

ALLA RICERCA DEL VECCHIO REGGIO O MODENA?

RO LAMBRUSCO:

Due produttori conquistano i Tre bicchieri 2010 e riportano il vino emiliano agli antichi fasti. Ma non sono i soli e ogni cantina rappresenta un mondo di diversità, territori, caratteri

testi e foto di Giorgio Melandri

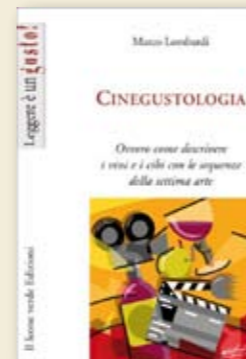


Non sono passati tanti anni da quando Gilles Villeneuve correva in Formula 1 con la tuta marchiata “Giacobazzi Lambrusco” e si faceva fotografare ai box mentre scherzava con Enzo Ferrari con una bottiglia di lambrusco in mano. “Giacobazzi is my wine” era lo slogan di

I TRE BICCHIERI AL LAMBRUSCO LO RIPORTANO AL POSTO CHE MERITA. NON UNA SCOPERTA MA LA RISCOPERTA DI UN VINO LA CUI IMMAGINE ERA STATA MACCHIATA DA VELLEITARISMI E FORZATURE

una campagna che puntava ad invadere il mercato americano con centinaia di milioni di lattine di lambrusco, il sogno di sprovincializ-

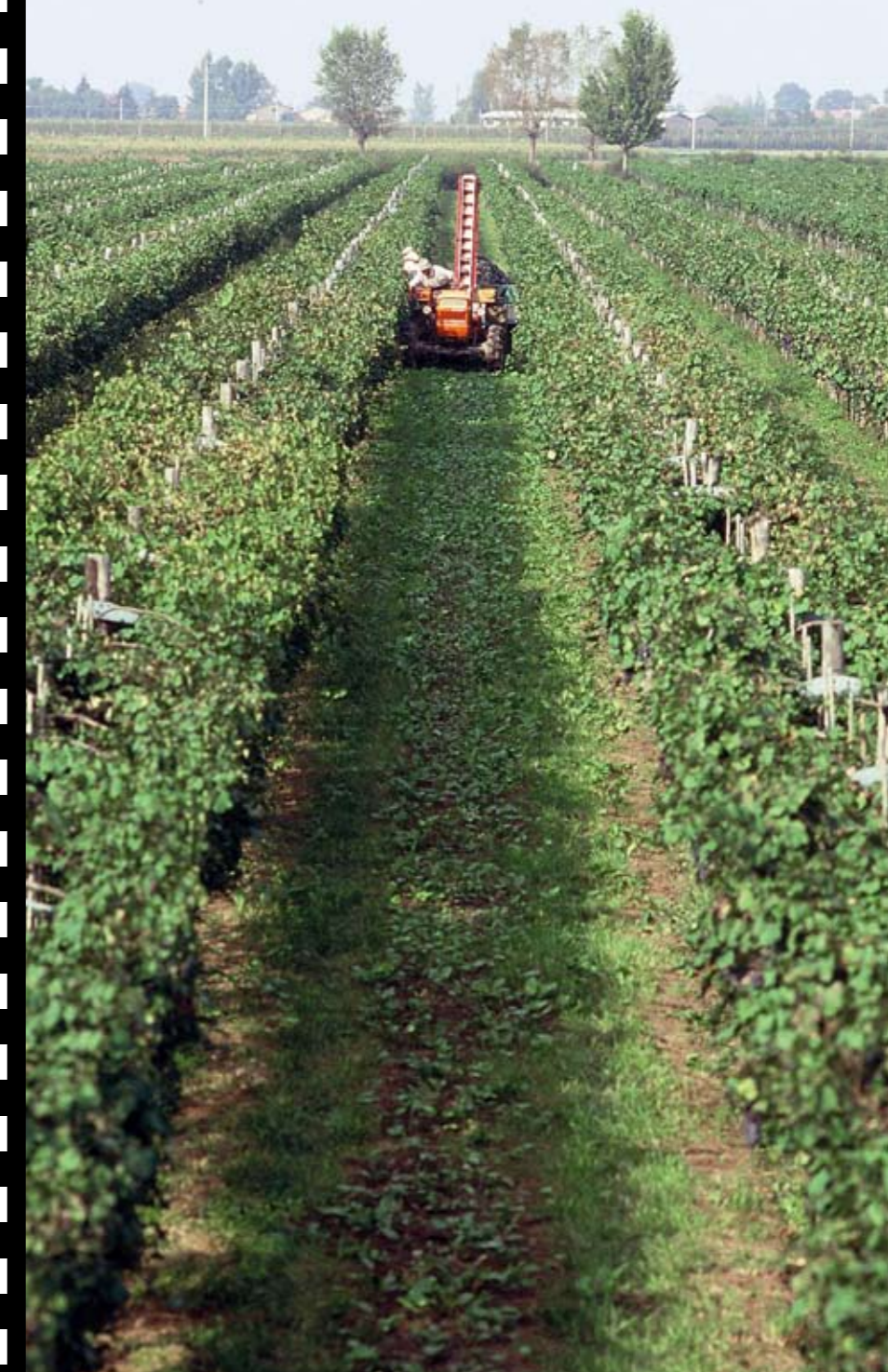
zare quel vino così facile e divertente e smarcarlo dalla bottiglia, da una cucina così poco internazionale e da un territorio che chiudeva il lambrusco in una gabbia contadina e allora insopportabile. Erano anni in cui si respirava un'aria di insofferenza verso tutto quello che era tradizionale e locale. Giacobazzi non conquistò il mondo e il lambrusco diventò per tutti il vino che non è un vino, lo scherzo enologico di una terra eccessivamente generosa. Sono stati anni bui dove a tenere una direzione sono stati i vecchi valori dell'attaccamento alla terra e della antica tradizione familiare di alcune storiche aziende private. >>



