

Nelle Langhe
il viticoltore Lodali
fa una scelta
controcorrente:
meno export
e più Italia

di Anna Gagliardi

Ristoranti e bar chiusi, export fermo o comunque estremamente limitato ad alcuni Paesi, consumi domestici risicati: per i produttori di vino il lockdown è stato uno tra i peggiori periodi di sempre.

"Mi ha salvato l'Italia", dice Walter Lodali, senza tanti giri di parole. Vitivinicoltore di Treiso, in quella porzione di Langhe che gratifica occhi, cuore e palato, Lodali ha sensibilità e concretezza e non si perde d'animo. L'80% della sua produzione era destinato all'export, ma, nell'emergenza Covid, l'asset ha perso forza, tramutandosi in debolezza: vendite a zero, trasferte cancellate e prospettive di ripresa quasi nulle.

Decide di rimboccarsi le maniche e contattare, uno ad uno, tutti i clienti privati che, senza esitare, fanno ordini, anche di piccola entità. "Sarò sempre grato a queste persone che mi hanno permesso di superare la fase più critica. E ho capito una cosa: diminuirò la quota di esportazioni per privilegiare il mercato interno".

Sua scelta controcorrente, ma convinca. Tanto che ha già potenziato alcune piazze italiane con l'obiet-



Vendite nazionali

tivo di raggiungere il 50% del fatturato con le vendite nazionali.

Lodali è un brand di lunga data: lo scorso anno ha celebrato l'ottantesima vendemmia, è un riferimento per chi ama il Nebbiolo e ne apprezza tutte le sue declinazioni, ma è una di quelle cantine al di fuori dei celebri circuiti delle Langhe. Le più recenti degustazioni dedicate agli addetti ai lavori hanno svelato identità e carattere dei suoi vini, espressione sincera del terroir e frutto di scelte precise in vigna e in cantina, avviate nel 2005 e accentuate nel 2017.

LA STORIA

Siamo a Treiso, dove la famiglia Lodali ha contribuito a scrivere un secolo di storia della comunità. Il capitolo enologico è iniziato

**80% della produzione
era destinata all'export
ma asset ha perso forza**

con il nonno di Walter, Giovanni, che nel 1939, titolare dell'unica osteria del paese, decide di iniziare a vinificare per proporre il vino della casa ai clienti della trattoria.

La seconda guerra mondiale interrompe il progetto, ma una volta terminato il conflitto e recuperate forza e speranze, Giovanni riparte con rinnovato entusiasmo, costruendo la cantina.

Il figlio Lorenzo si diploma nel '55 alla scuola enologica di Alba; tre anni dopo prende le redini dell'azienda e inizia a produrre Barba-

Walter Lodali
con la mamma



resco in bottiglia, con riscontri commerciali positivi. Riesce anche ad esportare. È del 1961 il primo Barolo. Gli affari vanno bene. Nel 1982 Lorenzo muore: l'unico figlio, Walter, è appena nato.

La moglie Rita, parrucchiera, non si scoraggia: abbandona la sua attività per non disperdere la fatica e la tenacia del marito. E ci riesce, affiancata soltanto da un cantiniere. È sua la scelta di non usare più le damigiane e di partecipare al Vinitaly quando le donne del vino erano un'eccezione alla re-

gola maschile. La sua prima vendemmia del Barbaresco "Rocche dei sette Fratelli" ottiene i due Bicchieri del Gambero Rosso. Nel frattempo Walter cresce e si diploma enologo. Ma è la ristorazione che lo attira più della vinificazione. Così, da una cascina distrutta, fa nascere nel 2001 il

ristorante "Il Vigneto" sul Bracco Ambrogio, ora anche con camere, e nel 2003 a Treiso apre "Profumo di vino". Avviati al successo, vengono entrambi dati in gestione, perché nel 2005 Walter volta pagina per dedicarsi interamente all'azienda vitivinicola: cambia immagine della cantina e tipo-

logia di vinificazione, abolisce i diserbanti, migliora le tecniche agronomiche in vigna e punta a elevare ulteriormente la qualità della produzione.

Debuttero le riserve Lorèns (Lorenzo in piemontese), dedicate al padre: nel 2005 Barolo, Barbera e Barbaresco, provenienti da vigneti che hanno cinquant'anni e più; nel 2012 anche Chardonnay. Fino al 2016 usa barrique e tonneaux.

Nel 2017 la svolta: Barolo e Barbaresco fanno passaggi soltanto in botte grande e botticelle con legni naturali e non tostati. "È il vino che deve lavorare con la

Più Italia con l'obiettivo del 50% del fatturato sul mercato nazionale

botte - afferma - e non viceversa". Grazie a investimenti continui e nuovi impianti, dal 2005 ad oggi Lodali è passato da 60mila a 100mila bottiglie. Il prossimo obiettivo è raggiungere 125mila, "il massimo potenziale per la nostra realtà aziendale". La critica lo segue con nuovo interesse, mentre il pubblico apprezza la bevilibilità dei suoi vini, capaci di coniugare corpo, identità e finezza

senza mai stancare il palato.

È ottimista? "Sì". E come dargli torto: appena è stato possibile, nella prima fase post emergenza sanitaria, sfruttando la normativa sull'enoturismo e grazie all'ubicazione della cantina al centro del paese, ha garantito una sorta di presidio - con distanziamento sociale e regole di sicurezza rispettate - aprendo parte del punto vendita aziendale con i nuovi servizi di somministrazione ai primi timidi avventori. Una decisione più che gradita dalla gente del luogo che aveva perso il sorriso e dai turisti di prossimità, in attesa degli stranieri. ■■■

