



*Lo dicono, convinti, i produttori di vini di qualità, specialmente spumanti*

## La crisi regala vini e consumatori migliori

**L**o dicono molti operatori del mondo del vino: la crisi ci regalerà vini migliori e consumatori migliori. A dirlo sono soprattutto i produttori di vini di qualità, ma non esclusivi (quelli che in enoteca non superano i 20 euro). Lo dicono con un pizzico di serenità perché la crisi finanziaria mondiale e la prudenza dei consumi non li stanno penalizzando troppo. Gli spumanti, tra l'altro, sembra che stiano passando quasi indenni. Come

**di Gianmichele Portieri**

sta di salute il mondo del vino e cosa si preferisce bere ora? Andiamo per ordine. L'autunno 2008 è stato quello della grande gelata degli ordini. Più che un calo dei consumi di vino, si trattava di paura dei compratori di avere troppe giacenze. Poi Natale non è andato malaccio. Gennaio e febbraio 2009 hanno segnato i veri e consistenti cali di consegne. Segno che il vino di Natale era stato venduto, ma non tutto bevuto.

Ma a marzo il mercato mondiale ha ricominciato a muoversi riassortendo le cantine rimaste vuote.

Se in generale questo è il quadro italiano, va detto che soffrono più di altri i vini di basso prezzo (quelli in cartone) che registrano cali allarmanti (rivelando una sofferenza sociale). Anche i vini di altissimo livello faticano a mantenere quotazioni stellari, creando un certo allarme sulla valutazione patrimoniale della

grandi cantine che, forse, hanno un magazzino valutato troppo rispetto al mercato attuale. Ma va detto che i grandi vini non si è obbligati a venderli subito, anche se non si può più prevedere un incremento di valore nel tempo. Gli Champagne hanno perso attorno al 20% del mercato ed hanno in cantina un miliardo di bottiglie in invecchiamento, ma si guardano bene dallo spandere allarme che farebbe crollare i prezzi.

Il problema è ulteriormente articolato dal fatto che i cali riguardano le aziende che fanno grandi numeri e vendono al supermercato (dove, visti i tempi, si tende a portare a casa una bottiglia invece di due). Le aziende che servono ristoratori ed enoteche non hanno cali vistosi, anche se soffrono l'allungamento dei tempi di pagamento. E poi ci sono le esportazioni: la Russia, ad esempio, continua a comperare bene. Le medie aziende si sono mosse per andare sul mercato mondiale ed in genere dicono di avere compensato così le perdite di ordini in Italia (che per i piccoli non è oltre il 10%).

La crisi è crisi del vino mediocre, ci diceva un produttore. L'offerta di vino eccellente è, infatti, così vasta che non si vede perché dovrei bere peggio.

Così i più piccoli ed i più bravi, stanno superando il guado piuttosto bene. Perché dovremo uscire migliori dalla crisi? Perché il consumatore che non ha più voglia e soldi per spendere e spendere (si pensi a certi pranzi aziendali senza limiti perché si detraevano dalle tasse) è diventato più selettivo. Beve meno, ma vuol bere bene e a giusto prezzo. La crisi taglierà le unghie ai vini di cui si paga cara l'immagine, ma che valgono poco.

Inoltre le aziende italiane, anche minuscole, si sono buttate sull'esportazione. Questa proiezione verso i nuovi mercati (Cina, Russia, persino Corea) ci rimarrà in dote anche dopo.

Gianmichele Portieri  
Giornalista

### *Cosa si ama bere?*

*In generale è il momento dei vini bianchi e dei rosati a scapito dei vini rossi. Infatti, sul mercato le giacenze di vino rosso sono piuttosto pesanti, anche se i produttori cercano di non farlo sapere in giro.*

*La caratteristica più richiesta dal vino è la freschezza (in termine tecnico si dovrebbe dire l'acidità). La si esalta fino ad esagerare anche negli spumanti. Insieme alla freschezza va di moda la sapidità ed è un bel vantaggio per il nostro Lugana che è ben sapido di suo.*

*I profumi tanto cercati negli anni passati, non sono più nelle corde del consumatore. Un vino che ha un «naso» intrigante, ma nel bicchiere delude, rischia di non fare molta strada. Prima regola: il vino non deve stufare. Il consumatore di oggi, se può, non assaggia, beve.*

