

**L'appuntamento** Dal 6 al 9 aprile la 48a fiera con 4.100 espositori internazionali

**Le novità** Nascono VinitalyBio, un'area internazionale e un «fuori salone» goloso

## VINITALY A VERONA

# Il mondo in un bicchiere

Un vecchio contadino avrebbe guardato con preoccupazione a questo inverno quasi assente (le gemme, sfidando le ultime gelate, erano sulle viti già a febbraio) e alle incognite di un'estate annunciata come la più lunga e calda del millennio. La pioggia di dati che accompagna puntualmente l'arrivo del Vinitaly, alla Fiera di Verona dal 6 al 9 aprile, ha però le caratteristiche di quell'acqua leggera e benedetta che dà respiro alla terra dei vigneti in tempi di siccità: la vendita all'estero del nostro vino (Stati Uniti e Germania su tutti, poi Regno Unito, Russia, Nord Europa e via via gli altri) nel 2013 ha per la prima volta infranto la barriera dei 5 miliardi di euro (+7,3% rispetto al 2012, ma soprattutto più 37% negli ultimi cinque anni).

Un dato che mitiga solo in parte quello amaro del mercato interno, sorprendente solo per i non addetti ai lavori: in Italia si beve sempre meno (siamo ormai sotto i 40 litri pro capite all'anno), anche se oltre confine finiscono «solo» 20 dei 47 milioni di ettolitri prodotti ogni anno dalle nostre vigne. «Non c'è dubbio che il mercato estero è il nostro fiore all'occhiello, anche se i margini di miglioramento sono enormi, soprattutto in Asia, dove da anni non riusciamo a sfondare la soglia del 5-6%. Per questo abbiamo organizzato in Cina due eventi, seguiti da quasi 300 aziende, e abbiamo lavorato duramente per avere a Verona molti buyer provenienti dall'Oriente — dice Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere —. Restando in Italia, invece, la crisi e le nuove tendenze hanno avuto il loro peso. Ma il mercato interno è ancora uno dei più importanti del mondo e, anche se meno remunerativo, non va assolutamente abbandonato: è fatto di gente preparata, attenta, che cerca qualità anche in rapporto al prezzo. Bisogna giocare bene in casa e vincere all'estero, perché il vino, con la moda e il design, identifica il nostro stile di vita e fa parte del mo-

Mercato estero da record, continua il calo in Italia.  
«Ora serve una cultura del bere sano e corretto per le nuove generazioni»

dello di promozione del nostro Paese sui mercati internazionali. E poi, guardando avanti, bisognerebbe porsi seriamente il problema del rapporto tra vino e giovani generazioni, trovare la chiave per trasformare il vino in qualcosa di sexy, una tendenza sana caratterizzata da un consumo corretto e alternativo all'uso di altri prodotti alcolici che in questo momento hanno più appeal presso i ragazzi».

Da qualcuno Vinitaly, arrivata alla 48ª edizione, è stata accusata di es-

sere una fiera obsoleta, con stand troppo costosi, fatta nella città sbagliata, troppo affollata di curiosi e, soprattutto, dove non si concludono più affari: un attacco frontale che non ha lasciato insensibili gli organizzatori, impegnati su più fronti a limare i difetti e aumentare le iniziative di un appuntamento che rimane un momento privilegiato e insostituibile dove fare il punto sul settore e poter incontrare nel giro di quattro giorni quasi tutti i propri clienti e fornitori.

### Fiore all'occhiello

Nel 2013 il nostro vino all'estero ha superato i 5 miliardi di euro. Ma in Asia dobbiamo farci strada»

### Il direttore Mantovani

«In Italia siamo sotto i 40 litri pro capite, ma restiamo uno dei mercati più importanti del mondo»

Quest'anno, per esempio, con lo scopo di aumentare la visibilità dei 4.100 espositori e di potenziare gli scambi commerciali, sono stati aumentati gli spazi per gli affari destinati a produttori e buyer provenienti da oltre 89 (International Buyers Lounge), con un'area tasting per degustazioni riservate, mentre il neonato padiglione I, ribattezzato Viniternational, diventa la nuova casa di quasi tutti gli espositori esteri.

