



LE DONNE DEL VINO

di Cinzia Benzi, Marco Bolasco, Francesca Ciancio, Federico De Cesare Viola,
Alexander Gable, Åsa Johansson, Laura Lazzaroni

NUOVE GENERAZIONI E PIONIERE DEL SETTORE. COMPETENZE E APPROCCI
DIVERSI MA UGUALMENTE INNOVATIVI E FORTI. UN MOSAICO DI STORIE
AFFASCINANTI CHE RACCONTANO IL PRESENTE E SOPRATTUTTO IL FUTURO
DELL'INDUSTRIA ENOLOGICA.



no vino, che lo vendono, lo degustano e lo promuovono con determinazione. Troppo spesso si sente dire che quel determinato vino è “per un pubblico femminile”. Etichetta, anche questa, superficiale e datata perché le cose sono cambiate. È affascinante conoscere le vicende umane e professionali di tante donne, e non necessariamente perché provengono da famiglie di vignaioli. Tutte hanno deciso di crearsi un'identità attorno al vino, lanciando tendenze, assistite da un'etica forte e dal desiderio di ridisegnare il passato, innovandolo con successo.

Sono caratteristiche che descrivono bene, per esempio, **Nadia Verrua** dal Monferrato meno patinato. Nadia rappresenta la quarta generazione di viticoltori di Cascina Tavijin a Scurzolengo. Attiva fin dal 1908, la sua famiglia ha inizialmente prodotto vino per autoconsumo e vino sfuso. “Tavijin” ricorda il nome del bisnonno Ottavino e del padre di Nadia, Ottavio. Con l'approdo della figlia in azienda, negli anni 90, arriva la rivoluzione:

NADIA VERRUVA: «HO ACQUISITO UNA VISIONE DA VIGNAIOLA RIVOLUZIONARIA».

CADERE NEL CLICHÉ È PERICOLOSAMENTE FACILE. Eppure non dovrebbe esserlo. Che cosa, nel parlare di professionalità - qualunque professionalità - al femminile ispira collane di perle scontatissime? Perché bisogna sempre farne una questione di genere, quando invece dovrebbe essere solo di merito? Possibile che non ci riesca di valutare il contributo del genere donna indipendentemente da considerazioni che riguardano famiglia e

forma fisica? Noi ci proviamo e nelle pagine che seguono vi presentiamo le storie di donne del vino (sia nuove generazioni, non strettamente in senso anagrafico, sia grandi personaggi che hanno rivoluzionato il settore) che, per fortuna, non devono dimostrare nulla, ma semplicemente lavorare e far conoscere il frutto dei propri sforzi. La capacità di credere nel valore di una squadra, la necessità di mantenere gli equilibri nelle grandi famiglie del vino, il coraggio di cambiare rotta, stravolgendo carriere forensi o scientifiche per tornare alle radici: è questo l'universo che vorremmo raccontare. Strade impervie percorse, spesso faticosamente, per emergere e staccarsi dall'immaginario maschile. Donne che produco-



I TERRITORI

Francesca Moretti: il fascino della scoperta.

Individuare nuove realtà produttive e definire per ciascuna il giusto “stile”. Una sfida entusiasmante.

Francesca Moretti sognava di fare la veterinaria quando un viaggio a Bordeaux con il padre Vittorio la fece appassionare alla cultura degli chateaux: si iscrisse così ad Agraria ed Enologia, l'inizio di un cammino importante nelle aziende di famiglia, in Franciacorta. Vittorio Moretti, imprenditore illuminato, le aveva trasferito un DNA poliedrico. Seppur legata alla sua terra di nascita, lei è riuscita a trovare una sua strada, dedicandosi alla scoperta di nuovi territori enoici: la Toscana con Petra e Teruzzi e la Sardegna con Sella&Mosca.

Una donna positiva e lungimirante, da tempo concentrata nel suo lavoro in vigna, in cantina e in ufficio, che gestisce grazie anche al supporto di un team forte, in equilibrio con gli impegni della sua famiglia. Cos'è lo stile Moretti? «È cura del particolare», spiega, «autenticità del territorio, cesello maniacale del dettaglio in tutti i suoi aspetti». Uno stile declinato in modo specifico, sulle diverse realtà. Ogni scelta, da quelle produttive - la gestione della vigna, l'impostazione enologica, la manualità - a quelle di immagine, di posizio-

namento, le partnership attivate, tutto è valutato nel particolare. «A volte è faticoso ma i risultati finali ci danno ragione. Ogni azienda ha la sua mission e una volta chiarita qual è, si procede con coerenza. Bellavista è il nostro brand di “alta moda”. Tutto è sartoriale, ricamato, definito, come avviene nel confezionamento di un abito da sera. Contadi Castaldi è il nostro prêt-à-porter. Sempre Franciacorta, con un posizionamento alto seppur con una declinazione più immediata, adatta per più occasioni. Petra è invece la

nostra azienda Château. Un posto magico, pensato per realizzare il mio sogno: produrre grandi vini da una terra generosa e luminosa, piena di sole. Teruzzi è la sfida, il rilancio di una denominazione storica, quella della Vernaccia di San Gimignano, che merita di riconquistare il posto che le spetta. Sella&Mosca è la forza della storia, delle donne e degli uomini che in 120 anni hanno trasformato una palude in una realtà con una personalità straordinaria e oggi deve varcare i confini regionali e nazionali, per brillare nelle sue tante potenzialità». - C.B.

Sopra. Francesca Moretti. Nella pagina accanto, dall'alto. Nadia Verrua, ph. Alexander Gable; Maria Vittoria Maculan.



si passa da un approccio convenzionale a un concetto estremo di vini naturali. I Verrua hanno 7 ettari vitati, con una produzione di 25mila bottiglie l'anno e dal 2007 sono certificati in biologico. Nadia non ama i riflettori. Carattere introverso, si racconta con poche parole: «I nostri vini nascono dalla passione incondizionata per queste terre che i miei genitori, che lavorano ancora con me, hanno portato avanti con fatica e tenacia. La stessa che, ogni giorno, mi porta in vigna e poi in cantina. Il vino è uva spremuta. Mi sono resa conto che dovevo realizzare prodotti umorali, sovversivi, fuori dagli schemi ma anche fedeli alle origini. Vini che puoi bere subito oppure attendere. Verso i vent'anni mi sono accorta dell'amore per questo mestiere, ho affiancato i miei genitori e imparato sul campo, stagione dopo stagione. Alla fine ho acquisito una visione da vignaiola rivoluzionaria». Alla madre Teresa ha dedicato l'etichetta del Ruché mentre al papà Ottavio il Grignolino, due vitigni locali storici di Tavijin. Poi è arrivata la sua Barbera. Nadia racconta: «La commissione delle denominazioni di origine rifiutò la nostra Barbera 2011. Non

In apertura di servizio. Giovanna Caruso, che con la sorella Rosanna rappresenta la nuova generazione dell'azienda di famiglia, a Marsala. Ph. Denny De Marco.

volendo venderla sfusa, abbiamo deciso di metterla in bottiglia con un'etichetta provocatoria e l'abbiamo chiamata Bandita. Le vendite sono state dalla nostra parte e questo mi ha fatto capire che anziché sottostare a un sistema, lontano dalle mie scelte, preferivo essere una vignaiola irriducibile, che crede ancora nei vini buoni o cattivi. Professo e applico la sostenibilità nel mio lavoro, biologico in vigna e naturale in cantina. Non mi sono mai pentita di questa strada e, ogni giorno, incontro donne del vino preparate e determinate che mi rendono fiera di ciò che faccio». Spostandoci in Veneto troviamo **Maria Vittoria Maculan**, una signora che vuol fare l'enologa da sempre. Lei e la sorella Angela rappresentano la terza generazione dei Maculan.

