ALBA WINES EXHIBITION

ANTEPRIMA MONDIALE RISERVATA ALLA STAMPA SPECIALIZZATA

ALBA 10.14 MAGGIO 2009

Vini da gustare

FOTOGRAFIE DI LUCIANO MARTIRE

DEGUSTAZIONI

Giovedì scorso, dopo le degustazioni e le escursioni sui territori di Monforte e Serralunga, si è conclusa la quattordicesima edizione di *Alba wines exhibition*, l'iniziativa di promozione e conoscenza che l'*Unione produttori vini albesi* organizza per avvicinare la stampa specializzata e il mercato al mondo del Barbaresco, del Barolo e del Roero.

Soddisfazione. Quest'anno, la soddisfazione sembra essere particolarmente piena, sia per la qualità dei personaggi portati sul territorio, sia per la risposta giunta dal mondo dei produttori. Di questa grande soddisfazione abbiamo avuto il sentore nel colloquio con Pietro Ratti, presidente da sei anni dell'*Unione produttori vini albesi*, la struttura associativa che sovrintende alla diffusione della bottiglia *Albeisa* tra i produttori.

Pietro Ratti. «Credo che quest'anno abbiamo confezionato un'edizione particolarmente indovinata di *Alba wines exhibition*, perché davvero siamo riusciti a coinvolgere nel meccanismo molta parte del territorio. Non è più soltanto la manifestazione che porta all'attenzione della stampa e del mercato le nuove annate di Barbaresco, Barolo e Roero. Stavolta, abbiamo portato alla ribalta il territorio nella sua globalità, compresi i vigneti, le cantine e i produttori», afferma Ratti.

L'evento ha avuto una grande mano dalle novità degli ultimi anni in tema normativo e territoriale, soprattutto quelle che tra il 2007 e il 2009 hanno saputo tirare fuori il mondo del Barbaresco e quello del Barolo. Il riferimento è esplicitamente indirizzato ai *cru*, a quelle che qui chiamiamo "Menzioni geografiche aggiuntive", che (primi in Italia) il Barbaresco e il Barolo hanno saputo ultimare rispettivamente nel 2007 e nel 2009.

Prosegue Ratti: «La novità di queste menzioni è stata molto apprezzata dai giornalisti e dagli acquirenti, i quali hanno capito la portata del grande passo fatto dai produttori, dai Comuni e dagli organismi istituzionali che li accompagnano. Direi che è stato l'elemento che ha incuriosito di più, che ha aiutato il confronto tra produttori e ospiti e ha indirizzato in modo qualificante le degustazioni e le valutazioni sui prodotti».

Oltre al lavoro sviluppato, ciò che ha solleticato l'attenzione dei vari interlocutori è stata in particolare la consapevolezza che queste menzioni sono tanti "nomi salvaguardati", che vivranno a futura memoria come riferimento di tante porzioni di territorio ben definite e delimitate sulle colline del Barolo o del Barbaresco.

Il resto sono dettagli operativi, come il fatto che, per riempire le serate, siano stati coinvolti i ristoranti della tradizione e del territorio senza bisogno di scomodare sempre quelli "stellati", o come il numero dei presenti, 55 giornalisti e 50 enotecari, molti statunitensi, ma numerosi anche italiani, per dare una mano concreta al mercato di fuori e di casa nostra.

Giancarlo Montaldo