

**Torraccia del Piantavigna
NUOVE ANNATE, NUOVO LOOK**

Un cambiamento nel packaging il cui scopo è presentare un'immagine unitaria della produzione Torraccia, grazie a una veste grafica comune e facilmente identificabile. Novità anche rispetto alle forme vetro utilizzate: Ramale e Maretta condivideranno la stessa bottiglia di Ghemme e Gattinara, mentre Ervavoglio e Tre Confini rimarranno nella classica bottiglia bordolese, semplice e slanciata.

**Denominazioni
FRIULI, LA DOC REGIONALE RESTA UNA PRIORITÀ**

L'assessore Shaurli fa chiarezza dopo le polemiche per il mancato inserimento della pratica all'ultimo Comitato vini. E sulla Doc Pinot grigio dice: "La preconditione è un governo paritario con Trentino e Veneto per evitare le difficoltà postume già viste con il Prosecco". ADF

**GIACOMO MATTIOLI
UMANI RONCHI**

L'enologo fa marketing? Cura anche le etichette...

di BRUNO DONATI

Osimo (An). Una delle migliori aziende d'Italia, la marchiata Umani Ronchi, ha affidato la direzione tecnica a un enologo, **Giacomo Mattioli**, che ora ha 31 anni e che ha mosso i suoi primi passi in queste cantine nel 2003, appena diplomato. Un giovane cresciuto, quindi, partendo dal primo incarico: la curva di maturazione di un cru sempre premiato dalle guide. Con lui, che per motivi d'età non ha vissuto molti cambiamenti di rotta nella sua professione, parliamo quindi della figura di enologo ai giorni nostri, dopo aver inquadrato la sua azienda.

Siete soprattutto conosciuti per il Verdicchio e il Conero. Qual è la vostra percentuale di bianchi?

Il 40%, il resto sono rossi. Abbiamo tre cantine: una nel cuore del Verdicchio, a Castelbellino, quella di Osimo, in pieno Rosso Conero, e poi una in Abruzzo, a Roseto, quindi il Montepulciano. 110 ettari sono a Verdicchio, 70 a Rosso Conero, 30 a Montepulciano d'Abruzzo.

Ora produce anche spumante metodo classico.

Abbiamo cominciato questo progetto nel 2003 con le prime prove di microvinificazione proprio grazie alla duttilità del Verdicchio, che spazia con disinvoltura dallo spumante al passito, per poi uscire definitivamente con l'annata 2008. È base Verdicchio con un po' di Chardonnay. Facciamo due tipologie: l'extra brut, con un 35% di Chardonnay, e un brut nature - chiamato La Hoz dal nome di un giovane generale rivoluzionario, caduto in battaglia ad Ancona nel 1799, a 33 anni - dove la percentuale scende al 20, con un passaggio in tonneau.

Tornando al Verdicchio, la critica lo inonda di premi ma si ha l'impressione di vederlo poco al ristorante, anche se nelle Marche la migliore ristorazione lo propone di diverse annate.

Effettivamente è un bel problema anche perché nella grande distribuzione non è stato sempre trattato come merita, almeno in alcuni casi. Noi siamo posizionati bene soprattutto nel Centro-Nord, con agenti Italia che fanno un ottimo lavoro. L'azienda esporta l'80% dei suoi prodotti all'estero, toccando oltre 50 mercati in tutto il mondo. Il nostro Verdicchio proviene dalle zone più vocate, da Serra de' Conti a Montecarotto, da Cupramontana a San Paolo di Jesi passando per Maiolati

Spontini. Diverse vallate, esposizioni, impianti, età - dai 40 ai 15 anni - quindi per noi è anche abbastanza facile lavorare con queste uve.

Una curiosità: qual è il vino aziendale che ama di più?

