

in primo piano

A CACCIA DI OMBRE

English translation

HUNTING FOR "OMBRE"

*L'enoturismo a Venezia
passa attraverso i locali
del buon bere.*

*Ma non mancano
le realtà produttive*

*Wine tourism in Venice is experienced
through quality drinking establishments,
however, there is no shortage
of production businesses*

di **Alessandra Piubello**

Ah, Venezia! L'immagine della Serenissima con i suoi musei, ponti, palazzi antichi, canali e tutto il suo patrimonio artistico e culturale riesce sempre a rapirci. A passeggiare, su e giù per le calli, viene da sognare la città che fu, centro cosmopolita, dove confluivano i prodotti più rari, ed anche spezie, stoffe e vini. Ecco, a proposito, il rito di bere un calice di vino (un'ombra) ha fluttuato imperterrito nei secoli: ne troviamo testimonianza in luoghi dal fascino antico, insegne storiche e nuove a soddisfare consuetudini rimaste intatte nel tempo, attuali e vive.

// UN MARE DI VINO

La cartolina di Venezia come città solo per turisti, che offre proposte mediocri a cifre da capogiro, sta sbiadendo. Negli ultimi anni le offerte di cibo e di vino di buon livello a prezzi adeguati sono aumentate, anche in virtù di giovani che sono tornati a lavorare in città, dopo anni in giro per la Penisola o all'estero e che, con passione e determinazione, stanno dando un nuovo volto all'enogastronomia lagunare. Sono riusciti a dare un percorso emozionante anche alla Venezia che rigurgitava barconi di turisti mordi e fuggi, ai quali si sono adeguati in molti, svilendo le prestazioni e conseguentemente svalORIZZANDO la città del Leone di San Marco ad hub turistico di massa.

Oh, Venice! The image of the Serenissima (Most Serene Republic in English), with its museums, bridges, ancient buildings, canals, and all its artistic and cultural heritage, always manages to captivate us. Walking up and down its streets, you can dream of the city that was once a cosmopolitan centre, where you could find a range of the rarest products, as well as spices, fabrics, and wines. Speaking of which, the ritual of drinking a glass of wine (referred to as an ombra - a "shadow" - in the Veneto region) has remained undisturbed throughout the centuries - we can see evidence of this in ancient and charming places, historical and new signs that indulge those customs that have remained through time, current and alive.

// A SEA OF WINE

The postcard of Venice, as a city just for tourists that provides mediocre offerings at staggering prices, is fading. Over the last few years, a supply of good food and wine at appropriate prices has increased. This is also due to those young people who have returned to work in the city after years of travelling around the peninsula or abroad and who, through passion and determination, are giving a new face to the food and wine industry of the lagoon. These young returners have also managed to provide Venice with an exciting journey, as opposed to the boatloads of tourists on flying visits, demeaning the services and subsequently demoting the city of the Lion of Saint Mark to a mass tourism hub.

*A Venezia non mancano i riferimenti
al vino nella toponomastica.
In Venice there is no lack of references
to wine in toponymy.*

RIVA
DEL VIN



Mescita al Bancogiro.
Pouring wine at Bancogiro.
A destra: Estro.
On the right: Estro.

“Ho creato un luogo - racconta Francesco Molinari di **Adriatico Mar**, architetto con la passione del vino - che racconti quello che era la Serenissima. Il locale vorrebbe essere una “Malvasia”, così venivano chiamate le osterie di un certo livello al tempo della Repubblica, luoghi eleganti dove arrivavano i vini della città greca Monemvasia, le malvasie appunto. Ho ideato un posto che riporti all’Adriatico, ricostruendo i traffici per mare che arrivavano a Venezia, non dimenticando la sua espansione su terra. Propongo un centinaio di etichette di vini naturali solo di piccoli produttori non distribuiti, spaziando dalle Dolomiti a Creta. Siamo un punto di riferimento, anche per il fatto che parlo croato, per la Croazia, l’Istria e la Slovenia.

