

LA CASA VINICOLA DI MARINEO (PALERMO) LANCIA DUE ETICHETTE DI BLEND PER IL CANALE HORECA

Buceci passa da 10 a 200 mila pezzi

Nel 2007 per la prima volta l'azienda imbottiglierà in proprio, nella nuova cantina frutto di 4 mln d'investimento. Con la regia dell'enologo piemontese Cordero. E già pensa a uno spumante

DI UMBERTO GINESTRA

Più che una svolta sarà una sorta di rivoluzione. Scaterà tra qualche giorno, quando tutto sarà pronto e la linea da 1.500 pezzi l'ora comincerà a incapsulare. Le prime bottiglie del nuovo corso dell'azienda agricola Buceci, di Marineo (Palermo), vedranno così la luce. E per Franco Calderone, amministratore della piccola casa che nelle prossime settimane assumerà la forma giuridica di una srl, sarà il «coronamento di un sogno». O anche, come dice, «un nuovo inizio».

Perché l'impresa, in verità,

mosse i primi passi all'alba del 1900 con il nonno (Rosario Pulizzotto) dell'attuale imprenditore. Core business a quell'epoca erano grano e vari cereali. È durante gli anni 80 che Calderone comincia a pensare ad ampliare, con il vino, lo spettro della propria offerta commerciale. Intanto ai seminativi aveva aggiunto il cosiddetto bosco produttivo: noci, aceri, frassini. Il primo atto della nuova strategia fu la destinazione a cultivar autoctone e internazionali di una parte dei 150 ettari di cui dispone la maison. Per la precisione 50, 20

dei quali ad alta quota. Tanto che l'impresa è oggi tra le pochissime case vinicole dell'Isola a coltivare vigneti a mille metri d'altitudine. Lì, sottolinea Calderone, «lo

shock alle piante, generato dal mix di clima e temperatura e

forti escursioni termiche, origina bouquet unici». Per il resto, la vigna dell'azienda si estende dai 750 metri sul livello del mare in su. E «presto», annuncia l'amministratore, «raddoppieremo gli ettari a impianto». Intanto la casa si prepara al giro di boa che arriverà con la nuova serie di prodotti e con la cantina che sarà formalmente inaugurata tra due-tre mesi. Ma la struttura, 1.200 metri quadri coperti e più 20 mila all'aperto, nei fatti ha dato il la, dall'ultima vendemmia, al new deal dell'azienda che lambisce il lago Scanzano e sfiora il bosco di Ficuzza. Sebbene non ancora ultimata, tanto che la catena d'imbottigliamento sarà accesa a breve, è stata, infatti, il luogo della vinificazione dei vini di Buceci, vendemmia '06.

Così, grazie all'investimento di 4 milioni nel complesso, per la prima volta la centenaria casa ha potuto far da sé, senza doversi appoggiare a impianti di altre società. Il risultato è nelle cifre. Come anche recita il business plan, secondo cui dalle 10 mila botti-

Quell'agorà cuore pulsante del complesso

■ Il cuore è «l'agorà», con le parole di Franco Calderone, amministratore dell'azienda agricola Buceci. Sono i 600 metri quadri dell'area vinificazione, con i serbatoi, la catena e la pressa per la spremitura, l'epicentro della cantina che la centenaria casa del Palermitano s'accinge a inaugurare. È nell'agorà che, come nella piazza delle antiche polis greche, converge la tensione produttiva e architettonica del complesso. «Lì», sottolinea l'imprenditore, «si affacciano le balconate del percorso riservato agli enoturisti, al piano alto della struttura». Perché sono tre i livelli della cantina di Buceci. Complessivamente 1.200 metri quadri, di cui 400 interrati per la barriera. Poi c'è l'agorà, appunto; e quindi la zona uffici, incorniciata da capriate d'abete e integrata nel percorso che si proietta verso il luogo della vinificazione. Il tutto in un contesto che richiama lo stile arabo-normanno e riprende i colori siciliani: il giallo solare, l'azzurro cielo terso, il verde mediterraneo, il rosa antico. Da segnalare anche che la cantina ha in corso la certificazione ambientale Iso 14001.

glie di un anno fa si passerà quest'anno a 200 mila pezzi, per due linee: Buceci e Don Carmé (dal nome, Carmelo, del papà di Calderone). I brand riprendono quelli conati nel 1996-97. Ma «la regia dell'enologo piemontese Gianfranco Cordero e la diversa composizione delle uve», afferma Calderone, «daranno vita a prodotti totalmente nuovi». Sia Buceci che Don Carmé saranno blend, in due versioni, bianco e rosso, entrambe per il circuito horeca (hotel, restaurant e catering). I Buceci (un Inzolia e Cataratto e un Nero d'Avola e

Merlot) saranno disponibili a 6 euro; i Don Carmé, il marchio top le cui insegne comprendono un bianco di Chardonnay più Inzolia e un rosso di Pinot Nero e Cabernet Sauvignon, saranno offerti intorno ai 9. In ogni caso, tutte le uve sono biologicamente coltivate. Anche quelle dei prodotti che nasceranno alla fine del 2008. In gestazione sono uno spumante metodo classico e una nuova serie di monovigneti barricati. Si collocheranno nella fascia alta del catalogo, per la linea Don Carmé. (riproduzione riservata)