*I profumi terziari complessi sono apprezzati nei grandi vini purché siano accompagnati dalla giusta freschezza e tannini misurati. Se il vino molto vecchio, come dicono gli esperti, «è morto», non c'è blasone che tenga.*

*Tra i bianchi vanno forte gli spumanti che stanno conquistando un posto anche a pasto. Le bollicine che vanno di più sono quelle di Prosecco perché è più basso di gradazione. Ma anche gli spumanti classici reggono. Nel caso della nostra Franciacorta il Saten è un vero «caso» tanto si vende bene.*

*La scalata ad un grado alcolico elevato (che accontentava il desiderio di dolcezza) è stata stroncata dalla Polizia Stradale. Il vino fuori casa è preferito poco alcolico, senò lo si beve a casa (dove il consumo è in crescita).*

*E poi c'è la tendenza verso la tipicità e la riconoscibilità. Nel gioco delle riconoscibilità si comincia dal vitigno (spopolano i vini monovitigno) a seguire si cerca di esaltare la zona ed infine la singola «mano» dell'enologo. Fino a qualche anno fa il vino rosso doveva assomigliare ai bordolesi ed il bianco agli Chardonnay. Non funziona più così. E non ci dispiace affatto.*



*La cantina Monterossa di Bornato di Cazzago S. Martino*

## PR, Franciacorta di gran classe

**S**i chiama PR ed è un Franciacorta di gran classe e grande freschezza, un Franciacorta di taglio moderno. Ma è anche la bottiglia della gratitudine di Emanuele Rabotti verso i genitori, Paola Rovetta e Paolo Rabotti che hanno fondato Monterossa ben prima della Franciacorta.

Monterossa faceva vino di classe da 18 anni quando è nato il Consorzio Franciacorta. Lo spumante, che allora si poteva ancora chiamare *métode champenoise*, era il Pinot di Franciacorta. Eravamo all'alba di una storia che non si poteva immaginare come sarebbe andata a finire. I produttori erano un gruppetto piccolo e abbastanza disomogeneo (quasi tutti provenienti da altre attività imprenditoriali o di nobili origini) per di più formato da persone con una persona-

**di Gianmichele Portieri**

lità spiccata. Poi nel 1990 è nato il Consorzio ed è nato il Franciacorta (non ancora Docg) come lo conosciamo ora, con le ambizioni di qualità che gli conosciamo ora. Davvero un pugno di anni. Niente a fronte dei 250 anni della Champagne.

Nasce il Consorzio e il primo presidente è Paolo Rabotti fondatore con la moglie di Monterossa. Ma è la moglie, la signora Paola Rovetta che conduce l'azienda. È lei che conquista la copertina di *Wine Spectator* nel 1986. Nel 1992, quando il Consorzio Franciacorta era appena nato, Monterossa aveva già vent'anni e li celebra con una bottiglia dall'etichetta d'argento scolpita da Buccellati. Il primo a riceverla è Frank Si-

natra. Nella preziosa bottiglia c'è un vino nuovo: il Cabochon che oggi è il vino di punta della gamma Monterossa. Ma nessuno se ne accorge perché nessuno ha mai stappato quella storica bottiglia che è diventata oggetto di collezione. Ma sarà il Cabochon, finalmente stappato e bevuto, a portare nel 1998 i primi tre bicchieri del Gambero Rosso a Bornato. I primi di una serie. L'annata mitica di questo vino è comunque il 1999 (se la trovate), mentre è attualmente in commercio la fortunata annata 2004.

Tempi vicini eppure diversi. Si pensi che lo Chardonnay (che oggi è un vitigno internazionale dilagante) era confuso con il Pinot Bianco. Ci volle un po' per accorgersi che era altra cosa. Del resto in tempi ancora più vicini la Franciacorta si è accorta di avere nelle vigne il Carmenère scambiato per Cabernet Franc. Una scoperta che sta rilanciando i vini rossi della zona che sembravano destinati all'oblio.

Monterossa però ha deciso da tempo di produrre solo Franciacorta (e cioè bollicine) e nel 2002 ha inaugurato una nuova cantina pensata in ogni dettaglio per esaltare le caratteristiche delle uve Chardonnay, Pinot Bianco e Pinot Nero della zona e soprattutto della collina dove sorge la casa padronale con la cantina, già di proprietà dei conti Rossa e dal 1972 della famiglia Rabotti. La cantina è tra le prime ad adottare l'ascensore in cantina. Il motivo è semplice: sollevando il vino con l'ascensore lo si travasa per caduta evitando il rimescolamento e il calore delle pompe elettriche.

