

VINO

ROBERTO FIORI

Le bollicine Alta Langa hanno conquistato anche Milano

P. 44



PRIMA DEGUSTAZIONE FUORI DAL PIEMONTE PER LE 67 CUVÉE DEI 30 SOCI DEL CONSORZIO

Così le bollicine dell'Alta Langa hanno conquistato anche Milano

I partecipanti entusiasti: "Accolti benissimo, bello se l'evento diventasse itinerante"

ROBERTO FIORI
MILANO

Le premesse meteorologiche non erano delle migliori: la fermata del metrò Famagosta allagata, il Seveso e il Lambro a rischio esondazione. E invece, anche a Milano ieri ha prevalso l'antico detto: Alta Langa bagnata, Alta Langa fortunata. La prima degustazione fuori dai confini piemontesi di tutte le 67 cuvée dei 30 soci del Consorzio è stata un grande successo, con oltre 850 partecipanti tra enotecari, ristoratori, responsabili acquisti e giornalisti che per un giorno intero hanno assaggiato le alte bollicine astigiane, cuneesi e alessandrine, passando da un banco all'altro nelle nobili sale di **Palazzo Serbelloni**.



La degustazione nel milanese **Palazzo Serbelloni** ha coinvolto oltre 850 partecipanti

Due milioni di bottiglie

«Dopo due importanti edizioni al castello di Grinzane Cavour, era arrivato il momento di osare un po' di più e di venire a Milano per confrontarci con il mercato italiano più importante del vino e in particolare degli spumanti» dice il presidente del Consorzio, Giu-

lio Bava. E aggiunge: «Abbiamo compiuto un passo in avanti nella costruzione dell'autorevolezza del nostro marchio. Finora l'avevamo tenuto un po' nascosto, consapevoli dei numeri e della necessità di farci le ossa. Ma con la vendemmia 2019 arriveremo a produrre 2 milioni di botti-

glie di Alta Langa Docg millesimato ed è giunto il tempo di mettere da parte la solita timidezza sabauda e di tirar fuori un po' di coraggio». Dall'atmosfera che si respirava ieri a Milano, il risultato è più che incoraggiante, soprattutto se si considera il fatto che nel capoluogo lombardo il

Franciacorta regna sovrano. «Siamo stati accolti a braccia aperte, e ciò non era affatto scontato - osserva Piero Bagnasco, Ad di Fontanafredda -. Milano per noi è stata una sorta di battesimo, un passepartout che ci consentirà poi di presentarci anche in altre regioni con questo straordinario prodot-

to». D'altra parte, l'Italia è il mercato di riferimento: «Iniziamo ad avere una massa critica che ci consente di guardare oltre i confini piemontesi. Essere riconosciuti e apprezzati a casa propria è la base per potere, in futuro, dialogare anche con i mercati esteri che finora sono stati marginali».

Il prezzo medio di una bottiglia di Alta Langa in enoteca varia tra i 20 e i 30 euro, mentre al ristorante può salire fin oltre i 50 euro. I prossimi obiettivi? «Abbiamo messo a punto un piano pluriennale che tra due anni ci porterà ad avere in piena produzione 350 ettari di vigneti, per un totale di 3 milioni di bottiglie - dice ancora il presidente Bava -. Una crescita costante, senza mai arretrare di un passo sulla strada della qualità, della coerenza e della riconoscibilità di un prodotto a base chardonnay e pinot nero. Dopo Milano, sarebbe bello rendere itinerante la Prima dell'Alta Langa, andandoci a confrontare con le grandi piazze del vino italiano». —

© BY NCDALUNI DIRITTI RISERVATI