La nascita di VinitalyBio (vedi box) regala un'identità più precisa a Vivit (Vigne Vignaioli Terroir), il salone dedicato ai vini artigianali, mentre Vinitaly and the City, a Palazzo della Gran Guardia, rappresenta il Fuorisalone della manifestazione e per 15 euro offre agli appassionati di enogastonomia quattro diverse degustazioni a scelta tra vino e cibo.

Uno sforzo di razionalizzazione e professionalizzazione, dunque, che non trascura la logistica: risolto lo scorso anno il problema della copertura telefonica e wifi, saranno aumentati ristoranti interni, toilette e parcheggi, potenziati i collegamenti con quelli dello Stadio, dell'ortomercato e dell'aeroporto («Ma perché non venire in treno?», dice Mantovani) e offerto il catalogo online anche in versione smartphone. Tanti piccoli passi per cercare di offrire un prodotto sempre migliore, come una bottiglia di buon vino.

**Marcello Parilli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il sondaggio** Tra gli esperti mondiali del settore vitivinicolo, la crescita qualitativa dell'isola è la novità più dirompente nel fascino dell'Italia

## La Grande Bellezza enologica: per gli stranieri vince la Sicilia

**E** la Grande Bellezza approdò al Vinitaly. Non poteva che essere così, d'altronde. Al netto del film da Oscar di Paolo Sorrentino, che cosa può vantare l'Italia davanti agli occhi del mondo? Quali gioielli può esporre nella vetrina internazionale per sedurre? Di sicuro, i giacimenti enogastronomici del territorio, anzi dei territori, che oltre a produrre cose buone, offrono paesaggi ineguagliabili, gusto del ben vivere, arte, storia, cultura. In una parola, Bellezza. Con l'aggettivo Grande di rinforzo. Ne sono convinti soprattutto i media stranieri che seguono da vicino le nostre performance enologiche. E qui parliamo delle firme prestigiose della stampa internazionale. Interpellate da *WineNews* per Vinitaly, hanno indicato le aree vitivinicole che, a loro giudizio, rappresentano al meglio l'appeal italiano dei luoghi del vino. Con qualche sorpresa. Se, infatti, le colline e i filari della Toscana, regione che da tempo vanta solidi riconoscimenti, rappresentano il paesaggio-simbolo, ben conservato, praticamente immutato dai tempi di Leonardo, ecco irrompere sulla scena il Sud. La Sicilia, soprattutto. Variiegata, diseguale ma coinvolgente non solo per il suoi vini fortemente cresciuti in qualità. C'è anche l'elemento natura ad esaltarne il fascino. «Penso, in particolare, ai versanti dell'Etna, con il vulcano fumante, i ripidi pendii, le viti ad alberello, il suolo nero - dice Kerin O'Keefe, responsabile Italia di *Wine Enthusiast* -. Tutto è mozzafiato, e i vini sono favolosi».

Non si sbilancia, invece, Walter Speller, firma di *JancisRobinson.com*, apprezzando i luoghi italiani nel loro insieme, che hanno carattere individuale ma univoca bellezza.

«Ogni regione - nota il giornalista inglese - ha qualcosa di incantevole che ritrovi anche nel vino, se prodotto nel rispetto dell'ambiente. Mi è accaduto persino di riscoprire positivamente un luogo che

non mi piaceva, soltanto dopo averne degustato il vino». Puntano sulla Toscana Sophie Liu, importante wine educator dei paesi asiatici (autrice, tra l'altro, di «Grandi Vini di Toscana») e Tim Atkin, Master of

