

De droom voortzetten Een nieuwe generatie in Piemonte

TEKST: RONALD DE GROOT; MET DANK AAN PAUL BALKE FOTOGRAFIE: RONALD DE GROOT

Piemonte is revolutionair veranderd. De ‘angry young men’ van de jaren negentig, producenten als Elio Altare en Domenico Clerico, hebben de wijnen van een streek als Barolo sterk gemoderniseerd. Gaja deed hetzelfde in Barbaresco. Met als gevolg een flinke clash tussen ‘modernisten’ en ‘traditionalisten’. Voor de strijders van het eerste uur is nu de tijd gekomen het stokje over te geven aan de nieuwe generatie. Die heeft de strijdbijl begraven: het is tijd voor samenwerking. We voerden een gesprek met de nieuwe generatie en keken naar de opkomst van Roero, dat erkend wil worden als grote wijn naast Barolo en Barbaresco.

Wijnschrijver Paul Balke, die in Piemonte woont, vroeg een zevental vertegenwoordigers van de nieuwe generatie uit Piemonte bij elkaar te komen om met ons te praten over hun familie, de toekomst van het gebied en de belangrijkste thema's van de komende jaren. Het werd een gesprek over hun passie voor wijn, de eigen toekomst en die van de streek. Opvallend was dat we met vijf vrouwen en maar twee mannen aan tafel zaten: een eerste teken van verandering. Aanwezig waren Barbara Sandrone, Silvia Altare, Francesca Vajra, Stefano, Stefano Almondo, Luisa Rocca en Beatrice Gaudio (zie kader).

Het zijn de kinderen van producenten van bijzondere wijnen die tot de top van de streek behoren. Hun vaders moesten in de jaren tachtig en negentig de reputatie van de wijnen van de grond af aan opbouwen, na een periode van grote problemen en matige verkopen. De wijnen werden anders, moderner. Maar hoe dat precies moest, daarover verschilden de meningen nog wel eens, wat leidde tot een botsing tussen grote ego's. Silvia Altare: "Je moet je realiseren dat mijn vader Elio in feite gedwongen was de stijl van zijn wijnen te veranderen. De ouderwetse Barolo, met veel zuren en tannine, was gewoon niet meer te verkopen. Onze uitgangspositie nu is heel anders. Barolo is een grote naam en de wijnen zijn heel bekend."

De nieuwe generatie is opener en meer geneigd tot samenwerking. Aan hen de taak het succes te bestendigen en misschien ook nieuwe wegen in te slaan. Maar tot dat laatste lijken ze eigenlijk niet erg geneigd...

STERKE BINDING

Dat je zo'n gezamenlijk gesprek kunt houden, is eigenlijk al uniek. Maar goedbeschouwd is Piemonte in Italië als streek ook al uniek. Vaak wordt Piemonte vergeleken met Toscane, omdat beide gebieden prestigieuze rode wijnen produceren. Die vergelijking gaat echter in veel opzichten mank. In Toscane komt veel wijn (met als uitzondering het relatief recente succes van Montalcino) van grote domeinen van de oude landadel, die er al sinds de renaissance of nog langer aan de macht is, tot voor kort in een soort feodaal systeem. Families als Antinori en Frescobaldi kom je hier al eeuwen tegen. Ze gebruiken graag druiven als cabernet, merlot en syrah om hun wijnen 'op te pepen', ten koste van terroirexpressie. Dat is een totaal andere wereld dan die van Piemonte, waar 150 jaar geleden de kinderloze Marchesi di Barolo stukjes wijngaard aan zijn boeren verkocht. Daarmee werd in en om Barolo de basis gelegd voor een bloeiende wijnbouw, met kleine familiebedrijven die allemaal hun eigen grond bewerkten en hun best

deden een mooie wijn te maken: een situatie die eerder te vergelijken valt met de Bourgogne. Geholpen door hun eigen, bijzondere druiven, met nebbiolo voorop, kon je ook perfect zien dat elk lapje wijngaard een andere wijn opleverde – het toppunt van terroirexpressie.

Het verklaart waarom elke nieuwe generatie in Piemonte een sterke binding heeft met het land en het familiewijngoed, dat vaak generaties lang van ouders op kinderen wordt overgedragen. Dat is ook in het gesprek goed te merken. Hoewel soms met een omweg, hebben de jonge wijnmakers bijna allemaal zonder druk van hun ouders gekozen voor het familiedomein. En, heel opvallend, vrijwel unaniem zijn ze er heel blij mee dat hun ouders nog in het bedrijf werken. De familieband is sterk. Anders dan vroeger is er eigenlijk geen sprake meer van een generatieconflict.

