

L'Astemia Pentita, la cantina più anticonformista delle Langhe

14 Novembre 2024

di **Alfonso Mollo**



BAROLO – Un nome già provocatorio di per sé, L'Astemia Pentita, con le virgolette al posto dell'apostrofo, o due apostrofi, per essere ancora più penetrante. Un inizio di avventura condito da polemiche e indignazione da parte della maggioranza dei viticoltori. Una cantina pop, "anticonformista", nel cuore della zona più conservatrice delle Langhe, non poteva che portare a questo.

Due enormi parallelepipedo a Cannubi a Barolo (Cuneo), una delle zone più famose, prestigiose e vocate, che rappresentavano due cassette di vino sovrapposte, e dove il design la faceva da padrone, con le bottiglie stilizzate a forma di donna e uomo pensate per il Barolo, fecero gridare allo scandalo chi per anni aveva visto quel territorio come austero e tradizionalista.

Sandra Vezza, una designer tra le vigne

A sfidare la tradizione c'ha pensato **Sandra Vezza**, originaria di un paesino dell'Alta Langa, imprenditrice di società leader nel settore alimentare e farmaceutico e di Gufram, celebre marchio di design, e che all'inizio degli anni 2000 ha deciso di entrare nel mondo del vino.

In realtà in un primo momento l'intenzione non era proprio quella. Dopo aver conosciuto una coppia di anziani signori, **Teobaldo** e **Livia De Magistris**, che, quasi novantenni, da tempo avevano deciso di vendere i loro terreni, era andata ad accompagnare un amico per la loro compravendita. Alla fine invece successe il contrario, e lei si ritrovò nel ruolo di acquirente, diventando proprietaria di quelle terre, ambite e contese da molti vicini "di collina" e non solo.

Se a questo aggiungiamo che il nome dell'azienda descrive bene un'altra caratteristica della protagonista di questa storia, il quadro è quasi completo. Sì, perché Sandra Vezza era, ed è, veramente astemia. Per lei, acquistare quel pezzo di collina era stato semplicemente un ritorno alle origini, quando il nonno l'accompagnava a passeggiare tra i vigneti, insegnandole i suoi segreti.

Una dichiarazione d'amore per questa terra, e una personale sfida come donna, con un progetto totalmente diverso e rivoluzionario, attraverso l'architettura e il design.

Lo fece uscendo dalla tradizione langarola, e mescolando vino, industria, arte e turismo, soprattutto dal 2018 quando la cantina apre le porte al pubblico. È un successo immediato, grazie a quella forma strana e particolare, i suoi arredamenti fuori dal comune, e le tante opere d'arte distribuite nei vari spazi, che nell'era di Instagram diventano una vera e propria calamita.

Se in più accompagnate da un'accoglienza di qualità, leggere poi i sorprendenti risultati dell'afflusso turistico, che raggiunge i 10.000 visitatori annui, diventa molto semplice. Negli anni questo successo in qualche modo diminuisce le polemiche e i dubbi, ma di fatto rimarranno sempre le critiche dei langaroli.

A parte le polemiche, parliamo di una cantina di 4.000 mq efficiente e moderna, in cemento, dipinta (a mano!) con i colori autunnali delle foglie di viti. All'interno le vasche d'acciaio per la vinificazione, dove le uve vengono fatte scendere per caduta e dove ogni serbatoio è etichettato con il nome di una canzone famosa... sì, quella che i ragazzi della cantina stavano ascoltando mentre le riempivano. D'altronde parliamo sempre di una cantina anticonformista.

Dietro un'enorme vetrata c'è la barricaia a vista, con le file di barrique, tonneaux e botti grandi di rovere di Slavonia, dove affina e riposa il Barolo. Ed è impossibile non accennare a uno dei simboli de L'Astemia, che ormai da anni continua a fare il giro del mondo sui social. Il "Trono del Barolo", una poltrona gigante posta alla fine della barricaia, che richiama il detto "Barolo, Re dei Vini", e diventata punto principale per le foto dei turisti, praticamente impossibile resistere senza sedersi sopra per uno scatto.

Ai piani superiori poi altri 400 mq di wine shop e sala degustazione, dove il personale accoglie il pubblico e dà la possibilità di degustare.

Oggi l'azienda ha 17 ettari vitati a Monforte d'Alba e Barolo, due Mga (Menzione geografica aggiuntiva) a Terlo e Cannubi, e un progetto che vede l'ampliamento dei terreni fino a 27 ettari entro il 2029. Questo porterà a raggiungere le 150mila bottiglie annue, dalle attuali 70mila (di cui 15mila di Barolo), grazie alle 15 etichette in commercio, puntando sempre a mantenere alti gli standard di qualità e autenticità.

Negli anni le cose sono cambiate molto, o, per meglio dire, stanno cambiando. L'azienda ha deciso di evolversi e compiere trasformazioni importanti, a cominciare dal nome che diventa semplicemente L'Astemia, abbreviazione da sempre usata in maniera spontanea dagli appassionati.

Ironico, originale, provocatorio, il suo nome rimane comunque un marchio, nato da una scelta di inclusività, e che vuole spingere a visitare la cantina per vere e proprie esperienze sensoriali, culturali o gastronomiche, non solo legate al vino.

Un passo decisivo nella sua crescita

Il nome, la transizione biologica di tutti i suoi vigneti ormai definita, e la forma delle bottiglie che subisce un restyling, pur mantenendo uno stile distintivo. Cambiate anche la figura dell'enologo, affidata adesso alla consulenza di **Gianpiero Gerbi**, insieme a una nuova squadra in cantina, e la direzione commerciale nella figura di **Marco Cossaro**.

Dal 2024 verrà introdotto anche un metodo classico, l'Alta Langa Docg "Charley" (nome del figlio di Sandra Vezza), a base chardonnay e pinot nero, e il viognier.

L'Astemia oggi è a un punto di svolta grazie alla maturità acquisita in questi anni, perché non ha mai smesso di studiare, di svilupparsi e di migliorarsi, senza mai perdere di vista la propria identità e il legame con il territorio.

E Sandra Vezza rimarrà comunque astemia, anche se “la mia passione sarà sempre quella di passeggiare tra i vigneti, rimanerci per assaporarne i profumi e i colori”.

Un amore, quello per le Langhe e per il vino che, fin da piccola, ha sviluppato grazie al nonno, e che continua a trasmettere ogni giorno alla sua azienda, ai suoi collaboratori, e a tutti gli ospiti che quotidianamente visitano L’Astemia Pentita. Ops, pardon, forza dell’abitudine. ... che quotidianamente visitano... L’Astemia.

LE FOTO