LA CANTINA AL FEMMINILE

Donatella Cinelli Colombini: l'ottimismo della volontà.

Con la sua tenuta di sole donne ha insegnato che il cambiamento è difficile, ma possibile.

«Di studentesse ce ne sono quante ne vuoi, non le vuole nessuno. Invece i ragazzi bisogna prenotarli per tempo». Mi risposero così quando chiamai la scuola enologica per cercare un enologo per la nuova cantina».

Lo racconta Donatella Cinelli Colombini, una donna con tanti primati. Ha lanciato il Movimento Turismo del Vino e Cantine Aperte, due iniziative che hanno fatto scoprire la forza dell'enoturismo, argomento che insegna in master post-laurea. Oggi è anche presidentessa dell'associazione Donne del Vino. Ha due aziende vinicole, la Fattoria del Colle in Val d'Orcia, e Casato Prime Donne, che nasce nel 1998. «Mia madre decise di lasciare la cantina storica di famiglia a mio fratello. Come mi sentivo? Una decisione del genere da parte di un genitore non si discute. Ripartii con la costruzione della nuova cantina». Una cantina tutta al femminile a Montalcino, la prima in Italia. Mica facile. Per questo racconta di aver sentito il bisogno di essere concreta. «Era inutile scrivere articoli o partecipare a convegni. Ho voluto far capire che fare vino non era più una questione di genere e che in cantina ci possono essere donne in ogni ruolo». Non è stato difficile trovare donne capaci per ogni fase della produzione, anzi. Dall'enologa Valérie Lavigne, dell'Università di Bordeaux, al magazziniere. «L'unica difficoltà è quando si rompe il trattore: per il momento non abbiamo scelta che chiamare un meccanico». Dalla collaborazione di 24 esperte è nato un Brunello di Montalcino. «Vent'anni fa tutte le guide e i giornalisti del settore erano maschi, con l'eccezione di Jancis Robinson. Abbiamo dimostrato che

il gusto femminile vale quanto quello di uomo. All'epoca non era così». Dice con forza che c'è ancora tanto da fare. «Oggi le donne rappresentano il 28 per cento della dirigenza di aziende del vino, ma solo il 10 per cento ricopre un ruolo importante all'interno dei consorzi. Le donne ancora oggi non contano niente e ancora peggio non vogliono contare niente». Fa il paragone tra il mondo del vino e la politica. «La politica raramente parla di cose che ci riguardano. Così lasciamo perdere. L'astensione al voto è molto più estesa tra le donne, per esempio». Negli anni si è resa conto di tante cose. Cose belle come la collaborazione tra donne diverse e con visioni ampie, ma anche l'importanza della discrezione. Specialmente quando si parla di retribuzione. «Una donna in gamba che lavora con noi ha avuto problemi quando il marito e le persone intorno a lei hanno scoperto che guadagnava di più di lui». Alle giovani donne che intraprendano un percorso nel mondo del vino raccomanda di andare all'estero e di non avere paura delle sconfitte. «In giro per il mondo i nostri ragazzi imparano l'importanza della parità e della meritocrazia». Positiva verso il futuro? Risponde con una frase di Antonio Gramsci: «Ho il pessimismo della ragione ma l'ottimismo della volontà. Bisogna lottare. Per l'ambiente, per una società migliore e per la parità. Non c'è altra strada». - ASA JOHANSSON



A sinistra. Donatella Cinelli Colombini, ph. Bruno Bruchi. In alto. Ondine de la Feld.



A Breganze, nell'Altopiano di Asiago, il padre Fausto ha creato il Torcolato, un grande vino dolce e liquoroso, ormai celebre nel mondo. Maria Vittoria ha sempre vissuto a contatto con le vigne e desiderato, fin da bambina, di fare la produttrice. Dopo il liceo, le sorelle si sono iscritte all'Università di Padova, facoltà di Scienze e tecnologie agrarie. Oggi Angela si dedica all'export mentre la sorella minore Maria Vittoria, 34 anni, enologa e in azienda dal 2007, ha debuttato seguendo la gestione dei vigneti, il controllo di maturazione delle uve, le fermentazioni e l'affinamento dei vini per poi sperimentarne di nuovi. Il fatto di essere donna, confessa, non l'ha aiutata: «Mi è capitato di sentirmi discriminata. I fornitori tendono a non fidarsi di una donna. Qualcuno ancora resta stupito quando mi presento come l'enologo dell'azienda, ma fortunatamente sono sempre meno quelli che chiedono "ma non c'è suo padre, o suo fratello?"». In cantina ha deciso

di valorizzare i vitigni più resistenti alle malattie per creare grandi vini bianchi e rossi, una vera sfida. «Ho voluto piantare queste viti - spiega - per poter ridurre il numero di trattamenti e adottare una viticoltura più sostenibile. Mio papà era molto restio all'inizio, ma poi gli ho fatto assaggiare alcune di queste varietà e, alla fine, ha acconsentito a farle piantare. Ho raccolto i primi grappoli e, a sua insaputa, li ho vinificati separatamente, anche se si tratta di una piccolissima quantità che non sarà certamente destinata al commercio. Sono troppo curiosa di provare il mio primo vino da uve resistenti».

Non meno caparbia è Ondine de la Feld: la sua Tenuta di Tavignano si trova a Cingoli, l'unico comune delle Marche in provincia di Macerata interessato alla produzione del Verdicchio dei Castelli di Jesi. Ondine arriva in azienda nel 2014 a supporto dello zio, l'ingegnere Stefano Aymerich di Laconi, un signore che aveva investito tempo e denaro per valorizzare questo territorio. La nipote, laureata in Architettura, dopo importanti esperienze professionali nel design, vede Tavignano come l'inizio di una nuova sfida. «Arrivata in azienda - ricapitola con noi - compresi subito le grandi potenzialità di questa terra, digiuna di tutto quanto fosse il mondo enoico. Iniziai a viaggiare in Italia e in Francia,

MARKETING

Francesca Terragni: il lusso nel bicchiere.

L'approccio manageriale di una donna che ha saputo esaltare il valore delle bollicine.

Milanese, una laurea in Economia Aziendale e un Master in Business Administration all'Università Bocconi, Francesca Terragni inizia a lavorare presso Il Sole 24 Ore con il desiderio di fare marketing editoriale. È del 1998, invece, l'approdo nel mondo del lusso con l'ingresso nel Gruppo LVMH, nella divisione Dior Parfums.

