## Unani ROMCINI, dove il mare incontra la vite

di Carlo Ottaviano

L'azienda marchigiana racconta il Conero dell'accoglienza.

## **TAKEOVER**

Posso confessare di non sapere da dove iniziare per mettere assieme nello stesso articolo le suggestioni di un territorio affascinante come il Conero e la storia di un'azienda vinicola che ha fatto storia? O no!, forse ho trovato lo spunto: parto da un vecchio manifesto che vedo alle pareti di una cantina di Umani Ronchi. Raffigura un elegante signore - abito blu e cravatta (regimental, of course) - ma con i pantaloni arrotolati alle ginocchia e i piedi in un catino ricolmo di uva da pigiare. Il payoff recita: «Chi l'ha detto che un'azienda moderna ... non può avere radici antiche?». Il testimonial di sé stesso è Massimo Bernetti e mi piace pensare che quel poster sia coevo della pubblicità di Lee Iacocca, il presidente della Chrysler, ricordato nella storia della

pubblicità tv per essere stato il primo al mondo a "metterci la faccia" (gli italiani Rana e Amadori sarebbero arrivati decenni dopo). Ecco, il nostro essere moderni oggi ha radici antiche. Lo percepisci, lo senti forte mentre scopri quasi in cima a Monte Conero l'ultima scommessa della famiglia Bernetti. Ci accompagna Michele che ha preso il testimone aziendale dall'ancora autorevole e ancor vulcanico Massimo. La scommessa è quella di riuscire ad esaltare l'ospitalità turistica di qualità della zona in sinergia con l'eccellenza della produzione vinicola.

Il Conero è un promontorio a picco sul mare Adriatico, nelle Marche, pochi chilometri da Ancona. Ad appena 20 metri dalla vetta (572 metri, territorio del comune di Sirolo) sin

dal Mille c'era qui un monastero. Passando per ampliamenti, distruzioni, stratificazioni, sostituzioni, gli ultimi monaci ad abitarlo sono stati i benedettini camaldolesi. Espropriata loro la proprietà, dopo l'unità d'Italia, da una cinquantina di anni il complesso è un ampio resort, gestito da pochi mesi da Umani Ronchi. Si dovrebbe adesso dire delle stanze accoglienti, del ristorante dove lo chef Mauro Garbuglia valorizza la cucina tradizionale marchigiana, dei cocktail di Raoul Pavani, della spa. Ma non c'è una cosa che prevale sull'altra. Ogni ambiente racconta una storia che viene da lontano e ogni angolo del parco regala una prospettiva diversa sul mare, su un tratto inedito di costa adriatica, e sulle colline marchigiane. Massimo nel raccontare il

progetto imprenditoriale fa fatica a farsi seguire, perché sono attratto dai luoghi e dai sentieri che da qui prendono il via per scoprire l'intera montagna, la sua incredibile biodiversità, i suoi angoli segreti. Ognuno porta verso qualcosa che è anche mito. Ecco il sistema di cunicoli naturali e artificiali, denominato "Il buco del diavolo" che nasconderebbe ancora un tesoro; ecco "le sorelle", cioè i due faraglioni nel mare che sarebbero due principesse rapite dai pirati e trasformate in pietra da un demone marino. E se di notte ascoltate bene potreste sentire il canto della sirena Mitì che delusa da un uomo si lasciò morire tra i flutti.

Tanto è mitica la zona, quanto reale, ma ugualmente fascinosa, la storia di Umani



## **TAKEOVER**

L'HOTEL MONTE CONERO REALIZZATO ALL'INTERNO DI UN ANTICO CONVENTO DEI BENEDETTINI CAMALDOLESI CHE VISSERO QUI FINO AL 1864











Ronchi. Nel 1957, all'origine, erano 35 ettari, adesso 210 prevalentemente nel territorio dei Castelli di Jesi, del Conero e più recentemente a Roseto degli Abruzzi. Dal 2024 l'azienda è "Marchio Storico di Interesse Nazionale". «La nostra identità – racconta Michele Bernetti che è anche presidente dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini – è racchiusa nel valore delle radici e della terra. Dagli anni Settanta ad oggi, abbiamo rinnovato l'85% delle vecchie viti, investendo sul Verdicchio e sul Rosso Conero ed estendendo l'interesse verso vitigni come il Pecorino e il Lacrima di Morro d'Alba, dandoci obiettivi enologici qualitativamente elevati. La ricerca dei migliori terreni vitati, la sperimentazione delle più evolute tecniche agronomiche ed enologiche, la valorizzazione dei singoli vigneti o crus, guidano da sempre le nostre scelte». La sensibilità per l'ambiente è dietro alla cura e al rigore con cui vengono custodite le vigne. «Proteggere la natura - aggiunge Michele - significa tutelare la biodiversità del territorio che rappresenta il primo vero valore aziendale.

Nel segno della sostenibilità, i vigneti sono coltivati in biologico. Un processo di conversione del patrimonio vitato iniziato in Abruzzo nel 2001 con la prima certificazione biologica, proseguito nel Verdicchio con la vendemmia 2015 e portato avanti nel Conero».

I successi ottenuti sono un ulteriore stimolo per nuovi obiettivi. Così Bernetti ha da pochissimo dato vita a una collaborazione «fondata su affinità, visione e multigeografia» per la distribuzione di grandi vini. «Sono convinto - afferma - che il vino sia molto più di una bevanda. È un'esperienza che si intreccia con il turismo, la natura e il vissuto diretto». Un'idea concretizzata assieme a Torre a Cona di Niccolò Rossi di Montelera, a pochi passi da Firenze nel cuore dei Colli Fiorentini. Il progetto commerciale ha un nome audace e intrigante - Davantage - una dichiarazione d'amore per il vino: «Je t'aime chaque jour davantage».

WINE and TRAVEL • 26 • WINE and TRAVEL