

UNA DENOMINAZIONE GIOVANE CHE NASCE DA UN PASSATO STORICO. NEL TREND DI CRESCITA GENERALE DELLE BOLLICINE, L'ALTA LANGA AUMENTA DEL 73% IN TRE ANNI LE BOTTIGLIE A FASCETTA DOCG.

ALTA LANGA IN ASCESA

di *Alessandra Piubello*

Un vigneto di 455 ettari, in biologico al 20%, a un'altitudine media di circa 470 metri, coltivato per 2/3 a pinot nero e per 1/3 a chardonnay, suddiviso tra le province di Asti, Alessandria e Cuneo, nella fascia collinare situata quasi interamente alla destra del fiume Tanaro. Una produzione di 3,2 milioni di bottiglie in aumento costante, un giro d'affari di circa 50 milioni di euro e un valore economico della denominazione attorno ai 200 milioni di euro. Ecco i numeri dell'**Alta Langa Docg**. "Il consorzio - spiega la presidente **Mariacristina Castelletta** - nasce nel 2001 con 12 fondatori, oggi siamo 82 case produttrici e 110 viticoltori. Nel 2002 otteniamo la Doc (poi Docg nel 2011) con un disciplinare molto restrittivo, basato su alcuni punti fondanti mirati alla qualità: tempo minimo di affinamento sui lieviti di 30 mesi, solo metodo classico millesimato, altitudine minima per l'impianto delle vigne 250 metri. Discendiamo da una lunga storia con il primo metodo classico piemontese di metà Ottocento, siamo una grande denominazione per storia e valori con numeri piccoli, ma in continua, calibrata espansione. La valorizzazione dei vigneti di alta langa, un tempo marginali, è stata esponenziale: anche se le transizioni sono praticamente inesistenti, potremmo stimare che un ettaro valga 180mila euro". Nel 2023 è stato aperto il bando vigneti con l'iscrizione di 220

nuovi ettari, permettendo così di raggiungere quasi 600 ettari vitati nell'arco di qualche anno. "Con l'ampliamento - continua Castelletta - arriveremo a una produzione di circa 5 milioni di bottiglie nel 2030, rispondendo così alla crescente domanda e rafforzando la presenza sul mercato. Il nostro consorzio ha attuato una politica di piccoli passi ragionati: non abbiamo giacenze e il prodotto mantiene una fascia di prezzo consona a valorizzare i lunghi tempi di affinamento. Continueremo a proteggere l'identità dell'alta langa, salvaguardandone la biodiversità". L'alta langa Docg viene veicolata nel canale Horeca al 95% e in Gdo per il restante 5 per cento. Le vendite avvengono soprattutto in Italia, l'export vale il 15%, principalmente in Usa, Svizzera e Giappone.

I PRINCIPALI PLAYER

L'azienda **Enrico Serafino** nasce nel 1878 e già all'epoca produceva metodo classico; dal 2015 i proprietari sono i Krause. "In Alta Langa siamo partiti con il progetto sperimentale nel 1994, studiando per anni i suoli e selezionando i cloni adatti", spiega il presidente **Nico Conta**. "Questo spirito di ricerca e di rigore che ci caratterizza, volto all'eccellenza, è la nostra forza: continuando su questa strada progrediremo nel futuro senza snaturare il nostro Dna". Enrico (questo è il cognome) ha sempre creduto nel territorio, innovando e conseguendo vari primati. La produzione di alta langa è di 170mila bottiglie, destinate al 99% all'Horeca, il resto e-commerce, con un export al 9 per cento. Con un fatturato di 4,5 milioni di euro (i dati di fatturato di tutti i produttori menzionati si intendono per la sola produzione di alta langa) si posiziona fra i top player del territorio, con una crescita a valore del 4,5 per cento. Lo stesso fatturato fa anche **Contratto**, acquisita nel 2010 dai **Rivetti**, che dal 2014 propone solo alta langa. La fondazione risale al 1867: fu una delle sette case spumantistiche che iniziarono la sperimentazione. "Produciamo circa 210mila bottiglie su 37 ettari, con una crescita a valore dell'8%", dichiara il titolare **Giorgio Rivetti**. "Il traguardo è produrre poco ma ad alto livello. L'unicità del nostro territorio e le peculiarità del nostro metodo classico vanno raccontate al mondo, valorizzando i vignaioli/ produttori rispettosi dei principi fondanti della denominazione". Nel mercato domestico l'Horeca rappresenta l'80%, seguita al 15% dell'online e dal 5% della Gdo. La presenza

