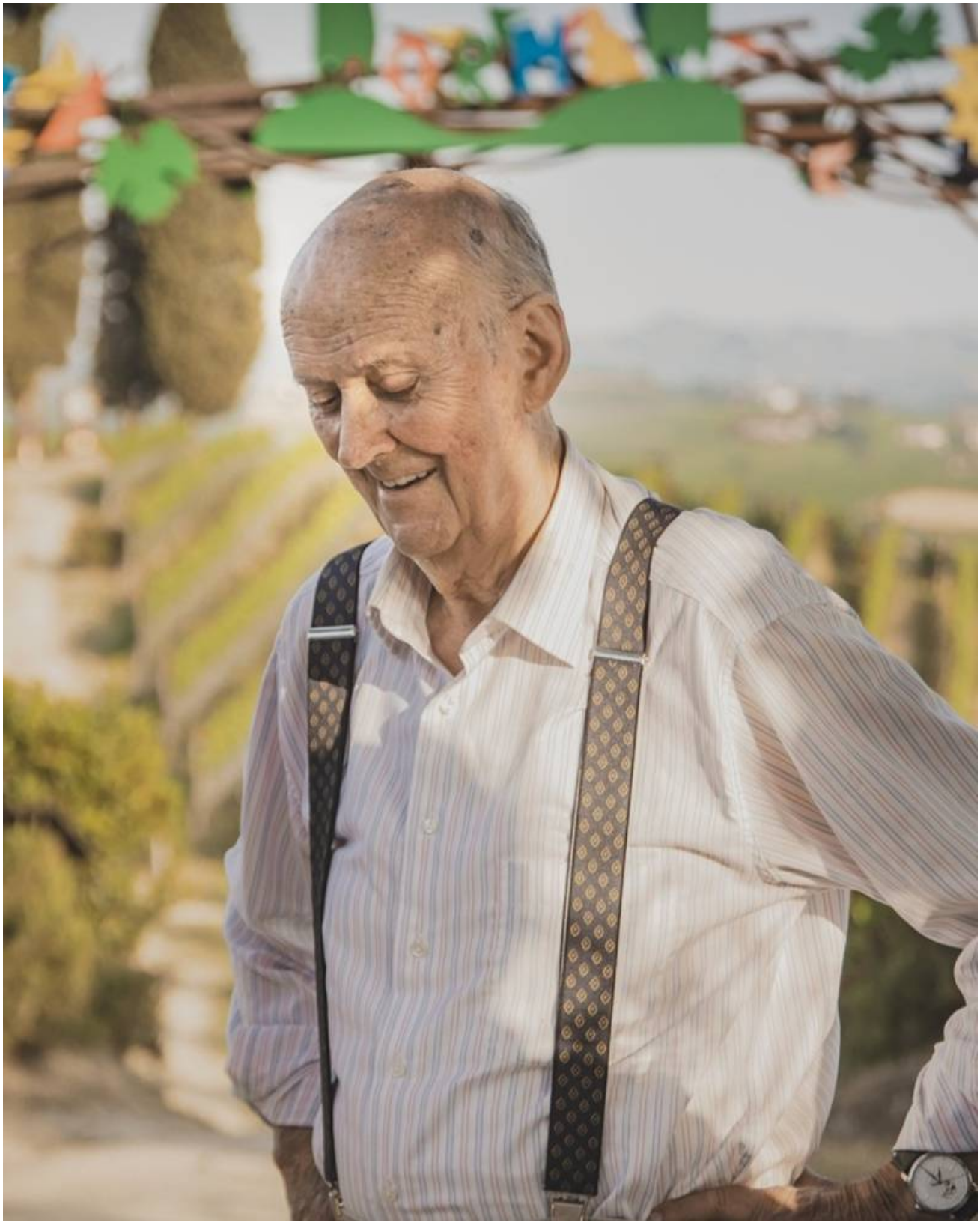
vinetur

Michele Chiarlo celebra 70 anni e punta sulla successione familiare

La cantina piemontese racconta il proprio contributo alla Barbera d’Asti, alla Nizza DOCG e allo sviluppo dell’enoturismo.

giovedì 8 ottobre 2026



Michele Chiarlo, cantina piemontese fondata nel 1956 a Calamandrana, celebra quest’anno il 70° anniversario ripercorrendo il proprio ruolo nello sviluppo della viticoltura moderna nella regione e rinnovando l’attenzione alla successione familiare, all’identità dei vigneti e all’ospitalità.