Wine e uno dei più seguiti wine writer di Oltremontana. Afferma la prima: «La Toscana è cultura, arte, storia, vino, cibo, persone, moda». E il secondo: «Il mio luogo del cuore è Montalcino. Per il paesaggio intatto, la città, la gente, e soprattutto i vini». Dalla Russia, Eleonora Scholes, una delle voci del vino più autorevoli (editore di *www.spaziovino.com*), esalta come Speller l'Italia intera («offerta di molti luoghi, ognuno stupefacente a suo modo per diverse ragioni») ma dà la sua preferenza personale alle Langhe piemontesi. «Hanno un fascino raffinato e sono stimolanti - spiega -. Dalla natura dei borghi all'accoglienza, alla gastronomia (fantastici tartufi bianchi!) e, naturalmente, al vino. Nel mio Olimpo metto il Barbaresco e il Barolo. Che, tuttavia, esigono un bevitore di livello».

Si torna in Sicilia con Monica Lerner, responsabile per l'Italia di *The Wine Advocate*. «Mi piace l'innovazione che si sta facendo attraverso la riscoperta dei vitigni autoctoni - osserva -. È la nuova frontiera. Guardando al passato, si vede il futuro del vino italiano. La Sicilia ti dà questa visione. È eccitante. Al pari, oggi non trovo altra regione. Sono appena tornata dall'Isola...». Da queste parole, possiamo azzardare che la palma della Grande Bellezza spetti alla Sicilia. Concorde Alessandro Regoli, direttore di *WineNews*, uno dei siti più cliccati dagli amanti del buon bere: «Al di là del fascino indiscusso di altri luoghi ormai consacrati - e qui mi riferisco alla Toscana - la Sicilia, oggi, è la regione che offre, dalle sue radici, il nuovo. La forza della sua storia, delle contaminazioni da essa derivate, del paesaggio, si riflette anche nei vini. Che valorizzano vitigni autoctoni e internazionali. Musi-

ca a più note». Conclude: «Viticoltori come Planeta, Tasca d'Almerita, Donnafugata, hanno aperto la strada al successo. Oggi anche in Sicilia il vino riesce a trainare il turismo. Non era mai accaduto».

**Marisa Fumagalli**

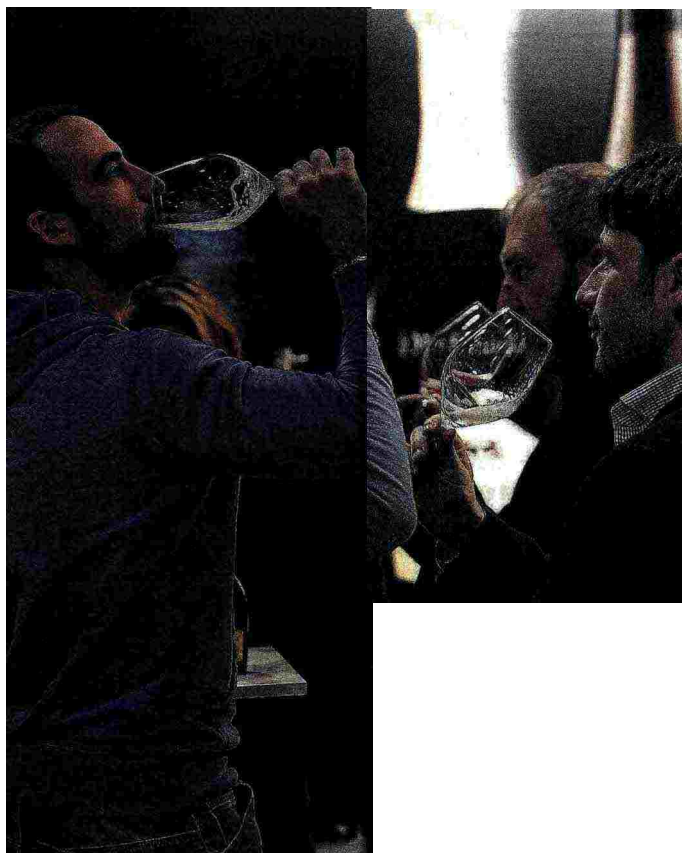
© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Sensazioni forti