De jongere generatie ziet veel meer het belang van samenwerking. Hun voorgangers wilden elk een steeds groter stuk van de koek; de jongeren denken dat ze door samenwerking de koek als geheel groter kunnen laten worden, zodat ze ieder een groter stuk kunnen krijgen zonder iets van elkaar af te pakken.

KIEZEN VOOR DE WIJN

Opvallend is met hoeveel plezier de jonge generatie aan de slag is gegaan in het familiebedrijf. Luisa Rocca: "Het fijne is dat je je eigen baas kunt zijn. Dat geeft een heerlijk gevoel van vrijheid. Ik heb als tiener iets anders geprobeerd, in de make-up, maar eerlijk gezegd vooral omdat mijn vader graag wilde dat ik iets buiten de wijn ging doen. Daarna ben ik toch in het bedrijf begonnen. Het trok me heel erg." Barbara Sandrone: "Wijn is voor mij geen gewone business. Ik zie het als een mogelijkheid mezelf te ontplooiën. Ik heb nooit enige dwang gevoeld om met mijn familie te werken. Ik wilde veel reizen, en nu doe ik de verkoop van de wijnen. Het is puur geluk, vooral ook omdat ik het werk samen met mijn vader kan doen en met mijn oom, die veel jonger is dan hij. De familie moet als een team opereren, met ieder zijn eigen verantwoordelijkheid." Stefano Almondo vertelt dat hij er bewust voor gekozen heeft eerst iets heel anders te gaan doen: hij studeerde filosofie in Parijs. "Maar na het halen van mijn graad begon het familiebedrijf in Roero toch te trekken. Voor mij voelt het als een voordeel van twee kanten. Voor ouders is het fantastisch dat hun bedrijf wordt voortgezet door hun kinderen. Voor de kinderen is het heel bijzonder om in een gespreid bedje terecht te komen. De sleutel tot succes is dat ouders hun kinderen loslaten en de vrijheid geven. Wijn is niet alleen werk, maar ook een passie."



Bij Silvia Altare verliep het wat anders. "Ik moet eerlijk zeggen dat mijn ouders wel wat meer druk hebben uitgeoefend. We werkten al jong mee. Mijn vader wilde zijn twee dochters toen al in het bedrijf hebben, maar dat ging niet door. Ik zat op mijn vijftiende in Californië voor de wijn en ging voor mijn opleiding naar Australië. Bij terugkomst mocht ik thuis in de wijngaard beginnen en werd daarna gepromoveerd naar de kelder. Nu doe ik vooral sales. Maar werken in een familiebedrijf is toch ook vooral multitasken. Je bent soms net een octopus: je moet alles tegelijk doen. Ik heb veel geluk dat mijn ouders er nog zijn om te helpen." Ook Francesca Vajra ervoer wat druk. "Mijn vader heeft hard moeten knokken voor zijn bedrijf. Zijn eerste oogst, in 1986, werd volledig door de hagel vernietigd. Wijnboer zijn is geen gemakkelijke keuze. Je kunt zomaar alles verliezen. Daarom heeft mijn vader mij en mijn broer Giuseppe vrij willen laten, maar je voelde toch wel de druk. Ik ging economie studeren met het idee leraar te worden, maar in mijn derde studiejaar ging ik toch weer twifelen. Mijn vader vroeg of ik op het kantoor wilde komen; ik kreeg 24 uur bedenktijd. Ik heb ja gezegd onder de voorwaarde dat ik mijn studie mocht afmaken. Maar nu heb ik geen enkele spijt van mijn keuze voor de wijn."

Stefano Chiarlo, zoon van een van de eminente heren van Piemonte, Michele Chiarlo, heeft zelf nooit anders gewild: "Ik heb altijd het idee gehad door te gaan in het familiebedrijf. Ik studeerde oenologie en doe bij ons nu de wijngaarden. Dat heeft me altijd enorm aangetrokken en ik ben er heel graag. Ik werk samen met mijn broer. Die heeft rechten gestudeerd, maar uiteindelijk is hij via de achterdeur toch ook bij het bedrijf gekomen. Onze familieband is heel sterk." Beatrice Gaudio zegt: "Dat mijn oudere zus besloot niet in de wijn te gaan, was triest voor mijn ouders. Zelf heb ik al jong de beslissing genomen wel door te



gaan. Ik ben nu net afgestudeerd en ben in andere landen geweest om stage te lopen. Het is een heerlijk vak."