Sua la supervisione del lancio delle fragranze J'Adore e Hypnotic Poison, per l'epoca un successo singolare. Nel 2003 passa in Moët Hennessy Italia, come Direttore di Veuve Clicquot. Una piccola rivoluzione perché allora non esistevano importatori né figure come quella di Francesca. A quel tempo le bollicine francesi più vendute del Gruppo erano di Moët Chandon. Con l'arrivo di Francesca il primato sarebbe passato a Veuve Clicquot. Riposizionare il marchio, creare uno stile più attuale e commercializzarlo nel nostro Paese è la strategia da lei

applicata e di cui ricorda: «Clicquot probabilmente era nel mio destino fin da bambina. Mia mamma aveva l'abitudine di avere in frigorifero una bottiglia di champagne per le grandi occasioni: si trattava sempre di una bottiglia di Veuve Clicquot perché le piaceva l'etichetta». Da Clicquot all'attuale carica di Responsabile Marketing e Comunicazione di Moët Hennessy Italia il passo è breve. È il 2014, la nomina di una donna a capo di un colosso del lusso nella divisione beverage suscita scalpore. Francesca ama le sfide. «Se dovessi definire con una parola

ciò che lega me e i miei colleghi a LVMH è l'orgoglio. Dalla ragazza del customer service al mio capo, siamo tutti fieri di rappresentare i nostri grandi marchi. Il marketing sta diventando un mestiere per donne, nei miei team c'è una prevalenza femminile: sono pochi i giovani uomini che si sentono attratti da questo ambito. Ho un ricordo di qualche anno fa che, ripensandoci, mi fa sorridere. Ero con dei colleghi a pranzo e, al rientro in sede, il custode salutò gli altri manager rivolgendosi a loro con un "dottore" o "ingegnere"; quando passai io mi toccò un

semplice "bentrovata signora" perché, per lui, era impensabile fossi anche io una laureata». Un grande esperto di marketing - prosegue la Terragni - deve sempre essere un buon osservatore. «e osservare è ciò che faccio quotidianamente. Non mi spaventa il nuovo perché lo affronto in maniera costruttiva». Francesca Terragni è una donna molto attiva, segue i numerosi eventi delle Maison e comunica nel mondo del lifestyle perché la contemporaneità e i social network ne hanno rafforzato il legame con quello delle bollicine e degli spirits. - C.B.

ARCHITETTI,
AVVOCATI,
SCIENZIATI
MANCATI: ALLE
CARRIERE PIÙ
SICURE VERSO CUI
ERANO AVVIATE,
HANNO TUTTE
PREFERITO LA
STRADA MENO
BATTUTA MA PIÙ
APPASSIONANTE.



A sinistra. Francesca Terragni.



Veduta aerea di Tavignano, la tenuta di Ondine de la Feld, ph. Jiří Chlumský. La proprietà si trova a Cingoli, l'unico comune delle Marche in provincia di Macerata interessato alla produzione del Verdicchio dei Castelli di Jesi.

assetata di conoscenza. Sapevo che la strada da vignaiola era in salita ma non mi sono mai arresa. Ho cercato di impegnarmi al massimo per definire uno stile. Ho portato nel 2015 il biologico e dal 2018 ho ottenuto la certificazione. Poi mi sono dedicata a un progetto "dispettoso", con una linea contemporanea, sia in bottiglia che nel packaging, pensando al passato e usando un metodo di vinificazione ancestrale. Potrebbe quasi essere scambiata per una birra ma invece è un vino chiamato Pestifero». Ondine, che viaggia molto in qualità di "ambasciatrice" delle sue Marche, ricorda un episodio singolare, verificatosi in occasione di una degustazione negli Stati Uniti. Essendo di piacevole aspetto e vestita alla moda, aveva suscitato la curiosità degli assaggiatori che le avevano chiesto di cosa si occupasse in azienda, dubitando che potesse essere lei la produttrice. Si era difesa con un bel sorriso, affermando che la sua occupazione era di gestire la piscina della Tenuta. Oggi per fortuna le cose sono cambiate.

Forse.

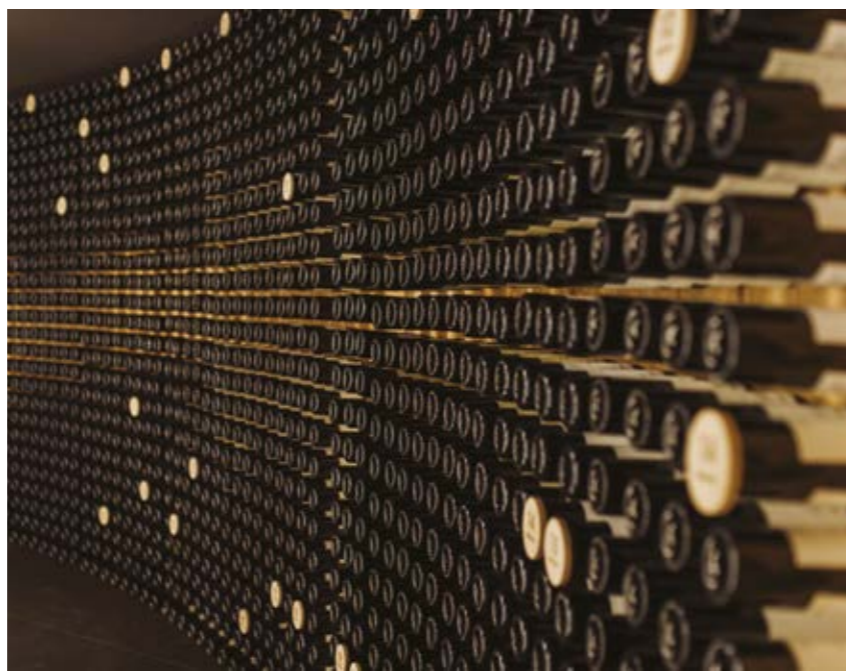
A DAR VOCE ALL'ABRUZZO troviamo invece **Valentina Di Camillo**, 39 anni e un DNA teatino. È una donna che ama in maniera incondizionata

i numeri dispari e odia la simmetria. Entra nel mondo del vino grazie al fratello Luigi, già enologo di famiglia nella tenuta I Fauri, azienda che il padre Domenico aveva lasciato ai figli con la sfida di fare vino. Dopo il liceo, Valentina studia Chimica e Tecnologia Farmaceutica e intanto frequenta il Conservatorio a Pescara, diplomandosi in pianoforte. A fine corso riceve l'offerta di un posto da ricercatrice da un importante gruppo che, però, rifiuta per iscriversi, invece, a Enologia, con la complicità del fratello. Nel 2007 si laurea con una tesi sulla condizione socio-economica delle aziende vitivinicole abruzzesi. «Ero una giovane enologa - ricorda - piena di dubbi in mezzo a un mondo del vino pieno di uomini strascuri e diffidenti. Oggi sono un po' meno timida e taciturna. Sono soddisfatta



A sinistra. Valentina Di Camillo. In basso. Un dettaglio di cantina Cotarella. Nella pagina accanto. Elisabetta Foradori tra i suoi vigneti, con le Dolomiti alle spalle, ph. Stefano Scatà.

DALLE DOLOMITI AI MONTI IBLEI. DAI GRANDI GRUPPI ALLE REALTÀ INDIPENDENTI. DAI TERRITORI STORICI A QUELLI EMERGENTI E PIÙ DIFFICILI.



BIODINAMICA

Elisabetta Foradori: la lezione di un cammino controcorrente.

Con l'integrità delle sue pratiche agricole e dei suoi valori mette d'accordo critica e consumatori.

