

ALBA. TRECENTO VINI DI 190 PRODUTTORI

Per il Nebbiolo è tempo d'esami

Le annate 2006 (Barolo) e 2007 in degustazione a 40 grandi compratori mondiali e 70 giornalisti

ROBERTO FIORI
ALBA

In campo ci sono sempre i pregiati vini di Langhe e Roero: ma se nelle scorse settimane, con «Vinum», l'offerta era per i grandi numeri dei visitatori con il bicchiere al collo, da ieri a giovedì con «Nebbiolo Prima» la proposta è selezionatissima, riservata a una settantina di giornalisti specializzati e quaranta «buyers» in arrivo da tutto il mondo per l'appuntamento annuale con le degustazioni alla cieca e in anteprima dei vini a base Nebbiolo. È la quindicesima edizione, ma la prima con il nuovo nome che ha archiviato l'Alba Wine Exhibition.

L'organizzazione è sempre dall'associazione Albeisa: nelle sale asettiche del Palazzo Mostre e Congressi i giornalisti giunti da Stati Uniti o Giappone, Gran Bretagna, Cina o Austria metteranno a confronto più di trecento vini presentati da 190 produttori albesi, mentre per i professionisti del mercato le degustazioni sono all'Ampelion.

L'ordine prevede il Roero 2007, il Barbaresco 2007 e il Barolo 2006, oltre alle riserve. Le valutazioni finiranno sulle guide e sulle più influenti riviste e daranno indicazioni al mercato internazionale. Con la speranza che i lettori di «Wine Spectator» o «Decanter» si convincano a bere sempre più i grandi rossi piemontesi. Impresa non facile, considerati i tempi di crisi.

«In Austria e Germania il consumo di Barolo e Barbaresco è sensibilmente calato negli ultimi anni - osserva l'austriaco Kiem Othmar della rivista «Falstaff» - . Colpa dei prezzi alle stelle e di una concorrenza sempre più agguerrita, ma anche di una promozione poco incisiva. Occasioni come que-



L'elegante atmosfera del Palazzo Mostre e Congressi [SILVIA MURATORE]



La grande qualità non si discute
Il Barolo è un brand ormai riconosciuto

Monica Larner
della rivista Usa
«Wine Enthusiast»

Molti produttori si sono adagiati e sono finiti fuori mercato

Kiem Othmar
esperto austriaco
della rivista «Falstaff»

ste sono preziose, ma le vostre istituzioni dovrebbero essere più presenti all'estero».

Qualche segnale di ottimismo arriva dalla statunitense Monica Larner, della rivista «Wine Enthusiast»: «Il calo dei consumi, per le bottiglie sopra la soglia dei 17,99 dollari, è stato generalizzato. Ma la qualità non si discute e il Barolo è un brand ormai am-

piamente riconosciuto. Tuttavia, non è un vino semplice e per ampliare il numero dei consumatori è necessario trovare la formula giusta per raccontare tutte le sue qualità».

«Nebbiolo Prima» ha proprio questo obiettivo. «E' un po' come seminare - dice il presidente dell'Albeisa, Enzo Brezza - sperando di raccogliere».