e agrumata, mentre l'immersione parziale della calotta nel cioccolato fondente fuso chiude il cerchio del gusto

con un tocco amaricante netto e persistente.

Spostandosi verso Est, dove la pianura appare sconfinata e l'aria profuma di torrone e di mostarda, si approda alla culla dei leggendari **Baci di Cremona**, quei *bazeen de Cremuna*, in dialetto, che rappresentano l'antitesi strutturale della variante pavese. Qui dominano la croccantezza e la friabilità con un impasto retto unicamente sulla perfetta emulsione tra il burro e la farina di mandorle dolci (a differenza dei cugini piemontesi, nel cui impasto è previsto l'uovo); durante la cottura, le palline di impasto cedono leggermente, appiattendosi alla base per assumere la forma di una perfetta semicalotta sferica dal colore dorato. Quando i due gusci si saldano attorno a una densa ganache di cioccolato fondente, o alla marmellata, l'assaggio rivela una consistenza *sablé* che poi naturalmente si scioglie al palato, rilasciando le suggestioni tostate della frutta secca che sposano meravigliosamente tanto la complessità del cioccolato quanto l'aromaticità della confettura.

Giungiamo quindi alle porte del capoluogo lombardo, nel cuore storico della Martesana, patria dei *Basin de Melz*, i **Baci di Melzo**, un'invenzione artigianale contemporanea, di fine Novecento, nata dall'estro creativo del patron di una storica pasticceria del luogo. Se i baci di Pavia e Cremona guardano alla tradizione della biscotteria secca, questo *baisin* è al contrario un piccolo gioiello di pasticceria racchiuso in un boccone; esteticamente si presenta come una pepita scura ricoperta di cioccolato fondente, scrigno di un'epifania che avviene al taglio, con la stratificazione interna a interpretare un capolavoro di equilibrio, il ripieno di morbido pan di Spagna bagnato con un goccio di Rum che scalda con carattere, avvolto da una vellutata crema di nocciole arricchita dalla granella e dal tocco sofisticato dei marron glacé sminuzzati; un bacio avvolgente e confortante, che gioca su consistenze opposte, dove la croccantezza del guscio esterno cede il passo a un cuore umido e liquoroso. Arriviamo, infine, ai *Basìn de Sundri*, i **Baci di Sondrio**, biscotti secchi nati nell'Ottocento in Valtellina, riscoperti soltanto in epoca moderna e così assurti a uno dei simboli della cultura gastronomica locale; in questo caso, l'antica ricetta originale è stata recuperata e brevettata da un piccolo laboratorio sondriese di pasticceria artigianale. La particolarità dei *Basìn de Sundri* è che si presentano come biscotti singoli, a differenza dei classici baci, con il caratteristico gusto rustico e ricco frutto dell'incontro di ingredienti che riflettono i profumi e i sapori della montagna lombarda, gli stessi utilizzati per la tradizionale Bisciola (o *panun*) valtellinese, tra farina di segale, noci tritate, fichi secchi e uvetta sultanina, miele millefiori locale e burro d'alpeggio, un goccio di grappa di montagna che dona aromaticità all'impasto. ◆

L'ABBINAMENTO DI... Nicola Bonera



Baci: dolci sussurri o ardenti passioni?

Morbidi o croccanti, ariosi o più compatti, lussuriosi grazie al cioccolato o più casti per via delle confetture e marmellate, in ogni caso rappresentano l'eccellente epilogo di un pasto o un appagante intermezzo pomeridiano, il boccone del buon ricordo.

Gli impasti con maggiori quantità di tuorli e burro accolgono vini di maggiore freschezza, mentre l'utilizzo del cacao nell'impasto, la frutta a guscio, le ganache con cioccolati più intensi o l'immersione in cioccolato fuso, per creare un prezioso guscio, apportano una certa tendenza amarognola, che vuole vini più avvolgenti, vellutati, a stemperarne un po' l'effetto.

Per la versione pavese, con la marmellata di arance amare, i vitigni moscato e malvasia, magari con un tocco di botrite, generano vini armoniosi, suadenti, perfetti per creare affinità d'aroma.

Per la variante cremonese, più friabile e ricca di note tostate, l'ideale è un passito prodotto a partire da un vitigno con la buccia più coriacea e note saline e di frutta a guscio più evidenti.

Diverso approccio necessita l'interpretazione dell'hinterland milanese, intensa, voluttuosa, sofisticata, bisognosa di qualcosa di più vigoroso, come un vermouth, sapientemente dosato di erbe e spezie.

In chiusura, la ricetta valtellinese – che assembla storicamente ciò che lo Stivale sa produrre in maniera sublime, ovvero la frutta a guscio, la frutta essiccata e appassita e il miele – trova compagnia nelle note speziate e aromatiche del moscato rosa.









Provincia di Pavia IGT bianco passito Noblerot – Montelio – 50% malvasia di Candia aromatica, 50% moscato giallo – fermentazione e maturazione in botti di rovere.

Alto Mincio IGT bianco passito Le Cime – Ricchi – 50% moscato giallo, 50% garganega – vinificazione parziale in botti di rovere.

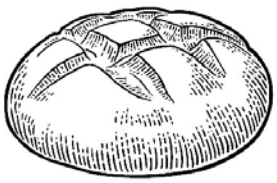
Vernico Vermouth rosso – Ginrosa – miscela di vino, erbe, spezie, zucchero, prodotto in Brianza

Alpi Retiche IGT Passito Il Vino del Presidente – Triacca – 100% moscato rosa -

Il profumo del pane!

Paolo Sala, giovane talento della panificazione, ha saputo trasformare il negozio di famiglia in una piccola cittadella del gusto con panetteria, pasticceria, caffetteria e ristorante

di MARCO GATTI



Lavoravano quando tutti dormivano. E ogni volta che si passava vicino al loro laboratorio all'alba, era impossibile non fermarsi. Erano loro i signori del gusto della notte, i panettieri, che sin dalle prime ore del giorno, più che i ricavi, non certo proporzionati al loro sacrificio, come vera gratificazione per la loro fatica, avevano i sorrisi estasiati di chi arrivava davanti al bancone, guidato dall'irresistibile fragranza e dalle diverse sfumature di aromi di michette, francesini, biove. Niente è capace di suscitare emozioni così forti come il profumo del pane. Oggi le condizioni di vita di chi ha una panetteria sono cambiate e con una buona organizzazione del lavoro si possono evitare le notti senza riposare, ma il fascino del preparare gli impasti e seguirne il percorso fino a quando, dopo la cottura, è il momento di sfornare, è immutato.

Tra le eccellenze della panificazione lombarda e italiana c'è Paolo Sala, quarta generazione di una famiglia di Viganò, in provincia di Lecco, che ha visto passare di padre in figlio il panificio avviato dai trisnonni nel 1850. Alla guida dal 2011, dopo essersi formato con grandi maestri, tra cui il compianto Piergiorgio Giorilli, nel suo percorso ha sempre cercato di tenere viva la tradizione del "fare il pane buono", quello che profuma di casa e di forno, investendo in ricerca e non rinunciando all'innovazione.