Ha mandato chiari segnali al mondo del vino sin dal lancio del suo Granato, ottenuto da uve teroldego, una varietà rossa autoctona del Trentino, dopo aver rimosso i cloni di vite industriali dalle vigne di famiglia per rimpiazzarli con quelli antichi e originali. La sua fama di paladina dell'heritage era già nota. Il padre, poco prima della sua scomparsa a causa di un tumore, quando lei aveva appena 10 anni, aveva tentato di convincere Elisabetta e sua madre Gabriella di non avere altra scelta se non vendere l'intera tenuta vinicola di Mezzolombardo. Le due donne, invece, contro ogni previsione e nonostante le difficoltà, hanno continuato a occuparsi delle terre di famiglia animate da una spinta al riscatto.

Elisabetta, in seguito, ha studiato Enologia e Agraria al vicino Istituto di San Michele all'Adige. Nonostante la prevalenza di studenti maschi, la solidarietà e il sostegno sviluppati con le altre tre giovani donne della sua classe le hanno permesso di acquisire una sicurezza che l'ha messa in condizione di affrontare ambiti professionali, quello enologico e quello agricolo, dominati dagli uomini. «Lavorare in un ambiente prevalentemente maschile al tempo mi ha arricchito, perché dovevo essere più preparata dei miei colleghi - spiega. Se ci si pone con chiarezza e un briciolo di umiltà e

rispetto tutte le porte sono aperte. Anzi, direi che l'essere donna mi ha portato anche qualche bel vantaggio». È cresciuta in una famiglia in cui il lavoro della terra e la produzione di vino erano considerate attività intrinsecamente femminili: «Anche mio padre aveva un animo spiccatamente femminile, accogliente e riflessivo. Non era un patriarca, anzi». Ispirata dagli insegnamenti di Rudolf Steiner e dal suo ex marito Rainer Zierock, ha cominciato a introdurre preparati biodinamici nelle proprie vigne a partire dal 2002, per poi estenderli ai frutteti, agli orti e all'allevamento.

Senza limitarsi al solo teroldego, ha continuato a coltivare il suo spirito ribelle acquistando vecchie vigne malandate di varietà nobili, come lo chardonnay, solo per ripopolarle con altri vitigni autoctoni quasi del tutto dimenticati come il Manzoni bianco e la nosiola. Foradori si è conquistata un posto di rilievo nel panorama vinicolo internazionale con la sua singolare capacità di mantenere al tempo stesso un ottimo rapporto con la critica e una vasta clientela, pur remando energicamente controcorrente. Grazie al suo personalissimo modello imprenditoriale ha compiuto passi importanti nel mondo del vino italiano, come imbottigliare ed etichettare vini single vineyard, o vinificare uve alpine in anfore di terracotta, o investire nella propria zona creando un consorzio di produttori delle Dolomiti e ospitando, nella sua tenuta, le prime manifestazioni dedicate al vino in anfora. Riconosciuta come una delle voci più autorevoli nel campo dei vini naturali e appassionata ambasciatrice delle Dolomiti, è un esempio, per le produttrici di tutto il mondo, di come si possano esplorare nuove strade rimanendo fedeli alla tradizione. Nonostante i riconoscimenti ottenuti, mantiene i piedi per terra: «Non mi considero un'ispiratrice, ma semplicemente una persona che persegue degli ideali e che lavora di conseguenza. Certo, il lavorare con valori che sono legati alla conservazione della natura, alla dignità contadina e allo sviluppo sociale che una comunità agricola può generare, porta a lanciare messaggi diversi e forti. Chi ascolta può essere stimolato a riflettere e a porsi come agricoltore o consumatore su un piano diverso». - ALEXANDER GABLE



della mia scelta e preferisco un bicchiere di vino a una formula chimica. Da più di dieci anni vivo, a tempo pieno, l'azienda di famiglia, mi occupo della commercializzazione, del marketing, della comunicazione e dell'accoglienza. Il nostro casolare di famiglia è stato ristrutturato con quattro camere, per consentire agli ospiti di immergersi nella bella campagna che ci circonda. Mio fratello è l'enologo dell'azienda ed è incaricato della parte produttiva. Attualmente contiamo su 30 ettari vitati, distribuiti in 6 comuni della provincia di Chieti, tra il Mar Adriatico e la Maiella. Produciamo Montepulciano, Trebbiano e altri autoctoni. Praticiamo un'agricoltura biologica in vigna e fermentazioni spontanee in cantina. I nostri vini da vitigni locali girano l'Italia e il mondo». Il suo sogno è di vedere finalmente l'Abruzzo, una regione ancora sottovalutata, nella mappa globale del vino.

È LO STESSO SOGNO di **Elena Fucci** in Basilicata, una donna determinata e perfezionista, rapita dalla saggezza contadina e dalle sue origini, che la portano a rinunciare a una carriera già scritta da astrofisica. Figlia di due insegnanti, è appena maggiorenne quando, alla fine degli anni 90, la famiglia si

Da sinistra. Uno dei vigneti Fucci in Basilicata; Elena Fucci. In basso. Cristina Ziliani.



trova a dover prendere una decisione importante: vendere o no i vigneti e quindi la casa in cui Elena era cresciuta. Un momento cruciale per una ragazza che aveva desideri professionali distanti dal vino ma che, allo stesso tempo, non voleva perdere le sue radici. La decisione fu di non vendere e lei si iscrisse alla facoltà di Enologia a Pisa: oggi è una delle donne del vino del Sud più note e premiate dalla critica. Il Titolo è un Aglianico che ricorda i grandi rossi piemontesi. «Ho lanciato il mio unico vino nel 2000 - spiega - seguendo tutto, dall'uva sulla pianta alla produzione, dalla commercializzazione alla promozione. Una scommessa che penso di aver vinto, in primis con me stessa, sfidando ogni preconcetto e dimostrando con il vino ciò che desideravo fare». Elena lavora con il marito che è ingegnere gestionale e cura l'amministrazione dell'azienda. «Produco 30mila bottiglie di un solo Aglianico - conclude - e quando penso al passato non ho alcun rimpianto. Vorrei che la Basilicata e il Vulture fossero più valorizzati. Ma ci arriveremo».

CI SPOSTIAMO IN PUGLIA da **Alessandra Quarta**. Un approccio, il suo, che non si forma in vigna bensì nella piccola cantina del padre, nell'apparta-

