Distillerie Berta, il successo di un'intuizione

grappa-villa-prato-1461f0fd

Se ieri la grappa era il distillato dalle umili origini, oggi è un prodotto che ha saputo al tempo stesso mantenere le proprie radici tutte italiane ed elevarsi nella qualità di aromi e profumi fino a competere con i grandi distillati internazionali. Sono questi i tratti distintivi delle etichette di Distillerie Berta, la prima ad avere sperimentato e affinato l'invecchiamento della grappa in botti di legno. Il risultato è un prodotto che oggi è apprezzato e commercializzato in settantacinque Paesi del mondo. Nata dall'idea di creare qualcosa di nuovo nel secondo dopoguerra, e dato lo spirito pionieristico che caratterizza la famiglia Berta da quattro generazioni, oggi la grappa invecchiata dell'azienda continua a farsi conoscere senza seguire le mode del momento.

Una storia che si rinnova nella proprietà di 16 ettari a Casalotto di Mombaruzzo (Asti), che ospita la sede centrale, dove si trova la distilleria e le cantine di affinamento, ma anche un parco naturalistico dove crescono le essenze usate per gli amari e la pasticceria Carlo Moriondo, dove viene realizzato lo storico amaretto di Mombaruzzo, inventato proprio dal fondatore alla fine del 1700. Un incontro fra passato e presente che rappresenta il centro degli ideali aziendali: puntare a un distillato sempre nuovo, senza paura di osare, e ricordando le proprie origini. *«Le nostre grappe più rappresentative sono quelle che nasceranno l'anno successivo, perché possiamo sempre fare di meglio»* spiega **Enrico Berta**, conosciuto da tutti come "Chicco", alla guida dell'azienda. Ma Berta non è solamente grappa: la cultura dell'ospitalità e l'amore per la propria terra hanno dato vita ad altri progetti: il relais Villa Castelletto, la dimora di charmeVilla Prato, la ristrutturazione del Castello di Monteu Roero. Per fare conoscere queste bellezze, Berta è stata la prima nel settore a dedicare una persona esclusivamente all'accoglienza degli ospiti in azienda. A questo si aggiunge l'impegno in campo sociale, con la nascita della Fondazione SoloPerGian, che realizza progetti dedicati ai giovani e ai disoccupati con i proventi della vendita di una grappa speciale.

