

Promuovere l'enoturismo L'impegno di Umani Ronchi

Un 2019 da incorciare per l'azienda vinicola marchigiana

L'estero vale il 70% della produzione, ma l'Italia resta il mercato di riferimento
 I prodotti sono distribuiti in sessanta paesi, in tutti i continenti
 Tra i principali: Giappone, Svezia, Canada, Stati Uniti e Germania

di Giuseppe Catapano
 OSIMO (Ancona)

«Il nostro punto di forza?» La capacità di essere seri e credibili con vini diversi, pur rientrando sempre in un mercato di fascia elevata». Michele Bernetti, presidente di Umani Ronchi, ne fa un cavallo di battaglia. Perché è questo il segreto del successo di una realtà che in oltre sessant'anni di storia ha saputo espandersi, diventando internazionale, senza mai perdere l'identificazione col territorio in cui è impegnata: le Marche del Verdicchio e l'Abruzzo del Montepulciano.

Anche il 2019, per l'azienda vitivinicola di proprietà della famiglia Bianchi-Bernetti, che ha sede a Osimo (Ancona), è stato un anno di crescita. «Non solo dal punto di vista commerciale - spiega Bernetti - ma anche come valore: è migliorata ulteriormente la percezione dell'azienda e del territorio che rappresentiamo». I vigneti di Umani Ronchi sono coltivati per il 65% in biologico. Il pro-

cesso di conversione del patrimonio vitato, iniziato in Abruzzo nel 2001 con la prima certificazione e completato con il Verdicchio nella vendemmia 2015, è il risultato di ciò che il presidente definisce «vera e propria vocazione, non un'esigenza di mercato».

Umani Ronchi può contare su una superficie vitata di 210 ettari che si estende attraverso tre macro-aree (Castelli di Jesi, Conero e Abruzzo) e vanta una produzione annua di 2,9 milioni di bottiglie, con oltre 20 tipologie di vino.

L'azienda è presente in più di 60 Paesi, in tutti i continenti, e ha raggiunto un posizionamento consolidato nei mercati esteri a partire da Giappone, Svezia, Canada, Stati Uniti e Germania. «L'estero - continua Michele Bernetti, che gestisce l'azienda insieme al padre Massimo, il fondatore - assorbe circa il 70% della produzione, ma l'Italia resta il nostro mercato di riferimento anche perché gli altri Paesi, presi singolarmente, non superano il 10%. Abbiamo investito molto per cresce-

re nel nostro Paese, stiamo raccogliendo i frutti del lavoro svolto». Umani Ronchi ha sviluppato una linea di spumanti metodo classico. Tre le referenze: LH2, La Hoz e La Hoz Rosé. I due bianchi hanno come base il Verdicchio con un'aggiunta di Chardonnay, il Rosé è 100% Montepulciano «e sta dando - osserva il presidente - grandi soddisfazioni anche sull'onda del successo degli spumanti».

L'azienda marchigiana ha collezionato nel tempo premi e riconoscimenti, dai Tre bicchieri attribuiti per sette volte dal Gambero rosso al Verdicchio 'Vecchie vigne' fino all'International wine challenge di Londra, vinto dal Pelago 1994, poi inserito tra i 100 calici top del 1998 dalla rivista Wi-

ANIMA VERDE
I 210 ettari di vigneti sono coltivati al 65% in biologico
Per il presidente, «una vera e propria vocazione»



Da sinistra, il fondatore Massimo Bernetti e il figlio Michele, l'attuale presidente dell'azienda

ne Enthusiast. Umani Ronchi fa parte dell'Istituto del vino di qualità che unisce diversi grandi marchi italiani, tra cui anche Antinori, Sassicaia e Masi. È un big del settore che punta «a una crescente valorizzazione della produzione, del territorio e delle denominazioni marchigiane ancora poco conosciute, in sinergia con le istituzioni locali».

L'impegno per promuovere l'enoturismo di qualità è strategico in tal senso e si è concretizzato nell'apertura di un albergo, il Grand Hotel Palace ad Ancona, e

di un winebar (il 'Wine Not?', adiacente all'hotel) che propone le eccellenze enogastronomiche del territorio. Per il 2020 le aspettative sono alte. «Puntiamo - conclude Bernetti - a consolidare il trend di crescita del 2019, anche se ci sono diverse incognite che riguardano i mercati esteri, in particolare il rischio dazi negli Stati Uniti e la Brexit».

© RIPRODUZIONE RISERVATA