Il nostro locale è concepito come un luogo d’incontro, una specie di porto dove s’incontrano popoli di culture diverse, ma anche tanti veneziani di mente aperta, centrato sulla lentezza e sulla narrativa, sul favorire anche il dialogo fra persone diverse. Per questo siamo aperti dalle 10 alle 22: chi viene qui sa che trova sempre qualcuno con cui condividere. Abbiamo creato una rete a Venezia con i ristoratori della buona accoglienza con i quali organizziamo un giorno dedicato alla Malvasia, ma anche con tanti osti in giro per l’Italia, dove andiamo a condurre serate sulla Malvasia. All’inizio i clienti arrivano da noi chiedendo un prosecco o uno spritz e noi invece narriamo loro le storie di altri vini, di altri luoghi. Poi tornano, chiedendoci proprio quei vini che prima non avevano mai assaggiato e così ne proponiamo altri, per accrescere la loro cultura enoica. È importante creare trasversalità nel mondo del vino: valorizziamo la musica popolare, il jazz e la presentazione di libri. Ci rivolgiamo a persone diverse e con un linguaggio diverso da quello del mondo del vino. Occorre parlare di vino non solo agli appassionati di vino e agli amanti del vino bisogna non parlare solo di vino”.

Adriatico Mar’s Francesco Molinari, an architect with a passion for wine, says: “I created a place that tells the story of the Most Serene Republic. The establishment aspires to be a “Malvasia”, as certain taverns were called at the time of the Republic, elegant places that held wines coming from the Greek city of Monemvasia, transformed into the Italian malvasie. I came up with a place that takes you back to the Adriatic, recreating the sea traffic that arrived in Venice, without forgetting its expansion on land. I offer around a hundred different labels of natural wines, originating solely from small, non-distributed producers, ranging from the Dolomites to Crete. We have become a port of call, also due to the fact that I speak Croatian for Croatia, Istria and Slovenia. Our establishment is intended as a meeting place, a sort of port where people from different cultures can meet, but also for many open-minded Venetians, focused on slowness and narrative, on encouraging dialogue between different people. That is why we are open from 10am to 10pm – whoever comes here knows they can always find someone to share something with. We have created a network of restaurateurs in Venice with whom we organise days dedicated to malvasia, and we also run malvasia evenings with many hosts around Italy. Clients visiting us for the first time usually ask for Prosecco or Spritz at the beginning, but we love telling them stories about other wines and other places. Then they return and ask for those wines that they had never tasted before, so we then suggest others, in order to widen their culture on wine. Creating a transversal nature around the world of wine is important – we value popular music, jazz, book presentations. We speak to different people and with a language that is different from that of the world of wine. Wine must be spoken about not just to wine lovers, and wine mustn’t be the only subject talked about with wine lovers.”