Per due motivi diversi è il Verdicchio Casal di Serra Vecchie Vigne, due ettari di vigneto impiantato nel 1970 nella zona di Montecarotto, contrada Busche, terreno molto profondo, abbastanza sciolto, esposto a Est. La produzione è ora molto bassa, meno di un terzo di quando era stato progettato. Ne ricaviamo un prodotto particolarmente ricco, con profumi che non sempre si riscontrano nel Verdicchio, varietà piuttosto neutra da questo punto di vista. Con l'annata 2009 era stato valutato Bianco dell'anno e con il 2012 è stato riconosciuto per la quarta volta Tre Bicchieri.

E l'altro motivo?

È che proprio in quel vigneto ho preparato la mia prima curva di maturazione: sono quindi anche legato alla zona e a questo storico vigneto, dove nel 2003 ho cominciato a camminare in Umani Ronchi.

Il presidente di Assoenologi, Riccardo Cotarella, ha detto che un enologo oggi deve sapere anche di marketing e di comunicazione...

Intanto oggi l'enologo deve avere una mentalità molto più aperta rispetto a quanto accadeva in passato. Se prima si pensava che fosse sempre chiuso in cantina, oggi non è davvero più così... Con la direzione generale, l'agronomo e il marketing - visto che ora il mondo si diversifica molto nei vari mercati - c'è una collaborazione continua e assidua. Oggi l'enologo interviene per-



L'enologo Giacomo Mattioli ha compiuto tutto il suo percorso professionale in Umani Ronchi

È finito il tempo in cui era sempre chiuso in cantina. "Quando si va a trovare gli importatori, si studiano contenuto e veste della bottiglia su misura per i Paesi di destinazione. E con la tecnologia che ormai si aggiorna di frequente, una visita al Simei risolve diversi problemi. Come il tavolo di cernita meccanica delle uve..."



Un vigneto nell'area del Rosso Conero



Sostenibilità delle produzioni agricole SIGLATA PARTNERSHIP SYNGENTA - SATA

Syngenta e SATA Srl, società di servizi tecnici integrati per la filiera vegetale, hanno raggiunto un accordo che prevede l'istituzione di una partnership finalizzata allo sviluppo sul territorio nazionale di progetti innovativi aventi come obiettivo l'affinamento di tecniche agronomiche improntate alla sostenibilità delle pratiche agricole. L'accordo rientra nel Good Growth Plan, il piano di Syngenta che mira a contribuire alla sicurezza alimentare e alla sostenibilità ambientale.

fino nelle etichette: ci capita spesso di viaggiare, di andare a trovare i nostri clienti e gli importatori, per cui il nostro lavoro termina con contenuto e veste della bottiglia progettati per il miglior successo nei Paesi di destinazione.

Oggi sembra che il vigneto abbia rubato un po' del ruolo che aveva la cantina. Qual è la situazione reale?

Indubbiamente il vino buono nasce nel vigneto, per quanto possa essere bravo l'enologo. In annate più semplici siamo facilitati; nelle annate più difficili le uve vanno valorizzate con i mezzi che abbiamo a disposizione da un punto di vista tecnologico. In ogni caso, prima della vendemmia è essenziale che l'enologo valuti le uve con l'agronomo tenendo ben presente anche il mercato che riceverà poi questo prodotto. Ogni Paese, come dicevo, ha infatti propri gusti e tendenze. Cerchiamo così di soddisfare ogni mercato con vini specifici, a parte le selezioni che restano tali, e quindi tutto va visto in quest'ottica.

La mia collaborazione con l'agronomo Luigi Piersanti di conseguenza è continua e con il titolare Michele Bernetti, che segue da vicino il commerciale, abbiamo frequenti incontri per valutare le diverse dinamiche di mercato.

Avete cantine recentemente rinnovate e la tecnologia non manca.

Sì, ci aggiorniamo di anno in anno, bisogna stare sempre al passo con i tempi.

A questo proposito parliamo allora del Simei... Ci andrà?