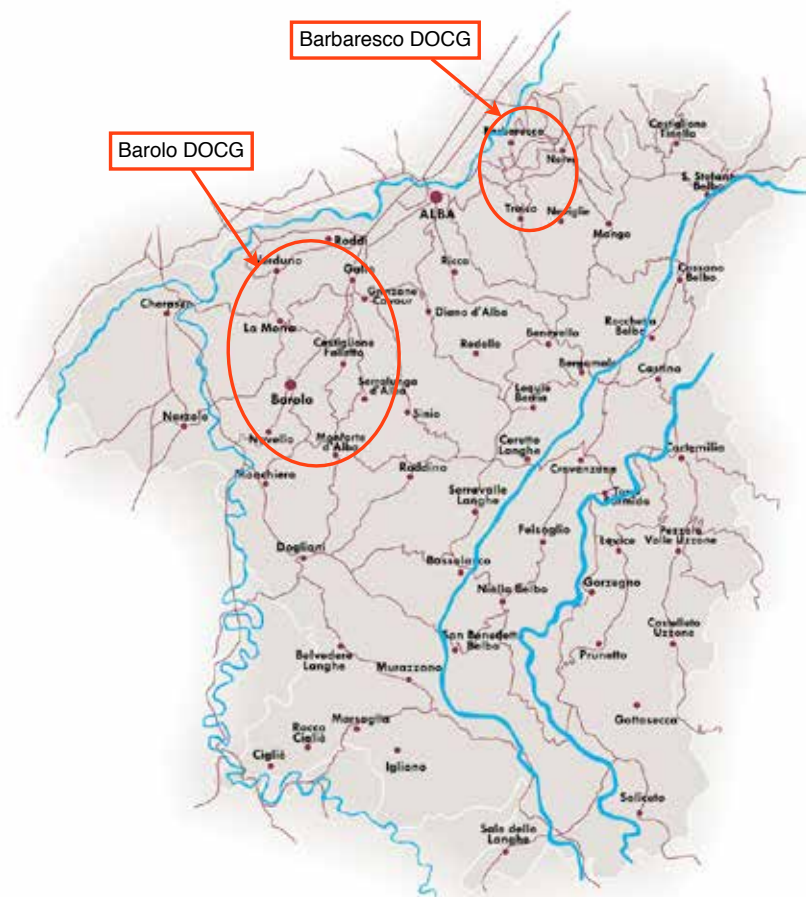
PROBLEMEN VAN DEZE TIJD

Natuurlijk zijn er ook problemen. De Italiaanse bureaucratie bijvoorbeeld. Barbara Sandrone: "Onze missie is wijn maken en niet de hele dag op een kantoor werken. Maar we mogen niet eens een fles wijn pakken om met onze familie op te drinken; dat moeten we eerst bij de fiscus melden. Ander voorbeeld: we zouden graag 'Piemonte' op de flessen zetten, om aan te geven waar de wijnen vandaan komen, maar dat is verboden. Er zijn in totaal zo'n twaalf, dertien instanties die ons controleren en die allemaal apart langskomen. En ze moeten natuurlijk ook allemaal iets 'vinden', om hun bezoek te rechtvaardigen. Rampzalig en onwerkbaar."

En ander *hot issue* is het milieu en hoe om te gaan met de bestrijding van ziektes. Beatrice Gaudio: "Omdat een aantal producenten tegenwoordig biologisch werkt, schiet de bestrijding van sommige ziektes tekort. Dat bevordert het uitbreken en voortwoekeren van bijvoorbeeld flavesence dorée." Dat is een ernstige ziekte die het blad van de druiven aantast, zodat de suikervorming, en daarmee de rijping van de druiven, achterblijft. "Zeker bij ons is dat ernstig, omdat barberadruiven – naast arneis en chardonnay – er erg gevoelig voor zijn, en barbera is een van de belangrijkste druiven in onze aanplant." Tegelijk leeft wel breed het idee dat de wijnbouw alleen kan voortbestaan als het op een duurzame manier gebeurt. Beatrice: "In Monferrato wordt ernaar gestreefd om op een minder industriële manier wijn te maken. Boeren doen weer meer met de hand, in de wijngaarden komen de paarden terug. We kunnen veel beter gebruik maken van de meteorologie. Duurzaamheid is de enige manier waarop we kunnen overleven."