Il suo percorso professionale è pieno di successi. Nel gennaio 2013 ha partecipato al Campionato Italiano di panificazione "Panino d'Oro" a Rimini, conquistando il primo posto e guadagnandosi la qualificazione per rappresentare l'Italia al mondiale. A settembre 2013, in Francia, ha preso parte al prestigioso "Mondial du Pain" di Saint-Étienne, raggiungendo il quinto posto. E nel settembre





PAOLO SALA BAKERY

Via XXIV Maggio, 4
Viganò (Lc)
Tel. 03995872





Inizialmente nato come panificio di famiglia, è stato completamente rinnovato e trasformato dall'attuale proprietario, Paolo Sala, in una moderna bakery dal respiro internazionale

2015 è tornato nella squadra italiana come coach, affiancando il candidato italiano che ha conquistato il quarto posto.

Il suo cuore è sempre rimasto lì, in laboratorio, con il panificio che, aperto ogni giorno, oltre alla proposta dei grandi classici, offre anche nuovi prodotti con miscele di farine innovative e lievitazioni speciali. La stella polare della sua avventura, la qualità, perseguita senza compromessi, nella certezza che sia l'unica via per andare lontano. I risultati gli danno ragione.

Alla scomparsa del padre Paolo ha ereditato una cascina attigua al negozio, e con la ristrutturazione ha creato la "Bakery", un luogo innovativo dove alla panetteria ha affiancato l'attività di pasticceria, avviando con i maestri pasticceri che da anni sono con lui, la produzione di torte, pasticcini, biscotti, croissant e, a Natale e Pasqua, panettoni e colombe.

Poi, in una logica di servizio al cliente, ha ampliato la sua proposta, prima, con un bar, e quindi dando il via sia alla produzione di pasta fresca sia a una più ampia offerta gastronomica che prevede la possibilità di gustare in loco piatti del territorio e della tradizione, con buona selezione di vini, in uno spazio pensato per fare dialogare panificazione e cucina.

La novità del 2026? Oltre alla sede storica di Viganò, il progetto "Paolo Sala Bakery" vive ora anche in un nuovo locale inaugurato lo scorso 30 settembre, Beeps (via Lecco 5A) a Castello Brianza (Lc). ◆

“Pacchetto vino”: così l’Europa cerca di affrontare la crisi del settore



La crisi ormai strutturale del mondo del vino ha spinto l’Unione Europea a rendere coerente il quadro legislativo allo scenario del mercato, caratterizzato ormai da tempo da indicatori decisamente negativi

di PAOLA MARCONE

“Sebbene l’Unione rimanga il leader mondiale per produzione, consumo e valore delle esportazioni di vino, i cambiamenti sociali e demografici stanno incidendo sulla quantità, sulla qualità e sui tipi di vino consumati. Il consumo di vino nell'Unione è al minimo storico degli ultimi trent'anni; nel contempo i mercati tradizionali di esportazione dei vini dell'Unione risentono negativamente della combinazione di tendenze di consumo in calo e di fattori geopolitici, con un conseguente aumento dell'incertezza nei modelli di esportazione. Inoltre, data la vulnerabilità del settore vitivinicolo ai cambiamenti climatici, la produzione di vino sta diventando imprevedibile. Il conseguente eccesso di offerta porta a una diminuzione dei prezzi, il che significa che i viticoltori dispongono di un reddito inferiore da investire nelle loro attività e di minori riserve finanziarie cui attingere se uno dei gravi eventi meteorologici, più frequenti e spesso localizzati, colpisce la loro regione.”

Sono queste le parole con le quali esordisce il Regolamento UE 2026/471, entrato in vigore a marzo 2026, e che evidenziano una sofferenza del mondo vitivinicolo non episodica ma decisamente strutturale, tale da necessitare le misure di adeguamento approntate dal documento stesso (il cosiddetto “Pacchetto vino”).

L’obiettivo dell’intervento normativo è stato quello di rendere coerente il quadro legislativo ai mutati scenari di mercato, che ormai da troppo tempo mostrano indicatori negativi per un comparto strategico per l’Unione Europea.



IL VALORE DELLA VITICOLTURA NELLE POLITICHE UNIONALI

Secondo la Relazione redatta da PwC nel 2024 per il Comitato europeo delle imprese vitivinicole (CEEV), l'Unione Europea produce circa il 62% del vino in commercio nel mondo per un mercato che muove cifre attorno ai 100 miliardi di euro.

Il valore delle esportazioni nel 2022 (anno in cui è scoppiato il conflitto Russia-Ucraina) aveva raggiunto i 18,9 miliardi di euro e sempre nel medesimo anno aveva ridotto – da solo – il disavanzo commerciale dell'intera UE del 3,7%, mentre gli introiti fiscali apportati dal mondo vitivinicolo segnavano un saldo positivo di 56 miliardi di euro.

Questi numeri raccontano la forza economica del settore ma non sono il solo elemento che rende strategica la viticoltura europea. Sempre il CEEV infatti nei documenti preparatori al Regolamento aveva posto l'attenzione su quanto il comparto fosse rilevante per l'ambito sociale, creando complessivamente 2,9 milioni di posti di lavoro.

In particolare si sottolineava come questo settore dia "*prova di una produttività eccezionale, generando, in ogni fase della catena del valore, un valore aggiunto per dipendente maggiore di quello creato da attività simili in altri settori (superiore del 90% per la viticoltura rispetto alla produzione vegetale e zootecnica; del 16% per la vinificazione rispetto al settore manifatturiero; e del 5% per la commercializzazione vinicola rispetto alla commercializzazione di prodotti alimentari e di altre bevande). Inoltre, le aziende vitivinicole sono del 15% più redditizie rispetto all'azienda media dell'UE, offrendo così un'alternativa economica valida per le persone che vivono nelle zone rurali.*".

Proprio in tali aree, infatti, si è potuto constatare che laddove i vigneti fossero in espansione si registrava solo una lieve riduzione della popolazione mentre nelle zone con contrazione dei terreni vitati il calo demografico era 6 o 7 volte maggiore.

Alla valenza economica e sociale della viticoltura si affianca poi la sua non meno strategica rilevanza culturale, tale da costituire un elemento identitario per i cittadini dell'Unione Europea.

"*La viticoltura non è solo produzione di vino"* – ha chiarito ancora il CEEV nei lavori preparatori al Regolamento – *"bensì rappresenta anche uno stile di vita, un'identità collettiva e un legame con un determinato territorio. Oltre a garantire la competitività e a incoraggiare gli investimenti"* – si legge ancora nel documento – *"il pacchetto per la politica vitivinicola dell'UE dovrebbe pertanto mirare anche a mettere in risalto le sinergie tra economia, ambiente e cultura in modo da preservare questo tessuto sociale e culturale che unisce i cittadini. Ciò contribuirà a rafforzare lo spirito delle regioni vitivinicole e ad assicurare un futuro sostenibile per questo settore emblematico*".

