

S. Massenza | Salta la "Notte" che portava turisti: le difficoltà dei distillatori

Alambicchi spenti

PATRICK ZENI

S. MASSENZA - Ponte dell'Immacolata Concezione ormai sinonimo, a Santa Massenza, di una kermesse per cultori della grappa. Quest'anno, però, "La notte degli alambicchi accesi" assume un sapore decisamente amarognolo, guastato dal persistere del virus che detta legge alle cinque distillerie ancora in attività. Allargano le braccia sconsolate, mentre le vendite e la promozione del territorio arrancano.

La mancanza dei consueti spettacoli teatrali itineranti con tanto di aneddoti, cenni storici, curiosità folcloristiche e riferimenti antropologici sull'arte distillatoria gelosamente tramandata di padre in figlio, blocca l'afflusso di turisti. Nell'ordine di due-

mila le presenze - provenienti anche dal Veneto, dalla Lombardia e dal Piemonte - registrate le passate edizioni (nella foto) e allietate con canti, poesie e sobrie degustazioni alcoliche. Contando sull'esperienza dell'Associazione culturale Santa Massenza e dell'Istituto Tutela della Grappa del Trentino si è soliti illustrare i procedimenti scientifici e simbolici delle tecniche produttive. Un tempo le notti d'autunno scivolavano via a "lambicar": le distillerie si aprivano alle cortine di gioviale chiacchiericcio in un clima di assoluta distensione. Adesso, invece, solo ricordi da rispolverare. Ma verrà ancora il tempo di sorseggiare in compagnia all'insegna di un vero e proprio viaggio nei sapori di una terra vocata al broccolo e alla Nosiola, dove il microclima e la sa-

pienza contadina si fondono in un'inconfondibile acquavite. «Spiace non veder arrivare gente, visto che abbiamo appena finito di distillare e la qualità è ottima», rileva Casimiro Poli, erede di una tradizione affinata a partire dal 1924.

Gli fa eco Giovanni Poli, che a partire dagli anni Settanta ha contribuito a trasformare in un'eccellenza una grappa dapprima ritenuta "dozzinale": «In questo momento ci viene a mancare una bella occasione di promozione. Fare degustazioni online non è come avere le persone in cantina».

Sulla stessa lunghezza d'onda viaggiano Giulio Poli e suo figlio Mauro, fieri della "genuinità" di quanto fuoriesce dal loro alambicco di rame: «Ci avevamo sperato fino all'ultimo, in questa manifestazione. Gli anni passati



i ristoranti erano pieni in questo periodo, anche grazie ai mercatini di Natale, e si riusciva a vendere. Adesso invece abbiamo il magazzino pieno».

Per la quarta generazione di vignaioli di Maxentia le perdite di fatturato vengono compensate «solo in parte» tramite il commercio elettronico. «Cerchiamo di promuovere in questo modo i nostri prodotti - rispondono - ma non è facile riuscirci senza le degustazioni». Oltretutto, in

presenza si "vende" un'esperienza, si propone la quintessenza del territorio. Le frange giovanili dimostrano sempre più attrazione per la grappa, e non perché in cerca di sbalzo. «Questo evento ha sempre aiutato richiamare tante persone da fuori qui in paese, e ci aiuta», rileva Francesco Poli, con lo sguardo rivolto alla metà piena del bicchiere, visto il «buon numero di ordini di grappa» finora pervenuti.