L'azienda oggi è in mano ad Ema-



*Azienda Agricola Monte Rossa di Bornato*



1992. Emanuele Rabotti con Frank Sinatra e la bottiglia di Cabochon Monterossa con l'etichetta d'argento scolpita da Buccellati.

nuele Rabotti ed è una delle aziende leader di Franciacorta. Gli ettari (che all'inizio erano dodici) sono diventati cento, distribuiti strategicamente su tutto il territorio, e la produzione è di 500 mila bottiglie con una quota importante di esportazioni che arriva fino in Australia. Ma la storia della Franciacorta sul mercato internazionale è ancora da scrivere. Del resto la produzione totale della intera Franciacorta del 2008 è stata di meno di 10 milioni di bottiglie.

L'impegno di Emanuele Rabotti e della seconda generazione è quello di diffondere la consapevolezza che essere Franciacorta è un bell'impegno. La consapevolezza, che era ben chiara ai fondatori, si è un po'

diluata tra 96 etichette per altrettante aziende che producono bollicine. Rabotti vorrebbe che tutte le aziende

si allineassero ad un livello elevato, facendo circolare con garbo le acquisizioni dei migliori anche tra chi comincia adesso.

La sua impostazione nei vini è di classe, ma piuttosto democratica. I vini di Monterossa non sono riservati a élite di intenditori alla ricerca di complessità aromatiche e strutture da record. Per loro c'è il Cabochon che fa quaranta mesi sui lieviti e viene da uve selezionatissime e spremute con molta parsimonia. Ma la produzione che conta, quella che fa 200 mila bottiglie su 500 mila, è quella di Prima Cuvée. Dovrebbe essere il vino entry level, ma non si sceglie perché costa meno. Si sceglie perché è immediato, fresco, con un bel profumo di fiori e di erba appena tagliata. Per chi è più esigente c'è il Pr che ha le stesse caratteristiche di immediatezza, ma con un vino più ricco di struttura, adattissimo ad essere tenuto in tavola a tutto pasto. Per raffinati è invece il Rosé che Monterossa produce fin dagli albori e ben prima che diventasse di moda. Prende il colore da una percentuale non elevata di Pinot Nero e trabocca eleganza. Del resto è la tipologia che ha portato notorietà internazionale a Monterossa e che è finita su Wine Spectator.

Gianmichele Portieri  
Giornalista



Veduta aerea dell'Azienda Monte Rossa di Bornato

*Per il Lugana 2007 i tre bicchieri della Guida Gambero Rosso*

## Una valanga di meriti per Fabio Contato

**I**l festeggiato è lui, il vino che porta il nome del suo creatore. È il Lugana selezione Fabio Contato annata 2007. Ha una valanga di meriti. Ha portato i tre bicchieri della guida Gambero Rosso Slow Food nella Lugana. La prestigiosa guida dice che è “scattante, nervoso, sapido, ricco di frutto bianco croccante ma anche intriso di venature minerali”. Va detto che si tratta di un vino bianco “importante”, di grande stoffa e complessità. Rivela in qualche modo una faccia nascosta della Lugana che per molti di noi si identifica in un vino bianco dai profumi delicati e una bella e tipica nota minerale.

Da qualche anno si è scoperto che il Lugana ha sorprendenti doti di durata nel tempo e la ricerca dell'eccellenza è andata nella direzione dell'invecchiamento prolungato. I risultati sono