Su tali presupposti, quindi, l'Unione Europea si è determinata ad affrontare la crisi che il settore vitivinicolo sta attraversando, garantendo sostegno ai produttori e tutela ai consumatori con una serie di interventi potenzialmente in grado di arginare l'impatto delle diverse sfide in corso.

I MOTIVI DELLA CRISI

Tensioni geopolitiche sempre più estese, aumenti dei costi energetici, politiche protezionistiche e una decisa spinta inflazionistica che ha ridotto la capacità di spesa, soprattutto nelle fasce medie e a maggior ragione per beni non essenziali, hanno stretto il mondo vitivinicolo in una morsa serrata.

Ancora una volta sono le parole stesse del Regolamento a dare la misura delle condizioni su cui le politiche unionali sono state chiamate ad incidere: "*il rapporto tra l'offerta di produzione, la domanda dei consumatori e le esportazioni sul mercato mondiale è attualmente instabile, con conseguenti gravi perturbazioni del mercato.*".

Anche abitudini e stili di vita dei consumatori sono nettamente cambiati negli ultimi anni e piuttosto velocemente. Le generazioni più giovani infatti sono maggiormente attente ad aspetti salutistici e si orientano verso bevande a zero o a basso contenuto di alcol mentre le occasioni di consumo, ormai non strettamente legate al momento del pasto ma più frammentate, avvantaggiano prodotti percepiti come meno impegnativi (spumanti, cocktail e bevande ready-to-drink), magari in formati dal packaging accattivante.

> Tensioni geopolitiche, rincari energetici, protezionismo e inflazione stringono il vino in una morsa, riducendo la capacità di spesa soprattutto delle fasce medie

Inoltre vanno menzionate anche le problematiche climatiche nell'elenco delle sfide che il settore vitivinicolo è chiamato ad affrontare e infatti non a caso nel "Pacchetto vino", dato atto che "*le catastrofi naturali, gli eventi meteorologici gravi e i focolai di fitopatie diventano più frequenti*", è stato dedicato ampio spazio alla rimodulazione del regime delle autorizzazioni degli impianti e a quello degli incentivi per gli investimenti.

Sostenere il lavoro dei produttori dalle minacce ambientali infatti costituisce una prima base per garantire competitività sui mercati.

LE PRINCIPALI MISURE

Il regime autorizzatorio degli impianti

Il Regolamento ribadisce come l'attuale sistema "*è considerato essenziale per mantenere l'equilibrio tra la capacità di approvvigionamento del settore, un tenore di vita equo per i produttori e prezzi ragionevoli per i consumatori, garantendo nel contempo la diversità dei vini e rispondendo alle specificità del settore vitivinicolo dell'Unione.*".

Le difficoltà del momento tuttavia hanno imposto maggiore flessibilità, così da assicurare ai produttori – richiamando ancora il Regolamento – una "*prevedibilità a lungo termine per giustificare gli ingenti investimenti necessari per l'impianto di un vigneto e garantire la redditività economica dei loro progetti nel tempo*".

Ecco allora che le nuove disposizioni hanno prorogato il sistema di autorizzazioni per gli impianti, rendendolo soggetto a revisione ogni 10 anni, mentre la validità delle autorizzazioni non è più legata alla data di rilascio, ma alla campagna di commercializzazione, con scadenza indicata al 31 luglio di ogni anno.

Per le autorizzazioni a nuovi impianti la durata è confermata in 3 anni; i reimpianti, invece, vedranno estesa la loro durata fino a 8 anni. Per la contrazione nella domanda di vino, inoltre, è stato deciso di evitare sanzioni ai produttori che non abbiano utilizzato le autorizzazioni al nuovo impianto concesse prima del'1 gennaio 2025; non così nel caso di autorizzazioni successive, in modo da arginare eventuali

speculazioni. Non è più consentita invece l'estirpazione e il reimpianto sulla medesima parcella, fermo che le autorizzazioni già concesse vedranno il loro termine di validità prorogato fino a 8 anni.

Prodotti totalmente o parzialmente dealcolati

Il Regolamento, preso atto di come negli ultimi anni si sia registrata una domanda in costante aumento di prodotti con alcol ridotto (anche aromatizzati e spumantizzati), ha riconosciuto che un'espansione dell'offerta permetterebbe ai produttori di raggiungere fasce diverse di consumatori. Per prima cosa, tutti i prodotti dealcolati devono indicare la dicitura "*ottenuto mediante dealcolizzazione*" per dare immediato messaggio ai consumatori.

Inoltre il vino anche frizzante e i frizzanti gassificati nonché tutte le tipologie di spumante (anche di qualità e gassificati) in tutto o parte dealcolati devono indicare la dicitura "*zero alcol*" se il titolo alcolometrico effettivo del prodotto non è superiore a 0,5% vol, aggiungendo anche l'espressione "*0,0%*" se il titolo alcolometrico non è superiore a 0,05 % vol.

Gli stessi prodotti devono invece essere accompagnati dal termine "a tenore alcolico ridotto" se il titolo alcolometrico effettivo è superiore a 0,5% vol ed è inferiore di almeno il 30% al titolo alcolometrico effettivo minimo dei prodotti della relativa categoria prima della dealcolizzazione.

Sempre nell'intento di intercettare nuovi consumatori il "Pacchetto vino" ha anche consentito ai produttori di ottenere spumanti (ma non di qualità) e vini frizzanti mediante seconda fermentazione di vini in tutto o in parte dealcolati mentre i vini gassificati, tanto spumanti quanto frizzanti, possono essere ora ottenuti mediante aggiunta di diossido di carbonio ai vini di base dealcolati o parzialmente dealcolati.

In deroga infine alle soglie del titolo alcolometrico previste per ciascuna categoria di prodotti vitivinicoli aromatizzati, nel nuovo Regolamento è ora consentito un titolo alcolometrico inferiore se ottenuti da prodotti vitivinicoli sottoposti, in tutto o in parte, a trattamento di dealcolizzazione.

Etichettatura

La necessità di maggiore competitività ha indotto il Legislatore europeo a semplificare alcune norme su imballaggi ed etichettatura.

Oltre quindi a meglio identificare i prodotti dealcolati con diciture di immediata lettura, il Regolamento ha esentato i vini destinati all'esportazione dall'obbligo di inserire in etichetta, anche elettronica, l'elenco degli ingredienti e la dichiarazione nutrizionale. Spiega infatti il documento come "*l'assenza di norme armonizzate sull'identificazione, sull'imballaggio o sull'etichetta a esso apposta, del mezzo elettronico che fornisce l'elenco degli ingredienti e/o la dichiarazione nutrizionale ha causato l'emergere di pratiche divergenti da parte degli operatori e di norme diverse da parte delle autorità nazionali, che impattano in maniera negativa la corretta commercializzazione dei vini.*".

Per ragioni di contenimento di costi è stato poi chiarito che le indicazioni obbligatorie possono essere limitate su un determinato imballaggio ad una sola volta.