LA STORIA

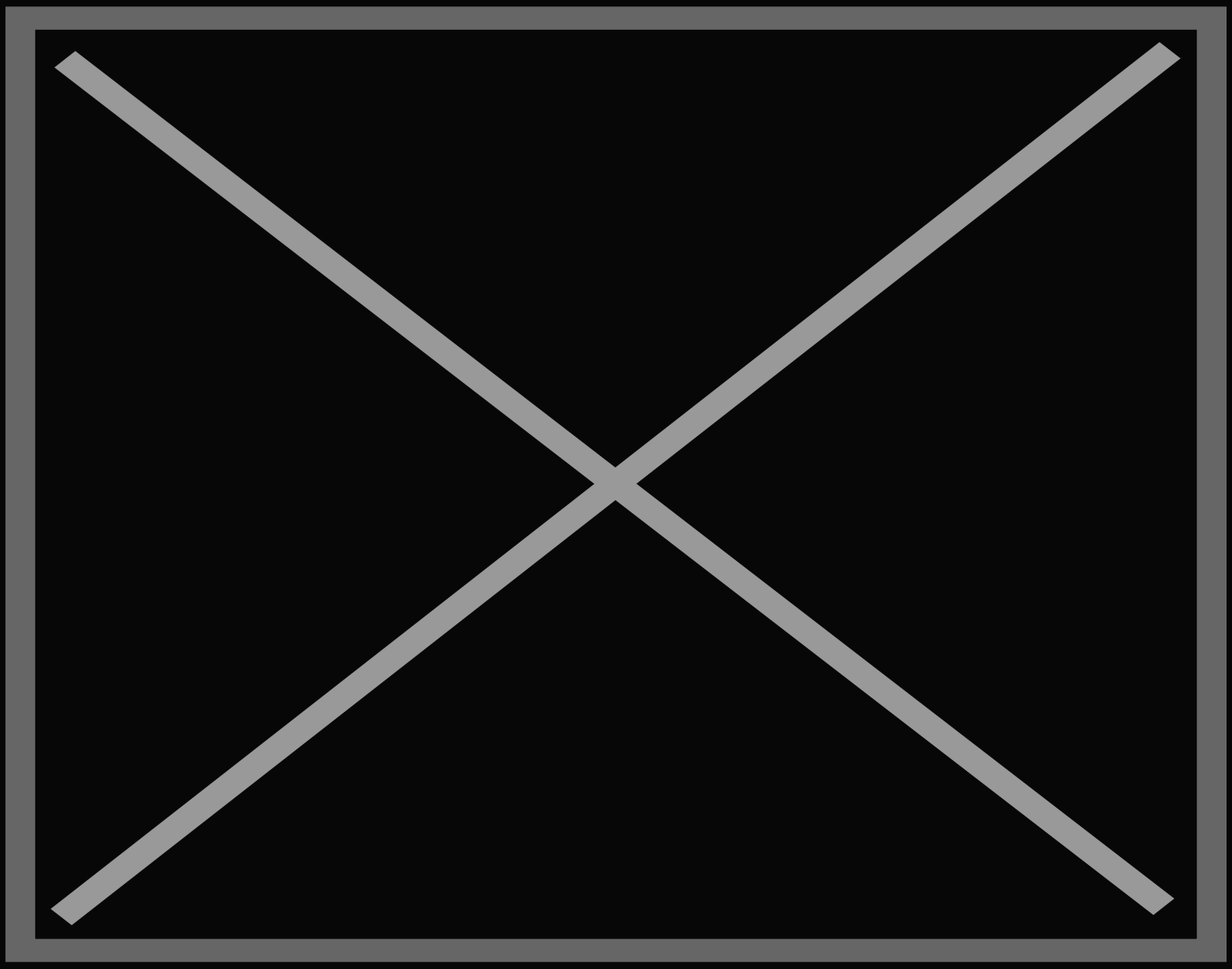
La Distilleria è stata fondata nel 1947 ma la sua storia inizia quasi 100 anni prima con la nascita di Francesco Berta, alle cui intuizioni è legato indissolubilmente il presente dell'azienda. Da bambino

inizia a lavorare nelle vigne e nella cantina di famiglia e, già da ragazzo, dimostra un approccio imprenditoriale forse raro per l'epoca. Grazie alle sue doti commerciali, ancora giovane crea un largo bacino di clienti a cui vendere i prodotti dell'impresa vinicola di famiglia, situate a Casalotto in località Roccanivo. A 22 anni si sposa con Erminia Barbero: come da tradizione contadina, il primogenito Giovanni prosegue il lavoro del padre mentre al secondo, Michele, viene data la possibilità di studiare e diventare farmacista, professione che successivamente sarà di importanza fondamentale nella nascita dell'approccio originale alla grappa che ancora oggi contraddistingue i prodotti Berta. Negli anni '30 Michele apre la sua bottega a Milano mentre il fratello prosegue il lavoro in campagna, aiutato a sua volta dal figlio Paolo. Grazie alla sua professione, matura l'interesse nel campo dell'erboristeria e della chimica, discipline che all'epoca erano ancora molto vicine alla produzione di liquori con doti terapeutiche. Sarà infatti lui a fornire al fratello e al nipote i primi campioni di Barbera chinata e l'elisir di Moscato passito, nati dalla sua creatività. Contemporaneamente, Michele inizia a maturare una conoscenza sempre più approfondita delle dinamiche economiche delle grandi città e del ruolo di commerciante come mediatore tra esercenti e acquirenti. Inizia così a comprendere quanto sia importante costruire rapporti di fiducia duraturi e reciproci tra persone: un altro ideale che oggi continua a rinnovarsi nei rapporti fra Berta, clienti e fornitori. Grazie a questo contributo imprenditoriale, la piccola azienda agricola inizia a indirizzare i suoi prodotti verso i mercati più ampi di Genova, Torino, Brescia e Bergamo. Nel frattempo la famiglia continua a crescere con la nascita dei nipoti Francesco, Teresina, Erminia, Maria e Paolo.