**di Gianmichele Portieri**

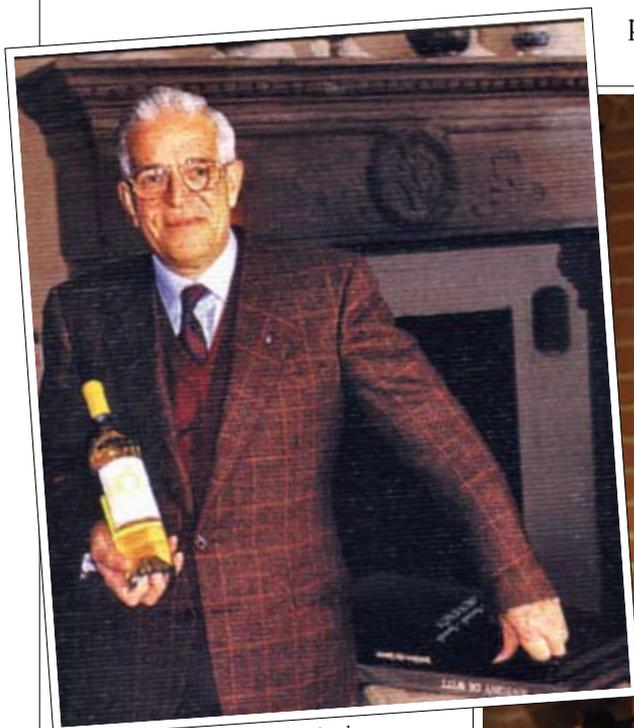
interessanti, ma qualche volta ne vanno di mezzo i caratteri tipici del Lugana. La selezione Fabio Contato (dopo anni di sperimentazioni) ha virato su un affinamento in legno (le barriques) più breve (sei mesi), ma impiega delle uve straordinarie dei vigneti più vecchi dell'azienda. Ne esce un bianco importante fin da giovane, ma con tutta la freschezza e la sapidità del Lugana che non vanno perse.

Non era mai successo che un Lugana arrivasse ai tre bicchieri del Gambero Rosso. E del resto ai tre bicchieri non era mai arrivato un vino bianco bresciano e neppure lombardo. Il prestigioso riconoscimento dei tre bicchieri, nella nostra provincia, sembra ormai da anni riservato alla Franciacorta e alle sue bollicine con aziende come Ca' del Bosco (la bresciana più premiata in assoluto),

Uberti e Bellavista che non mancano mai nella esclusiva classifica. Nella edizione 2009 sono accompagnati da Cavalleri, Monte Rossa, Monzio Compagnoni, Ferghettina, come dire il meglio del meglio di una zona che gode di prestigio internazionale.

Il Garda aveva fatto capolino nei piani alti con Cascina La Pertica. L'azienda di Ruggero Brunori, oggi integralmente biodinamica, va sempre in finale, ma non ha più il massimo dei consensi. In finale per la Lugana sono andati anche un monumento della storia della Lugana come Ca' dei Frati dei Dal Cero, Ca' Lojera, azienda relativamente giovane dei settantenni Franco e Ambra Tiraboschi e Tenuta Rovaglia diretta da Paolo Fabiani che ha grandi meriti nella ripartenza della zona.

Ma di certo se il Lugana gode di un momento di particolare favore di mercato (che sembra resistere assai



*Walter Contato, fondatore dell'azienda vinicola "Provenza"*



*Fabio Contato conduce l'azienda con la sorella Patrizia e la mamma Cesarina*

bene alla crisi) si deve molto ai tre bicchieri di Fabio Contato.

È un po' la storia che si ripete. Provenza è abituata a tirare la volata ai luganisti fin dai tempi di Walter Contato. Provenza del resto è la maggiore aziende della Lugana (e del Garda Bresciano) con il suo milione e passa di bottiglie vendute ogni anno e oltre cento ettari di proprietà. È molto presente sui mercati internazionali (esporta anche in Cina), ha un marketing fortissimo e una gamma di vini molto ampia che interpreta a meraviglia i caratteri del territorio (grande l'interpretazione del Gropello Tenuta Maiolo) e i gusti attuali. Sempre grande il Lugana Molin.

Si diceva della storia che si ripete. Vale la pena di raccontarla brevemente. Provenza è nata nel 1967 per iniziativa di Walter Contato, padre di Fabio che continua l'azienda con la sorella Patrizia e la mamma Cesarina. Contato viveva e lavorava a Milano. In Lugana ci andava solo a comperare il vino Trebbiano. Colta l'occasione di comperare 20 ettari a vigna ad un chilometro dalla riva del Garda (Provenza è in comune di Desenzano, ma è vicinissima a Sirmione) si è buttato nella nuova avventura. Avventura che si intreccia con la nascita, nello stesso anno, della denominazione di origine. Ma in zona si producevano soprattutto damigiane e con metodi decisamente "antichi". Walter Contato, presidente del neonato Consorzio, si è dato molto da fare per diffondere le pratiche enologiche più aggiornate, per far crescere la qualità del Lugana che ai tempi (e per molti anni) era molto variabile secondo l'andamento delle stagioni. Walter Contato è mancato nel '96 lasciando l'azienda ai figli ancora giovani. Nel frattempo gli ettari a vite erano diventati cento (25 dei quali in Valtenesi, nella zona del Gropello e dei vini rossi), una misura piuttosto impegnativa. Ma le vigne piantate da Walter Contato