Sicuramente, direi anzi che è quasi doveroso. L'ultima edizione ricordo di aver notato un tavolo di cernita meccanica delle uve, che fra l'altro credo abbia anche vinto un premio. In seguito con l'azienda abbiamo deciso di sperimentarlo e alla fine l'abbiamo acquistato. Nel 2014 abbiamo fatto la prima vendemmia e ci siamo davvero trovati molto soddisfatti. Per noi il problema del personale

per la cernita era ormai diventato complicato.

E che cosa spera di trovare alla prossima edizione?

Ne parlavo proprio l'altro giorno con il titolare. Capita che ci tornino indietro bottiglie con sentori di tappo, un problema che conosce bene chi usa il monopezzo. Spero allora in un sistema che in automatico riesca a rilevare questo fungo in modo da non incorrere più in difetti del genere. Se no c'è sempre il rischio di acquistare la bottiglia, tenerla magari qualche anno a casa e poi, quando si apre, sa di tappo... Si rovina tutto per quello che non è un nostro errore, non c'entra niente con il vino e con l'azienda.

Sperimentazione: che cosa state facendo?

Mi riallaccio al discorso appena fatto. Da tre anni eseguiamo prove sulle varie chiusure con un banco d'assaggio. Cerchiamo di capire se in futuro ci possa essere la possibilità di sostituire un tappo monopezzo con uno tecnico, ad esempio. Al momento non abbiamo ancora avuto una risposta univoca. Nel Nord Europa stiamo lavorando tantissimo con lo Stelvin, ma è anche un mercato molto più aperto e meno tradizionalista. Ne ripareremo al termine della sperimentazione.

Come si adegua ai cambiamenti in atto, dal clima alla richiesta di vini meno alcolici?

Come dicevo, è un mestiere che deve stare al passo con i tempi. Si lavora per l'apprezzamento del consumatore, non è un qualcosa che facciamo per noi, se non vogliamo correre il rischio di restare con i magazzini pieni.

Cambiamenti climatici e tendenze di consumo sono all'ordine del giorno, il mercato muta veramente in maniera repentina. Dieci anni fa andavano le barrique, oggi sono notevolmente diminuite per ritornare alla botte grande...

In ogni caso la sfida più importante degli ultimi anni è stata



Vigneti di Verdicchio a Montecarotto, località Le Busche, zona fra le più vocate

proprio quella di ridurre il grado alcolico dei vini mantenendo la qualità costante. Abbiamo eseguito diverse sperimentazioni in questo senso con i lieviti, anche anticipando la vendemmia, ma le uve non pronte non sono mai la soluzione.

Se potesse cambiare qualche regola nella produzione del vino...

Sicuramente snellirei la burocrazia. Si passa troppo tempo dietro una scrivania, quasi più che a produrre vino... E farei di più per la trasparenza del prodotto. Pensi che nelle Marche abbiamo una Doc-Doc nella cui etichetta non possiamo indicare il vitigno che si utilizza. È il Rosso Conero-Conero e ci è vietato scrivere che è prodotto con il Montepulciano... Facciamo di tutto per comunicare, per dare informazioni, e poi non possiamo specificare il vitigno.

Come vede la tendenza di oggi verso vini biologici, senza solfiti, anche vegani? È interessante o genera confusione?

Sono opportunità per tante aziende che si cimentano e riescono a emergere con prodotti con queste particolarità e possono esercitare un maggior appeal sul cliente.

Ne fate?

A Roseto, nel Montepulciano d'Abruzzo, da oltre 10 anni produciamo biologico. Nel Verdicchio da 4-5 anni stiamo convertendo tutto a biologico. Abbiamo visto che si può

riuscire mantenendo la stessa qualità, che per noi resta la priorità. Fare invece biologico che poi non va bene, ha difetti, non ha senso. Se invece oltre alla qualità offriamo un prodotto biologico, meglio ancora.

Quant'è in percentuale la vostra produzione biologica?

