



Il sogno (di un tedesco) di un “Super-Roman”. Ômina Romana punta al taglio bordolese laziale senza paura dei dazi

4 Aprile 2025 

VELLETRI – Ômina Romana è l’azienda vitivinicola nata da un sogno: quello di **Anton F. Boerner**, imprenditore tedesco appassionato di archeologia e viticoltura. Roma è la destinazione che ha unito queste due passioni nel 2007, quando sono stati messi a dimora i primi vigneti. La prima vendemmia è arrivata dieci anni dopo e così anche il sogno di creare un vino definibile come Super-Roman, proprio come succede con i tagli bordolesi toscani.

Katharina Boerner, amministratore delegato dell’azienda fin dalla fondazione e figlia di Anton, punta a questo risultato con una viticoltura orientata ai vitigni internazionali, ma senza dimenticare un interessante e autoctono Cesanese che mantiene un legame diretto con il territorio laziale.

260mila bottiglie prodotte in totale ad oggi, con un lavoro in crescita ancora.

“Siamo partiti davvero da zero. Quando si è deciso di creare l’azienda abbiamo dovuto studiare ed entrare nel complesso mondo della vitivinicoltura. Certo, avevamo un obiettivo e lo abbiamo ancora: realizzare un prodotto che ricordasse il Supertuscan, ma della città eterna, un Super-Roman in poche parole. Un taglio bordolese che tutto il mondo potesse comprendere e, visto territorio in cui ci troviamo, è una grande opportunità che potremmo cogliere, perché Roma è una grande vetrina. Cabernet Franc e Cabernet Sauvignon e il Merlot, qui si sviluppano perfettamente perché il terreno è vulcanico e la vicinanza dei monti, compresa quella del mare a pochi chilometri, rendono l’escursione termica perfetta, eliminando il rischio di umidità”.

Il 60% dei vigneti di Ômina Romana è dedicato alle varietà a bacca rossa, quindi Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Petit Verdot e l’autoctono Cesanese. Il restante 40% invece, vede vitigni a bacca bianca come Chardonnay, Viognier e Petit Manseng.

Puntare sui vitigni internazionali, relegando al Cesanese il ruolo di perla rara della produzione, non è una scelta casuale per Ômina Romana.

“I dati climatici hanno confermato che in questa zona si sviluppano al meglio i vitigni internazionali – conferma Katharina –. Ci siamo chiesti se sarebbe stato il caso di continuare a incaponirsi con gli autoctoni regionali, oppure partire da zero puntando su ad ottenere ottimi risultati attraverso gli internazionali, per niente facili da coltivare e curare. Abbiamo



scelto questa via che ci sta riportando soddisfazioni tanto su Roma, quanto all'estero, anche se stiamo crescendo con una rete commerciale (nata con il Covid di mezzo) ancora in espansione”.

Importante è la prossimità. “Roma, Lazio, quindi casa, è la parte che risponde meglio. Qui siamo presenti in ristoranti ed enoteche frequentate da avventori di ogni parte del mondo ogni giorno. Vogliamo radicarci bene prima di tutto qui, quindi avere una presenza massiccia a livello locale e regionale”, ragiona l'imprenditrice. “Tutto questo però, si unisce a una presenza in Germania, Svizzera, Uk, Scandinavia. Oggi lavoriamo con Asia, Corea del Sud, Indonesia e Singapore, tutti mercati in crescita. Al momento in piccole quantità anche con Canada e Stati Uniti”.

Sull'argomento Usa e inevitabilmente dazi, Katharina dice: “È una black box”. La grande scure economica che minaccia l'Italia del vino, genera incertezze non di poco conto, ma c'è bisogno di pensare a soluzioni e non solo ai problemi.

“Non bisogna piangersi addosso, piuttosto serve comunicare al consumatore qualità e unicità del vino, a ogni costo. Non dirò che gli Stati Uniti non sono interessanti per noi perché mentirei, ma serve pensare a investimenti seri e mirati. Puntare ancor più sull'Asia potrebbe essere una delle risposte, ma non si possono lasciar perdere gli Usa. Bisogna sempre andare avanti e non perdere il coraggio di osare e competere anche a livello di prezzi”.

Un mercato che deve misurarsi con gusti che cambiano e tendenze non conciliabili con il vino così come lo si conosce.

Ômina Romana punta senza dubbio su basse gradazioni ottenute naturalmente e, ovviamente, all'alcol.

“Preferiamo non valutare procedure che possano snaturarlo, come la dealcolazione che comunque vira verso un procedimento artificioso. Credo tanto nel ritorno alle origini, a un vino come prodotto culturale, poiché il consumatore grazie al calice si aspetta di sapere cosa c'è dietro, la zona, la sua storia. Con Ômina Romana puntiamo a creare un legame con i nostri consumatori più curiosi e lo faremo anche grazie a una struttura dedicata all'ospitalità”.

Nel futuro dell'azienda infatti, c'è un ambizioso progetto dedicato alla wine experience. “Da Roma ci si passa almeno una volta nella vita, praticamente da tutto il mondo. Vogliamo portare i nostri consumatori in azienda, creare delle esperienze che possano ruotare attorno al vino e al benessere. Con passeggiate tra i vigneti e momenti conviviali renderemo i nostri

www.virtuquotidiane.it Il sogno (di un tedesco) di un “Super-Roman”. Ômina Romana punta al taglio bordolese laziale senza paura dei dazi



prodotti protagonisti del lifestyle all'italiana. Siamo in una posizione strategica e crediamo che il nostro Super-Rome possa aiutare allo scopo".