

# Privilegiando il territorio

*Comparando le azioni di comunicazione del vino italiano, emergono tante iniziative tra loro coerenti anche se in competizione tra loro. Unico assente: il Piemonte, proprio quel territorio che negli anni 80 aveva avviato una cultura, oggi vincente.*

**P**rivilegiando il territorio" è il titolo che la Strada del Vino Lison Pramaggiore e la Provincia di Venezia hanno dato ad un loro evento il 21 febbraio scorso. Promozione e formazione al tempo stesso, perché il convegno era indirizzato ad orientare i ristoratori locali a riformare le loro carte dei vini, appunto "privilegiando il territorio". E pensare che per loro il territorio ha limitati valori paesaggistici, perché si tratta di viticoltura di pianura in una sana in cui l'invasione dei capannoni prefabbricati è pressoché generalizzata.

Comunque questa gente ama il suo territorio e lo sbandiera. Ben altri valori paesaggistici ha l'Alto Adige, da cui nello stesso febbraio arriva la notizia che il rilancio del vitigno schiava viene compiuto attraverso una "Charta del lago di Caldaro", con 19 produttori aderenti. Ottima e simpatica idea.

Il 16 febbraio a Milano è stata la volta delle Marche (*le*



*L'assessore all'agricoltura della Provincia di Alessandria, on. Lino Carlo Rava.*

*scoprirai all'infinito) con Neri Marcoré e i "Cuochi di marca".*

Pochi giorni prima era stata compiuta a Verona l'anteprema dell'Amarone 2007, iniziativa per altro compiuta in precedenza dai principali consorzi di tutela toscani (Chianti Classico, Nobile di Montepulciano, Brunello di Montalcino).

Riassumendo, i vari territori da vino della Toscana, la Valpolicella e i veneziani in Veneto, l'Alto Adige, ma possiamo aggiungere altre entità geografiche importanti, come la Franciacorta in Lombardia, la Romagna, le Marche...

Tutti insomma, tenendo ben saldi i piedi sul proprio territorio, si preoccupano di comunicarlo e di valorizzarlo, ben consapevoli che questa sia la strategia giusta per avere successo nella società contemporanea. I



*L'assessore alla promozione, Maria Rita Rossa.*

consumatori più evoluti hanno imparato a conoscere questi territori di qualità e hanno iniziato a ordinare il vino al ristorante facendo proprio riferimento al territorio, al suo stile, alla sua identità.

Il Piemonte era stato protagonista negli anni 80, anticipando questa cultura e proponendo la sua gemma di terroir speciali. Poi si è spenta la comunicazione regionale e i territori non si sono organizzati per azioni solidali e collegiali. Così non esiste più comunicazione e immagine dei territori di qualità del Piemonte, Barolo compreso. Qualche riflessione autocritica andrebbe fatta.

Il primo segnale positivo sembra essere quello dei vignaioli alessandrini, con la loro inedita "Monferrato e Obertenga". □

# Monferrato e Obertenga i 46 di AL.VINO

Si può leggere come sigla dell'Alessandria vinicola, ma si può intendere anche come un'alleanza per il vino la nuova associazione costituita da 46 aziende in collaborazione con la Provincia di Alessandria. È stata presentata il 18 febbraio all'auditorio del Marengo Museum dagli assessori Lino Rava e Rita Rossa, che hanno chiarito la strategia complessiva del loro ente, mirata alla costituzione di un organismo rappresentativo della produzione vinicola, alla costituzione di un consorzio tra operatori turistici e alla elaborazione di un "Panniere" di prodotti agro-alimentari protetti per l'intero territorio.

I tre organismi, sostenuti dalla Provincia, dovranno collaborare ed interagire nelle azioni promozionali.

"AL.VINO - Monferrato e Obertenga" ha lo scopo di promuovere nel suo complesso l'enologia alessandrina agendo nei mercati nazionali ed esteri con una propria immagine coordinata e con azioni mirate alla diffusione della conoscenza delle proprie DOC e DOCG nei confronti del consumatore finale e dei target qualificati: giornalisti, buyers e operatori della ristorazione.

Con questi obiettivi, l'associazione parteciperà ai bandi previsti dal Piano di Sviluppo Rurale-Misura 133 per la promozione nei Paesi UE e dalla OCM Vini per i Paesi Extra UE, coniugando la presenza nel mondo con azioni di informazione, promozione e pubblicità rivolte

al consumatore finale e alla ristorazione, sia locale che nazionale.

Il consiglio di amministrazione di "AL.VINO Monferrato e Obertenga" è composto da Mariagrazia Baravalle, presidente dell'Associazione, dai produttori Walter Massa, Pierluigi Botto, Marco Bergaglio, De Alessi Roberto, Torello Rovereto Francesco in rappresentanza dei cinque territori vinicoli e Salvatore Iandolino, funzionario della Provincia, eletto fuori dalla compagine associativa. I 46 soci fondatori collettivamente rappresentano l'insieme dei cinque territori vinicoli: Casalese, Novese-Gaviese, Ovadese, Acquese e Colli Tortonesi.

L'associazione avrà sede e segreteria presso gli uffici della Direzione Politiche Agricole e Promozione del Territorio, via Guasco 1, Alessandria.

## Area Casalese

Accornero Giulio & Figli  
Arditi Pietro - Cantine Valpane  
Beccaria Davide  
Canato Marco  
Casalone Paolo  
Gaudio/Bricco Mondalino  
Il Mongetto  
La Casaccia di Giovanni Rava  
La Cà Nova di Bellerio Marco  
La Puledra di Santoro Sergio  
La Scamuzza  
Olivetta Marco  
Oreste Buzio  
Tenuta San Sebastiano di Delessi Roberto  
Vicara srl

## Area Tortonese

Boveri Giacomo  
Boveri Luigi Michele  
Cascina Montagnola di Giannotti Donatella  
Claudio Mariotto  
La Colombera  
Massa F.lli  
Pernigotti Adele

## Area Novese-Gavi

Bergaglio Cinzia  
Castellari Bergaglio  
La Zerba di Cozzio Ida Lorenzi  
Valditerra Laura

## Area Ovadese

Alemanni Annamaria  
Bergaglio Piercarlo  
Bondi di Andrea Bondi  
Carlotta e Rivarola  
Cascina La Maddalena  
Castello di Tagliolo  
Collina del Tiglio  
Dario Montobbio  
I Pola  
La Guardia di Priarone Franco

## Area Acquese

Bellati Maria Carla  
Boido Alessandro  
Botto Pierluigi  
Ivaldi Franco  
Marengo Vini  
Rinaldi Vini  
Servetti Vini di Guido e Angelo  
Servetti  
Tenuta Grillo  
Tenuta I Quaranta  
Villa Felice di Cellerino Renata