Finanziamenti

Diversi sono gli interventi del "Pacchetto vino" che vanno in parte ad aumentare le dotazioni finanziarie già usualmente messe a disposizione del settore ed in parte a introdurre nuovi strumenti.

Per la promozione dei vini nei Paesi terzi si potranno beneficiare di sostegni fino al 60% delle spese e gli Stati membri sono autorizzati ad aggiungere una copertura ulteriore fino al 30% per le piccole e medie imprese e al 20% per le aziende più grandi. I costi di investimento per la mitigazione dei cambiamenti climatici e di miglioramento della sostenibilità sono invece coperti fino all'80%.

I pagamenti nazionali per situazioni di crisi poi non sono più limitati alla distillazione ma vengono estesi alla vendemmia verde e all'estirpazione con aiuti fino al 70% della perdita di reddito stimata per anno, aumentabili alla totalità dagli Stati membri.

Sostegno fino al 100% dei costi ammissibili è comunque sempre previsto quando si tratta di contrasto delle fitopatie e in particolare della flavescenza dorata.

Anche le attività legate all'enoturismo sono state fortemente incentivate mentre una copertura fino al 50% della spesa ammissibile è stata riconosciuta per servizi di consulenza alle imprese su specifici temi gestionali.

LA SITUAZIONE IN ITALIA

Il nostro Paese non è stato certo risparmiato dalla crisi strutturale tra cali nei consumi e difficoltà nelle esportazioni.

Secondo UIV l'export è sceso del 6,2% in valore nel primo semestre 2026 con ordini diminuiti in 9 dei primi 10 mercati principali. Qualche accenno di ripresa si è avuto negli Stati Uniti nei mesi estivi, ma l'instabilità è ancora forte.

In questo scenario il MASAF ha iniziato a emanare i Decreti di attuazione del "Pacchetto vino". Il primo lo scorso 23 luglio ha adeguato la disciplina interna alla nuova normativa sulle autorizzazioni; il secondo invece è del 16 settembre 2026 ed è stato dedicato al turismo enologico con incentivi per Consorzi di tutela, organizzazioni di produttori e interprofessionali che valorizzino i territori. Le domande di finanziamento, che in ordinario si potranno presentare entro il 30 ottobre di ogni anno, sono possibili in prima scadenza fino al 15 dicembre 2026. ◆

MIGLIOR SOMMELIER
DELLA LOMBARDIA 2026

Passione, talento e studio: Alice Pedrinelli alla conquista della Lombardia

Dal ristorante di famiglia alla vetta della sommellerie regionale. Da Varese, Alice Pedrinelli conquista il titolo lombardo

di MAURO GAROLFI

In occasione del sessantunesimo compleanno di AIS, martedì 7 luglio 2026, presso l'Hotel The Westin Palace di Milano, si è tenuto il tradizionale concorso di **Miglior Sommelier della Lombardia**. Ad aggiudicarsi il massimo riconoscimento regionale, **Alice Pedrinelli**, che, dopo le prove scritte della mattina, ha primeggiato nella finale a tre del pomeriggio in una competizione avvincente e coinvolgente.

Conversiamo con Alice qualche giorno dopo la vittoria, quando il vortice di chiamate e messaggi di congratulazioni per il titolo si sta lentamente placando. Alice parla piano, trasmette tranquillità, serenità, determinazione e si apre al racconto di sé.

Dopo gli studi superiori al Liceo Classico, ha svolto quelli universitari alla EHL (Hospitality Business School, già École hôtelière de Lausanne) a Losanna, in Svizzera, eccellenza globale nel settore. Al termine e con due formative esperienze nel curriculum tra Milano e Montecarlo, Alice nel 2022 è tornata a casa, nel ristorante di famiglia. A Induno Olona, nei pressi di Varese, il ristorante **Olona Da Venanzio**, nato proprio cento anni prima, nel 1922, è ora giunto con lei alla quarta generazione.

Sommelier AIS dal 2023, Alice in cantina si prende cura dei vini, in sala li propone, presenta e racconta ai clienti. «La professione del sommelier ti porta a conoscere non soltanto i vini, ma le storie di chi li produce. Sono storie spesso di percorsi non lineari, di partenze e di ritorni. Nuove generazioni che decidono di tornare a "casa", nonostante tutte le difficoltà che la viticoltura può mettere loro davanti, con l'idea di dedicarsi alla cantina e alla terra dimenticata. Allo stesso tempo ci sono le storie di coloro che decidono di cambiare la propria vita e di lasciarsi sorprendere



ONESTAGESTUDIO

Alice Pedrinelli in un passaggio delle prove finali che le hanno permesso di vincere il concorso regionale

da ciò che il mondo del vino può riservare. Ascoltare e poi raccontare al cliente queste storie, riuscendo a trasmetterne la bellezza e il profondo legame che si crea con il territorio di produzione è sicuramente molto motivante».

La carta dei vini del ristorante di famiglia è ampia e profonda, con prevalenza di referenze italiane e francesi e con qualche interessante bottiglia dal resto del mondo. «Il mondo della sommellerie e del servizio richiede tanta capacità di osservazione nei confronti del cliente e anche dei colleghi – continua Alice –. Si impara guardando e prestando attenzione ai piccoli dettagli, così si diventa più empatici. Ho imparato questo sia durante i miei studi a Losanna, sia nel mio locale. Penso sia importante ricordare che il protagonista è sempre l'ospite che ci sta davanti, quindi bisogna approcciarsi con umiltà: in questo è stato molto importante l'esempio di mio padre, chef del nostro ristorante».

Quali gli obiettivi per il futuro? «Da una parte completare, a breve, il percorso di studi WSET, giunto ormai all'ultimo esame, proseguire con corsi e formazione continua nel mondo del vino, dall'altra, al ristorante, incrementare le degustazioni e i momenti legati al vino». ◆



Le sfide del marketing e della comunicazione del vino, tra nuove generazioni e Intelligenza Artificiale

In un mondo in rapido cambiamento quali strumenti possono usare le cantine per continuare a farsi scegliere in futuro? Ne abbiamo parlato con Cristian Ravai, Direttore Marketing di Famiglia Casadei

di RAFFAELE CUMANI

Il comparto vino, come del resto la gran parte dei settori produttivi, si sta trasformando profondamente e in modo sempre più veloce. Da un lato i pubblici più giovani sono sempre più difficili da raggiungere e coinvolgere efficacemente, dall'altro l'Intelligenza Artificiale (AI) sta ponendo nuove e sempre più impattanti sfide da cogliere.

In questo contesto quello che oggi sembra certo è che produrre un vino d'eccellenza non basta più: occorre capire il mondo in cui si opera e sviluppare una visione capace di coniugare analisi di mercato, strategie digitali avanzate e una relazione autentica con il consumatore. Abbiamo cercato di fare il punto con Cristian Ravai, Direttore Marketing di Famiglia Casadei, gruppo italiano con tenute nel Chianti Rufina, a Suvereto, nel Casentino e in Sardegna.