Siamo nel primo Dopoguerra e la famiglia Berta, così come tutti gli altri produttori della zona, deve fare i conti con la crisi del settore, dettato sia dalle conseguenze del conflitto, sia dal dazio metropolitano del vino. Una tassa in cui i contadini e i piccoli produttori vedono la mortificazione dei rapporti tra campagna e città, oltre che un sopruso essendo la riscossione affidata a società private che, anche con il ricatto, riuscivano a estorcere il dazio ancora prima della consegna del prodotto. Nel frattempo Paolo decide di seguire le orme del padre e inizia gli studi. La Seconda Guerra Mondiale infuria ma, nonostante le difficoltà, nel 1947 consegue il diploma di enotecnico ad Alba. É questo l'anno cruciale in cui la famiglia Berta decide di fare un passo avanti con l'apertura della "Distilleria Berta di Berta Paolo" a Nizza Monferrato. In contemporanea, il giovane titolare si sposa con Lidia Giovine, proseguendo nella costruzione di legami familiari sempre più ampli e solidi, proprio come i rapporti che nel tempo si sono creati sia all'interno sia all'esterno dell'azienda, tra i familiari così come tra i dipendenti.

Nel secondo dopoguerra la crisi impone ai distillatori di svendere il proprio prodotto rimasto invenduto, nel tentativo di arginare al meglio le perdite. É questo il contesto in cui Paolo Berta ebbe l'intuizione

che si rivelerà geniale e lungimirante: anziché svendere la propria grappa, decide di conservarla in botti di legno, sapendo che nel tempo si sarebbe rivelata un piccolo tesoro. Una sorta di “riserva di famiglia” da lasciare ai propri figli che, senza volerlo, è stata l’inizio di una vera e propria sperimentazione sul distillato prodotto nelle campagne a cavallo delle Langhe e il Monferrato. Una scelta per cui la famiglia Berta attira su di sé lo scetticismo degli altri produttori sul destino di questa idea apparentemente senza futuro. Quando le prime botti vengono aperte e la prima grappa invecchiata viene lanciata sul mercato, invece, riscuote un grande successo e, nei decenni successivi, accumulerà numerosi tentativi di imitazione. La grappa Roccanivo di Barbera, è la prima invecchiata a essere venduta e a rappresentare una svolta nel mondo delle grappe dell’epoca. L’azienda cresce e comincia a specializzarsi nell’affinamento in legno dei suoi distillati. Lo spazio dello stabilimento non basta più ma non è possibile eseguire i lavori di ampliamento a causa delle abitazioni circostanti.Quindi si decide di fare un passo verso le origini della famiglia: la sede torna a Roccanivo, di fronte alla cascina di Mombaruzzo, dove tutto ebbe inizio.



SPERIMENTARE E BREVETTARE IN NOME DELLA QUALITÀ

I primi tentativi di invecchiamento della grappa vengono effettuati negli anni ‘60 da Paolo Berta, utilizzando le botti che avevano contenuto i vini dell’azienda vinicola di famiglia. La stessa voglia di sperimentare e ricercare un distillato sempre più fine e aromatico, prosegue con le generazioni successive. Negli anni ’80 questo processo di affinamento diventa sempre più elaborato, grazie alle prove continue effettuate dai fratelli Chicco e Gianfranco, figli del fondatore, alla continua ricerca di nuovi abbinamenti tra legni e vinacce diverse. *«Siamo stati i primi a stravolgere il pensiero comune, ovvero che la vinaccia fosse uno scarto* - commenta Chicco Berta - *Invece è una materia nobile che può essere valorizzata se conservata e lavorata nel modo giusto».*