In Abruzzo solo in parte esce con questa etichetta, saremo sul 10-15% con l'intenzione di aumentare la quota il prossimo anno. Nel Verdicchio usciremo con le nostre prime etichette con la vendemmia 2015. In pratica: oggi facciamo biologico ma non lo indichiamo ancora in etichetta.

Non siete i soli. A parte questa tipologia, come vede la sostenibilità in genere?

È un obiettivo che sta molto a cuore all'azienda. Ci stiamo lavorando da diversi anni, in campagna e in cantina. Siamo stati fra le prime aziende ad applicare la lotta integrata, parlo di una decina di anni fa. Abbiamo investito molto nelle attrezzature, con grande attenzione ai fitofarmaci usando botti a recupero, diminuendo la dispersione nell'ambiente e riducendo sensibilmente rame e zolfo.

Da una quindicina d'anni la fertilizzazione la pratichiamo prevalentemente con prodotti d'origine organica. La gestione del manto erboso avviene solo con mezzi meccanici.

Abbiamo locali di affinamento interrati, dove umidità e temperatura sono pressoché costanti tutto l'anno. Riutiliz-

ziamo le acque di lavorazione per l'irrigazione, impieghiamo bottiglie più leggere per avere meno emissioni di CO2. Infine, pannelli fotovoltaici sopra il tetto della cantina.

Quale denominazione marchigiana meriterebbe maggior successo?

Proprio il Verdicchio dei Castelli di Jesi, come avevo detto all'inizio dell'intervista. È uno dei pochissimi bianchi italiani che, quando è ben fatto e ben riuscito, fra le tante caratteristiche positive ha anche quella della longevità. È davvero un gran vino. Ne ho assaggiati di oltre dieci anni ancora perfettamente riconoscibili. Come ricordava, è uno dei vini più premiati negli ultimi anni ma non c'è poi continuità con il mercato, che è davvero strano.

E qual è il peggior difetto in un vino tecnicamente perfetto?

È una bella domanda. Per il mio modo di lavorare direi che non esistono vini perfetti o non perfetti. Il peggior difetto è allora di non rispecchiare le caratteristiche peculiari del vitigno e del territorio. Questo lo ritengo una forzatura dell'uomo a cercare un qualcosa di diverso che in natura non c'è.

Le è capitato di fare un errore?

Ne stavo riparlando proprio qualche giorno fa con Michele Bernetti e, per fortuna, siamo scoppiati a ridere tutti e due. Dovevo fare un taglio di vini rossi, ho comunicato al cantiniere le varie vasche ed è tornato dicendomi che c'era qualcosa che non andava bene. Ero al telefono, ho detto "non ti preoccupare, vai avanti così". Il giorno dopo arriva con un campione del taglio ed effettivamente qualcosa che non andava c'era davvero: invece di essere rosso era rosato! Poco male, era una piccola quantità ma credo che gli errori ci devono essere, altrimenti non si impara mai. L'importante è che non siano troppo grossi...

Se no, credo che a quest'ora mi troverei in un'altra azienda.

IL CORRIERE VINICOLO

dal 1928 il primo e unico settimanale del mondo del vino
Campagna abbonamenti 2015

- 120 euro** Abbonamento annuo cartaceo
- 90 euro** Abbonamento annuo digitale
- 150 euro** Abbonamento annuo cartaceo + abbonamento annuo digitale
- Premium 180 euro** Abbonamento annuo digitale + database statistiche + archivio
- Premium 200 euro** Abbonamento annuo cartaceo + abbonamento annuo digitale + database statistiche + archivio



Scarica l'app

Per leggere il Corriere Vinicolo digitale e tutte le altre pubblicazioni, come Vite, Wine by Numbers, Vino in Cifre e i dossier speciali.

Con la App, puoi sottoscrivere abbonamenti annui o semestrali, oppure acquistare la singola copia del giornale.

Disponibile per sistema iOS e Android

Ufficio abbonamenti: tel. 02 7222 2848
abbonamenti@corrierevinicolo.com
www.corrierevinicolo.com