

my ANKON



IN CONVERSAZIONE CON MICHELE BERNETTI *C.E.O. Umani Ronchi*

In conversation with Michele Bernetti - C.E.O. Umani Ronchi

UMANI RONCHI. UN NOME CHE È COGNOME DI CHI LA FONDA. UN NOME CHE POI RESTA ANCHE QUANDO A SCRIVERE L'“ENOSTORIA” SONO ORMAI LE FAMIGLIE BIANCHI E BERNETTI.

“È Gino Umani Ronchi che comincia a scrivere la nostra enostoria. Siamo intorno alla fine degli anni '50, quando a Cupramontana, terra del Verdicchio Classico, lui decide di dare la vita a una piccola azienda agricola nelle Marche. Pochi anni dopo, Gino Umani Ronchi si mette alla ricerca di un socio per far crescere ancora quella sua piccola realtà. Lo trova in Roberto Bianchi. Un imprenditore anconetano del settore delle costruzioni edili, ai tempi molto attivo, in particolare, nei lavori portuali. Bianchi aveva una forte passione per l'agricoltura. Il vino costituiva un suo sentito interesse che assecondò entrando nella compagine di Umani Ronchi. Roberto Bianchi era mio nonno materno. E, quando percepì il potenziale di quella piccola realtà agricola di cui era appena entrato a far parte,

UMANI RONCHI. A NAME WHICH IS THE SURNAME OF THE FOUNDER. A NAME WHICH STILL CARRIES ON EVEN WHEN THE PEOPLE WHO NOW TELL ITS “WINE-MAKING HISTORY” ARE THE BIANCHI AND BERNETTI FAMILIES.

“It was Gino Umani Ronchi who was the first to establish our wine-making history. The era is around the end of the 1950s, at a place called Cupramontana, the terrain of the Verdicchio Classico grape, and it was he who decided to set up a small agricultural enterprise in the Marche region. A few years later, Gino Umani Ronchi starts looking around for a partner in order to further grow his small business. He finds one in the person of Roberto Bianchi. An entrepreneur from Ancona from the construction sector, who was at the time a very busy one, and in particular in harbour works. Bianchi was passionate about agriculture. Wine was also another of his keen interests, which he indulged by teaming



chiese a mio padre, Massimo Bernetti, da poco laureatosi in Scienze Politiche: “Mi dai una mano?”

Quei viaggi di mio padre, lungo la tratta Ancona/Cupramontana, a bordo del suo Maggiolone, dovevano essere solo per “un primo tempo” ... Invece, “quella mano” e quei viaggi continuano ancora.

A metà degli anni '60, Gino U.R. decide di trasferirsi a Roma con la sua famiglia. L'azienda viene rilevata dalla famiglia Bianchi-Bernetti che ne acquisisce il marchio, insieme alla proprietà, dando un impulso produttivo e commerciale all'attività. Il 4 gennaio 1968 avviene la trasformazione in Azienda Vinicola e, appena un anno dopo, il trasferimento della sede sociale e amministrativa ad Osimo, dove si inaugura la cantina destinata alla lavorazione del Rosso Conero. Nello stesso periodo viene potenziata la cantina di Castelbellino, già

up with Umani Ronchi. Roberto Bianchi was my maternal grandfather. And, when he realised the potential of that small agricultural business which he had barely just joined, he asked my father, Massimo Bernetti, who had just obtained his degree in Politics: “Can you give me a helping hand?” Those trips by my father, along the roads between Ancona and Cupramontana, aboard his VW Beetle, were supposed to be “just for a little while” ... Instead, that “helping hand” and those trips continue to this day. Halfway through the 1960s Gino U.R. decided to move house to Rome with his family. The company was taken over by the Bianchi-Bernetti family who acquired its brand, together with its property, which gave a production and sales boost to its activities. On 4th January 1968 it was transformed into a Winery Company, and barely a year later, its administrative

dedicata alla lavorazione del Verdicchio.