COMUNICARE

Cristina Ziliani: la forza del team

La nuova agorà a Palazzo Lana

Se tuo papà si chiama Franco Ziliani e ha "inventato" la Franciacorta, non deve essere così semplice raccogliere la sua eredità: «In realtà mio fratello Arturo, che è enologo, ha avuto vita molto più dura della mia, per me invece è stata un po' più facile perché sono riuscita a ritagliarmi un ruolo in un'area che non era quella di mio padre». Cristina Ziliani è oggi la responsabile della comunicazione e relazioni istituzionali

di Guido Berlucchi, il colosso del comparto sparkling da 42 milioni di fatturato. Nel 1981 iniziò a "fare di conto" dentro Antica Fratta, altra cantina del Gruppo, scoprendo presto che i numeri non facevano per lei: «In quegli anni le donne erano relegate a ruoli quasi esclusivamente amministrativi. Oggi invece sono una risorsa importante anche dal punto di vista tecnico e creativo e in molte piccole aziende

familiari in Franciacorta ci sono enologhe. Le nuove generazioni hanno stimolato un cambiamento culturale». Il progetto di cui Cristina va più orgogliosa è la linea '61, un successo di team, un nome che racconta una storia: «È la nostra storia, ci ha aperto un mondo, anche dal punto di vista della comunicazione». Nel 2017 Ziliani Senior ha deciso di passare il testimone e di vendere la maggioranza dell'azienda

ai tre figli Arturo, Paolo e Cristina: «Ha voluto farci capire che quando si possiede un'azienda la si amministra con più attenzione. Questa è stata la decisione più grande che noi fratelli abbiamo preso insieme». L'altra novità si chiama Academia Berlucchi - Il Circolo Virtuoso del Sapere, una moderna agorà, che ha debuttato lo scorso 5 ottobre a Palazzo Lana, dove confrontarsi sui temi della sostenibilità,

della cura del territorio e dell'innovazione. «Da un po' di anni pensavamo a un'attività culturale, da fare non a Milano ma qui in Franciacorta, proprio nella casa dove si conobbero mio padre e Guido Berlucchi. Noi figli abbiamo ricevuto tantissimo, in termini umani e di benessere e ora vogliamo restituire qualcosa alla Franciacorta, farla aprire al mondo, creare un nuovo corso sul tema della sosteni-

bilità». Della parola più abusata degli ultimi anni, la Ziliani dà una definizione più ampia: «Per me vuol dire anche lavorare con onestà e coerenza, stare attenti non solo a quello che succede nel territorio fuori dall'azienda ma anche dentro. L'apporto di una donna - sorride - rende sicuramente più sostenibile un'azienda, abbiamo una sensibilità maggiore e un orizzonte più a lungo termine». Uno dei ricordi

a cui Cristina è più legata è quando, da piccola, si affacciava timidamente nel cortile di Palazzo Lana e guardava le donne che mettevano la carta velina intorno alle bottiglie, precise e veloci: «Sembrava che facessero rullare il mattarello sulla pasta. Era un gesto importante che rappresentava la cura finale dopo tanta fatica, ecco perché ancora oggi non voglio rinunciare alle veline». - F.D.C.V.





Tramonto sul castello di Borgonato, che sorge sulla collina retrostante la tenuta Berlucchi, di cui fa parte. Il castello è decorato a strisce orizzontali con i colori dei nobili Lana de' Terzi, da cui discendeva Guido Berlucchi. Intorno si trova il vigneto dal quale nel 1961 furono ottenute le uve di pinot bianco per il primo Franciacorta.

VINI DI MONTAGNA



Camilla Lunelli: il Trentodoc e la scommessa per il futuro.

Puntare ad altitudini sempre più elevate per limitare i danni del riscaldamento globale.

Quando le chiedo di parlarmi dei vini di montagna si entusiasma: forse glielo chiedono meno di quanto vorrebbe, naturalmente l'argomento l'appassiona più di altri. Le Dolomiti sono patrimonio dell'Unesco e anche un po' "suo".

E si che Camilla Lunelli, socia e responsabile della comunicazione di Cantine Ferrari del Gruppo Lunelli (che comprende oltre alle bollicine Trentodoc anche quelle del prosecco Bisol, l'acqua Surgiva, i vini fermi delle tenute Lunelli in Toscana, Umbria e Trentino, e grappa Segnana) per un periodo si è allontanata dalle cime di casa. Nei primi anni del Duemila, dopo un periodo di consulenza in Deloitte, ha lavorato in Niger e Uganda, tra programmi di erogazione di microcredito per il reinserimento di ex combattenti e asili nido. È tornata a Trento nel 2004 e da allora lavora a fianco della terza generazione di Lunelli, con Matteo, Alessandro e Marcello. «Produrre bollicine di montagna, la caratteristica distintiva della Trento DOC, è stata la grande intuizione di Giulio Ferrari a fine 800. È ciò che ci distingue dalle altre bolle italiane e che ci permette di lavorare sulla finezza del prodotto anche se ci troviamo mille chilometri più a Sud della Champagne. In altitudine», si spingono fino ai 700 mt i vitigni di famiglia, anche il Pinot Nero viene coltivato ben al di sopra della quota valle, «si verifica una particolare escursione termica che rende uve semiaromatiche come lo chardonnay particolarmente ricche di aromi, caratteristica quest'ultima che si traduce in

longevità e complessità». La montagna è l'assicurazione di famiglia, «fondamentale in un contesto di riscaldamento globale». Una viticoltura (tutta certificata biologica) da un lato più sicura, quindi, ma comunque eroica per le condizioni che impone: rese inferiori, irrigazione difficoltosa, e lavorazioni strettamente manuali «che sono, sì, richieste dal disciplinare ma anche le uniche possibili. È prematuro parlarne ma ci siamo già mossi per piantare nuovi vigneti in zone tradizionalmente non vitate». Più in alto, quindi, e anche più in là nel tempo, lavorando per prolungare progressivamente l'affinamento sui lieviti. «A partire dal Perlé Bianco Riserva, che passa oltre 8 anni sui lieviti, per arrivare al Giulio Ferrari Collezione, che matura per un ventennio». Tassello in complementare alla ricerca sul prodotto è la valorizzazione del suo servizio. Così è nato il Ferrari Trento Art of Hospitality Award, assegnato in occasione di tre edizioni dei World's 50 Best, il lavoro sulle giornate dedicate alla sala durante il congresso di Identità Golose e quello sulla formazione all'accoglienza. «Ci piacerebbe ampliare la riflessione sull'ospitalità anche al mondo dell'hôtellerie, che in questo senso è ancora più valorizzato all'estero. Lavoro da fare ce n'è, ma c'è anche terreno fertile». - LAURA LAZZARONI

mento di famiglia, in un palazzo del centro storico di Como, dove fa le sue prime esperienze di grandi bottiglie. Il lavoro del padre la porta in giro per il mondo, tra Stati Uniti, Spagna e Argentina: l'occasione per rientrare in Italia si presenta quando lui decide di abbandonare il ruolo manageriale nella sua azienda, quotata al NASDAQ, per investire nel mondo del vino. Alessandra si laurea alla Bocconi in Economia e Management per arte, cultura e comunicazione e poi si trasferisce a Roma, per una consulenza con l'Unesco. Il vino bussa nuovamente alla sua porta durante un Vinitaly, dove il padre è presente in veste di vignaiolo. Arriva così la decisione di tornare al Sud. Ricorda Alessandra: «Non è stato semplice perché stavo riaprendo un cassetto che era già stato sigillato. Quello della mia famiglia, delle mie radici. Ho scelto di rimanere e non sono mai tornata indietro sulla mia decisione, eppure avevo solamente 23 anni e nessun obbligo a modificare la mia vita. Ma ho sentito un senso del dovere molto profondo, un legame ancestrale». Al lavoro in vigna e in cantina, Alessandra affianca l'attività di accoglienza degli ospiti nelle tre tenute (due in Puglia e una in Irpinia), e i molti viaggi che la portano all'este-

Dall'alto. Camilla Lunelli; Alessandra Quarta. Nella pagina accanto. Aglianico in una vigna dell'Azienda Agricola Elena Fucci.



ro a diffondere l'idea di un "Sud che emoziona".