PERSPECTIEF IN KWALITEIT

Een andere hindernis is de verkoop. Veel wijnliefhebbers gaan tegenwoordig vooral voor grote en bekende namen, zo is het gevoel. Silvia Altare: "Het is heel moeilijk om de wijnen van ons Ligurische wijngoed te verkopen, omdat niemand ze kent. De klanten willen alleen Barolo." Hetzelfde probleem speelt in Piemonte. Stefano Almondo: "De Roero is weliswaar veelbelovend, maar veel minder bekend dan Barolo, zodat de wijnen helemaal niet zo gemakkelijk verkopen. 90% van de producenten van arneisdruiven wordt slecht betaald, ondanks de bekendheid van deze druif. De lage prijzen – in bulk hoort wijn van arneis bijna bij de koopjes van Europa – zijn slecht voor de streek, want je



DE DEELNEMERS



Barbara Sandrone

Bedrijf: Luciano Sandrone, Barolo

Barbara is de dochter van Luciano Sandrone. Ze heeft een diploma in *foreign finance*. "Ik ben voor 70% verantwoordelijk voor de verkoop en voor de rest werk ik mee aan het totaal. Als ik de leiding kreeg, zou ik nog harder werken aan het imago van ons familiebedrijf, om verder uit te kunnen bouwen wat eerdere generaties hebben gepresteerd."



Silvia Altare

Bedrijf: Elio Altare, Barolo

Silvia is de dochter van Elio Altare. Na het gymnasium behaalde ze een master Economy & International Commerce aan de universiteit van Turijn. Ze werkt volledig in het bedrijf. "Mijn vader Elio is nog steeds de baas. Als ik verantwoordelijk zou zijn, zou ik goed kijken naar tijd en kosten. Sommige kosten vind ik excessief. Er wordt te vaak gezegd: 'We hebben het altijd zo gedaan.' De wijnen zou ik niet veranderen. Maar ruimte voor verbetering is er altijd."



Francesca Vajra

Bedrijf: G.D. Vajra, Barolo

Francesca is de dochter van Aldo Vajra. Na haar gymnasium studeerde ze economie. "Ik ben de laatste die bij het familiebedrijf is gekomen. Maar toch word ik bij alle beslissingen, ook de kleinste, betrokken. Ik zou in het algemeen graag een einde zien aan het kleine eigenbelang en het provincialisme. Dat is de enige manier om de wereld te laten zien hoe rijk en mooi het hier is en hoe gevarieerd het terroir en de geschiedenis zijn."



Stefano Chiarlo

Bedrijf: Michele Chiarlo, Barolo

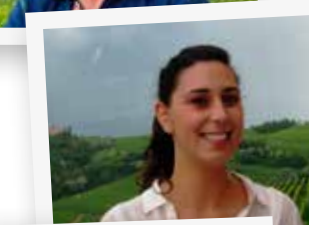
Stefano is de zoon van Michele Chiarlo. Hij studeerde oenologie aan de universiteit in Alba. "Ik zou graag willen dat de Italiaanse wijnen en hun bijzondere terroir een betere ondersteuning kregen van de Italiaanse overheid en meer als nationaal erfgoed zouden worden beschouwd. De prijzen moeten meer op het niveau van topwijnen uit Frankrijk en Californië liggen om te meete kunnen dingen naar een plek in de top."



Stefano Almondo

Bedrijf: Giovanni Almondo, Roero

Stefano is de zoon van Giovanni Almondo. Hij studeerde filosofie, maar werkt nu in het bedrijf van zijn vader. "Wijn is niet zomaar werk. Het is een passie."



Luisa Rocca

Bedrijf: Bruno Rocca, Barbaresco

Luisa is de dochter van Bruno Rocca. Ze is autodidact en werkt voor het bedrijf van haar vader. "Ik ben trots op ons familiebedrijf en ik geloof heilig in de filosofie die mijn familie altijd heeft gevolgd."



