

La cantina piemontese cresce a due cifre. Oltre 800mila bottiglie vendute. 7 mln di fatturato

Montalbera corre come i matti

La famiglia Morando vuole investire in Toscana, a Bolgheri

DI EMANUELE SCARCI

Un anno sprint per la cantina piemontese **Montalbera**, di proprietà della famiglia di imprenditori del pet-food Morando. «Dopo l'*annus horribilis* 2020», commenta **Franco Morando**, 41 anni, «siamo tornati a correre come matti. Quest'anno cresceremo a due cifre, le vendite supereranno le 800 mila bottiglie e 7 milioni di fatturato». **Montalbera** conta su 60 ettari di vigneti a **Castagnole Monferrato** (Asti), ma presto avrà altri 6 ettari dedicati al vitigno autoctono **Ruchè** e 3 ettari di Asti. Inoltre è in dirittura d'arrivo il lancio di una birra con riduzione di vino. «Non lo faccio per un calcolo economico, ma aprirà contesti commerciali a cui non potevo accedere», ammette Morando. L'imprenditore guida l'azienda piemontese, ma è innamorato della Toscana e non nasconde il suo sogno nel cassetto: una tenuta a **Bolgheri**, da realizzare acquisendo un'azienda agricola non affermata, ma da far crescere. La cantina di Castagnole dispone di 100 ettari in unico corpo



Franco Morando

a vigneto ed è la sede per la vinificazione e l'affinamento dei vini; altri 35 ettari sono dedicati alla nocciola **Tonda Gentile** piemontese. Mentre la seconda tenuta, a **Castiglione Tinella**, conta 10 ettari dedicati al **Moscato d'Asti** e ad altre varietà autoctone. «A Castiglione Tinella», osserva Morando, «abbiamo piantato 3 ettari di **Chardonnay** e 2 di **Pinot Noire**, ma per la produzione ne parliamo fra 6-7 anni»:

Montalbera è concentrata sulla valorizzazione del **Ruchè** e sul rilancio del **Grignolino d'Asti** con vinificazioni sperimentali, co-

me «il progetto Anfora». Oggi il 60% del **Ruchè di Castagnole** e circa il 15% del **Grignolino d'Asti** presenti sul mercato sono prodotti a **Montalbera**. L'azienda dispone di una barriera-salotto composta da più di 400 barriques con tagli e tostature tradizionali. «Dopo il boom dell'e-commerce del 2020», sostiene Morando, «quest'anno il commercio online si è

sgonfiato del 40% mentre l'Home è ripartito a pieni giri. Tuttavia lavoriamo su una Doc emergente e se si superano i 10 euro a bottiglia al ristorante le vendite si fermano. Ora però con l'aumento straordinario dei prezzi di tappi, legno, vetro, tondino per le vigne saremo costretti ad adeguare i prezzi a partire dal 2022».

© Riproduzione riservata