La tecnica è stata perfezionata nel tempo da Chicco che hala possibilità di visitare i Paesi dove nascono i migliori distillati al mondo, partendo dal Cognac e dall’Armagnac. Assaggiando e osservando le tecniche di produzione, si rende conto che anche i grandi prodotti affinati in legno presentavano alcuni difetti tecnici, nonostante la fama internazionale. Inizia quindi a lavorare per

superare questi limiti e nel 1982 decide di provare a utilizzare la barrique. L'opportunità arriva da Giacomo Bologna, grande produttore di vino e amico di famiglia, che aveva già iniziato a utilizzare la barrique per il suo grande Barbera d'Asti Bricco dell'Uccellone. Avendo acquistato alcune botti in più, propone alla famiglia Berta di acquistarle. La grappa viene messa a riposare in questo legno pregiato e il risultato è sorprendente: i due fratelli si accorgono come il prodotto sia molto più buono della media e da quel giorno inizia la ricerca delle barrique migliori.
«La grappa è un mondo ancora tutto da scoprire e con grandi margini di miglioramento – spiega Chicco. *Non è un prodotto che va svecchiato o introdotto a forza nei consumi moderni. Le invecchiate resteranno sempre una produzione di nicchia e per questo vengono consumate soprattutto da chi ne sa apprezzare tutte le sfumature di questo distillato, magari sorseggiandolo nel calice giusto»*.
Secondo la filosofia della famiglia Berta, il futuro sta nel produrre distillati dai lunghissimi affinamenti, sempre più preziosi. Di conseguenza, il consumo di una buona grappa impone anche di prendersi un momento per sé, una pausa, in cui gustare in tutta tranquillità questo prodotto. *«Questo significa andare in controtendenza rispetto alla fretta moderna* – prosegue. *La nostra società ci impone di essere sempre efficienti, veloci e reattivi ma ogni tanto è necessario fermarsi un attimo. La grappa in questo diventa un ottimo alleato»* conclude.

LAVORO DI SQUADRA

Il successo dei distillati Berta è anche il frutto del forte spirito di squadra che unisce la famiglia Berta ai dipendenti. Nasce così la "tradizione" degli assaggi di gruppo in azienda. Quando ognuno ha espresso la propria opinione, il mastro distillatore e la proprietà decidono qual è il compromesso migliore. Mai un prodotto è stato lanciato sul mercato senza che fosse stato degustato dallo staff: a seconda delle preferenze di ciascuno, viene scelta la ricetta migliore.Ogni prodotto di casa Berta nasce da un'emozione: *«Produciamo quello che ci sentiamo e ci piace, non seguiamo l'andamento del mercato* – spiega Chicco Berta. *Il nostro obiettivo non è fare uscire un prodotto nuovo ogni anno. Realizziamo continue sperimentazioni dal punto di vista della qualità: assaggiamo più volte ogni prodotto, se non ci piace lo cambiamo». Un processo in cui è indispensabile l'apporto di tutti: «L'azienda è come una squadra di calcio, dove ciascuno deve entrare in sinergia con gli altri. Se anche un solo passaggio non funziona, il team non può essere vincente»*, prosegue. L'organico di Berta continua a crescere e oggi conta 40 dipendenti di cui la maggior parte sono under 40. La distilleria è cresciuta grazie all'apporto di tutti i giovani che sono stati selezionati nel corso del tempo. Alcuni di loro sono nel team sin dagli inizi, altri si sono aggiunti successivamente e sono cresciuti all'interno dell'azienda per poi intraprendere altre strade. Con tutti loro è rimasto un forte legame. A rappresentare l'importanza delle nuove generazioni oggi c'è Annacarla Berta, figlia di Gianfranco, che si occupa del settore marketing ed export. Il suo impegno, alla pari degli altri giovani dipendenti, è finalizzato a portare in azienda un

