

redazione.monza@ilgiorno.it

**QN IL GIORNO**

ilgiorno.it/monza

# Monza Brianza

\* DISTRIBUITO CON QN E QS NON VENDIBILI SEPARATAMENTE

**GIOVEDÌ 19 settembre 2024**

Redazione: via Vittorio Emanuele 1, 20900 Monza - Tel. 039 2358100  
Pubblicità: Speed Monza - Tel. 039 2301008

speed.monza@speweb.it

## LA BRIANZA IN TAVOLA

L'evento

# Monza diventa capitale del vino

## La cantina della Monaca e le nuove "mode" nel bicchiere

Oltre 400 professionisti del settore nel quartier generale del Gruppo Meregalli per scoprire il meglio del made in Italy, i classici francesi e le sorprese da Sudafrica e Australia

di **Michele Mezzanica**  
MONZA

Erano ben 400 i professionisti del settore, tra stampa specializzata e operatori horeca, accreditati al '100Vini in cantina' di Meregalli, l'evento ospitato dall'omonimo gruppo nel quartier generale di via Azzone Visconti, nella storica e suggestiva Cantina della Monaca di Monza. Un appuntamento ormai consolidato, imperdibile per gli operatori del mondo del vino, il terzo e ultimo dell'anno, dedicato al Nord Italia dopo quelli di Trani (Puglia) e alla Tenuta Fertuna (Maremma). Appuntamento che conferma il ruolo di leader del gruppo monzese nel settore dell'import-export di vini e spiritis, con un fatturato che nel 2023 ha sfiorato i 100 milioni di euro registrando un aumento dell'8% rispetto al 2022. Numeri che raccontano solo in parte - ma che rendono l'idea - il successo e l'epopea Meregalli, cominciata addirittura nel 1856 come osteria con miscita a Vedano al Lambro e diventata con gli anni un colosso del mercato, punto di riferimento della distribuzione e della logistica ma soprattutto sinonimo del buon bere, attraverso un'accurata selezione di cantine nelle zone vinicole più rinomate di tutto il mondo. Referenze che si sono ritrovate nel bicchiere lunedì scorso nella giornata di degustazione articolata nei tre piani della sede Meregalli. Vini francesi dalle regioni più rinomate, Champagne e Borgogna su tutte, ma anche referenze dai Paesi emergenti come Sudafrica e Australia, senza dimenticare la sempre più sorprendente Austria, competitor europeo ancora di nicchia, ma sempre più di livello. Spazio anche al gotha dell'enoologia italiana, con le aziende distribuite Meregalli di Franciacorta e Montalcino, Etna, e Langhe, per citarne solo alcune. Particolare curiosità ha destato il ban-

**I NUMERI DEL COLOSSO**

**Il fatturato 2023 ha sfiorato i 100 milioni di euro in crescita dell'8%**



Simone Folsi, direttore commerciale di Visconti43, l'ad del Gruppo Meregalli, Marcello Meregalli e il direttore Corrado Mapelli

co d'assaggio di Fumey-Tassin, la nuova referenza firmata Visconti43, il 'braccio' distributivo del Gruppo Meregalli. Uno Champagne diverso dal solito, d'impostazione pop sin dall'etichetta, che mette al centro un viaggio piuttosto inusuale come il Pinot Bianco, a discapito del Noir e del Meunier ma soprattutto dello Chardonnay, trattandosi di un viaggio bianco. Uno Champagne di taglio moderno, se effettivamente la modernità andrà in questa direzione, che intanto va a coprire una precisa fascia di mercato.