Con il tempo, la gestione dell'azienda è tutta di mio padre, che persegue, in particolare, tre macro-obiettivi: l'apertura ai mercati esteri della commercializzazione dei vini, soprattutto in Germania e Inghilterra; l'incremento della produzione, affiancando al Verdicchio il Rosso Conero; l'aumento della superficie agricola dell'azienda che, dalle Marche, si propaga e arriva anche in Abruzzo.

Io entro in azienda nei primi anni '90, dopo una laurea in Economia e Commercio e esperienze estere. Affianco mio padre. Insieme avviamo un lavoro di ricerca sulle più evolute tecniche agronomiche ed enologiche e sui migliori terreni vitati, anche grazie a collaborazioni con esperti e centri di studio universitari. Con me, la Umani Ronchi ha uno sguardo che abbraccia ancora di più il mondo. Si decide di coinvolgere l'enologo Giacomo Tachis, conosciuto per aver creato vini come il Solaia e il Sassicaia. Da questa collaborazione, nel 1994, arriva il Pelago, risultato di una ricerca spinta sui vitigni internazionali e la loro integrazione nel territorio locale, e vincitore dell'International Wine Challenge di Londra. Assieme alla nostra squadra, portiamo avanti un lavoro di affinamento continuo sui vini, che si traduce nella creazione di nuovi prodotti, e nella cura scrupolosa delle etichette esistenti. Un lavoro di perfezionamento della collezione Umani Ronchi dove l'unica parola d'ordine è perseguire la qualità. La mia attenzione

and legal head office was transferred to Osimo, where the winery destined for the production of Rosso Conero red wine was inaugurated. During the same period the winery at Castelbellino, already dedicated to the production of Verdicchio white wine, was further developed. As time has passed, the company management has been entirely provided by my father, who is targeting three macro-objectives: the development of foreign markets, especially in Germany and England; an increase in production, bringing on the Rosso Conero alongside the Verdicchio; an increase in the company's agricultural footprint which, from its base in the Marche region, is expanding further and now also reaches into the Abruzzo region. I took my place in the company during the early 1990s, following a degree in Economics and Sales and experiences abroad. I work alongside my father. Together we are launching a research programme into the most advanced agronomical and oenological techniques, and on the best wine-growing terrains, thanks also to the support of specialist experts and university research laboratories. Now that I am here, the Umani Ronchi business has an outlook which embraces world markets even more. We decided to involve the oenologist Giacomo Tachis, who is known for having created wines such as the Solaia and the Sassicaia. Thanks to this collaboration, in 1994 we came up with the Pelago, the result of our research into international grape varieties



verso la cantina è forte e mi porta a lavorare anche sul nuovo progetto di Roseto degli Abruzzi, dedicato alla lavorazione esclusiva del Montepulciano.

Continuano ad arrivare riconoscimenti per le etichette Umani Ronchi. Nel mentre, l'azienda, senza mai allontanarsi dalla sua terra e dalle sue radici, diviene un brand internazionale”.

TRE GENERAZIONI, DUNQUE. MA ANCHE TRE TERRITORI. TRE CANTINE. QUESTA È LA UMANI RONCHI NEL 2019.

“Mio nonno materno, Roberto Bianchi, ha il merito di aver avuto l'idea. Che mio padre, Massimo Bernetti, ha saputo curare, valorizzare e sviluppare. A mio padre riconosco grandi capacità nell'aver saputo produrre, all'interno della nostra realtà, tante conoscenze e quello di essere stato molto competente nell'intessere relazioni di fiducia solide, autentiche e durature con collaboratori, fornitori e clienti. La mia impronta, invece, si può leggere, in particolare, nell'ulteriore apertura ai mercati esteri (il nostro fatturato è, oggi, per il 70%, estero e, per il restante 30%, italiano). Ma anche nel voler migliorare costantemente il ciclo produttivo, i nostri luoghi di produzione e commercializzazione e le nostre etichette. Con un occhio sempre vigile sulla sostenibilità.

Passando ai territori, essi sono Tre: Castelli di Jesi, Conero, Abruzzo - che si estendono attraverso 10 vigneti. 210 ettari in tutto tra Verdicchio, Montepulciano, e altri vitigni tipici della costa adriatica.