Beatrice Gaudio

Bedrijf: Gaudio, Monferrato

Beatrice is de dochter van Mauro Gaudio. Ze behaalde zojuist haar master Viticulture & Enology Science aan de universiteit van Alba en werkt bij haar vader. "Ik zou veel meer willen experimenteren in wijngaard en kelder. Andere klonen grignolino planten bijvoorbeeld en kijken naar hun kwaliteit voor rood en mousserend. Ik zou ook meer inheemse witte druiven willen planten. En meer terug naar paarden in de wijngaard en zoveel mogelijk handwerk. En ik zou heel graag 'de hel' moderniseren: onze heel oude en kleine kelder."

krijgt een negatieve spiraal die leidt tot de productie van minder goede wijnen. Als iedereen kwaliteit zou maken, hoeven de druiven niet voor een euro per kilo te worden verkocht. Daarvoor zou een betere samenwerking moeten komen, met een kiloprijs van zeker 2 euro om een hogere kwaliteit te krijgen." "Ook in Monferrato is deze ontwikkeling desastreuus", zegt Beatrice Gaudio. "Ik voorzie dat bij blijvende lage

kiloprijzen boeren zullen ophouden en wijngaarden moeten worden gerooid. Je moet veel harder vechten om je wijn verkocht te krijgen. We proberen bijvoorbeeld mooie Grignolino te maken, maar niemand kent deze druif." Stefano Almondo: "In onbekende gebieden, zoals Roero, is het imago van de streek zo zwak, dat de producent als merk belangrijker is dan de naam van de streek."



ROERO WIL MEER

Zoals Stefano Almondo zegt: Roero is veelbelovend, maar de uitdagingen zijn er niet gering. Landschappelijk is de Roero heel fraai en plaatselijk indrukwekkend, door bijzondere zandstenen rotsformaties, maar het terroir is er heel anders. Waar de bodems van Barolo en Barbaresco vooral bestaan uit kalkrijke mergel, zijn die van Roero veel zanderiger. Je vindt hier vaak een mix van zandsteen, klei, kalk en zand, soms met oude lagen schelpenzand. Deze lichtere bodems zijn erg geschikt voor de productie van Roero Arneis, de interessantste witte wijn van Piemonte. Ze leveren bovendien een toegankelijk, elegant type Nebbiolo op. De beste Nebbiolo's mogen tegenwoordig als DOCG Roero worden verkocht. Helaas geniet deze DOCG nog geen grote status, zoals Stefano Almondo ook aanstipt. Weliswaar zijn de wijnen minder prijzig dan Barolo, maar echt goedkoop zijn ze evenmin. Ze alleen onder de noemer 'elegantie' aan de internationale man of vrouw brengen: ga er maar aan staan.

Toch moeten wijnliefhebbers meer naar Roero kijken, al is het maar als ideale introductie tot de steviger typen Nebbiolo van de overkant van de Tanaro: Barolo en Barbaresco. Goede Roero heeft vrijwel al het fraaie van de beste druif van de streek, zoals het prachtige primaire aroma van rozen, viooltjes en frambozen, en tonen van wilde kruiden, hazelnoten en teer (na wat rijping), maar de wijnen hebben zelden de stevige tannine en flinke zuren die vooral de wijnen van bepaalde dorpen van de DOCG Barolo (Serralunga d'Alba en Monforte d'Alba in het bijzonder) zo kenmerkt en minder toegankelijk maakt in hun jeugd. Mensen die minder bekend zijn met Nebbiolo kunnen daarop afknappen.

De beste Roero

Almondo maakt heerlijke Roero, waarbij de Riserva (Roero Riserva Giovanni Almondo) in klein hout is gerijpt, zonder dat het hout de wijn parten speelt. Andere voorbeelden zijn Roero Riserva Castelletto van Malabaila, Roero Riserva Trinità van Malvira' en Roero Riserva Ginis van Poderi Moretti; opvallend genoeg allemaal riserva's, terwijl die categorie door velen als overbodig wordt beschouwd, zeker in Barolo. Als besten worden vaak, en vaak terecht, de wijnen van Matteo Corregia en het bekendste domein van Roero, Negro Angelo e Figli, genoemd. Corregia's Roero Riserva Roche d'Ampsej heeft een soort cultstatus veroverd die goed

van pas komt voor het promoten van Roero als gebied voor grote Nebbiolo. Die uit 2010 heeft geweldige pit en inhoud, maar blijft de zo typerende verteerbaarheid van Roero houden. Roero Prachiosso 2011 van Negro heeft net wat minder kracht, maar een prachtige balans en is voorbeeldig voor Nebbiolo uit Roero. Om toch even een zijstap naar Arneis te maken: Negro bewijst met een wijn als 7 Anni 2007, gevinifieerd in tank, gebotteld en zogenaamd zeven jaar vergeten, dat Arneis aardig kan ouderen. En ook Roero Arneis Vigna Renesio van Malvira' bijvoorbeeld kan met gemak vijf jaar mee.