L’azienda, fondata da Michele Chiarlo quando aveva 23 anni, ha spiegato che l’anniversario è presentato non solo come una tappa importante per l’impresa, ma anche come un’occasione per ripercorrere una fase più ampia della storia del vino in Piemonte: dagli anni del dopoguerra, caratterizzati da una produzione in gran parte agricola, all’affermazione internazionale delle Langhe e del Monferrato come importanti territori per i vini di qualità. In questo periodo, secondo la cantina, sono cambiate profondamente le pratiche in vigneto e in cantina, le strategie di esportazione e l’idea stessa di enoturismo, mentre l’approccio di fondo è rimasto legato al valore dei singoli vigneti.

Secondo l’azienda, una delle prime scelte decisive è stata investire nel potenziale qualitativo della Barbera d’Asti, in un momento in cui il vino era ancora considerato soprattutto un prodotto da tavola di tutti i giorni. Il lavoro iniziale di Michele Chiarlo si è concentrato sul dimostrare che la denominazione poteva esprimere vini strutturati, eleganti e adatti all’invecchiamento, restando fedeli alla propria identità locale. Negli anni Sessanta e Settanta, ha dichiarato la cantina, sono aumentate le sperimentazioni in vigneto e in cantina, insieme all’attenzione per la provenienza delle uve.

L’azienda individua una svolta importante nel 1978, quando realizzò le prime selezioni in bottiglia di Barolo, Barbaresco e Barbera d’Asti. Un’altra fase significativa, ha spiegato, arrivò negli anni Ottanta, con l’adozione di pratiche come il diradamento dei grappoli, allora ancora poco diffuse nella zona e finalizzate a migliorare la qualità delle uve anziché a massimizzare le rese.

Allo stesso tempo, la cantina ha dichiarato di essersi impegnata a promuovere la Barbera d’Asti all’estero, diventando una delle prime aziende a portare la denominazione in Nord America e in Asia. La strategia di esportazione, ha spiegato, puntava a presentare la Barbera d’Asti come una denominazione legata al territorio, non semplicemente come un vitigno. L’impegno è proseguito negli anni Ottanta e Novanta con la creazione di etichette di Barbera d’Asti provenienti da cru, una scelta che la cantina collega al successivo sviluppo della Nizza DOCG.

Michele Chiarlo ha dichiarato di essere stata tra le aziende che hanno contribuito a delineare il percorso verso la Nizza DOCG, collaborando con un piccolo gruppo di altri produttori alla definizione del disciplinare. La nascita della Nizza DOCG è stata una delle trasformazioni più importanti nella storia moderna della Barbera in Piemonte: ha individuato un'area e uno stile più rigorosi per i vini prodotti nei dintorni della città di Nizza Monferrato, accrescendo il profilo della categoria sui mercati esteri.

Nel racconto dell'anniversario, la cantina pone inoltre l'accento sulla crescita delle proprie tenute in alcuni dei siti più noti del Piemonte. Nel 1988 è entrata a Cerequio, uno degli storici cru del Barolo. L'anno successivo ha acquisito Cannubi, un altro sito ampiamente riconosciuto della denominazione. L'azienda ha definito queste acquisizioni fondamentali per la propria convinzione che il carattere di un vino sia inscindibile dal vigneto in cui nasce.

Questa strategia incentrata sui singoli siti si è ampliata nel 1995 con l'acquisizione di Tenuta La Court nel Monferrato, in un'area che sarebbe poi entrata a far parte della Nizza DOCG. La tenuta è diventata un punto di riferimento per il lavoro della cantina sulla Barbera e sulle differenze tra le singole origini. Nel tempo, l'azienda ha costruito un portafoglio che comprende Cerequio, Cannubi, Asili, Faset, La Court e Rovereto, distribuiti in alcune delle principali aree viticole della regione.