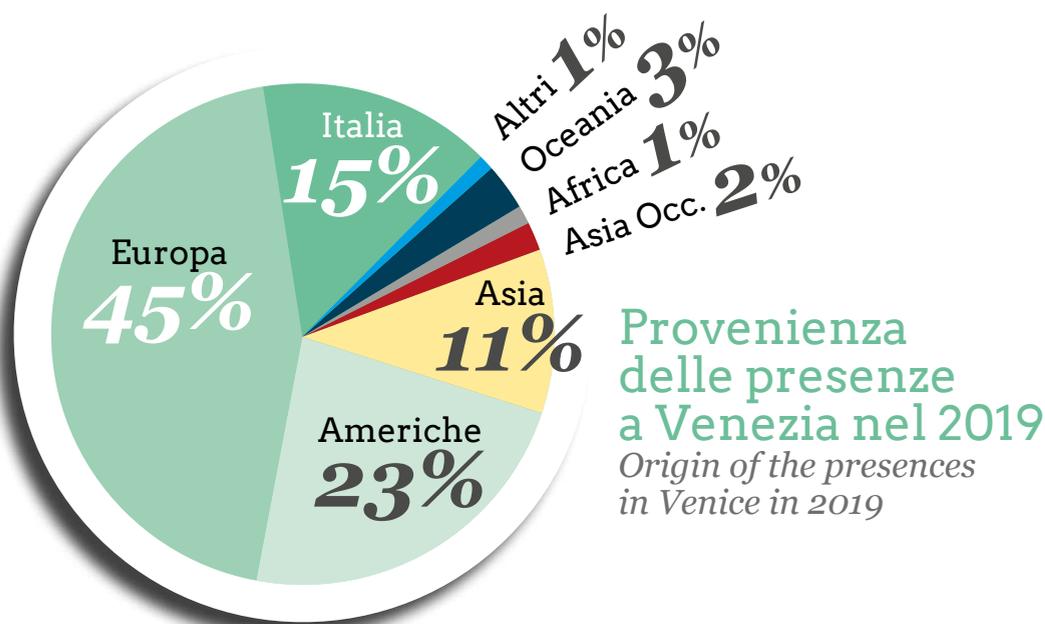


// IN MOTO PERPETUO

CoVino, che significherebbe piccolo covo, rifugio, in realtà è stato concepito per essere una comunità del vino. Andrea Lorenzon prende ispirazione dai bistrot parigini e nel 2013, con il supporto di Cesare Benelli (patron del ristorante Al Covo) realizza questa osteria, dedicata al 100% ai vini naturali. “Siamo stati i primi – spiega Andrea – a fondare tutta la nostra proposta solo su questa tipologia di vini. Poi sono arrivati altri, tanto che oggi possiamo dire che Venezia, in proporzione al numero di abitanti, è diventata un punto di riferimento per il “bere naturale”, al pari di città come Milano. La nostra carta vini propone 100 etichette a moto perpetuo, che poi è il nome della carta, nel senso che abbiamo una rotazione molto alta, a livello settimanale. Ci scrivo sempre la data, perché la carta dei vini deve essere viva, in continuo movimento, non un tomo rigido dove ci sono sempre gli stessi nomi da rimpiazzare, quando finiscono, con identici vini. Con soddisfazione posso anche dire che tutti i vignaioli naturali sono stati presenti nella nostra carta. L’abbiamo ordinata per tipologie e poi per gusto: ovvero dal vino più leggero a quello più strutturato. Il Prosecco è il più richiesto, teniamo però solo il Colfondo, poi vanno molto Valpolicella, Soave, Gambellara ma anche vini del Collio e del Carso. La nostra clientela? Pre Covid-19 erano soprattutto americani, poi europei, italiani e veneziani, ora son più europei, veneziani e italiani nel week-end. Venezia oggi ha un respiro diverso, la clientela che arriva è più consapevole, viene perché vuole davvero vivere Venezia (si ferma anche per giorni) e non per farsi trascinare in viaggi di gruppo dove era un *must* solo vedere Venezia e poi fuggire. Tanti giovani vengono da noi, anche per le sinergie che abbiamo creato con altri colleghi, con i quali organizziamo molte

// IN PERPETUAL MOTION

CoVino, which means little hideout or refuge, was actually intended as a wine community. Andrea Lorenzon was inspired by Parisian bistros and in 2013, together with the support of Cesare Benelli (owner of the Al Covo restaurant), he opened this tavern, 100% dedicated to natural wines. Andrea explains: “We were the first to base our whole idea solely on this type of wine. Many others then arrived, so much so that today, in proportion to the number of inhabitants, we can say that Venice has become a port of call for “drinking naturally”, on a par with cities such as Milan. Our wine list offers 100 labels in perpetual motion, which is the name of the list, meaning we have a very high weekly rotation. I always write the date on it, because a wine list must be alive, in continuous movement, not a rigid volume where the same old names are replaced when they run out with identical wines. I’m also proud to say that all natural winemakers have been present in our wine list. We’ve organised it first by type, then by taste – so from the lightest wines to the more structured ones. Prosecco is the most requested, but we only stock Colfondo, then Valpolicella, Soave and Gambellara are very popular, as are Collio and Carso wines. Who are our clients? Before Covid-19, they were mostly Americans, then Europeans, Italians and Venetians.



In alto: interno del Bancogiro.
Sopra: Il leone, simbolo di San Marco e della Serenissima.
A lato: Millevini, l'insegna.
Top: inside of the Bancogiro.
Above: The lion, symbol of Venice
On the side: Millevini, the sign.

degustazioni, non aperte al pubblico, solo tra noi, per essere poi ambasciatori verso i clienti. La gente si può educare, motivando le proprie scelte”. Viene spontaneo chiedergli cosa farebbe per promuovere un enoturismo di qualità. “Ricordiamoci che a Venezia non si guida. Organizzerei una biennale del vino! Ai sommelier che ci leggono vorrei dire che è importante assaggiare più con il cuore che con la mente, evitando nel linguaggio tecnicismi o esami organolettici. Raccontando di più del produttore e del suo territorio, con passione, si sensibilizzano di più i giovani”.

// DIECI, CENTO, MILLE VINI

Millevini è un'enoteca-bottigliera aperta nel 2002, che offre una proposta di vini italiani e la collezione in città più ricca di vini francesi, fra i quali spicca lo Champagne. Circa 700 etichette, “ma – racconta Lorenzo Meneguse, sommelier e responsabile – vendiamo molti vini veneti, Prosecco, Soave, Lugana, Valpolicella e uvaggi bordolesi. La nostra clientela è al 50% italiana, il resto straniera. Cosa farei per promuovere l'enoturismo di qualità?