Se fosse un film?

«Il lambrusco? È un vino assimilabile al genere

cinematografico dell'animazione, soprattutto quella recente di “Up”, “Wall-e” e dei vari Shrek. Come il lambrusco, che negli ultimi tempi ha cessato di essere la “bevanda” mediamente dolce e gassata degli anni '80, riappropriandosi di tutte quelle sue note acide ed aromatiche, lo stesso ha fatto il genere cinematografico dell'animazione, che senza rinunciare alla sua effervescenza narrativa e visiva, da una decina di anni a questa parte s'è arricchito di storie e tratti meno accomodanti, cioè meno per (soli) bambini, ma proprio per questo più complessi, persistenti e socialmente sgrassanti». A parlare è Marco Lombardi, il critico cinematografico (per Il Sole24ore) ed enogastronomico che ha inventato la Cinegustologia, un nuovo approccio ai vini teso a superare i linguaggi troppo elitari e a volte persino un po' stanchi dei sommelier. La Cinegustologia, estrapolando profumi, sapori e sensazioni tattili dalla filmografia di vari registi, proprio come se le loro opere fossero cose da bere o da mangiare, permette di descrivere i vini in maniera più libera e popolare, visto che le associazioni cinegustologiche sono assolutamente soggettive, e visto che il cinema fa parte dell'immaginario collettivo. Dopo un laboratorio tenuto all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, Marco Lombardi ha pubblicato l'omonimo saggio, edito dal Leone verde. Da due anni insegna la Cinegustologia al Master del Gambero rosso di Roma.



**Chiarli**

Anselmo e Mauro Chiarli sono a loro agio in qualsiasi ambiente. Come i loro vini possono stare con la stessa garbata presenza in qualsiasi contesto e lasciare il segno senza fare chiasso, semplicemente, ma senza banalità. La storia della famiglia Chiarli è una storia che ha radici profonde che nel 2010 festeggia i 150 anni. «Enzo Ferrari in raltà si chiamava Enzo Anselmo Ferrari perché gli fece da padrino nostro nonno Anselmo. È rimasto un bevitore dei nostri vini tutta la vita».

Medici

Venti anni fa, loro storici commercianti, sono tornati alla terra. «Ci voleva coraggio, è vero, ad investire nelle vigne a quei tempi. Oggi è una scelta che poteva sembrare facile, ma allora non lo è stata», spiega Giorgio Medici, «Noi abbiamo investito e abbiamo studiato come gestire al meglio la cantina – i lieviti, le temperature, i tempi – ed oggi abbiamo una nuova sfida, portare i nostri clienti in vigna, ospitare chi viene a scoprire il mondo del lambrusco». La grande opportunità dell'Emilia è questa, cibo e vino come unica esperienza, complessa e articolata.