SCENDIAMO ANCORA E ARRIVIAMO IN SICILIA, più precisamente a Vittoria, dove una giovane **Arianna Occhipinti** ha deciso di misurarsi con un territorio difficile, il ragusano, dando vita a un progetto agricolo dalle connotazioni quasi umanistiche che, in pochi anni, ha conquistato anche il mercato estero. Nipote di Giusto Occhipinti (altro vigneron di riferimento per l'isola), ha saputo comunicare con grande carisma la filosofia di sostenibilità che la guida nella creazione dei suoi vini, da frappato e nero d'Avola (l'SP68, blend dei due vitigni, è stata forse una delle prime etichette di nuova generazione a rompere i codici anche della comunicazione di settore). Sempre in Sicilia, a Mazara del Vallo, ci sono le sorelle **Annamaria e Clara Sala** di Gorgi Tondi. La tenuta sorge all'interno di una riserva naturale protetta dal WWF: i vigneti sono circondati da un mare di orchidee selvatiche, anemoni e margherite di cui per prima fu nonna Dora a innamorarsi. Donna tenace, la domenica portava le nipoti a passeggiare in quello spicchio di Sicilia che si trasformava, ora dopo ora, in paesaggi fiabeschi dai colori vivaci. Nel 2005, a soli 24 anni, Annamaria entra in azienda e, due anni dopo la raggiunge Clara. Due ragazze amanti del colore, della moda, del bello, elementi che hanno saputo trasferire in bottiglia, curando in maniera maniacale ogni singolo dettaglio. Annamaria si occupa della promozione del vino, Clara della parte amministrativa. Una partenza in salita per portare avanti la coltivazione delle uve con l'amore che proprio la nonna aveva insegnato loro, un sentimento vero per la difesa di un patrimonio vitivinicolo singolare. Impiegare energia pulita, escludendo ogni pratica nociva per la tutela della biodiversità. Annamaria ricorda: «Quando apriamo una bottiglia di Grillodoro, figlio di una vendemmia tardiva e di una muffa nobile, torniamo indietro nel tempo. Accanto a noi vediamo nostra nonna Dora. Io e mia sorella abbiamo subito sentito il dovere di portare avanti que-



sto progetto affidandoci ai migliori consulenti, per continuare a creare grandi vini, valorizzando il grillo, e non solo. I nostri terreni si trovano in media a 25 metri sul livello del mare, fertili e integralmente irrigui, palesemente vocati a produrre grandi bottiglie. In Gorgi Tondi non ci limitiamo a coltivare la terra, la preserviamo».

Risalendo la costa occidentale della Sicilia arriviamo da **Giovanna Caruso**, a Marsala, luogo storicamente vocato alla produzione di vini fortificati. La famiglia Caruso, dalla fine del diciannovesimo secolo, ricerca la combinazione ideale tra terra, clima e uva. Giovanna rappresenta la nuova generazione con la sorella Rosanna, altra giovanissima, ingegnere gestionale e anima organizzativa della cantina. Il padre Stefano e il nonno Nino hanno creduto nella potenzialità del Marsalese e per Giovanna raccogliere il loro testimone è stato un esercizio piuttosto naturale. Laureata in Giurisprudenza, ha abbandonato la carriera forense, una scelta ponderata, generata dal ricordo d'infanzia legato alla vendemmia - un momento di festa. Quando il papà decise di completare il ciclo produttivo con la costruzione di una cantina, Giovanna cominciò a riflettere sul suo futuro: «Mi resi conto improvvisamente che i miei interessi di adolescente e universitaria mi avevano allontanato dalla campagna e alla fine del mio percorso di studi ho compreso che fissare lo sguardo indietro po-

ALCUNE COSTRUISCONO SQUADRE TUTTE AL FEMMINILE, ALTRE PREFERISCONO NON FARE QUESTIONI DI GENERE. PER TUTTE VALE IL PARADIGMA DELLA COERENZA.



Da sinistra. Annamaria e Clara Sala, ph. Benedetto Tarantino; Arianna Occhipinti.

DENOMINAZIONE

Silvia Imperato: la forza dell'identità.

Una donna trascinate che ha plasmato un territorio con l'impronta del suo carattere.



Silvia Imperato in un ritratto di Antonio Alaimo.

Non di rado, quando si parla del rapporto fra vino e produttore, si tratteggia un profilo del vino per poi descrivere chi lo ha fatto. Per quanto riguarda Montevetrano è invece necessario fare il contrario, perché Montevetrano è Silvia Imperato.

Riesce difficile immaginare la genesi di questo vino senza di lei. Lei che in questa terra ha profuso tutto il proprio carattere. Silvia è una donna piena di energie, energie contagiose. Ha dedicato la vita al vino quando incidentalmente ha incontrato l'opportunità di produrlo. Ma lo ha fatto con enorme passione, nel lavoro e per la natura che la circonda. Ed è grazie a questo carattere che il vino ha preso la sua identità attuale. Si potrebbe dire che Montevetrano sia un vino forgiato, nel senso che è stata data forma alla materia, non si è certo raccolto solo il frutto dalla pianta. Il carattere c'è nella scelta delle uve, nella mappatura delle vigne e del loro disegno sulle colline, nel rapporto con l'enologo che ha la responsabilità del taglio. Ma c'è perché il vino di Silvia è cultura, nel senso più profondo del termine, perché figlio di una donna che ama il mondo, che è partita da questi Colli di Salerno - luogo di vissuto familiare - per viaggiare e conoscere, amando le biodiversità del pianeta, comprese quelle umane. Sono queste sfaccettature, arricchite anche da imprescindibili

dettagli, la ricchezza che costruisce il carattere di una donna che più la conosci più la vorresti ascoltare. E che si ritrovano in ogni sua bottiglia, su un'ossatura decisa ed elegante - quella del taglio bordolese - nel quale si innesta sempre più evidente il territorio, con l'aglianico. Anche se, a dire il vero, non ci viene naturale parlare del Montevetrano descrivendolo a partire dalle uve, perché è un vino che risulta comprensibile soprattutto nella sua interezza. Elegante, certamente, ma anche molto espressivo, sorprendente nelle cosiddette annate "minori", capaci di regalare emozioni inaspettate come fanno solo i grandi. Un vino e un carattere che hanno saputo incidere su di un contesto, su un territorio, cambiandone i lineamenti e rendendolo orgoglioso. Da queste parti non era facile sentire parlare di eccellenze, fino a poco tempo fa. Sarà anche per questo che al toponimo di Montevetrano, la frazione di San Cipriano Picentino in cui è nato e si produce il vino, sono state dedicate due gallerie della vicina Salerno - Reggio Calabria. - MARCO BOLASCO

MECENATISMO

Lorenza Sebasti: un dialogo esaltante tra vino e arte.

Un filo rosso unisce le opere site specific e i grandi vini di Castello di Ama.

La voce di Lorenza Sebasti è concitata, senza tuttavia perdere il suo consueto garbo. È un fine settembre frenetico, a Castello di Ama: «Abbiamo concluso la vendemmia del merlot e iniziamo ora a raccogliere il sangiovese. Siamo nel pieno dei lavori della nuova cantina, un caveau da 80mila bottiglie che ospiterà le annate storiche e che sarà pronto a ottobre 2020. E proprio in questi giorni inauguriamo anche la nuova installazione d'arte». Quella del polacco Mirosław Balka è la sedicesima opera della straordinaria collezione site specific – oggi curata da Philip Larratt-Smith – dell'azienda di Gaiole in Chianti.