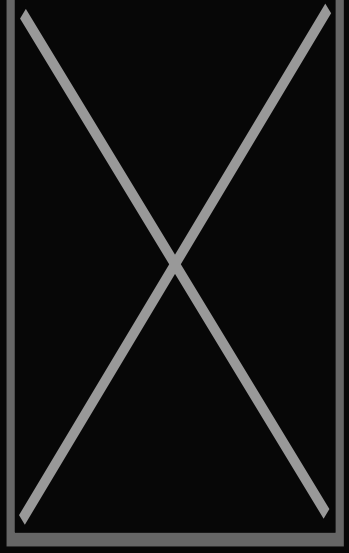
punto di vista sempre più attuale per quanto riguarda la nascita di nuovi prodotti e l'approccio ai mercati emergenti. Una visione condivisa in tutti i reparti: dall'amministrazione, di cui si occupa la madre Simonetta Ghignone, a chi segue direttamente il processo produttivo.

LE VINACCE "NOBILI" E IL LORO VIAGGIO NEI CONTENITORI SPECIALI

Da sempre secondo la filosofia di Distillerie Berta la grappa ha molte analogie con il mondo del vino, soprattutto per quanto riguarda le qualità della materia prima e il sapiente uso del legno. In quest'ottica, le vinacce sono un ingrediente che determina l'altissima qualità del prodotto finale. L'azienda si rifornisce solo ed esclusivamente dalle cantine che negli anni hanno conquistato la fiducia dei mercati e producono etichette di qualità garantita. Se dall'uva sana e matura nasce un buon vino, dalla vinacce si otterrà un'ottima grappa: questa, in sintesi, è la filosofia che guida Berta nella produzione dei suoi distillati invecchiati. Pur di garantire un alto livello di qualità al consumatore, l'azienda si riserva come ultima opzione anche quella di non produrre un'annata, come ad esempio, nel 1992 e nel 2002, in cui non sono usciti alcuni distillati proprio perché si sono rivelate due annate difficili. Grazie ai rapporti di reciproca fiducia e collaborazione instaurati nei decenni con i produttori vitivinicoli, oggi Berta riceve le vinacce dalle cantine di alto livello non solo piemontesi ma anche di altre zone di Italia, da Nord a Sud. Questa attenzione estrema alla qualità, ha portato l'azienda a porre tutta la cautela possibile anche nel trasporto e nella conservazione, diventando pioniera nell'utilizzo di un contenitore speciale. Si tratta di un bidone con una capienza da 200 chili ciascuno, dotato di chiusura ermetica e di una particolare valvola. Questo consente di tenere la vinaccia protetta da acqua e aria, quindi da acidità e muffa, ma anche di conservare un residuo di mosto che la rende più fresca e profumata.

IL BREVETTO

Questi contenitori vengono inviati in tutta Italia alle cantine fornitrici per essere riempiti durante la svinatura (il processo in cui il mosto viene separato dalle vinacce). Sigillati immediatamente, all'interno dei bidoni inizia la fermentazione e la conseguente produzione di alcool, che si arresta una volta esaurita la quantità di ossigeno. Vengono poi trasportati fino allo stabilimento di Mombaruzzo e riaperti solamente quando inizia la lavorazione. L'utilizzo di questo contenitore garantisce due grossi vantaggi: le caratteristiche della vinaccia non vengono compromesse e la tempistica della distillazione non viene accelerata dalla scarsa autonomia di conservazione delle vinacce.



LA DISTILLAZIONE DISCONTINUA: GARANZIA DI QUALITÀ

RICETTE AD HOC

Una volta selezionate accuratamente le vinacce e terminata la fermentazione, ha inizio un processo tutto artigianale che viene seguito con meticolosa cura dal mastro distillatore. Riempito l'alambicco, lascia che un caldo vapore acqueo attraversi le umide bucce della vinaccia: in questo suo percorso estrae l'alcol che si è sviluppato precedentemente durante la fermentazione. Per ciascuna tipologia viene individuato il migliore processo produttivo da seguire: un insieme di variazioni di pressione e temperatura per esaltare le note aromatiche e le caratteristiche di ogni vinaccia. Per applicare le ricette in fase di lavorazione e per controllare l'andamento del processo, il mastro distillatore è coadiuvato da un sistema computerizzato in grado di garantire la massima qualità in ogni ciclo di distillazione.