«Dopo il boom della ripresa post Covid - commenta Marcello Meregalli, amministratore delegato del gruppo - lo Champagne sta attraversando una fase di contrazione dei consumi, in parte fisiologica dopo l'effetto ripartenza ma in parte dovuta a una situazione economica generale. Fumey-Tassin produce bottiglie che possono uscire al ristorante a 60 euro, vale a dire la metà dei 120 euro cui solitamente troviamo il primo Champagne nelle carte vini dei locali». La giornata, come detto, si è svolta nel quartiere generale del Gruppo Meregalli, i cui uffici poggiano sulle vecchie fondamenta del Convento della Monaca di Monza. Un luogo, dunque, di grande suggestione storico-letteraria, di manzoniana memoria che accolse Agnese e Lucia

**Dal gusto all'etichetta**

**CREATIVITÀ**



**Lo champagne pop**  
La referenza firmata Visconti43

Particolare curiosità ha destato il Fumey-Tassin la nuova referenza firmata Visconti43, il 'braccio' distributivo del Gruppo Meregalli. Uno Champagne diverso dal solito d'impostazione pop sin dall'etichetta, che mette al centro un viaggio piuttosto inusuale come il Pinot Bianco.

in fuga, dopo il fallito tentativo di don Rodrigo di rapire la giovane. E soprattutto, teatro degli incontri amorosi tra la monaca ed Egidio, uno degli episodi più celebri de 'I Promessi Sposi'. Nel 1962 Isidoro Meregalli acquistò lo spazio, ormai da tempo sconosciuto e divenuto nel frattempo azienda vinicola, per dare vita all'epopea di quello che oggi è il Gruppo Meregalli.

In questo grande scantinato con volte a botte, della struttura del monastero è rimasta solo una parte, un vano quadrangolare con volta a vela, verso la chiesa, chiuso da una porta seicentesca, un corridoio che dà sul pozzo profondo in comunicazione con le acque del Lambro. Ciò che rimane in superficie dell'antico convento della monaca è invece un portichetto di ingresso che si trova a sinistra della chiesa; il resto del monastero venne distrutto nel 1956 per la costruzione dell'attuale condominio. L'ex refettorio del monastero, il portico, la tinaia e una parte del giardino appartengono oggi a diversi privati cittadini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**SUL MERCATO**

**L'azienda di famiglia ormai è diventata punto di riferimento della distribuzione**



**L'abbinamento con il liceo**

**Gli studenti disegnano l'arte... da bere**

MONZA

Il liceo artistico Nanni Valentini rinnova l'Enoteca Meregalli di Monza grazie ai disegni degli studenti. Se la prima edizione ha coinvolto un solo studente, Giovanni Matteucci, questa volta i ragazzi di 4° e 5° G indirizzo Figurativo si sono sfidati, presentando la loro idea di illustrazione legata al mondo del vino, a Monza e al territorio. Circa 45 i progetti ispirati al Duomo, alla Villa Reale e alla Corona Ferrea realizzati, ma solo 5 sono stati selezionati per essere realizzati. I ragazzi hanno presentato i loro lavori all'Enoteca Meregalli di via Italia.

«L'arte per Gruppo Meregalli è una costante dalla creazione nel 2001 del Museo Vinarte - le parole di Marcello Meregalli, amministratore delegato del Gruppo Meregalli -. Ma se il museo rimane un luogo chiuso al grande pubblico, abbiamo voluto portare un po' di questa arte nella nostra enoteca, dal 1955 nel cuore di Monza. Da qui nasce l'idea di coinvolgere il liceo Nanni Valentini, in un contest per far emergere gli studenti che meglio riescono a interpretare il tema del vino collegato a Monza e al territorio. Alla classe viene offerta una visita personalizzata al Cenacolo di Leonardo, mentre i ragazzi selezionati che hanno realizzato le opere, hanno visibilità all'interno della nostra enoteca, come spazio espositivo». «Il liceo artistico - conclude Alessandra Cappola, la professoressa che ha coordinato il progetto - ha sviluppato negli anni una propensione a lasciarsi coinvolgere nelle iniziative artistiche presenti sul territorio monzese: in collaborazione con le realtà imprenditoriali e con gli enti locali».

**Cristina Bertolini**