Il titolo è "red nerve": un filo rosso attraversa in altezza (oltre 20 metri) la cantina-cattedrale per la vinificazione in acciaio e unisce metaforicamente cielo e terra, il regno visibile delle cose tangibili e quello invisibile dello spirito. Entrata nel 1988 in questo chateau toscano – un sogno realizzato dal padre negli anni 70 – e divenuta Amministratore Delegato nel 1993, da quasi vent'anni Lorenza conduce e tiene vivo un dialogo esaltante tra vino e arte: «Sono sempre stata attratta dal bello, sono cresciuta visitando musei in giro per il mondo e portare qui l'arte è stata in qualche modo una necessità». Il primo personaggio coinvolto fu Michelangelo Pistoletto, nel 2000, a cui poi si sono aggiunti, tra gli altri, Daniel Buren, Kendell Geers, Anish Kapoor, Chen Zhen e Louise Bourgeois: «Per capire il mondo di Ama – prosegue - serve cuore e anima, il mio compito è anche quello di accompagnare gli artisti in questo percorso, farli innamorare e far sì che si lascino ispirare dal genius loci». La passione per l'arte è condivisa da sempre con l'enologo e direttore generale Marco Pallanti, così come la scelta di non mettere mai in discussione la centralità del vino. Sarebbe scellerato il contrario: da 75 ettari vitati, tra le colline più vocate del Chianti, nascono l'Apparita, capace di tenere testa ai più grandi merlot al mondo, e i Chianti Gran Selezione – tra cui il celebratissimo San Lorenzo – che esprimono con eleganza e profondità il carattere del luogo. «Io e Marco abbiamo sempre creduto in questo territorio, con coerenza, cercando di valorizzare l'appellazione senza piegarsi alle mode o al mercato. Oggi questi vini sono riconosciuti per il loro stile e noi siamo orgogliosi di essere portabandiera del Chianti Classico». I vini dei due produttori e mecenati sono "fatti apposta per il trascorrere del tempo" anche secondo Lee Ufan, coreano autore dell'opera Topos (Excavated) del 2006. È suo il complimento più bello, scritto su di un biglietto che Lorenza custodisce in un cassetto: «Spero che il mio lavoro possa vivere nel tempo come il vostro grande vino». - FEDERICO DE CESARE VIOLA



Sopra. Caruso e Minini a Marsala. In basso. Francesca Planeta. Nella pagina accanto. Lorenza Sebasti accanto all'opera Untitled di Roni Horn. Ph. Alessandro Moggi.

teva essere il modo migliore per guardare avanti. Ho detto ai miei che non avrei fatto l'avvocato ma che avrei desiderato formarmi come imprenditrice di vino. Da allora non ho mai avuto alcun dubbio. Il nostro settore, per decenni roccaforte maschile, a ragione si sta popolando di figure femminili. La nostra influenza ne ha mutato anche i codici di comunicazione: la bottiglia è sempre più contenitore oltre che contenuto. È etichetta, packaging, colore e anche arte». Sono cambiate le strategie di vendita e Giovanna ha affinato i rapporti commerciali dedicandosi all'espansione all'estero, viaggiando moltissimo, accogliendo la sfida del mercato globalizzato. Oggi l'azienda si esprime anche con il progetto bio "Naturalmente", che affianca con successo il corso tradizionale di famiglia.

Tanti passaggi di testimone, in queste pagine, l'ultimo dei quali tra madre e figlia. Torniamo in Abruzzo, dove Miriam Lee Masciarelli, figlia di Marina Cvetic e di Gianni Masciarelli, ha curato il restyling del vino forse più rappresentativo del lavoro in azienda: il Montepulciano d'Abruzzo Villa Gemma, a partire dall'annata 2012.

ENOTURISMO

Francesca Planeta: aprire le porte per aggregare energie.

Due milioni e mezzo di euro il fatturato del ramo hospitality dell'azienda siciliana.

Venticinque anni pazzeschi. Sono quelli vissuti dalla famiglia Planeta nell'ultimo quarto di secolo, quando, nel 1995, inizia l'avventura nel vino di Alessio, Francesca e Santi. Deus ex machina dell'operazione è Diego Planeta, il padre di Francesca, nonché zio degli altri due. Uno sviluppo a spirale, dove ogni singola occasione diviene ispiratrice di altro.

Cinque cantine in altrettanti parti della Sicilia con una dimensione fortemente "zonale" che non vuol dire solo conoscere quel territorio, ma offrire quanto di meglio quel pezzo di isola sa dare: vino, cucina, arte, accoglienza. La regia di tutto spetta a Francesca Planeta, ufficialmente al comando, da qualche anno, della Planeta Estate - che ha un sito dedicato www.planetaestate.it - ovvero il mondo dell'ospitalità dell'azienda vitivinicola siciliana. Con una vita passata in giro per il mondo come responsabile marketing e comunicazione del brand, Francesca si è data per un po' uno stop per creare un team di competenze sulla ricettività. Oggi sono in quaranta con un fatturato che si aggira intorno ai due milioni e mezzo di euro. Il cuore di tutto è la Foresteria a Menfi, la residenza con vigna che sintetizza al meglio la filosofia del marchio: «Non mi piace parlare di resort - spiega Francesca - piuttosto di una casa di campagna, circondata dal giardino degli aromi, da una parte delle vigne vinificate all'Ulmo e a Dispensa (due delle cinque tenute, nda), dal mare, che è Bandiera Blu da tanti

anni. La cucina è non solo territoriale ma anche ispirata alle ricette delle zie e interpretata dal nostro chef Angelo Pumilia, con il "vino della casa" che è il modo più giusto per conoscerci davvero». L'ultimo arrivato invece è Palazzo Planeta a Palermo, una proprietà familiare rimessa a nuovo perché come dice l'imprenditrice «Palermo non è mai stata così vitale e noi volevamo far parte di questa vivacità». L'ospitalità si può perfezionare, ma l'essere ospitali è una dote innata e nessuna delle tenute Planeta si è mai chiusa all'esterno. Tra degustazioni, ospiti ed eventi sono circa ventimila le persone che ogni anno entrano in contatto con la famiglia e non sono tutte necessariamente appassionate di vino: «Il teatro sull'Etna nella tenuta di Sciaranuova - continua Francesca - la musica nella cantina di Noto, il progetto d'arte "Viaggio in Sicilia" sono tutti momenti di condivisione dove il vino è il fulcro ma è anche un aggregatore di energie. In realtà è la nostra visione della Sicilia, l'isola come vorremmo che fosse sempre, un posto autentico, come siamo noi». - FRANCESCA CIANCIO





Dall'alto e in senso orario. Uno dei vigneti della famiglia Cotarella; Marta, la cugina, e le sorelle Dominga ed Enrica Cotarella. Ph. Andrea Di Lorenzo.



FORMAZIONE

Le "Cotarellas": sinergia di famiglia.

Una visione contemporanea, a partire dalla scuola Intrecci, dedicata al servizio di sala.

Alla recente presentazione del Montiano 2016 a Milano, Dominga, Enrica e Marta si sono date il cambio accanto a Riccardo Cotarella, padre delle prime due e zio dell'ultima. L'enologo ha raccontato un po' di sé, poi ha lasciato campo libero alle donne di famiglia. Le mogli di Riccardo e del fratello Renzo sono da sempre defilate, ma figlie e nipote sono il volto del futuro del brand.