Kerin O'Keefe: «La natura gioca un ruolo esaltante: come il suolo nero dei pendii dell'Etna»

### Cambio di opinione

L'inglese Walter Speller: «Mi è capitato di rivalutare un posto dopo una degustazione»



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



**Il podio**



**MONTALCINO ARTISTICA**

Armonia tra arte ed enologia nella celebre zona vinicola del Senese (foto Castello Banfi)



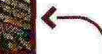
**SOTTO IL VULCANO**

Alle pendici dell'Etna la forza della natura favorisce l'operazione di riscoperta dei vitigni autoctoni (foto Garozzo)



**LANGHE LETTERARIE**

Accoglienza, gastronomia e vini importanti decantati da molti scrittori: il fascino raffinato delle colline del Cuneese (foto)



**La guida**

Dal 6 al 9 aprile Veronafiere (V.le del Lavoro, 8) ospita la 48ª edizione di Vinitaly, Salone internazionale dei vini e dei distillati, a cui si abbinano come da tradizione Sol&Agrifood ed Enolitech, i due saloni con l'eccellenza del food e delle tecnologie per la viticoltura, l'enologia e l'olivicoltura made in Italy. Al Vinitaly, che prevede quattro giorni di eventi, rassegne, degustazioni e workshop mirati all'incontro delle cantine espositrici con gli operatori del comparto, saranno presenti 4.100 espositori provenienti da oltre 80 Paesi. Per informazioni: tel. 045/8298854 (9-12.30), [www.vinitaly.com](http://www.vinitaly.com). Biglietto giornaliero: 50 euro (45 euro online). Abb. 4 giorni: 90 euro (80 euro online)

**Eccellenza**

Una degustazione simbolo della cultura del vino e dell'eccellenza italiane rappresentate a Vinitaly (foto Toniolo/Errebi)

**Arriva il bio** Grazie al crescente interesse per il vino biologico nasce **Vinitalybio**, salone specializzato (e rigoroso, è la promessa) riservato a vini certificati dalle recenti norme europee. Una nicchia produttiva che sta crescendo in Italia e che occupa il 7% del vigneto nazionale. Questo exploit ci fa guadagnare il secondo posto per estensione a livello mondiale.

**120**

Sono i Paesi da cui provengono ogni anno i 50 mila operatori esteri, parte delle 140 mila persone che in media visitano ogni anno il Vinitaly



**La scoperta** Dopo una ricerca dell'Università di Sassari durata 16 anni

# Argiolas e altri centenari

## Il merito del Cannonau

Gli scienziati confermano il potere del rosso sardo

«**I**l segreto di vivere cento anni è la voglia di vivere e di fare. Io avevo sempre voglia di fare». Antonio Argiolas aveva un terzo segreto per la longevità: bere un bicchiere di Cannonau ad ogni pasto. Sembrava un vezzo, per il pioniere del vino sardo, morto nel 2009 alla felice età di 103 anni. Ora si scopre quel rituale che ha un fondamento scientifico. Luca Deiana, docente di biochimica clinica e molecolare all'Università di Sassari, ha studiato per 16 anni 3.000 centenari sardi, tra cui proprio Argiolas. Il progetto di ricerca si chiama AkeA: è l'acronimo della formula beneaugurante «A Kent'Annos».

La premessa è il vino, probabilmente l'antenato del Cannonau, esisteva nell'isola già nell'antichità, come dimostrano molti resti archeologici, tra cui i vasi di ceramica del XII secolo avanti Cristo, con tracce di acido tartarico, trovati nel novembre scorso in una tomba nei pressi del nuraghe Arribiu di Orroli. Epigrafi latine del II secolo dopo Cristo tramandano invece nomi di sardi ultracentenari. «Dei 3.000 arruolati nel progetto - spiega Deiana - il 93% degli uomini e il 63% delle donne beve vino rosso soprattutto Cannonau, due bicchieri. Questa quantità, secondo i nostri esperimenti, ha un effetto benefico verso le cellule umane, perché le sostanze contenute nel vino (resveratrolo e acido cumarico), assunte dai nostri centenari, regolano l'equilibrio della produzione di radicali liberi».