*Azienda vinicola Provenza - Barrique*

ci sono ancora e producono vini di straordinaria intensità.

Ma veniamo alla storia recente. Quando la Lugana si scopre adattissima a produrre vini di grande qualità, c'è anche Provenza a tirare la volata. Nel 2005 inaugura una cantina molto bella e aggiornata. Vero che la qualità del vino si fabbrica in vigneto, ma è anche vero che la tecnica aiuta ad estrarre il meglio dalle uve. Fabio Contato è maestro nella macerazione a freddo che consente di estrarre profumi anche da un'uva che ne è piuttosto avara. Le barriques, le piccole botti da 225 litri tanto care ai francesi, sono una presenza imponente. Ma i vini di Provenza non sanno affatto

di legno. "Abbiamo finalmente imparato ad usare bene le barriques", spiega Fabio Contato. Così i vini più importanti completano la fermentazione in legno come usa nelle zone pregiate della Francia.

Mentre queste righe vanno in stampa è già estate. Ma nella settecentesca cascina (la Ca' Maiol) dove ha sede Provenza, l'andirivieni di turisti tedeschi è cominciato fin da Pasqua. Assaggiano, visitano la cantina, comperano qualche bottiglia in un ambiente fiorito e curatissimo.

Di certo Provenza è un bel biglietto da visita per il Garda e la Lugana oltre che produttore di un vino vincente.

**Gianmichele Portieri**  
*Giornalista*



*Tenuta Provenza. Veduta aerea*

*Rinasce con 150 mila bottiglie la produzione vinicola della valle*

## La sorpresa del vino di Valcamonica

Vino in Valcamonica? Malgrado gli sforzi di un pugno di produttori (sei in tutto) e malgrado la conquista nel 2003 dell'Igt (l'indicazione geografica tipica) e la conquista, sempre più frequente, di premi ai concorsi, il vino della Valcamonica è una sorpresa anche per i bresciani. Chi si stupisce non ha però proprio torto, perché la produzione della rinascita vinicola dalla valle, non supera le 150 mila bottiglie. Il treno però è lanciato e del vino della Valcamonica parleremo ancora a lungo. Tra l'altro i giovani produttori hanno un pizzico di fortuna visto che i loro vini corrispondono ai canoni del gusto più aggiornato: equilibrio, eleganza e freschezza che ti invoglia a versarne un altro bicchiere.

Ne abbiamo parlato con Enrico Togni, trent'anni, un'azienda di tre ettari per 15 mila bottiglie, che la Guida dei vini d'Italia definisce un "personaggio di spicco dell'enologia camuna". Di sicuro è uno che ha passione da vendere e di sicuro non si dà arie da personaggio di spicco. E poi (malgrado una quasi laurea in legge che lo stava portando su altre strade) ci sa fare.

**di Gianmichele Portieri**

Niente a che fare con lo stereotipo della rude razza camuna di ceppo celtico: la cantina è, in dimensione piccolissima, la copia perfetta di una cantina moderna con acciaio termocondizionato e legni francesi. Eppure proprio Enrico Togni, con la sua azienda Togni Rebaioli, è anche protagonista della conservazione della viticoltura antica: acquista l'uva dai piccolissimi vigneti dei viticoltori anziani che, se non ci fosse lui a travasare un po' di tecnica e qualche euro, avrebbero già smes-

so di coltivare la vite da un pezzo. La storia della viticoltura camuna è antica e nuova insieme. In Valle fino agli anni '60 c'erano 2.500 ettari a vite, su fino ad Edolo. Si produceva in prevalenza vino da vendersi in damigiane alle osterie. Poi il consumo di vino è crollato e le sirene dell'industria hanno portato i contadini camuni a valle. Il resto lo ha fatto la frammentazione fondiaria. Poderi troppo piccoli, misurati in tavole che sono un terzo di un più bresciano e un nono di un ettaro, non davano da mangiare più a nessuno. Oggi sono rimasti 180 ettari in coltura specializzata che producono le uve per il vino Igt, ma ci sono altrettanti ettari, divisi in minuscoli poderi coltivati per autoconsumo o per hobby.

