Contadi Castaldi, quando un nome racconta un’identità

scritto da Claudia Meo | 29 Novembre 2021



Contadi Castaldi è uno degli avamposti franciacortini del gruppo imprenditoriale Terra Moretti, che fa capo all’omonima famiglia.
In termini di onomastica, non è un caso che nella ragione sociale compaia sia il riferimento ai contadi medioevali della Franciacorta, che ai castaldi, vale a dire i signori che venivano insigniti del controllo dei territori. **Il connubio terra-persone c’è**, d’altro canto, **anche nel nome del gruppo**, e neanche qui è un caso.

Abbiamo chiesto a Gianluca Uccelli, Enologo e Direttore Generale di Contadi Castaldi, di raccontarci meglio questo simbolismo.

Il binomio terra – uomo è alla base della nostra storia

imprenditoriale: la nostra materia prima proviene da diversi contadi, appunto, e il ruolo dell'uomo, altro termine del binomio, è quello di scegliere i territori di provenienza e comporre in modo unico e inimitabile la tavolozza che porta alla produzione di un vino. La possibilità di attingere a 164 ettari, tra terre di proprietà, fondi in gestione e terre dei nostri conferitori, ci dà ogni anno la libertà di comporre i nostri vini nel modo desiderato e costituisce la base della nostra stessa formula identitaria. **E' fondamentale per noi poter combinare in modo diverso le espressioni dei diversi territori,** adattandole in modo tale da incontrare, anno dopo anno, il gusto del consumatore, che cambia di continuo; la possibilità di modificare nel tempo la composizione della cuvée è uno degli elementi di successo della nostra produzione.

Come nasce in questo contesto il vostro Satèn?

Satèn è la più tipica espressione della nostra filosofia produttiva: utilizziamo da 40 a 44 cru differenti, scelti tra i 90 cru di Chardonnay sui quali possiamo contare; alcuni rimangono costanti di anno in anno, ma gli altri vengono combinati per raggiungere il mix desiderato. Diamo fondamentale rilievo alla materia che andiamo a lavorare. **C'è un'importante componente di uve provenienti da vigneti vecchi,** che sono in grado di esprimere maturazioni molto lente, molto progressive; l'età media delle vigne di provenienza rimane intorno ai 20 anni. La cuvée che ne deriva ha un forte carattere di personalità, di intimità e di unicità. Ogni anno produciamo un millesimato che rende assolutamente riconoscibile l'annata.

Qual è l'obiettivo enologico che vi siete dati per il Satèn? E che tipo di riscontro state avendo?

Il nome è importante, come abbiamo detto… **Volevamo che nel bicchiere il consumatore ritrovasse l'idea della setosità**, la

sinuosità e l’avvolgenza, senza per questo perdere di vista la freschezza. Ci siamo resi conto che i gusti del consumatore stanno cambiando e se fino a qualche anno fa veniva premiata la complessità, la ridondanza e un certo dosaggio zuccherino, oggi è importante salvaguardare la finezza e l’eleganza, contenere gli zuccheri (siamo a 6 g/l) esaltando la materia. E se guardiamo ai risultati raggiunti dobbiamo ammettere di aver centrato l’obiettivo: nel 2006 l’azienda produceva in tutto 250.000 bottiglie; oggi, questi sono i numeri del solo Satèn, su una produzione complessiva di 1,3 milioni di bottiglie e un obiettivo a breve termine di raggiungere il milione e mezzo di bottiglie. **Satèn sta avendo un ottimo percorso commerciale nella ristorazione italiana e nel consumo alla mescita:** la sua immediatezza, pulizia e raffinatezza sembra davvero aver trovato un buon mercato di riferimento.

L’immagine aziendale e quella del Satèn sono fortemente caratterizzate dalla forma della bottiglia, anch’essa unica e volutamente inimitabile: è stata una scelta estetica o tecnica?

Abbiamo scelto una forma che permettesse un maggiore contatto tra i lieviti e la superficie della bottiglia, che garantisse uno scambio maggiore tra lieviti e vino. Tecnicamente, parliamo di una fermentazione di 20 giorni in acciaio inox, una malolattica svolta parzialmente, un primo affinamento di 7 mesi, parte svolto in acciaio e parte in barrique, un affinamento sui lieviti da 30 a 36 mesi, e un affinamento post sboccatura di 3 – 4 mesi.
Abbiamo ideato un design a metà strada tra quello del formato tradizionale e la magnum, che sta incontrando molto il favore del consumatore; dal punto di vista tecnico la forma della bottiglia ci aiuta a minimizzare alcune interferenze che si producono in un metodo classico. Il risultato è una buona trasposizione nel bicchiere dell’originalità delle uve della Franciacorta, a conferma della nostra priorità di esaltare la materia, per mano dell’uomo. Ci piace dire che nel nostro vino

c’è molta fisica, ma poca chimica.
Certo, poi, anche l’estetica vuole la sua parte, come è giusto che sia.