OLTRE LA SEMPLICE BOTTIGLIA: LA VISIONE STRATEGICA E LE LEVE DEL MARKETING VITIVINICOLO

Per approcciare i cambiamenti del settore occorre sempre più dotarsi di strumenti strutturati e, nel farlo, chiarire innanzitutto cosa significhi davvero fare marketing in un'azienda vinicola oggi. «La funzione del marketing –

osserva Ravai – deve essere compresa e valorizzata nella sua portata strategica, passaggio che trova maggiore applicazione nelle realtà aziendali più strutturate mentre nelle piccole realtà familiari, che costituiscono la spina dorsale del comparto italiano, viene spesso svolta, anche inconsapevolmente, dall'imprenditore o dal responsabile commerciale».

L'equivoco poi di ridurre il marketing alla mera gestione della comunicazione aziendale è ancora molto diffuso. «Questa è invece soltanto una delle leve del marketing operativo, – continua Ravai – che va sempre guidato da quello strategico per mettere l'azienda nelle condizioni di assumere decisioni più consapevoli. Dati, analisi del mercato e conoscenza del consumatore vanno trasformati in indirizzi strategici e scelte sul prodotto e sulla sua evoluzione. Dal posizionamento, alla politica di prezzo, ai canali distributivi, fino alle modalità con cui il brand costruisce la propria relazione con il consumatore mantenendo una visione trasversale dell'azienda e orientandone le decisioni nel medio-lungo periodo. A questo si affiancano l'analisi costante del mercato e dei competitor, il confronto con gli altri operatori del settore, l'ascolto del consumatore e dell'evoluzione dei suoi comportamenti e aspettative attraverso attività di ricerca, test e panel, senza naturalmente sostituirsi alle competenze produttive».

Non basta produrre un grande vino: per farsi scegliere servono strategia, ascolto delle nuove generazioni e contenuti capaci di dialogare con l'AI



Un'impostazione strutturata che abbraccia insomma l'intera gestione aziendale e che non può prescindere da un digitale ben integrato nella strategia: «contenuti, dati, CRM, advertising e analisi delle performance devono concorrere, insieme agli strumenti più tradizionali, alla costruzione e sviluppo di brand e business sui mercati».

TERRITORIO, RELAZIONI E NUOVE GENERAZIONI: PARLARE ALLA GEN Z

Le aziende lamentano una difficoltà crescente nel raggiungere pubblici giovani. «Il dialogo con le nuove generazioni è un tema centrale. Quando ci dobbiamo rivolgere alla Gen Z – conferma Ravai –. L'errore è cercare di adottarne forzatamente il linguaggio. La chiave è la scelta di risorse proprio di quella generazione che possano comunicare ai coetanei riducendo la distanza culturale con modalità e contenuti appropriati».

Per un'azienda vitivinicola questo significa anche distinguere con grande attenzione la comunicazione commerciale del prodotto dal racconto più ampio del brand. «Una cantina, infatti, non è solo ciò che vende: è cultura, territorio, valori e responsabilità verso la propria comunità. Nel nostro caso cerchiamo di promuovere valori per noi identitari che ci permettono di costruire una relazione con pubblici e generazioni differenti, senza necessariamente mettere il prodotto al centro della nostra comunicazione. Possiamo così parlare di sostenibilità, tutela e valorizzazione del territorio e sostenere iniziative su temi sociali rilevanti, come il contrasto alla violenza sulle donne o il rapporto tra genitori

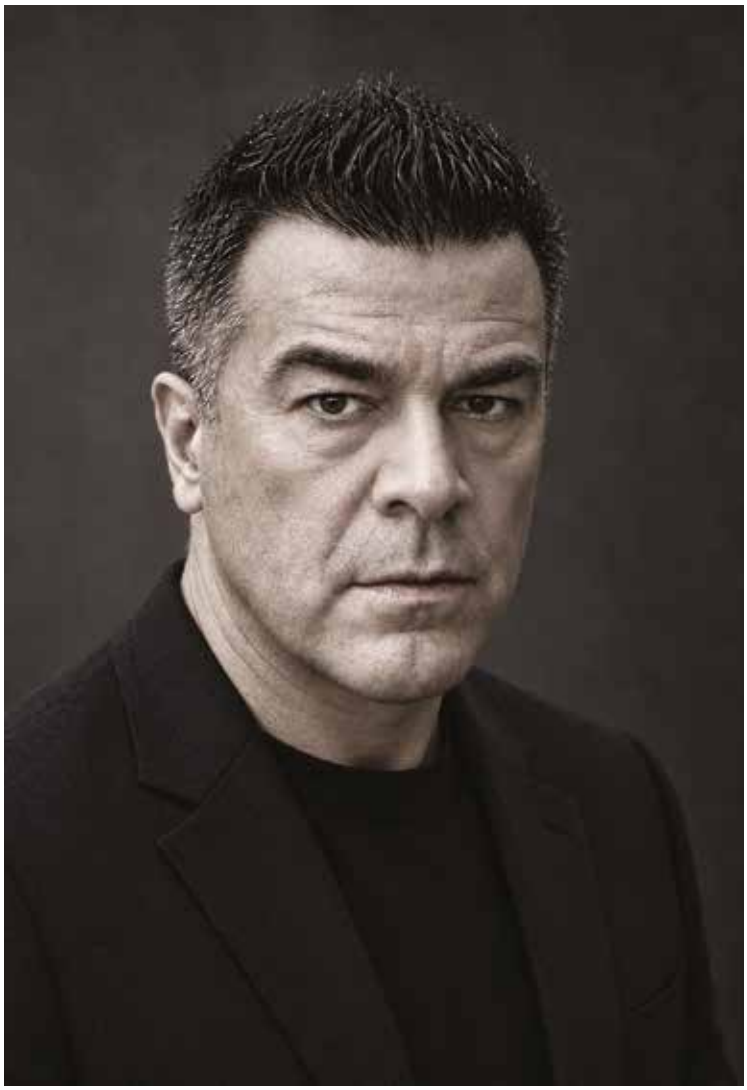
e figli. Proprio in questo senso a Olianas, in Sardegna, abbiamo dato vita al progetto "Vite". Collaboriamo con una creator sarda per sviluppare un racconto culturale orientato alle eccellenze, ai luoghi e alle tradizioni locali. Una newsletter mensile propone ad esempio approfondimenti sul territorio e una rubrica dedicata alla lingua sarda. Un sistema integrato di touchpoint che triangolano tra loro: dai social, alla newsletter, all'approfondimento sul sito web aziendale».

LA RIVOLUZIONE DELL'AI: DALLA SEO ALLA AEO/GEO PER FARSI SCEGLIERE DAGLI ALGORITMI

Abbiamo spesso parlato del forte impatto dell'AI sulle abitudini di consumo e sulle modalità di ricerca degli utenti. «Oggi tra gli interlocutori iniziali nella scelta di un ristorante o di un abbinamento enogastronomico ci sono anche i sistemi di AI» – conferma Ravai. I clienti li consultano per individuare locali adatti alla propria dieta o fotografano il menu per ricevere consigli istantanei sugli abbinamenti».