Castelli di Jesi è “Nobiltà del Vino Bianco”. È la zona del Verdicchio, un vitigno che ha radici antiche e un legame fortissimo, quasi viscerale, con il territorio. Proprio qui nascono i grandi Bianchi Umani Ronchi.

Monte Conero è “Eleganza del Montepulciano, meno strutturato e più raffinato, per via del suo territorio di origine situato più a nord rispetto alla terra di coltivazione tradizionale”. I terreni dell'azienda, che si sviluppano attorno al promontorio del Monte Conero, sono dedicati alla coltivazione delle uve a bacca rossa, principalmente del Montepulciano che da queste parti prende il nome di Rosso Conero. Ciò che ci muove è il desiderio di valorizzare un territorio vitivinicolo tanto bello e vocato, quanto poco conosciuto e compreso, qual è la zona del Conero e la convinzione della forza espressiva del Montepulciano che, proprio qui, grazie all'influenza del mare, raggiunge eleganza,





and how they have been integrated into local landscapes, and the winner of the International Wine Challenge in London. Together with our team, we are pursuing a task of continuous refinement of our wines, which translates into the creation of new products, and into the scrupulous protection of our existing labels. My focus on the winery is very strong and this also drives me to work on the new project for the Roseto degli Abruzzi, dedicated to the exclusive production of Montepulciano. Numerous awards for the Umani Ronchi labels continue to come in. In the meantime, the company, without ever moving away from its region or its roots, is becoming an international brand”.

THREE GENERATIONS, THEN. BUT ALSO THREE LOCALITIES. THREE WINERIES. THAT IS THE UMANI RONCHI OF 2019.

“My maternal grandfather, Roberto Bianchi, had the merit of having the idea. Which my father, Massimo Bernetti, had the skill to nurture, exploit and develop. What I recognise in my father are his immense ability to have known how to provide, within our enterprise, so many types of expertise, and the ability of having been extremely competent in weaving together relationships of solid, authentic trust with our employees, suppliers and clients. My own contribution, on the other hand, can be seen, in particular, in our further expansion into international markets (our turnover, today, is 70% abroad and, for the remaining 30%, Italian). But also in the desire constantly to improve the production cycle, and our labels, always looking for sustainability.

Talking of the localities, there are Three of these: Castelli di Jesi, Conero, Abruzzo – which stretch out across 10 vineyards. 210 hectares in all, split between Verdicchio, Montepulciano, and other grape varieties typical of the Adriatic coast.

Castelli di Jesi is the “Nobility of White Wine”

This is the area of the Verdicchio, a grape variety which has ancient roots and a strong, almost visceral, link with the locality. It is precisely here that the great Umani Ronchi Whites are grown.

Monte Conero is the “Elegance of Montepulciano, less structured and more refined, as a result of its locality of origin being situated further to the North compared with the traditional area of cultivation”

finezza e capacità di invecchiamento.

Abruzzo è "La forza di un territorio". È una parentesi Umani Ronchi che si apre attorno agli anni 2000. Basta scendere 100 km più a Sud per trovarsi in Abruzzo, dove l'energia che si ricava dal sole è maggiore, e i terreni sono più sabbiosi e meno calcarei. E dall'eleganza si passa alla potenza. È il Montepulciano d'Abruzzo, coltivato a Roseto degli Abruzzi sia nella forma di allevamento più tradizionale, a tendone, che nei filari. Un terroir che sa coniugare buona produttività e ottima qualità, con una costanza nelle annate che non finisce mai di meravigliare.

I futuri passi racconteranno sempre di una ricerca continua attorno alla terra "migliore" e alle più evolute tecniche agronomiche ed enologiche. Di un forte approccio etico e di rispetto per l'ambiente. Il viaggio sarà da noi costantemente percorso lungo la traiettoria del biologico. La cantina abruzzese è divenuta di nostra proprietà ed è totalmente convertita a biologico. I nostri vigneti, dal Verdicchio al Montepulciano d'Abruzzo, sono coltivati in biologico in larga misura. Una scelta tecnica ancor prima che ideologica. Perché per fare agricoltura biologica ci deve essere equilibrio in natura, deve esserci quella varietà di colture, di essenze, di erbe che fanno la biodiversità. Varietà tutte che trovano vita

nelle terre di proprietà e che lasciano spazio ad una viticoltura capace di valorizzare al massimo le uve prodotte, senza pregiudicare la qualità dei vini. Qui il biologico è e sarà sinonimo di qualità".