«Il sorbara era uno dei pochi vini italiani esportabili, uno dei grandi vini italiani, diverso, originale, conosciuto.» A parlare è Anselmo Chiarli che continua: «Poi ad un certo punto, improvvisamente, nessuno ci prese più sul serio. I Tre bicchieri al lambrusco ci riportano semplicemente al posto che meritiamo, non sono una scoperta, sono una riscoperta». I Chiarli, già a metà degli anni '20 esportavano in Argentina e dopo la fine della guerra negli Stati Uniti. «Nelle vecchie carte del-

l'ICI, l'Istituto per il commercio estero, i vini italiani imbottigliati ed esportati erano pochissimi: Barolo, Soave, Valpolicella, Verdicchio, Orvieto, Frascati, Cirò e, ovviamente, Sorbara, allora chiamato Sorbarese.» Gli anni bui del lambrusco sono quelli della presunzione di produrre milioni di bottiglie in serie, senza legami con la terra. «Il lambrusco invece è anche storia di terroir», ride Sandro Cavicchioli, «Prendi il sorbara appunto, noi siamo fedeli a questi terreni di Cristo e Sorba-

ra, i Chiarli hanno le vigne a Sozzigalli, verso Limidi, sulla riva sinistra del Secchia. Sono due terroir diversi, due diverse risposte. E ognuno di noi tifa per i suoi...». Questa è la cultura della terra che nessuno fuori da qui sospetta. Sandro Cavicchioli ti prende e ti porta in giro per vigne, in una pianura fatta di strade che si incrociano ad angolo retto, dove la geometria è rotta solo dalle curve degli argini. È un paesaggio di grande poesia, di nebbie e sagome d'alberi, che sembra non finire mai

e che invece ha un suo raffinato linguaggio di suoli e acque.

«Noi siamo qui da generazioni», a parlare è Alberto Paltrinieri, un piccolo produttore che vinifica solamente le uve prodotte nei 15 ettari di proprietà, «e il nostro patrimonio è fatto di esperienza, l'esperienza che ci dice che il >>

VENTI ANNI FA SI È CAPITO CHE SERVIVA UN RAPPORTO PIU' DIRETTO TRA UVA E BOTTIGLIA, TRA LA VIGNA E IL VINO. LA LETTURA DELL'IDENTITA' ELEVAVA IL RANGO DI TUTTA LA PRODUZIONE DI LAMBRUSCO



Cavicchioli

Claudio e Sandro Cavicchioli, due caratteri diversi e la stessa esuberante voglia di vivere. «Io sono cresciuto in cantina, a cercare di inventare quello che non c'era, perché nel lambrusco l'uomo è importante come lo è difficilmente nel mondo del vino». Come quando Sandro (nella foto) ha inventato l'ancestrale di Bellei, un vino che ha aperto una strada per tutto il territorio e poi con la geniale invenzione del metodo classico "Rosé del Cristo", un vino straordinario che ha rotto tutti gli schemi, a cominciare dal prezzo.



Paltrinieri

Gli occhi di Alberto Paltrinieri sono più rapidi delle sue parole, profondi come il rapporto che la sua famiglia ha con queste vigne di sorbara strette tra il Secchia e il Panaro che sono qui vicini come in nessuna altro punto. «I terreni qui sono sciolti e poveri, non è una questione di sfumature, il sorbara esprime profumi e mineralità solo su terreni ideali». I Paltrinieri sono stati tra quelli che hanno tenuto duro senza concedere nulla alle mode che reclamavano morbidezza e colore. «Per me il sorbara è così e valgono di più i racconti dei vecchi che ho sentito da bambino di mille prove scientifiche. E adesso che le mode sono passate, ho la soddisfazione di capire che avevo ragione io.»



Grappolo di Grasparsa



Grappolo di Sorbara



LINI910

Alicia e Alberto Lini, sorprendendo per primi i loro genitori, hanno scelto di occuparsi della piccola azienda di famiglia, quel piccolo gioiello che dal 1910 sforna tra i lambruschi più buoni del territorio reggiano. «Siamo stati tra i primi a sperimentare il metodo classico e tra i primi ad esportare negli Stati Uniti», spiega Fabio Lini, papà di Alicia. «Nei primi anni '70 nostro padre Brenno e il fratello Lando cercavano di qualificare sempre più la produzione e il metodo classico sembrava dare più complessità e finezza», conclude Massimo, padre di Alberto. Anche la sorella Anita, nonostante si occupi di moda, è sempre rimasta legata a questa attività di famiglia, ed è oggi la prima tifosa dei nipoti che coccola con lo sguardo.

