

NELLE TERRE DEL VERDICCHIO INTERVISTA A MICHELE BERNETTI

Umani Ronchi, un'azienda 2.0: «L'enoturismo ha grande futuro»

CONTINUA il nostro viaggio nelle terre del Verdicchio. Oggi parliamo di Gino Umani Ronchi di Cupramontana, che nel '59 avvia la società con l'appassionatissimo Bianchi di Ancona. Poi Gino si trasferisce a Roma e Bianchi porta l'azienda a Osimo. Curiosità: la sorella di Bianchi sposa Mario Marchetti, produttore storico del Rosso Conero. Prima Massimo Bernetti, in linea materna Bianchi e ora Michele suo figlio, guidano l'azienda come presidente il primo e direttore il secondo, assumendo un ruolo di primissimo piano nel mondo del vino.

Allora Michele Bernetti: il Verdicchio è un vino godibile subito?

«Questo vino ha tante facce. Giovane è corposo, poco frutto ma in bocca ha molta presenza. E' longevo quando la meteorologia gioca a favore. Esperienze intense tutte e due».

Siete nati con il rosso o il bianco?

«Nasciamo col Verdicchio, poi, trasferiti ad Osimo, allargammo sul rosso. Molto si investe in vigna con aggiornamenti continui su 110 ettari di Verdicchio, su 70 ettari di Montepulciano e sui restanti 40».

L'importanza dell'enologo?



CON LE SUE BOTTI
 Michele Bernetti della Umani Ronchi

«Fondamentale in aziende grandi come la nostra; è coordinatore della gestione e la sua capacità professionale non è da meno di quella degustativa. L'enologo si confronta con la proprietà. Abbiamo un team fra cui Giacomo Mattionali che funziona da coordinatore e poi un consulente esterno piemontese di valore, Beppe Caviola».

Il mercato?

«Tre milioni di bottiglie. Il 70% in Nord America e Canada, poi Giappone nonché il nord Europa non dimenticando Gran Bretagna, Cina, Australia, insomma 60 paesi in tutti i cinque continenti. Negli States per esempio ottime presenze in Massachussets, Florida e Texas».

Il marketing?

«Nel vino ha un peso inferiore rispetto alla moda. Dovremmo proporci di più come prodotto elitario e d'utilizzo anche comune, essendo un grandissima risorsa produttiva. Attualmente l'esperienza ci insegna a farlo in azienda confrontandoci con tutti i collaboratori nel commerciale, aggiustando il tiro e sempre attenti e coscienziosi».

Eccellenze?

«I premiati dal Verdicchio Vecchie Vigne, il Campo San Giorgio, al Pelago».

Una visione del futuro?

«Valorizzare al massimo il territorio in sinergia con le istituzioni. L'enoturismo è una nicchia con ottime possibilità di sviluppo. Prossimamente apriremo l'Hotel Palace rinnovato dove ci sarà la base di partenza per le scoperte vinicole e certamente lo doteremo di un Wine Bar con tutte le eccellenze del territorio».

Maurizio Gioacchini