La conclusione, secondo il docente,



**103 anni** Argiolas, morto nel 2009

è che «due bicchieri di Cannonau bevuti durante i pasti contribuiscono, assieme ad altri fattori, a far vivere più a lungo».

Quando, in febbraio scorso, usando i dati di un altro studio, ne parlò nella sua trasmissione televisiva il chirurgo americano Mehmet Oz, Argiolas vide aumentare del 60% le vendite negli Stati Uniti. «Il merito va alle proprietà antiossidanti, da 5 a 10 volte superiori agli altri rossi», spiega Valentina Argiolas, 36 anni, la nipote del fondatore ora alla guida dell'azienda con la sorella Francesca, il cugino Antonio, il padre Franco e lo zio Giuseppe.

### Il patriarca

La nipote Valentina: «Mio nonno puntò tutto sulla qualità con vitigni autoctoni e una bevanda non più iperalcolica»

Quel vino che sembra diventato un elisir di giovinezza, fino a una trentina di anni fa era tutt'altro che docile al palato, era robusto e muscoloso e arrivava a toccare i 17 gradi alcolici. Il patriarca Argiolas lo beveva comunque, come ha raccontato in «Io sono vissuto per la cantina» (Sara Cossu, Grafiche del Parteolla). Partito da 2 ettari è arrivato a conquistarne 300. «Negli anni Settanta, davanti all'alternativa se incassare gli aiuti comunitari per spiantare le viti oppure dare una svolta all'azienda - racconta Valentina - il nonno puntò tutto sulla qualità: solo vitigni autoctoni, rese più basse in vigna, e stop agli stereotipi del Cannonau iperalcolico e difficile da bere. Abbiamo scelto uno stile internazionale e il successo è arrivato». Sia per il Costera, un Cannonau in purezza, sia, soprattutto, per il Turriga, il vino di punta dell'azienda, che contiene oltre al Cannonau altri 3 vitigni sardi: Carignano, Bovale e Malvasia nera. È stato prodotto per la prima volta nel 1988. «Annata ancora in ottima forma, ne abbiamo da poco aperta una bottiglia», assicura Valentina.

Ora Argiolas è diventata un'azienda da 2,5 milioni di bottiglie l'anno. Grazie al patriarca Antonio che di se stesso diceva: «Ho sempre lavorato di giorno e di notte. Con una forza di ferro. Il vino l'ho prodotto io e quindi sono io che ho fatto diventare grandissime le mie cantine».

**Luciano Ferraro**  
divini.corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'iniziativa Il vino di Montefalco e il progetto Wwf-Caprai sulla biodiversità

# Sagrantino, nuova rivoluzione verde e una bottiglia sotto il segno del Panda

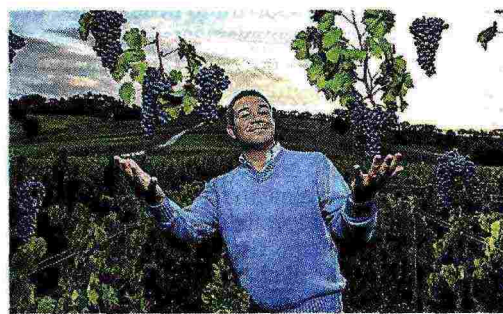
La seconda rivoluzione del Sagrantino ha lo stesso protagonista della prima, Marco Caprai, 50 anni. Una rivoluzione verde. Con il Wwf. Sotto il segno del Panda, finirà in bottiglia un vino nato dalla tutela della vita in campagna, nell'ombra Montefalco. L'obiettivo del progetto, che sarà presentato al Vinitaly, è creare una rete di «custodi della biodiversità» tra i vignaioli italiani, un biglietto da visita per l'Expo 2015.