L'AI interviene direttamente nel processo decisionale del consumatore e le cantine devono quindi far evolvere le proprie strategie di comunicazione. «Accanto alla tradizionale SEO occorre sviluppare tecniche di AEO (Answer Engine Optimization) e GEO (Generative Engine Optimization), per aumentare la capacità dei propri contenuti di essere compresi, considerati e citati dai sistemi di ricerca e dagli assistenti basati sull'AI. Un esempio emblematico ci è capitato proprio ad Olianas: alcune turiste americane hanno percorso ben due ore e mezza di auto per partecipare a un corso di cucina in cantina poiché l'esperienza era stata suggerita loro da ChatGPT come prima scelta.

Se i sistemi di AI costruiscono le proprie risposte anche in base alle informazioni digitali disponibili e accessibili, diventa sempre più importante produrre contenuti autorevoli, strutturati e facilmente interpretabili dalle piattaforme. L'obiettivo finale è presidiare tutti i touchpoint digitali per canalizzare il cliente verso un'esperienza reale, coerente e memorabile in cantina. Ogni sforzo digitale deve perciò mantenere un rigoroso equilibrio con la dimensione offline e l'esperienza di accoglienza in tenuta rispondere esattamente al livello qualitativo promesso sul web».



Cristian Ravai, Direttore Marketing di Famiglia Casadei, gruppo italiano con tenute nel Chianti Rufina, a Suvereto, nel Casentino e in Sardegna

L'utilizzo di nuovi strumenti e linguaggi non deve perciò mai essere fine a se stesso, ma sempre a servizio di tutto ciò che di esperienziale c'è nel mondo del vino, in un dialogo costante tra digitale e reale.

I fenomeni che raccontiamo si stanno imponendo a prescindere dalla nostra volontà, la scelta sarà se provare a coglierne le opportunità o se subirli passivamente. Studiare un mondo che cambia rapidamente intorno a noi attraverso tutti gli strumenti di analisi e riuscire ad approcciare le generazioni che vivranno questi cambiamenti farà la differenza nel futuro delle cantine e del comparto vino in generale. ◆

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





Yuliya Boyko

«Nella mia mente non c'è posto per confini e limiti, di nessun genere. È per questo forse che nella vita non ho mai avuto paura di cambiare». Yuliya Boyko, sommelier nell'Enoteca Peck, affronta le novità e le sfide della vita con spirito di adattamento e una filosofia che non può che destare ammirazione: non è mai troppo tardi per ricominciare tutto da capo. «Ho lavorato per anni nel settore della bellezza e del lusso, ero responsabile della gestione di clienti particolarmente esigenti di cui avevo imparato a conoscere la psicologia e a gestire le richieste. Poi mio marito è stato trasferito in Italia, a Milano, e io l'ho seguito. La lunga crisi del covid, la nuova lingua, le prospettive diverse mi hanno fatto capire che non potevo restare quella che ero prima. Dovevo seguire l'onda del cambiamento».

Così il mondo del vino ha aperto le sue porte a una nuova appassionata: «Un'amica produttrice di vino e suo marito mi hanno parlato dei corsi AIS. Entrambi li avevano frequentati e lui era anche diventato sommelier. Mi sono informata e ho deciso di iscrivermi a Milano». Le difficoltà non sono mancate: la lingua nuova da imparare, la terminologia specifica dello studio, la flessibilità richiesta alla mente per affrontare il cambiamento: «Ho intuito che dietro quel muro di difficoltà avrei trovato una valle fertile in cui poter cominciare il mio nuovo percorso di vita. Dovevo solo studiare e avere fiducia nelle mie possibilità».

Yuliya in due anni completa il percorso AIS e diventa sommelier nel 2024, poi entra nella squadra dei servizi della delegazione di Milano e quasi subito comincia a lavorare nell'Enoteca Peck: «Si è presentata questa occasione di lavoro, una collaborazione durante il periodo di Natale nell'Enoteca Peck, il tempio della gastronomia milanese. Ho accettato subito e da allora sono ancora lì. Una cantina di quasi 4000 etichette e una proposta gastronomica incredibile: insomma, ho avuto un'opportunità che ho colto al volo e che oggi mi consente di continuare a crescere come sommelier».

E le tue "vecchie" competenze con la gestione dei clienti difficili? «Sono risultate utilissime: la clientela qui è davvero varia. Ci sono i clienti storici di Peck, milanesi e non che da generazioni vengono tra queste mura a scegliere i prodotti della tradizione gastronomica italiana. Ci sono i turisti, che cambiano di anno in anno, di paese in paese. Poi ci sono i cultori della gastronomia di Peck». L'abbinamento cibo-vino è sempre entusiasmante e scoprire qualcosa di insolito rende le degustazioni un momento di crescita continua: «Organizziamo spesso degustazioni per i nostri clienti storici. In una delle ultime abbiamo abbinato diverse stagionature di Parmigiano Reggiano a prodotti insoliti: il 18 mesi a una bibita analcolica frizzante, il 24 mesi a una birra, il 60 mesi a un sakè, il 100 mesi a una tequila e il 170 mesi a un Madeira. È stato un viaggio sensoriale tra spazio e tempo alla scoperta dei lunghi affinamenti, delle morbidezze dei distillati e delle sfumature di un formaggio che si trasforma nel tempo. Esperienze come questa mi confermano che il mondo è troppo vasto per restare fermi senza esplorare nuovi luoghi, gusti e sapori». ◆

di Anna Basile

ENOTECA PECK
Via Spadari, 9, 20123 Milano
Tel. 02 8023161



Riccardo Onni

BOTTEGA LUCIA
Via Carlo Ravizza 4 - 20149 Milano
Tel 02 4814295
Info@bottegalucia.eu
Aperto tutti i giorni pranzo e cena

La passione è quella di un ragazzo, l'esperienza quella di chi nel mondo della ristorazione ci è cresciuto, senza fermarsi mai, nemmeno quando da Iglesias ha messo radici a Milano.

Le prime esperienze in Sardegna, nelle caffetterie. Poi la ristorazione italiana all'estero, Londra e Boston. Al rientro a casa è ormai matura la consapevolezza di un futuro nella ristorazione. Riccardo approda quindi a Milano, oggi sua città adottiva. «Qui ho avuto la fortuna di entrare a far parte di Nobu, i ristoranti nippo-peruviani di Nobuyuki Matsuhisa. I due anni trascorsi da Armani sono stati molto importanti professionalmente, perché ho potuto confrontarmi con persone provenienti da tutto il mondo».

È con questo bagaglio che ormai vent'anni fa inizia l'avventura a Casa Lucia, di cui è socio. Un ristorante storico specializzato in carni. «Da cinque anni però mi sto occupando interamente della nostra realtà più giovane: Bottega Lucia, proprio accanto a Casa Lucia, di cui rappresenta una versione più sartoriale e raccolta».

