

ACCADEMIA DEL BAROLO

Scheda stampa

L'Accademia del Barolo

Quattordici aziende insieme per promuovere il Barolo e il suo territorio di origine

In una terra tradizionalmente vocata all'individualismo, il fatto che 14 aziende condividano un obiettivo comune è già di per sé una bella notizia. Se la terra poi è quella delle Langhe e l'ambito è quello vitivinicolo, la portata dell'evento assume un carattere ancora più importante, a maggior ragione per il fatto che le aziende in questione sono fra quelle più prestigiose, diverse per storia, dimensione e stile dei vini, ma accomunate dal condividere un'unica filosofia produttiva, che si può sintetizzare nella quasi ossessiva ricerca della qualità ad ogni vendemmia e nella sconfinata passione per il lavoro, in vigna e in cantina.

Azelia, Michele Chiarlo, Conterno-Fantino, Damilano, Poderi Luigi Einaudi, Gianni Gagliardo, Franco Martinetti, Monfalletto - Cordero di Montezemolo, Pio Cesare, Prunotto, Luciano Sandrone, Paolo Scavino, Vietti e Roberto Voerzio: aziende celebri, che negli anni hanno contribuito in modo determinante all'affermazione dell'immagine del vino Barolo, protagonisti a livello internazionale e icone riconosciute di uno dei più grandi vini del mondo, nel nome del quale hanno deciso di unirsi e fare squadra creando l'Accademia del Barolo, la cui sede sarà inaugurata nei prossimi mesi proprio presso il Castello di Barolo.

«Il Barolo ha bisogno di stare al passo con i tempi e di comunicare – affermano i produttori – : ci sono molti nuovi potenziali consumatori e altrettanti appassionati, per così dire, già “consolidati” che quotidianamente entrano in contatto con proposte di qualità presentate da parte di produttori di altre importanti regioni vitivinicole del mondo, e in una logica di sana concorrenza, il Barolo rischia di essere posto un po' ai margini del palcoscenico mondiale dei grandi vini. L'obiettivo che ci proponiamo, in questo particolare momento che sta vivendo l'economia mondiale, è semplicemente quello di evitare che questo succeda facendo squadra, mettendo a disposizione le nostre esperienze e le nostre energie per rendere al territorio, che tanto ci ha dato, un contributo finalizzato a diffondere sempre più la conoscenza del Barolo nel mondo, affinché questo grande vino, come merita, rimanga sempre ben saldo al centro dell'attenzione di operatori e consumatori, espressione autorevole e prestigiosa di una viticoltura difficile ed emblema di una qualità superiore».

Le attività promozionali dell'Accademia per l'anno in corso saranno numerose e tutte di altissimo livello.

Il primo appuntamento è già stato fissato per il mese di aprile al Castello di Barolo, quando si svolgerà la nuova edizione dell'Asta del Barolo: archiviata nel 2011 la dodicesima edizione, quest'anno il programma prevede una formula ampiamente rinnovata, che non mancherà di destare grande interesse presso il pubblico degli esperti come quello dei consumatori. Oltre all'evento clou nelle Langhe, l'edizione di quest'anno sarà arricchita da un'importante asta oltreoceano, a New York, e dalla partecipazione a un'azione promozionale che avrà luogo a Hong Kong.