

La Doc Langhe conta 19 milioni di bottiglie e il consorzio di tutela s'impegna a rilanciare

GRANDI VINI

■ Il Consiglio del consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani si è appena insediato e si è impegnato nelle prime iniziative destinate a dare ulteriore vitalità al tessuto produttivo dei vini delle Langhe. Il primo passo è stato l'avvio della campagna di comunicazione dedicata alla Doc Langhe, iniziata con il sostegno al festival Collisioni. Ma è solo l'inizio di un percorso che si preannuncia ampio e darà un ulteriore contributo di valore alla denominazione albese con la quota di imbottigliamento annuale più elevata.

La Doc Langhe risale appena al 1994, ma i suoi dati produttivi hanno qualcosa di straordinario: globalmente, nell'anno solare 2020 le bottiglie prodotte sono state 19.205.689. Com'era prevedibile, i vini rossi prevalgono sui bianchi e alcune tipologie di questa Doc stanno rivelando valori elevatissimi. È il caso del Langhe Nebbiolo che ha toccato quota 7.466.040

bottiglie, senza dubbio il campione di apprezzamento.

Ma altri vini della denominazione d'origine controllata Langhe manifestano volumi altrettanto interessanti: il Rosso ha ormai raggiunto quota di 3.834.589 bottiglie; seguono Arneis (2.676.126), Dolcetto (1.153.406), Chardonnay (oltre un milione), Favorita (967.699) e Bianco con 846.292 pezzi. Nei progetti

del consorzio, quella dedicata alla denominazione Langhe sarà una campagna di comunicazione, ovvero di informazione rivolta al consumatore intermedio e finale, e di iniziative di presentazione dei prodotti con lo scopo di trasformare l'attività in concrete op-

portunità di mercato.

«Al momento», dice il presidente Matteo Ascheri, «abbiamo messo in piedi gli strumenti di base, ovvero la denominazione Langhe Doc 21, dal numero delle sue principali tipologie. Il 21 è formato dai calici di tutte le tipologie coinvolte nel progetto di valorizzazione. E poi è stato individuato il *pay off* (il motto o lo

slogan nel gergo dei pubblicitari): «Un territorio unico, 21 vini per raccontarlo». La fortuna o la lungimiranza hanno voluto che l'iniziativa principale, finora organizzata e finalizzata al coinvolgimento qui da noi dei principali interlocutori di mercato italiani e stranieri, fosse denominata **Grandi Langhe**, pertanto il formato degli eventi promozionali esiste già e ha garantito ottimi riscontri».

Se si chiede come mai il consorzio abbia deciso di lavorare sulla Doc Langhe e non su un'altra denominazione di primo livello, come Dolcetto o Barbera d'Alba, la risposta è lapalissiana, secondo Asche-

ri: «Langhe è la nostra denominazione di riferimento più generale, quella che unisce in pratica tutti i produttori dell'Albese, persino molti di quelli della sinistra Tanaro, che – pur dedicando un'attenzione specifica a Roero e Roero Arneis – utilizzano questa Doc con grande soddisfazione. E poi ha un nome bello, facile da ricordare, conosciuto e apprezzato anche oltre i confini nazionali, un nome di qualificazione spiccata. D'altronde, lo stesso numero delle bottiglie prodotte è una garanzia del suo valore».

Si apre quindi un nuovo capitolo nelle vicende del vino albese. Nei prossimi mesi, la nuova campagna prenderà la forma definitiva, condivisa prima nel gruppo consiliare e poi da tutti i produttori che la

utilizzano e la valorizzano.

Giancarlo Montaldo



Il logo della campagna Doc Langhe; sotto, a sinistra: Matteo Ascheri.