sorbara ha sapidità e profumi nei terreni sciolti, quelli vicino agli argini o quelli, abbastanza uniformi, di questo punto speciale, il Cristo, il punto dove Secchia e Panaro si avvicinano senza incontrarsi, una lingua di terra stretta tra i fiumi. Sono terreni sciolti, unici». Alberto Paltrinieri è un piccolo produttore che non ha mai mollato l'identità più pura del sorbara, anche quando non andava di moda, come dice lui. «L'idea dei territori del lambrusco, ci piace», cambiamo zona ma la filosofia re-

sta la stessa, a parlare è Giorgio Medici, «È un'idea che serve a spiegare un concetto fondamentale, un salto di qualità che può essere decisivo: il lambrusco non è un solo vino, ma un mondo di diversità, territori, caratteri. Noi abbiamo capito venti anni fa che per fare un salto di qualità serviva un rapporto più diretto tra uva e bottiglia, tra la vigna e il vino. Il lambrusco è anche fatto di grandi produzioni, ma questa possibilità di lettura dell'identità è qualcosa che eleva il rango di tutta la produzione.»

Ed infatti la famiglia Medici ha investito in campagna comprando diverse tenute e partendo dai vigneti. «I Tre bicchieri al Concerto nella mia testa sono i Tre bicchieri alle vigne di salamino della tenuta Rampata, un vero e proprio cru». Questa è la nuova pelle del lambrusco, una nuova cultura che affianca in modo virtuoso quella storica dei grandi imbottiglieri-commercianti. «Essere commercianti significa in realtà avere una grande esperienza di selezione, significa avere una conoscenza

del territorio straordinaria. Un po' come le grandi maison di champagne. Noi oggi parliamo questa doppia lingua, le uve dei cru di proprietà, ma anche la capacità di comprare.» Alberto Medici è orgoglioso della scelta di avere investito nelle vigne, ma rivendica l'esperienza storica della sua famiglia. «Io sono in una zona che nonostante una forte tradizione contadina si affaccia solo oggi col lambrusco al grande mercato del vino, ma anche io, dopo una lunga esperienza di commercian- >>



te, ho sentito che dovevo investire nella terra. Ho acquistato una azienda storica dei colli di Parma, Ariola, e ho deciso che vinificavo solo le mie uve». A parlare è Marcello Ceci, uno specialista del lambrusco Maestri, la firma di Parma e di uno stile voluminoso e scuro. Parma è la nuova frontiera del lambrusco, un altro tassello di quella identità composita che

LA NUOVA STAGIONE
DEL LAMBRUSCO
È LA QUALITÀ COME EVENTO
LIBERATORIO DI UN MONDO
CHE RESTAVA SCHIACCIATO
SOTTO STEREOTIPI
DISASTROSI

in Emilia si è messo in moto e tra Modena, Reggio e Parma circola un'energia nuova. E siamo solo all'inizio. preparatevi a divertirvi.

oggi reclama di essere letta esattamente. «Finalmente si parla delle differenze e per noi è più facile comunicare», spiega Alicia Lini, figlia d'arte e leader insieme al cugino Alberto dell'azienda reggiana Lini910 attiva da un secolo e oggi tra i protagonisti della rinascita del lambrusco. «Noi abbiamo anche una identità speciale, una specializzazione nel metodo classico che ha pochi precedenti in Italia», spiega Alicia, «e puntiamo da sempre ad un mercato di qualità: finalmente oggi si sono create le condizioni perché questa qualità venga riconosciuta». È la nuova stagione del lambrusco, la qualità come evento liberatorio di un mondo che restava schiacciato sotto stereotipi disastrosi e che oggi può finalmente esprimersi e proporsi. Qualche trappola c'è ancora –vini segnati da residui zuccherini ingombranti, colori eccessivi, acidità troppo basse– ma l'architettura delle identità comincia ad essere visibile. Il doppio tre bicchieri di quest'anno premia anche questa opportunità, territori e

vitigni diversi, la bocca affilata e tagliente dell'elegantissimo sorbara con il Vecchia Modena Premium e la rusticità fruttata e asciutta del salaminio con il Concerto di Medici. C'è ancora tanto da fare, ma tutto

P