Now there are more Europeans, Venetians and Italians during the weekend. There is a different climate in Venice these days, clients are more aware, they come here because they really want to experience Venice (and they stay for days), and not to be dragged into group excursions where the main idea was just to see Venice then dash off. Lots of young people come to us, also because of the synergy we have created with other colleagues, with whom we organise tasting events, just between us and not open to the public, to allow us to act as ambassadors for clients. People can be educated, giving reasons for one's choices”. It comes naturally to ask him what he would do to promote quality wine tourism. “We have to remember that you can't drive in Venice. I would organise a wine biennial! To those sommeliers who are reading, I would like to say that it's important to taste more with your heart than with your mind, avoiding technicalities in language or organoleptic analyses. By talking more, and passionately, about the producers and their territories, young people are made more aware”.



NON C'È OMBRA SENZA CICHETO

*Accompagnano il vino a
Venezia da sempre*

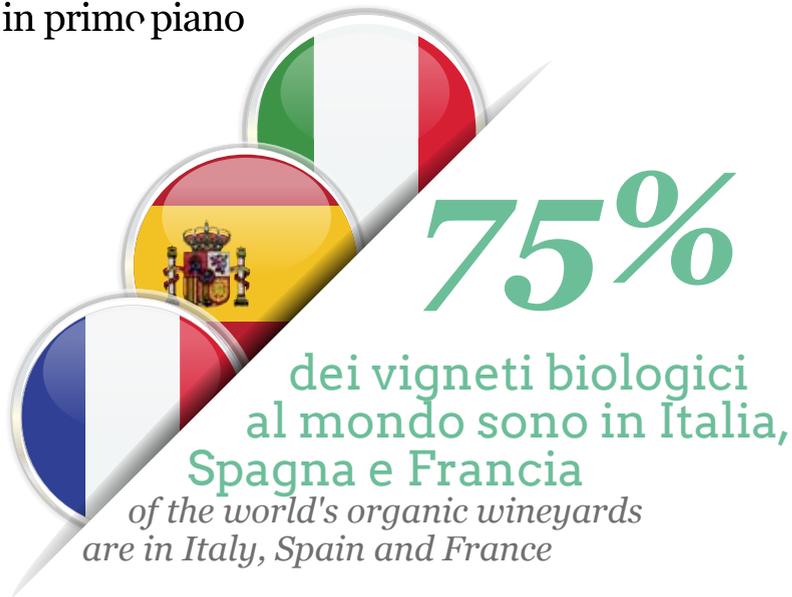
Oggi si chiamerebbero finger food. Ma non provate a usare questo termine a Venezia, dove i *cicheti* per accompagnare uno o più bicchieri di vino sono un'istituzione. Sarde in saòr, folpeti, bacalà mantecato, musetto e polenta, uova sode (con l'acciuga), nervetti, sono solo gli esempi più famosi di un rito che vede lo sposalizio delle ombre con cibi poveri, veloci a consumarsi, di dimensioni contenute. Perfetti insomma per una sosta veloce e rinfrancante nei locali veneziani. E poi ci sono i tramezzini, così battezzati da D'Annunzio per sostituire l'odiato termine anglosassone sandwich. Che proprio *cicheti* non sono, ma a Venezia sono gonfi da far paura.



Eliminerei i bacaro tour dove la gente va solo per ubriacarsi e suggerirei ai sommelier di organizzare degustazioni guidate per i turisti". La filosofia dell'**Osteria Al Biancogiro** ce la spiega Mauro Bettrone, che si occupa dei vini (il locale è gestito con altri due soci): "La passione ci spinge a lavorare al meglio che possiamo, migliorandoci sempre. Abbiamo circa 150 etichette di vini che noi reputiamo buoni, non solo naturali, che vendiamo ad un prezzo onesto. Abbiamo vini in miscita a rotazione, con tre cambi settimanali anche con vini importanti e affinati per anni e poi abbiamo la nostra carta. Faccio molta ricerca e la nostra clientela, composta anche da molti veneziani, viene appositamente per le nostre proposte".