Quando il Sagrantino era un vino rustico (grande in potenza) Arnaldo Caprai, imprenditore tessile (cachemire Cruciani), comprò 40 ettari di viti. Era il 1971. Nel 1987 arrivò Marco, che cambiò tutto. «I vigneti avevano tre piani, così l'uva maturava in modo diverso ma finiva nelle stesse vasche. Abbiamo creato un piano unico, questo ha elevato la qualità delle uve, ed è iniziata così la rivoluzione del Sagrantino». In pochi anni il vino si è fatto conoscere anche fuori dall'Italia. Montefalco è decollata: da 10 le cantine sono diventate 80, i posti letto per i turisti da 500 a 3.000, gli arrivi sono aumentati negli ultimi 4 anni del 43%.

«Dietro tutto ciò c'è il nostro lavoro scientifico — racconta Marco Caprai —. Abbiamo creato la banca del Sagrantino, raccogliendo i semi delle piante rare che sarebbero altrimenti scomparse. Con l'Università di Milano le abbiamo riprodotte scoprendo anche varietà a bacca bianca e rosa. Lo stesso tipo di lavoro l'abbiamo svolto con le leguminose, che rendono più ricche le terre dei vigneti». L'approdo nel 2008 è stato «New Green Revolution», decalogo per la buona ge-

stione (dalla riduzione dell'uso di risorse all'impegno nella comunità locale). Finora hanno aderito 7 aziende di Montefalco. L'ultimo passo è il piano Wwf-Caprai «per migliorare». Un esempio? Quest'anno proveremo a diminuire l'uso delle macchine tra le vigne, riducendo quindi il consumo di gasolio. E useremo sempre di più uno speciale tunnel ideato da noi, che consente di raccogliere fino al 95% dei trattamenti sulle vigne che prima venivano dispersi nella terra».

Qual è la differenza con altri gruppi di vignaioli che dedicano energie e rispettano regole per un vino naturale e sano?



**Campagna umbra** Marco Caprai, 50 anni, in vigna

### Strategie ambientali

«Abbiamo creato una banca di semi di piante rare: sarebbero scomparse. E ridurremo l'uso di macchine, e gasolio, in vigna»

«Con il Wwf il nostro obiettivo è la tutela della biodiversità, senza divieti sull'uso di sostanze che possono essere indispensabili al raccolto in situazioni climatiche avverse».

Il fratello di Marco, Luca Caprai, è l'uomo del successo dei braccialetti Cruciani in pizzo macramè. Il produttore di vino ha usato uno di quei braccialetti, con grappoli di Sagrantino. È servito a raccogliere fondi online per recuperare una pergamena del 1452 del pittore Benozzo Gozzoli su Montefalco che era stata venduta all'asta a un privato. Obiettivo centrato, domani verrà dato l'annuncio, con il lancio di una seconda

iniziativa analoga, per restaurare un crocifisso ligneo di scuola giottesca, a Montefalco. Un'attività che ha convinto il Vaticano a far uscire dai suoi Musei un'opera del maestro di Gozzoli, il Beato Angelico: a Montefalco sarà esposta una pala d'altare che raffigura una Madonna con Bambino. «Ci aspettiamo un successo come quello per l'esposizione nel gennaio scorso della Madonna di Foligno di Raffaello nel monastero di Sant'Anna, a Foligno, appunto. Sarà la dimostrazione che una sola grande opera può calamitare interesse più di tante mega-mostre. Anche questo è il senso della sostenibilità ambientale».