Eppure qualcuno continuava. Tra loro le otto sorelle Rebaioli che gestivano qualche vigna comperata dal padre, Enrico Rebaioli, da quelli che mollavano tutto per scappare in città. Il vino delle sorelle Rebaioli aveva una sua solida notorietà.

Ma il cambio di marcia è avvenuto a cavallo del '99 e gran merito ne ha il Centro Vitivinicolo diretto da



*Vigna in Valcamonica*



Enrico Togni

Pierluigi Villa. I tecnici sono saliti in valle in vista del censimento agricolo del 2000 ed hanno immaginato che il vino della Valcamonica potesse ripartire. All'inizio si puntava molto sul Merlot che in valle era presente insieme alla Barbera, Marzemino a qualche sconosciuto vitigno autoctono. Poi si è fatto strada il Marzemino che fornisce vini freschissimi, ricchi di profumi di fiori, piacevoli anche quando sono giovani.

I vigneti erano in condizioni terribili con l'occhio di oggi. I tralci a Merlot erano mescolati a chissà cosa. Seguivano il criterio dei nostri vecchi di mettere un po' di tutto, sperando che almeno qualcosa di buono si vendemmerà comunque. Enrico Togni racconta di quando, nel 2003, ha deciso di dedicarsi alla vigna, ha trovato anche il vigneto di casa in condizioni disastrose.

I vini bianchi sono stati creati ex novo. C'era del Trebbiano che veniva vinificato insieme al Merlot. Per creare i bianco camuni si sono scelti i vigneti di montagna e cioè

il Muller Turgau, il Riesling renano e l'Incrocio Manzoni. Ma è storia che comincia solo ora.

Ma quelle vigne riservavano anche sorprese. È infatti stata ritrovata l'uva Erbanno. Un'uva a bacca rossa, dalla buccia spessa che, usata da sola, offre un vino molto tannico e dal colore intensissimo. Piaceva ai vecchi, che la chiamavano "tinturghi" perché dava al vino un bel colore intenso.

Con grande rapidità i vini della Valcamonica ottengono l'Igt e un disciplinare piuttosto esigente (chiede almeno 4 mila piante per ettaro e raccolta massima di 100 quintali di uva come se si

trattasse di Franciacorta). All'inizio a crederci sono solo in tre: l'azienda Togni Rebaioli di Erbanno di Darfo, la Luscietti di Pianborno e la Cooperativa Rocche dei Vignali di Losine che riunisce 20 soci. È della cooperativa Rocche dei vignali il vino più noto della Valcamonica. Il Camunorum che è un uvaggio di Merlot e Marzemino invecchiato a lungo in piccole botti. È un vino

volutamente importante, dal grande corpo, dai profumi ampi e complessi. Un vino che richiede un invecchiamento importante. Non per niente è stato insignito di medaglia d'oro tra i vini di montagna.

Assaggiando viceversa i vini creati da Enrico Togni si intravede un'altra strada: quella dei vini piacevoli, eleganti e meno impegnativi. Il più apprezzato è il suo Marzemino in purezza che, a nostro avviso, esprime a pieno le potenzialità di una viticoltura di montagna caratterizzata da forti escursioni termiche che esaltano i profumi e da acidità elevate che esaltano la freschezza. Caratteri che si trovano anche nel Merlot che porta in etichetta il nome del cav. Enrico Rebaioli, nonno del nostro interlocutore, che è un po' all'inizio della storia moderna del vino camuno.

Ti chiedi che cosa abbinare a questi vini e la risposta sicura del giovane Enrico Togni è immediata, perché sembrano fatti apposta per la cucina camuna un po' untuosa (si usa molto burro) e dai gusti decisi. Il consiglio alla fine diventa quello di andarseli a bere in valle, magari con la salsiccia di castrato o con il Fatulì. Ma l'augurio è ovviamente che vadano per il mondo.

Gianmichele Portieri  
Giornalista



Cantina Togni Rebaioli