**UMANI RONCHI.
L'APPROCCIO È
DI FAMIGLIA E
HA IL FASCINO
DELL'ARTIGIANALE.
EPPURE, LA SUA
FAMA È ORMAI
INTERNAZIONALE.**

"Siamo orgogliosissimi di essere un'azienda di famiglia. Non è un

The company's plots, which are spread around the promontory of Monte Conero, are dedicated to the cultivation of red-fruited grapes, primarily those of Montepulciano which around here adopt the name of Rosso Conero. The thing which motivates us is the desire to make the most of such a beautiful and well-suited wine-growing locality, albeit one which is little known or understood, such as the Conero area, and our conviction as to the expressive strength of Montepulciano which, just here, thanks to the influence of the sea, achieves elegance, finesse and suitability for ageing.

Abruzzo is "The strength of a locality"

This is an Umani Ronchi parenthesis which was opened around the year 2000. You just have to travel 100 km to the South to find yourself in the Abruzzo region, where the energy you obtain from the sun is greater, and the plots are sandier with less limestone. And from elegance one moves to strength. This is the Montepulciano d'Abruzzo, cultivated in Roseto degli Abruzzi either in its more traditional growing "tendone" format, or in rows.

The history of Umani Ronchi boasts more than fifty years of experience between the Marche and Abruzzo, between Verdicchio and Montepulciano. In the Marche and in Abruzzo, our history will continue to make progress. The future steps we take will always have a message of continuous research around what constitutes the "best" land, and into the most advanced agronomical and oenological techniques. Of a sound ethical approach and respect for the environment. The journey on our part will be constantly directed along the organic trail. The Abruzzo winery has become our own property and has been entirely converted to organic methods. Our grape varieties, from the Verdicchio to the Montepulciano d'Abruzzo, are to a large extent cultivated using organic methods. This is essentially a technical choice rather than simply an ideological one. Because in order to achieve organic agriculture there needs to be an equilibrium in nature, there needs to be that variety of crops, of essences, of grasses which make up biodiversity. All these varieties which grow in the earth at the properties and which leave space for the vine-growing which is able to derive maximum benefit from the grapes produced, without adversely affecting the quality of the wines. Here organic equates to and will remain synonymous with quality".



caso che siamo tra i soci fondatori, ormai da oltre dieci anni, dell'Istituto del Vino di Qualità: 19 grandi marchi del vino italiano, tra cui Antinori, Sassicaia, Masi, Gaia, uniti dalla condivisione di valori, obiettivi, strategie. Produttori che si fanno interpreti del vino italiano nel mondo, verso la conquista e il consolidamento dei mercati internazionali. Requisito imprescindibile per entrare in tale Rete è essere azienda di rilevanza e a conduzione familiare dove la famiglia vanta un ruolo fondamentale non solo nella proprietà ma soprattutto nella conduzione.

Siamo ormai presenti in oltre 50 paesi. E il nostro export è in costante crescita nonostante questi tempi complessi. Un posizionamento consolidato all'interno dei mercati esteri è stato raggiunto a partire da Giappone, Svezia, Canada, Stati Uniti, Germania. Ciò dimostra che si può essere "artigiani" e fare vini buoni anche quando si muovono grandi numeri. Focalizzandoci sull'Oriente, il Giappone è ormai un Paese maturo. Apprezza molto il nostro vino. Con un cliente abbiamo aperto tre ristoranti a Tokyo. Il format è quello di una Trattoria Marchigiana, riorganizzando e riformattando il tutto alla maniera nipponica. I nostri piatti della tradizione sono qui ridimensionati. In particolare, nelle porzioni. E si privilegiano presentazioni che consentono l'utilizzo di bacchette e che rispettano le altre loro abitudini quando si accomodano a tavola.