**L.F.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Prima dei wine bar

Onore alle osterie  
teatro della vita  
e della letteratura

di NUCCIO ORDINE

Non sta scomparendo solo il nome nelle insegne, ma sta scomparendo anche la concezione stessa delle osterie e delle «vinerie» di un tempo. Al posto dei ruspanti prodotti locali e del tipico quartino della casa, oggi il wine bar offre ai suoi esigenti clienti raffinate degustazioni di vini selezionati e di cibi sfiziosi. Si beve e si mangia in ambienti sofisticati che non hanno niente a che fare con i toni dimessi e rustici delle taverne. Eppure, nonostante il declino commerciale, per secoli la letteratura ha considerato osterie e taverne come luoghi privilegiati dell'immaginario. Proprio qui, tra un calice di rosso e un piatto caldo, hanno preso forma avvincenti storie di truffatori e di sognatori di ogni condizione sociale. Al lume di candela e al chiarore di un fuoco acceso per cucinare e per riscaldare, infatti, misteriosi e occasionali commensali hanno ascoltato o letto storie d'amore, storie di magia, storie di peregrinazioni avventurose. Non a caso in alcuni classici spetta addirittura all'oste il ruolo per eccellenza di narratore. Nell'«Orlando furioso», per esempio, la novella più bella del poema viene raccontata al feroce Rodomonte da un taverniere: *Rispose il Saracin: - Che puoi tu farmi, / che più al presente mi diletta e piaccia, / che dirmi istoria e qualche esempio darmi / che con l'opinion mia si confaccia? / Perch'io possa udir meglio, e tu narrarmi, / siedemi incontra, ch'io ti vegga in faccia. / Ma nel canto che segue io v'ho da dire / quel che fe' l'oste a Rodomonte udire (XXVII, 115)*. Nella sorprendente e oscena vicenda del ménage à trois tra Astolfo, Iocondo e Fiammetta, l'infuriato

pagano vede riflessa l'infedeltà della sua promessa sposa che poche ottave prima lo aveva umiliato confessando di amare il rivale Mandricardo. E nelle osterie si leggono anche storie ad alta voce, come accade nel «Don Chisciotte della Mancia». In una valigia dimenticata da un distratto viaggiatore, infatti, il locandiere scopre un manoscritto intitolato Novella del curioso impertinente, che sarà immediatamente letto da un curato. Sancho, assieme agli altri commensali, ascolta la storia di Anselmo e Camilla, finita tragicamente a causa del folle desiderio del marito di mettere alla prova la fedeltà della sua bellissima moglie. Ma, nel vivo del racconto, le disavventure della coppia vengono interrotte dalle urla di Don Chisciotte che, credendo di aver mozzato la testa a un bestiale gigante, aveva invece forato due grandi otri gonfi di vino («Aveva già menato tanti fendenti agli otri che tutta la stanza era piena di vino»). Per alcuni autori però la taverna diventa soprattutto il palcoscenico in cui è possibile ritrovare la pluralità e le contraddizioni del teatro del mondo. In una bellissima scena del «Candelaio», Giordano Bruno mostra come la celebre osteria del Cerriglio a Napoli, durante una lite tra l'oste e alcuni suoi clienti, possa essere stata, per un momento, la chiara rappresentazione di una realtà in cui è assurdo delimitare gli opposti e racchiudere la vita all'interno di un unico punto di vista: «Concorsero molti: de quali, altri pigliandosi spasso altri attristandosi, altri piangendo altri ridendo, questi consigliando quelli sperando, altri facendo un viso altri un altro, altri questo linguaggio et altri quello, era veder insieme comedia e tragedia, e chi sonava a gloria e chi a mortoro. Di sorte che, chi volesse vedere come sta fatto il mondo, derebbe desiderare d'esservi stato presente». Ma questo viaggio tra i classici potrebbe continuare ancora fino alle memorabili pagine dedicate alle osterie nei romanzi ottocenteschi (si pensi all'incontro tra Raskolnikov e Marmeladov in «Delitto e castigo»). Chissà se all'attuale fortuna commerciale del wine bar corrisponderà anche una fortuna letteraria dovuta alla penna di qualche grande scrittore...

© RIPRODUZIONE RISERVATA