// TEN, A HUNDRED, A THOUSAND WINES

Millevini is a wine cellar open since 2002, that offers a range of Italian wines and holds the largest collection of French wine in the city, including champagne. Around 700 labels, but as the sommelier and manager Lorenzo Meneguse tells us: "we sell a lot of Venetian wines, Prosecco, Soave, Lugana, Valpolicella and Bordeaux blends. Our clients are 50% Italian, 50% from abroad. What would I do to promote quality wine tourism? I would get rid of those "Bacaro" tours which people go on just to get drunk, and I would suggest to sommeliers to organise guided tasting trips for tourists". The **Osteria Al Biancogiro's** philosophy is explained to us by Mauro Bettrone, who takes care of the wines (the establishment is managed together with two other partners): "Passion drives us to work as hard as we can, always improving ourselves. We have around 150 wine labels that we consider to be good, not just natural, and that we sell at a fair price. We rotate wines by the glass, changing them three times a week, also with important and aged wines, then there is our wine list. I carry out a lot of research and our clients, many of them Venetian, come specifically for what we have on offer".



// PICCOLO È BELLO

Il ristorante **Estro** dei fratelli Alberto e Dario Spezzamonte propone circa 700 etichette solo di vini naturali. “È ora – afferma Dario – che si capisca che a Venezia si mangia e si beve bene, non si deve più pensare a questa città come ad una trappola per turisti. Siamo in tanti giovani che lavorano con immensa passione e non per il guadagno fine a sé stesso, stiamo crescendo insieme senza invidie, supportandoci”. All’Osteria enoteca **I Rusteghi**, gestita dall’89 dalla famiglia d’Este, ci sono circa un migliaio di etichette italiane. Dal 2002 è Giovanni d’Este, sommelier, che seleziona piccole aziende poco conosciute e le promuove, anche attraverso delle degustazioni nel suo locale. La clientela normalmente è all’80% straniera. “Porto i miei clienti in *bragosso* (barca da pesca) alla scoperta della Venezia natia, in luoghi conosciuti solo dai veneziani, li scorto a fare il tour delle micro realtà che ci sono in laguna. E restano affascinati da questo mondo incantevole”.

In laguna esistono anche dei produttori di vino (un enotour è fortemente consigliato): a Sant’Erasmus, Orto, di Michel Thoulouze, che dal 2008 produce un unico vino, Orto (malvasia istriana 60% e 40% vermentino), in onore all’isola, che era l’orto di Venezia. Nell’Isola di Mazzorbo è stata ripiantata la dorona, antico vitigno locale, dalla famiglia Bisol, che produce i vini Venissa e Venusa. Inoltre esiste anche un’associazione, Laguna nel bicchiere, che ha recuperato vigne nascoste di giardini, chiostrini, brandelli di paesaggio agricolo dimenticati, spesso incolti. Sono arrivati a produrre per i loro soci, in modo artigianale nella loro cantina all’Isola di San Michele, ben 8 etichette: 3 bianchi e 5 rossi.

// SMALL IS BEAUTIFUL

The **Estro** restaurant, owned by brothers Alberto and Dario Spezzamonte, offers around 700 labels of just natural wines. Dario says: “It is time we are aware that in Venice you can eat and drink well, we have to stop thinking about this city as a tourist trap. There are lots of young people like us, who work with immense passion and not just with the aim of making money, we are growing together and supporting each other, without any sense of envy”.

The Osteria enoteca **I Rusteghi**, managed by the d’Este family since 1989, holds around a thousand Italian labels. Giovanni d’Este, a sommelier, has been selecting small, lesser-known companies and promoting them, through tasting sessions at his establishment since 2002. Normally, clients are 80% from abroad. “I take my clients out in the “bragosso” (a fishing boat) to discover the real Venice, in places known only to Venetians. I take them on tours of the local businesses in the Lagoon and they are fascinated by this enchanted world”.

There are also wine producers in the lagoon (a wine tour is highly recommended). Orto, belonging to Michel Thoulouze in Sant’Erasmus, has been producing a unique wine since 2008, Orto (60% Istrian Malvasia and 40% Vermentino), in honour of the island that was Venice’s garden. The Dorona, an ancient local grape variety, has been replanted on the island of Mazzorbo by the Bisol family, who produce Venissa and Venusa wines. There is also an association, Laguna nel bicchiere, who have salvaged hidden garden vineyards, shreds of often uncultivated, forgotten agricultural landscape. They have managed to produce as many as 8 labels of wine, 3 white and 5 red, using artisanal methods in their wine cellar on the Island of San Michele.