DALLA VINACCIA ALLA FLEMMA

Terminata la vendemmia, comincia così la fase cruciale della lavorazione, un periodo in cui il piazzale dello stabilimento si riempie dei fusti contenenti la vinaccia. Quest'ultima viene controllata e passata se necessario nel diraspatore. Si parte quindi con il primo passaggio in alambicco a corrente di vapore. La materia prima viene attraversata dal vapore acqueo che ne preleva l'alcool e le caratteristiche aromatiche: diventa così vapore alcolico che per condensazione si trasformerà in "flemma", un liquido incolore con bassa gradazione alcoolica.

DA VAPORE A LIQUIDO

Dopodiché si prosegue con la distillazione nell'alambicco discontinuo. La flemma viene portata a ebollizione, il vapore alcolico così ottenuto sarà inviato nella colonna di rettifica che lo libererà dai vapori idroalcolici meno concentrati permettendogli di salire di gradazione. Il vapore alcolico più concentrato raggiungerà prima la sommità della colonna e poi un refrigeratore per passare, una volta

condensato, in una bacinella di controllo grado: un lento gocciolio che racchiude tutta la dedizione e la pazienza dell'artigiano. Grazie alla maestria dei distillatori e ai sistemi di controllo all'avanguardia, viene selezionato il cuore, quella parte di prodotto che per caratteristiche di qualità, aroma e morbidezza, si distingue dalla testa e dalla coda, rispettivamente parte iniziale e parte finale del processo di distillazione. Al termine, la grappa viene assaggiata e si deciderà se è più idonea a rimanere grappa giovane oppure a divenire grappa invecchiata in legno.

L'INVECCHIAMENTO TRA CROMOTERAPIA E MUSICA CLASSICA

Terminata la distillazione discontinua, si passa così al nodo cruciale: l'invecchiamento. La grappa giovane inizia questo processo nelle botti grandi da 13mila litri, dove resta per un anno, come previsto dalle normative in materia. Dopodiché, a seconda della tipologia, viene lasciata a riposare in barrique, tonneaux o botti piccole. Disposte in lunghe file o accatastate l'una sopra l'altra a piramide, oltre 5.000 botti contengono le grappe nella fase cruciale della loro evoluzione. A fare da sottofondo a questo silenzioso quanto fondamentale processo, sono le note dei grandi interpreti di musica classica. Alla base di questa scelta c'è il piacere di pensare che anche il suono svolga la sua parte sulla maturazione, cullando il distillato durante la sua permanenza in cantina. L'atmosfera che si crea, grazie anche alle luci a led che cambiano continuamente colore creando una sorta di cromoterapia che non genera calore, non varia la temperatura interna della cantina e non rischia quindi di influire negativamente sull'invecchiamento dei distillati.

LA GRAPPA AFFINATA NELLE BOTTI DA WHISKY

Tra alambicchi e barricaie, non si esaurisce mai la continua ricerca di una grappa sempre migliore, insieme alla passione crescente per i grandi distillati internazionali. L'evoluzione naturale di questa passione si è concretizzata nell'invecchiamento della grappa nelle botti da whisky. L'idea nasce da un viaggio in Scozia: nelle migliori whiskerie, tra cui Lagavulin o Laphroaig, inizia la scelta delle botti da portare in Piemonte. La trattativa con i mastri bottai, che non vogliono cedere i loro preziosi "casks", è lunga e complicata ma alla fine i fratelli Berta riescono a tornare a casa con i legni che cercavano. Oggi quelle botti sono diventate un centinaio e la sperimentazione continua dopo il successo delle grappe realizzate in questo modo, come la Oltre il Vallo.