Eten & slapen in Roero

Roero is dus mooi en maakt niet alleen heerlijke, verteerbare wijnen, het is ook een prettig gebied om te bezoeken. Er zijn uitstekende overnachtingsmogelijkheden en vooral meer dan genoeg heerlijke eetgelegenheden. Hieronder een paar voorbeelden.

Eten:

All'Enoteca, Canale (Cuneo): prachtig restaurant van topchef Davide Palluda; Piemontese keuken op moderne wijze, maar zonder veel poespas. Nooit lekkerder geintenvlees gegeten dan hier.

Il Centro, Priocca d'Alba (Cuneo):

mooi restaurant in het centrum van Priocca d'Alba, met respectvolle eigentijdse kijk op Piemontese klassiekers, in het bijzonder fritto misto!

Cantina dei Cacciatori, Monteu Roero (Cuneo):

traditionele keuken op z'n bevredigende best, met zondig lekkere tajarin al ragù en risotto met artisjok.

Overnachten:

Villa Tiboldi, Canale (Cuneo): schitterend gelegen luxe relais met prachtige kamers en zeer goed restaurant, horend bij Azienda Agricola Malvira' van de familie Damonte.

Lars Daniëls MV

Beatrice: "Een jaar of tien, twintig geleden konden we in Italië zelf nog gemakkelijk wijn uit Piemonte verkopen. Nu wordt overal goede wijn gemaakt en is het veel moeilijker. Grignolino wordt alleen nog in de directe omgeving verkocht." Luisa Rocca ziet daar echter wel een lichtpuntje: "De vraag naar autochtone druiven, in plaats van internationale, is in ons voordeel. Als we daar grote wijnen van kunnen maken, zijn die nooit te imiteren. Dat is onze kracht."

Wat ook perspectief biedt, is wijntoerisme. Stefano Chiarlo: "Dat is een belangrijk nieuw speerpunt. Ik heb geholpen wijnroutes uit te zetten in Barolo. Toeristen van overal willen hier graag de wijnen komen proeven en kijken waar ze worden gemaakt. Ze zien Barolo als serieuze wijnstreek en daar moeten we van profiteren. Het is dan ook belangrijk om kwaliteitswijnen te maken. De regio kan alleen voortbestaan als er goede producten worden gemaakt."

DROOM VOORTZETTEN

Anders dan hun ouders hebben de jonge producenten niet erg de neiging de stijl van de wijnen te veranderen. Ze willen vooral het niveau verder verbeteren. Barbara Sandrone: "Je moet leven van je bedrijf, maar de winst investeer je ook direct weer. Je koopt een nieuwe tractor, of steekt het in de kelder, waar altijd wel wat te verbeteren valt. Of, liever nog, je koopt een mooi stuk wijngaard dat je altijd al had willen hebben. Dat is het mooiste, als je stap voor stap vooruit kunt komen. Het is typisch Piemonteese om een sterke binding te hebben met je land. In feite zijn we eenvoudige mensen van het land, die houden van het goede leven." Stefano Almondo: "Het liefst koop ik ook grond bij, al is het duur."

Barbara Sandrone vindt gezondheid belangrijk. "Al is het maar omdat je met een klein team werkt. Daarnaast is het voor mij belangrijk het bedrijf weer goed door te geven aan mijn kinderen, net zoals mijn vader heeft gedaan. Dat lijkt gemakkelijker dan het is. Ik denk vaak genoeg dat het moeilijker is iets vast te houden, dan iets op te bouwen." Silvia Altare sluit zich daarbij aan: "Ik wil de droom van mijn vader voortzetten. Minstens zo goed en liefst beter."

Importeurs

Luciano Sandrone: De Gouden Ton/Résidence Wijnen; Bruno Rocca: Les Clos; Michele Chiarlo: Tamis/Vino Via; O.D. Vajra: Heisterkamp; Matteo Corregia en Malvira': Piemonte Import.