Un aneddoto molto curioso, ambientato sempre in Oriente, è quello poi legato a un artista della Corea del Sud. Un musicista contemporaneo, molto noto là, che si è fatto fotografare, di sua sponte, con una bottiglia Umani Ronchi in mano, decantandone le lodi. L'immagine, pubblicata sul suo seguitissimo profilo instagram, ha fatto impennare le nostre vendite in quel Paese di lì a poco e così all'improvviso".

COME NASCE IL NOME CHE VIENE DATO A UN VINO APPENA CONCEPITO? CHI NE DISEGNA L'ETICHETTA E LE PAROLE PER FARNE UN RITRATTO CHE VA IN GIRO PER IL MONDO?

"Non esiste una regola specifica che viene rispettata ogni volta. Di sicuro, ove possibile, si fa emergere, nel nome e nell'etichetta, il legame con il territorio di riferimento di quel vino lì imbottigliato. Ad esempio, il Cúmaro, che è un Conero Riserva, lega il suo nome alla pianta tipica del promontorio quale è il corbezzolo. Oppure, Le Vecchie Vigne,

UMANI RONCHI. THE APPROACH IS THAT OF A FAMILY BUSINESS AND ENJOYS THE APPEAL OF METICULOUS CRAFTSMANSHIP. AND YET, ITS REPUTATION IS NOW AN INTERNATIONAL ONE.

"We are extremely proud of being a family-run business. It is not just by chance that we have been among the founding members, now for over ten years, of the Institute of Quality Wine: 19 great brands of Italian wine, including Antinori, Sassicaia, Masi, Gaia, united by the sharing of values, targets and strategies. Producers who act as interpreters of Italian wine throughout the world, in pursuit of the conquest and consolidation of the international markets. It is an indispensable requirement for membership of such a Network that the company should have family relevance and attitude, where the family boasts a fundamental role not only in the ownership but also in its behaviour. We are now present in over 50 countries. And our exports are constantly growing. A consolidated position within foreign markets has been achieved starting with Japan, Sweden, Canada, the United States and Germany. This demonstrates that one can be "artisanal" and make good wines even when big numbers are shifted. If we examine the Orient, Japan is now a mature country. It really appreciates our wine. With one client we have opened three restaurants in Tokyo. The format is that of a Marche region Trattoria, with everything reorganised and re-formatted for Japanese tastes. Our traditional platters are re-sized here. The portions, in particular. And we focus on presentations which allow the use of chopsticks and which respect their other habits when they sit down at the table. Within Umani Ronchi there exists a multitude of collaborations which last and become strengthened over time. Which are founded on reciprocal esteem and respect. Certainly the personalities involved display outstanding professional competence but the ethical aspect is also extremely relevant for us".

HOW DOES A NEWLY-CONCEIVED WINE GET ITS NAME? WHO DESIGNS ITS LABEL AND THE WORDS WHICH PAINT THE PORTRAIT OF IT WHICH GOES AROUND THE WORLD?

"There is no specific rule which has to be respected every time. Naturally, where possible, in the name and the label will emerge the link with the relevant territory of where the wine

un Verdicchio dei Castelli di Jesi doc - Classico superiore, ha per etichetta un disegno in bianco e nero di una vite antica, ricordata poi anche nel nome stesso”.

QUALE DESIGN HANNO I LUOGHI UMANI RONCHI?

“Ciò che di continuo ricorre è il concetto di semplicità. Lo ritroviamo ovunque. Nelle architetture delle nostre cantine. Nel modus operandi dell'azienda. Il nostro motto è: “Grandi vini ma non grossi vini”, ossia, puntiamo a ottenere vini di carattere, eleganti. Mai di sola forza. Non tendiamo mai a cercare il superfluo. Piuttosto, vogliamo evitarlo. Desideriamo fare un discorso sempre contemporaneo e sostenibile”.

CHI SA AMARE UMANI RONCHI?

“Colui o colei che non ricerca cose particolari, di tendenza. Ma che ama la purezza, l'eleganza e l'autenticità. Che vuol sentire il profumo del nostro territorio che corre lungo la costa adriatica e si spinge fino ai Castelli di Jesi”.

ANCONA E UMANI RONCHI.