OGNI BOTTIGLIA È UNICA

Uno dei tratti distintivi delle grappe Berta fin dal giorno della sua fondazione, è la bottiglia. Ogni forma, con il rispettivo tappo, è infatti brevettata e consente al consumatore di riconoscere già a livello visivo ciascuna etichetta. Anche questa è una tradizione di famiglia: la prima forma distintiva fu quella della beuta (il contenitore graduato usato nei laboratori di chimica) in cui venivano imbottigliate le grappe nei primi anni '70, ispirata alla professione di farmacista svolta da Giovanni Berta agli inizi del '900. Da

questo “prototipo”, le forme si sono evolute progressivamente fino a diventare le bottiglie di oggi. Ovvero, un’attenta combinazione di angoli, curve e colori che permette di distinguere una grappa Berta dalle altre ancora prima di leggere il marchio. Una scelta, quella di differenziare le grappe Berta anche nel packaging, dettata anche dai numerosi tentativi di plagio subiti nel corso dei decenni. In particolare con il boom delle grappe invecchiate, una tradizione che Berta ha iniziato oltre 50 anni prima, sono comparse sul mercato diverse bottiglie chiaramente ispirate a quelle della distilleria piemontese. L’azienda ha quindi implementato lo studio di nuove varianti, eccezione fatta per la Paolo Berta: la caratteristica forma a goccia di questa bottiglia è immutata dal 2002, anno del lancio della prima annata (1982) di questa riserva invecchiata 20 anni.

I LIQUORI DI DISTILLERIE BERTA

Il 28 di Via San Nicolao, Di Mombaruzzo, DiAnisè, DiRose, Favola Mia e DiNero, sono questi i nomi della selezione di liquori di Distillerie Berta. Nati da segreti mix di zucchero, aromi, infusi e distillati di erbe aromatiche e officinali, coltivate nel parco naturalistico che circonda la distilleria di Mombaruzzo, questi prodotti racchiudono profumi e aromi particolari che sprigionano di volta in volta sensazioni diverse che rimandano alla mandorla, al caffè, all’anice stellato, al delicato sentore di rosa e sugellano ulteriormente il legame tra l’azienda ed il territorio. Questi pregiati prodotti, prestandosi sia al consumo puro e meditativo che al più moderno bere miscelato, offrono diverse e molteplici possibilità di utilizzo. Unendo ad esempio l’assenzio di Favola Mia con l’amaro riserva Il 28 di Via San Nicolao, aggiungendo poi vodka, una goccia di angostura, una scorza di zenzero e una spruzzata di limone si darà vita ad un cocktail dal gusto ricco e avvolgente, in cui spiccherà il profumo di anice stellato, menta e coriandolo. Per ottenere invece un’interessante variazione dal sapore floreale al classico gin and tonic sarà sufficiente aggiungere agli ingredienti di base il rosolio DiRose e subito si sprigionerà il profumo delicato di petali di rosa, banana e vaniglia.

UN SUCCESSO IN 75 PAESI DEL MONDO

Con un fatturato di 11 milioni di euro e 600.000 bottiglie prodotte nel 2018, oggi la Distilleria esporta il 50% della produzione in 75 Paesi diversi, mentre il restante 50%resta in Italia. I mercati di riferimento sono quelli di lingua tedesca (Germania, Svizzera e Austria) e quelli della cosiddetta vecchia Europa ma continua a crescere esponenzialmente la richiesta da parte dei consumatori giapponesi.Un risultato che è stato possibile raggiungere solamente dopo aver superato la diffidenza da parte dei mercati stranieri. Una volta assaggiati i distillati Berta, la sfiducia iniziale è venuta meno e il marchio ha iniziato ad acquisire sempre maggiore notorietà. Grazie a questo lungo ed efficace lavoro di sensibilizzazione dei consumatori, oggi la percezione della grappa è cambiata e viene considerata un prodotto nobile che può essere portato a tavola così come nei più raffinati wine-bar. *«Abbiamo dovuto educare i mercati anche in Italia* – prosegue Chicco Berta – *quando siamo arrivati nel Sud nei primi*

anni ’80 la grappa era praticamente sconosciuta. Oggi i nostri prodotti sono considerati come distillati nobili adatto al dopocena così come a una serata di gala, una percezione che restringe la fascia dei consumatori e contemporaneamente esalta ciascuna etichetta».