Negli ultimi decenni, la cantina ha affiancato alla produzione e all'esportazione investimenti sempre più consistenti in progetti che intrecciano vino, turismo, arte e identità culturale della campagna. Nel 2003 ha inaugurato Art Park La Court, un'installazione tra i vigneti di Castelnuovo Calcea, pensata per unire agricoltura, paesaggio e arte contemporanea. Nel 2011 ha aperto Palás Cerequio, un progetto di ospitalità nella zona del Barolo incentrato sul cru Cerequio.

La strategia è proseguita nell'ottobre 2024 con l'apertura del Cannubi Path, un percorso artistico ideato dall'artista italiano Ugo Nespolo sulla collina di Cannubi. La cantina ha spiegato che il progetto ha realizzato un desiderio coltivato a lungo da Michele Chiarlo: creare uno spazio capace di accogliere i visitatori e di offrire un nuovo punto d'incontro tra il paesaggio vitato e l'arte.

Per l’anno del 70° anniversario, la cantina ha dichiarato di voler riportare l’attenzione su Cerequio con il progetto Cerequio30, dedicato a 30 annate di Barolo Cerequio. L’azienda ha descritto l’iniziativa come un’occasione per esaminare l’evoluzione del vino nel tempo e sottolineare il lungo legame tra la tenuta e quel vigneto.

Oggi la guida dell’azienda è affidata ai figli di Michele Chiarlo, Stefano e Alberto Chiarlo, che hanno spiegato come l’anniversario arrivi in una fase in cui l’impresa cerca di conciliare continuità e adattamento. In dichiarazioni diffuse dall’azienda, Stefano Chiarlo ha affermato che l’anniversario conferma un progetto di lungo periodo fondato su un legame profondo con i vigneti di famiglia. Ha aggiunto che la visione del padre nasceva dalla convinzione che i territori piemontesi e i vitigni autoctoni potessero dare vita a vini dalla forte identità, e che la sfida attuale consiste nel continuare a interpretare quei luoghi con rispetto, affrontando al tempo stesso le nuove pressioni in viticoltura.

Alberto Chiarlo ha dichiarato che la storia della cantina è sempre stata legata sia ai luoghi in cui nascono i vini sia all’impegno per portarli sui mercati internazionali. Ha spiegato che l’espansione all’estero è stata costruita attraverso rapporti duraturi con importatori e distributori e che i progetti più recenti in ambito artistico, ricettivo e paesaggistico mirano ad ampliare il modo di raccontare il territorio senza comprometterne l’autenticità.

L’azienda ha inoltre dichiarato che una quarta generazione della famiglia sta iniziando ad avvicinarsi all’impresa: i più giovani stanno completando gli studi e maturando le prime esperienze professionali, anche nel settore vitivinicolo. La cantina ha indicato questa transizione come uno dei temi centrali della prossima fase.

L’anniversario ricorre in un momento in cui i produttori piemontesi si trovano ad affrontare un contesto più complesso rispetto a quello in cui Michele Chiarlo iniziò la propria attività nel 1956. Negli ultimi 70 anni, la regione è passata da una notorietà locale e nazionale a un ruolo di primo piano a livello globale, grazie anche a disciplinari più rigorosi, a una mappatura più dettagliata dei vigneti, a reti di esportazione più solide e alla crescita dell’ospitalità legata all’enoturismo. Il racconto della famiglia Chiarlo segue da vicino questa evoluzione, soprattutto nel passaggio da una produzione

orientata ai volumi a vini legati a singoli siti e da modelli aziendali agricoli a marchi che puntano anche sulle esperienze culturali e sul rapporto diretto con i visitatori.

Eppure, il messaggio della cantina per l’anniversario è incentrato più sulla continuità che sull’espansione. Dai primi investimenti nella Barbera d’Asti al lavoro sui cru del Barolo e sulla Nizza DOCG, l’azienda ha dichiarato di aver mantenuto lo stesso obiettivo: interpretare il Piemonte attraverso i suoi vigneti e trasmettere questo lavoro alla generazione successiva.