«La gente da noi viene per stare bene, perché il ristorante è questo: un posto dove si deve stare bene. Come dice il nome, deve ristorare, non solo fisicamente, nel mangiare e nel bere, ma anche mentalmente: buona musica, un bell'ambiente e la gentilezza a fare da padrona. Questa è la mia visione ed è quello che cerco in tutti i ragazzi che lavorano con me».
Ovviamente l'offerta è ben pensata e riflette le sue esperienze e passioni. «Facciamo cucina italiana, con influenze da Spagna, Sudamerica, Asia». Ad esempio, i gyoza "ossobuco e crema di zafferano" «un omaggio a Milano, un incontro tra la tradizione meneghina e la tecnica orientale: il classico ossobuco di vitello brasato, sfilacciato e condito con la sua gremolada, racchiuso in un gyoza croccante alla base e cotto alla brace, con una crema allo zafferano e una riduzione del fondo di cottura, da accompagnare ad esempio con il Primessenza di Montonale, un Pas Dosé da Turbiana».

La carta dei vini conta circa 120 referenze; non mancano le etichette blasonate, ma ognuna è frutto di un'accurata selezione personale: «C'è tanto di mio, in particolare il Carignano e il Lugana, per una questione di adozione e di amore. Nonostante siamo in Lombardia non è così conosciuto, eppure ci sono realtà meravigliose e oggi è la denominazione che vendo di più».

Anche a Bottega Lucia i consumi stanno cambiando. «Si sente il cambio generazionale, con i giovani che al vino preferiscono la combucha. Si vendono meno bottiglie ma molti più calici: oggi abbiamo 13 referenze e proporrò anche una Coravin selection, con bottiglie più importati, perché il vino va fatto girare. Il bicchiere è anche il giusto compromesso per tentare chi non azzarderebbe a impegnarsi con una bottiglia intera di qualcosa che non conosce. Importante è la comunicazione: il cliente non deve essere annoiato con i tecnicismi: quelli servono a noi. A tavola bisogna portare qualcosa di personale che stimoli la parte emotiva, la curiosità».

Sommelier AIS da pochi anni, il vino per Riccardo è un compagno di lungo corso. «Nel vino ci sono cresciuto: in famiglia si faceva, ricordo l'odore del mosto, la pigiatura con i piedi. E poi da ragazzi si beveva vino anche con la pizza. Il mio è stato un percorso al contrario rispetto a tanti compagni di corso, perché lavorando in locali di alto livello avevo già assaggiato di tutto, comprese etichette che difficilmente capitano agli appassionati. Diventare sommelier AIS è stato il coronamento di una passione: mi ha dato gli strumenti per leggere il vino e mettere insieme i pezzi di un bagaglio enorme accumulato in tanti anni». ◆

di Anita Croci

Il vino post naturale, oltre le etichette

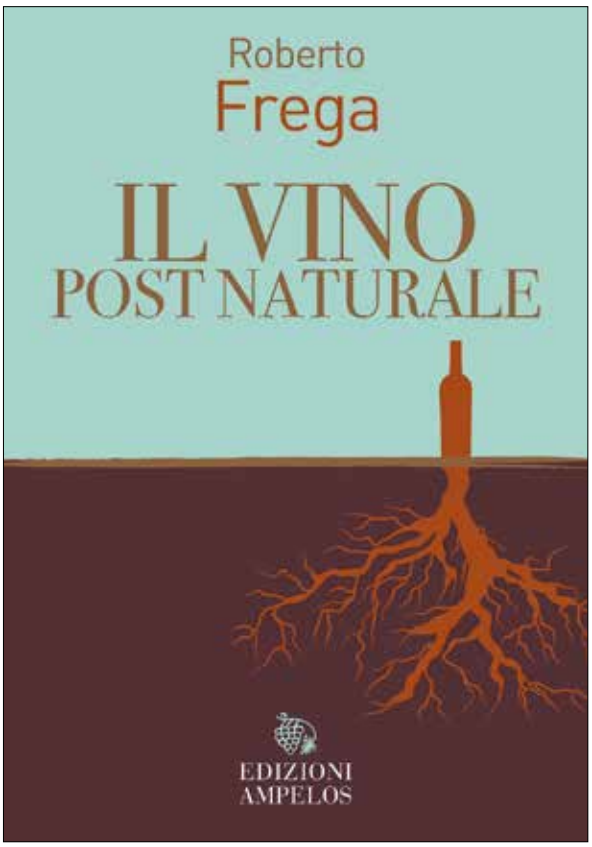
Roberto Frega ripensa il rapporto tra vino, natura e intervento umano. Un saggio che supera gli schieramenti e rimette al centro le scelte del vignaiolo

di CÉLINE DISSARD LAROCHE

Esistono libri sul vino che spiegano, altri che raccontano e altri ancora che hanno il merito di mettere in discussione le nostre certezze. "**Il vino post naturale**", di Roberto Frega, appartiene soprattutto a quest'ultima categoria. Frega, professore di filosofia politica all'École des Hautes Études en Sciences Sociales di Parigi e studioso della cultura del vino, porta nel libro uno sguardo che unisce filosofia, storia e riflessione sul mondo enologico. La struttura del libro accompagna armonicamente questo percorso: il volume, diviso in due parti, segue dapprima l'evoluzione del rapporto tra vino, tecnica e natura, per approdare poi dalla predominanza del modello tecnico/scientifico alla nascita del movimento naturale.

Il punto di forza sta nel mettere in discussione la parola "naturale", riparandola dal rischio di diventare ideologica o addirittura identitaria. Frega mostra come anche il vino naturale, nato come reazione a un modello dominante, possa trasformarsi in una nuova ortodossia, con le sue regole e i suoi confini. La domanda che si pone diventa allora più laica e meno retorica: quanto conta ciò che non viene fatto al vino e quanto conta, invece, la qualità di ciò che viene fatto in vigna e in cantina? Il concetto di "post naturale" nasce proprio da qui. Quel "post" messo ad aggettivare "naturale" non può essere solo una seducente nuova definizione, una ennesima etichetta, ma deve diventare un invito a superare la contrapposizione tra naturale e convenzionale e a riportare al centro del dibattito agricoltura, territorio, cultura e responsabilità. Il vino torna così ad essere non solo un prodotto da definire per contrapposizioni, ma il risultato complesso dell'incontro tra natura e intervento umano, che "accade nell'incrocio tra un luogo e un'eredità". Non parliamo solo di tecniche, di pratiche di cantina, ma del modo stesso in cui si interpreta il lavoro del vignaiolo, valorizzandone la capacità di scegliere, di decifrare le condizioni del luogo e di assumersi la responsabilità delle proprie decisioni.