Cominciando dal nome, non più azienda Falesco, ma "famiglia Cotarella" che comprende il vino, ma anche la scuola di formazione dedicata al servizio in sala "Intrecci". Il logo è per l'appunto una trama intrecciata, abbastanza larga da lasciare spazio al movimento, ma inesorabilmente unita. Sorelle, cugine, confidenti, amiche. Le "Cotarellas" sono cresciute nelle stesse stanze. Una simbiosi che ha creato un legame fortissimo: Dominga è quella dall'afflato un po' materno, accogliente e comunicativa; Enrica è l'anti-protagonista, la creativa; Marta è la donna dei numeri, razionale e pragmatica. «Noi abbiamo un'ossessione - inizia Dominga - ed è quella dell'identità. Se non fosse così avremmo

aperto la scuola di formazione a Milano o a Roma. Invece è nata a Castiglione in Teverina, in Umbria». Stesso discorso per il progetto Tellus, una fattoria didattica pensata con l'Ospedale Pediatrico Bambin Gesù di Roma per giovanissimi che vogliono sviluppare al meglio le proprie capacità fisiche e mentali grazie all'interazione con la natura. Anche qui siamo in Umbria, a San Pietro a Montecchio. «Bambini con disabilità e non qui hanno modo di fare gli stessi giochi - spiega Dominga - e in primavera partono anche laboratori sui temi dell'anoressia e della bulimia». Il fil rouge che lega tutto è questo senso della famiglia estesa che diventa comunità. Lo sottolinea bene Enrica: «La formazione diventa ospitalità,

accoglienza. I ragazzi che frequentano la scuola hanno bisogno anche di braccia aperte, non solo di nozioni. Così come in azienda organizziamo degustazioni alla cieca per tutti, non solo per i tecnici, ma anche per gli addetti alla logistica. Tutti devono sentirsi parte di un progetto più ampio». La componente maschile dei Cotarella, Renzo e Riccardo, continua a mettere in guardia le ragazze: «Mio padre ancora pensa che Intrecci sia una scuola di cucina! Ma so che lui e il fratello sono sempre stati assorbiti solo dal mondo del vino. Questa dimensione più ampia del progetto invece è legata a una visione di genere. A noi donne piace allargare gli orizzonti». - **FRANCESCA CIANCIO**



Le sorelle Rosanna e Giovanna Caruso. Nelle pagine a seguire, da sinistra. Cinzia Merli, ph. Maurizio Gjivovich; la bottaia di Casato Prime Donne; Marina Cvetić e la figlia Miriam Lee Masciarelli.

CONTINUITÀ

Cinzia Merli: «Le donne devono avere più coraggio».

La produttrice celebra i 25 anni della Doc Bolgheri sotto il segno di un pensiero "luminoso".



«La vita stessa è coraggio, dalle cose semplici a quelle più difficili. Prendere il bello è coraggio, altrimenti diventa piatta». Cinzia Merli, produttrice dell'azienda La Macchiole a Bolgheri, lo racconta descrivendo il progetto nato con quattro ettari nel 1983 insieme a Eugenio Campolmi, suo marito, scomparso a soli 40 anni nel 2002.

«Quando è mancato mio marito io avevo 35 anni, con due bambini di otto e dodici. Avevamo appena comprato nuovi terreni ed era tutto in divenire. All'epoca non ho pensato di avere coraggio - di sicuro c'era molta inconsapevolezza. Ho continuato e basta. Abbassare la testa e continuare senza arrendersi in un momento di difficoltà. Siamo così sia io sia mio fratello Massimo, che lavora con me in azienda. Molto probabilmente ce l'hanno trasmesso i nostri genitori, di origini contadine marchigiane». Cinzia ritiene di aver dovuto avere più coraggio, in quanto donna. «Quando ho preso in mano l'azienda non c'erano tante donne nel mondo del vino quante oggi. Ho fatto fatica a essere presa sul serio. Quando Eugenio è venuto a mancare mi rendevo conto che le persone intorno a noi mi conoscevano poco». Ha guadagnato la loro fiducia pian piano, passo dopo passo. «In realtà non amo mettere in luce le differenze di genere. Ho tanti uomini in ruoli chiave in azienda, sono lì per merito, non per il fatto di essere maschi. Lo stesso vale per le donne». La persona che le ha dato più coraggio è il fratello. «Mio marito era quello che sognava e faceva progetti, mentre ero io quella con i piedi per

terra. Ora è mio fratello che tiene a bada me, aiutandomi a concretizzare le mie visioni». A Bolgheri sia i grandi produttori aristocratici sia i piccoli hanno avuto coraggio. «I grandi, perché si sono messi in gioco; noi piccoli perché con i mutui iniziali che abbiamo firmato rischiavamo di giocarci la vita. La bellezza di Bolgheri è proprio questo connubio tra piccoli e grandi e l'ascolto reciproco». Nel 2001, Cinzia ed Eugenio avevano deciso di cambiare l'uvaggio di Paleo, il vino simbolo dell'azienda, nato nel 1989, inizialmente prodotto da cabernet sauvignon e sangiovese, facendolo diventare un cabernet franc in purezza. Altri vini mono varietali si sono susseguiti: Messorio, (100% merlot) e Scrio (100% syrah). Aspetto controverso in una terra conosciuta per i blend bordolesi. Il 31 agosto scorso, entrando nel viale dei cipressi per i festeggiamenti dei 25 anni di Bolgheri Doc, si è emozionata. E il futuro? «Auguro molto coraggio ai miei figli Elia e Mattia. Non sarà facile, li sento parlare tra di loro, si chiedono se saranno in grado. Gli dico di non basare il futuro sul presente bensì di trovare la propria strada, con la stessa luminosità di pensiero che caratterizza anche Bolgheri». - ASA JOHANSSON



IL PASSAGGIO DI TESTIMONE PIÙ BELLO È QUELLO CHE SI VERIFICA TRA UNA DONNA E UN'ALTRA DONNA. PERCHÉ SEGNA LA CHIUSURA DI UN CERCHIO, ANZI, LA CONTINUA TESSITURA DI UN FILO CHE DIVENTA SEMPRE PIÙ FORTE.

Miriam ha scelto di ripristinare l'uso di acciaio per la fermentazione e macerazione delle uve, selezionate sempre manualmente dal cru di Cave a San Martino sulla Marrucina (Chieti), con invecchiamento in barrique e un affinamento in bottiglia di circa cinque anni. A fianco del padre fin da bambina, aveva seguito da vicino tutte le attività aziendali, fra cui la coltivazione e trasformazione delle uve, accrescendo il suo bagaglio di conoscenze enologiche. Venuto a mancare Gianni gli era subentrata come amministratore e, forte di successive, importanti esperienze formative all'estero, si occupa oggi anche della comunicazione e degli eventi internazionali del marchio in qualità di brand Ambassador. Nel mentre, la madre ha portato l'azienda a espandere e a diversificare le attività imprenditoriali, a partire dal caso felice di Castello di Semivicoli. Oggi lavorano fianco a fianco.

CINZIA BENZI è autrice del libro "Vino: femminile, plurale" pubblicato da Giunti Piattoforte nel 2017.