all'estero è in 15 Paesi con una quota del 35 per cento. Anche **Fontanafredda** era una delle '7 Sorelle', con una storia che risale al 1858. Solo in Alta Langa produce circa 310mila bottiglie dai 10 ettari di proprietà e dai circa 45 dei conferenti, con una crescita a volume dell'11



Dall'alto, Mariacristina Castelletta, presidente Consorzio Alta Langa, Nico Conta, presidente Enrico Serafino, e Giorgio Rivetti di Contratto
In apertura, Borgomale, vigneto di pinot nero

per cento. Il fatturato è di 3,1 milioni, con una crescita del 18 per cento. “Il livello di qualità in Alta Langa è alto”, **Andrea Farinetti**. “La denominazione si è formata per eccellere, la rarità e l'esclusività che la contraddistinguono sono elementi importanti. Lavorare con il tempo, poi, è una sfida emozionante. Nel futuro si potrebbe lavorare sulla zonazione, per altitudine e suoli”. La produzione va per il 75% in Horeca, 22% in Gdo e il resto in e-commerce. L'export è del 5% in 17 Paesi. “La nascita della denominazione - racconta **Giulio Bava**, titolare di **Cocchi** - consegue da un patto tra gentiluomini: sette case spumantistiche, con la collaborazione dei viticoltori di alta langa, piantarono, dal 1990 al 1997, 57 ettari sperimentali, studiando e ricercando l'optimum. Coraggio (alla fine del percorso per legge avrebbero dovuto estirpare, fortunatamente la Regione credette nella bontà del progetto) e visione, che portiamo avanti responsabilmente, valorizzando quella tradizione più che centenaria del metodo classico piemontese”. Cocchi fu fondata nel 1891 e acquisita nel 1978 dalla famiglia Bava che continuò ad affidarsi ai soli conferitori storici. La produzione è di 150mila bottiglie, destinate al 97% all'Horeca e per il 3% all'e-commerce, con una quota export del 10% e fatturato di 2,1 milioni.

Coppo, nata nel 1892, dal 2024 è di proprietà di Giuditta Soldadino e del figlio Alberto Lanci. “La nostra realtà - spiega **Rossano Savoia**,

AD - dalla storica consuetudine spumantistica, inizia a produrre alta langa nel 2010. Crediamo nella denominazione, infatti aumenteremo nei prossimi anni gli attuali 18 ettari vitati fra proprietà e conferitori, ma pensiamo che debba avere maggior massa critica per farci conoscere meglio. Il territorio deve continuare a investire con progettualità e coesione, monitorando la filiera”. La produzione di 130mila bottiglie ha avuto un incremento del 3,7% a volume e del 9,3% a valore, con un fatturato di 1 milione. Il canale privilegiato è l'Horeca con un 91%, il resto Gdo ed e-commerce.

L'IMPORTANZA DEL TEMPO

Il lungo affinamento sui lieviti, minimo 30 mesi e per la Riserva minimo 36, è un fattore distintivo di qualità. “In realtà - spiega **Sergio Germano**, titolare di **Ettore Germano** - i produttori si spingono ben oltre il disciplinare. La mia riserva affina per 65 mesi e il M.C. fa élevage per 33, anche se vorrei arrivare a 40. Sono investimenti importanti, stiamo creando un magazzino nuovo per aumentare gli spazi”. Germano firma la sua prima A.L. nel 2003, credendo nelle sue potenzialità. Gli dedica 7 ettari (ne sta però piantando altri) con una produzione di 50mila bottiglie, in crescita del 13% con un fatturato intorno agli 800mila euro. “Il metodo classico in Alta Langa - continua - ha una struttura vigorosa e carattere deciso che viene valorizzato dal tempo sui lieviti, acquisendo complessità, eleganza, sapidità senza togliergli freschezza”.