“Ancona e il suo Monte Conero li associo subito alla nostra etichetta Conero Riserva “Campo San Giorgio”, lanciata nel 2009. Quella etichetta, con quel disegno di paesaggio in bianco e nero, con la città e i campi per protagonisti e il promontorio del Conero sullo sfondo, in realtà, è stata ripresa da una nostra vecchissima etichetta di un Rosso Conero base del 1968. Ecco, mi viene in mente presto tale associazione. Questa etichetta, come una Città, è continuità nel tempo. E poi, in essa, c'è proprio il Monte Conero”.

Che Enostoria, quella della Umani Ronchi... Coerente e Contemporanea. Elegante e gentile. Di carattere. Calata nella sua terra e nel suo mare. Eppure, globetrotter nella sua anima. E che legame con la sua terra. Le sue uve devono tanto, struttura, profumi e profondità, al terroir in cui nascono. E la sua terra deve molto alla Umani Ronchi. Quel vino parte da qui per fare il giro del mondo, raccontando dove è nato, si è invecchiato e imbottigliato...

Grazie Michele per aver acceso, con la sua cortese e simpatica disponibilità, una luce che illumina ancora di più aspetti inesplorati di una storia bellissima, la VOSTRA, che FORTUNATAMENTE riguarda (anche) Ancona e ci riguarda.

was bottled. For example, the Cúmaro, which is a Conero Riserva, links its name to the typical local plant on that promontory called the arbutus. Or there is Le Vecchie Vigne (The Old Vineyards), a Verdicchio dei Castelli di Jesi DOC - Classico superiore, whose label displays a black and white design of an ancient grapevine, the name of which is also reflected in the name of the wine itself”.

WHAT SORT OF DESIGN DO THE UMANI RONCHI LOCATIONS HAVE?

“Something which recurs on a continuing basis is the concept of simplicity. We find it everywhere. In the architectures of our wineries. In the modus operandi of the company. Our motto is: “Great wines but not heavy wines”, that is to say, we strive to obtain wines which are noble, elegant. Never just strong alone. We never tend to go for anything superfluous. Indeed, we want to avoid that. We wish to make a statement which is always modern and sustainable”.

WHO ARE THE PEOPLE WHO LOVE UMANI RONCHI?

“He or she who is not looking for anything in particular, anything trendy. But who loves purity, elegance and authenticity. Who wants to smell the perfume of our landscape which runs along the Adriatic coast and reaches as far as the Castelli di Jesi”.

ANCONA AND UMANI RONCHI.

“I immediately associate Ancona and its Monte Conero with our label for Conero Riserva “Campo San Giorgio”, launched in 2009. That label, with its black and white design of a landscape, with the town and its fields to the forefront and the Conero promontory as background, in actual fact, was reproduced from one of our oldest labels for a basic Conero Red from 1968. There, that association springs immediately to mind. That label, like a town, represents continuity over time. And also, it actually contains the Monte Conero”.

What a Wine-making History, that of Umani Ronchi... Coherent and Modern. Elegant and kind. Noble. Anchored to its land and to its sea. And yet, a globetrotter in its soul. Thank you Michele for having turned on a light which further illuminates some unexplored aspects of a really beautiful history, YOUR OWN, which FORTUNATELY matters to Ancona.



UMANI RONCHI

VITICOLTORI IN MARCHE E ABRUZZO



WINE SHOP

VENDITA VINI
VISITE IN CANTINA
DEGUSTAZIONI TEMATICHE
WINE TOUR PERSONALIZZATI

Il Wine Shop Umani Ronchi è lo spazio dove trovare tutti i vini dell'azienda: selezioni, "anteprime" e grandi formati. Ma anche prodotti artigianali scelti con cura tra i produttori di Marche e Abruzzo. Il Wine Shop è il punto di partenza per visite in cantina e degustazioni guidate.

Prenotazioni e acquisti: Tel. 071.7108716 - 3464071185

Email puntovendita@umanironchi.it

Orario: 9/13 - 15,30/19,30 · **Chiusura:** domenica e lunedì (variabili nei periodi festivi)

Via Adriatica 12, 60027 - Osimo (AN)

www.umanironchi.com