È probabilmente una delle chiavi più efficaci per leggere l'intero saggio che ci offre un'argomentazione densa e mai scontata, che non propone risposte semplici a chi cerca criteri pratici per orientarsi nel mondo del vino naturale ma ci aiuta a non trasformare il "post naturale" in un nuovo manuale di appartenenza. Perché, alla fine, l'autore ci lascia da gestire una domanda scomoda: che cosa succede al vino quando smettiamo di giudicarlo attraverso le etichette con cui abbiamo imparato a riconoscerlo? Frega non costruisce una risposta definitiva. E forse è proprio questo il merito del libro: lascia qualche certezza in meno e qualche domanda in più, come quando siamo davanti a un bicchiere ancora da finire. ◆



IL VINO POST NATURALE
Roberto Frega

© Edizioni Ampelos 2025
220 pagine
ISBN 9788831286268
25 €

Luigi Veronelli, il visionario del vino

Un viaggio nell'Italia del vino, tra cultura contadina, territori e battaglie civili. Uno sguardo, quello di Veronelli, che continua a interrogare il presente

di CÉLINE DISSARD LAROCHE

Ci sono uomini capaci di ascoltare il futuro quando ancora parla sottovoce, nascosto tra i filari di una vigna, nelle mani segnate di un contadino, nel silenzio di una cantina. Luigi Veronelli, di cui si celebra il centenario della nascita, era uno di questi. Poeta della terra, anarchico del pensiero, visionario dell'enologia, aveva compreso che nel vino si custodisce molto più di un sapore: c'è un paesaggio, una storia, una comunità, un'idea di libertà.

"Viaggio sentimentale nell'Italia dei vini" è il racconto di questo sguardo inquieto e innamorato: quattro puntate realizzate nel 1980, in cui persone, territori e riflessioni si intrecciano in una narrazione inedita che anticipa il linguaggio dei docufilm contemporanei, tra cinegiornale, road movie e inchiesta: non una semplice documentazione della realtà, ma un racconto capace di interpretarla.

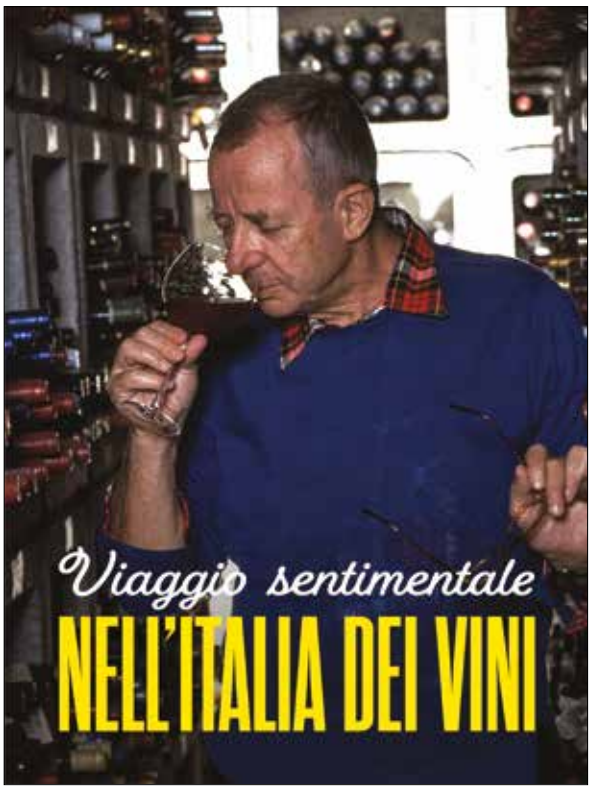
Nel suo viaggio attraverso l'Italia, Veronelli interpreta ogni vino come la voce di una terra, il racconto di una famiglia, la memoria di un paesaggio. Gianni Brera, Mario Soldati, Renato Ratti, Bruno Giacosa, Giacomo Bologna, Mario Schiopetto, Giannola Nonino e tanti altri e altre, dal Piemonte a Pantelleria sono protagonisti di un dialogo serrato e coinvolgente sulla definizione di nuove politiche di sviluppo del vino, di attenzione ai territori, di rapporto tra cultura contadina e nuove tecnologia, di nuove modalità di produzione.

È proprio qui che il documentario rivela la sua sorprendente attualità. L'omologazione dei sapori, il potere dell'industria, la tutela dei piccoli produttori, la perdita di biodiversità, il valore del lavoro contadino, il ruolo del potere e dell'autorità sono questioni che Veronelli sollevava decenni fa e che ancora oggi attraversano il dibattito sul vino.

Ma la sua visione non si ferma alla denuncia: diventa battaglia concreta. Gli "Enologi condotti", il "prezzo sorgente", il sostegno ai vignaioli indipendenti e a chi cerca un modo diverso di vivere la terra sono tappe di un percorso ideale che ritrova consonanze nelle esperienze del Critical Wine e in La Terra Trema, luoghi di messa in discussione e resistenza alle logiche dominanti del mercato.

In queste battaglie c'è tutto il Veronelli "viaggiatore sentimentale": il poeta e l'anarchico, il conoscitore raffinato e l'uomo dalla parte di chi rischia di non avere voce. Aveva intuito che la qualità non può essere separata dalla giustizia economica, che difendere un prodotto significa proteggere anche chi lo crea e che quando il vino perde il legame con la terra e con chi la coltiva, rischia di perdere anche la propria anima.

Rivedere oggi "Viaggio sentimentale nell'Italia dei vini" significa incontrare un futuro che Veronelli aveva già cominciato a immaginare. Non perché possedesse una sfera di cristallo, ma perché sapeva ascoltare la terra quando pochi erano disposti a farlo. La sua eredità non è una formula, ma uno sguardo curioso e libero, capace di trasformare la conoscenza in passione e la passione in impegno. ◆



VIAGGIO SENTIMENTALE NELL'ITALIA DEI VINI (1980)

Autore e conduttore: **Luigi Veronelli**
Regia: **Mario Mariani**
Testi: **Luigi Veronelli, Nichi Stefi**
Musiche originali: **Gino Negri**
Disponibili su RaiPlay

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



Rossella Ronzoni
VICEPRESIDENTE AIS LOMBARDIA



Alessandro Caccia



Luigi Bortolotti



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 Marcone
paolamarcone@studiocompagno.it

RESPONSABILI DI SETTORE

Artur Vaso
Curatore Guida Viniplus, referente Vitae
artur.vaso@aislombardia.it

Luigi Bortolotti
Degustatori
degustatori@aislombardia.it

Alessandro Caccia
Didattica
alessandro.caccia@aislombardia.it

Marisa Carelli
Istituti alberghieri
marisa.carelli@aislombardia.it

Amalia Della Gatta
Eventi e pubbliche relazioni
amalia.dellagatta@aislombardia.it

Sara Missaglia
Rapporti con le istituzioni
sara.missaglia@aislombardia.it

Alessandro Franceschini
Comunicazione
alessandro.franceschini@aislombardia.it

Massimiliano Pace
Servizi
servizi@aislombardia.it

Luisito Perazzo
Concorsi
luisitoperazzo@yahoo.it

Ilaria Ranucci
Enoturismo
enoturismo@aislombardia.it

Rossella Ronzoni
Amministrazione e Bilancio
rossella.ronzoni@aislombardia.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
delegazione@aislombardia.it



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



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



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



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