Rodolfo Maralli, presidente **Banfi**, concorda con questa visione. “Noi ci siamo spinti -



Da sinistra, Rodolfo Maralli, presidente Banfi e Rossano Savoia, AD Coppo

afferma - a 60 mesi per il Blanc de Noir e a 100 mesi per la riserva. Il potenziale evolutivo del M.C. langarolo è alto, la nostra riserva è ancora fresca e viva nella sua struttura”. Con l'acquisizione della storica azienda Bruzzone del 1860, Banfi è presente in Piemonte dal 1979 e fece parte delle “7 Sorelle”. L'azienda non possiede vigne in A. L. e si rivolge agli storici conferitori per produrre le 80mila bottiglie, in crescita a volume del 10% e a valore del 12%, con un fatturato relativo di 1 milione. Il mercato domestico è 100% Horeca, l'export vale il 10%, principalmente negli USA.

PAROLA AI GIOVANI

I giovani in Alta Langa sono ancora pochi, la maggior parte deriva dal cambio generazionale e non comincia da zero. L'azienda **Roberto Garbarino** fa eccezione: viene fondata nel 2010 dopo che l'enologo aveva sperimentato in altre aziende la spumantizzazione. “Nel 2013 - racconta l'attrice Garbarino, titolare insieme al marito - iniziamo a produrre alta langa che diventa il nostro core business, con 5 ettari dedicati e circa 18.500 bottiglie. Tra noi giovani ci confrontiamo tantissimo, siamo accorti e sensibili al rispetto della vigna e alla biodiversità. Inoltre ci relazioniamo bene con i giovani consumatori, che ritengono che l'A. L. sia il M. C. adatto ai loro palati di appassionati”. **Marcalberto** nasce nel 1991, ma è la seconda generazione con i giovani Marco e **Alberto Cane** a scegliere di specializzarsi solo sul M. C.. “La nostra prima etichetta di A.L. risale al 2012 - afferma Alberto Cane - e da allora abbiamo dedicato alla denominazione circa 6 ettari e 45mila bottiglie, con un fatturato di 600mila

euro, in crescita di un 11%”. Il rapporto con gli altri giovani vignaioli della Docg è molto stretto, soprattutto con i vicini. “La denominazione - continua Cane - è in costante evoluzione, i giovani continuano la ricerca e la sperimentazione, non perdendo di vista il dettaglio. Il potenziale è alto ed è stimolante lavorare alla sua valorizzazione”.

ENOTURISMO IN SVILUPPO

L'Alta Langa, un tempo fuori dalle rotte enoturistiche, si sta attrezzando con strutture ricettive, ristoranti ed eventi mirati. Il paesaggio ancora incontaminato offre un'atmosfera di autenticità. “Qui arriva - spiega **Serena Bagnasco**, titolare dell'azienda **Brandini** - un turismo di nicchia, che vuole riscoprire i valori della tradizione. Bisognerebbe implementare questo flusso, attrezzandoci adeguatamente”. Le due giovani titolari, Serena e Giovanna, fondano l'azienda nel 2007 e cominciano a produrre alta langa nel 2014, con 5 ettari e 40mila bottiglie, in costante crescita. Fondata dalla famiglia **Bosca** nel 1831, l'azienda di Canelli è stata tra le promotrici del riconoscimento Patrimonio Unesco alle cantine sotterranee. “Vengono a visitarci 15mila persone - commenta **Pia Bosca**, AD - nel corso dell'anno, appositamente per ammirare il percorso multimediale delle nostre storiche cantine”. L'ultima novità è Palazzo Irreale, un'iniziativa culturale che fa rivivere una palazzina inutilizzata attraverso percorsi artistici e concerti. Le prime bottiglie di alta langa di Bosca sono del 2016 e la produzione è di 30mila, distribuite per il 90% in Horeca, il restante in Gdo.



In alto, Andrea Farinetti di Fontanafredda e, a destra, Giulio Cocchi di Bava

