



# DEVINIS

LA COMPETENZA, LA PROFESSIONALITÀ,  
LA CULTURA, IL PIACERE,  
I PROTAGONISTI DEL BERE BENE

Maggio / Giugno 2010

# Quel sorso di vino che "vince la partita con l'eternità"

Una radiosa giornata di sole a Napoli ha dato il benvenuto ai convegnisti radunati a Villa Doria D'Angri per il convegno "Il Vino cuore di un territorio: storia, cultura e gastronomia", promosso dalla Fondazione Simone Cesaretti, in collaborazione con l'Associazione Italiana Sommeliers e con le sezioni regionali di Basilicata e Campania, presso la prestigiosa sede dell'Università Parthenope, nell'intento di osservare l'enologia da un punto di vista storico e culturale.

Dopo i saluti del rettore, Gennaro Ferrara e del presidente della Fondazione Cesaretti, Claudio Quintano, che ha elogiato l'argomento scelto, che incuriosisce il comparto enogastronomico e non solo, il presidente nazionale dell'Ais, Terenzio Medri ha dichiarato che in un momento di crisi economica la storia e la cultura sono le risorse su cui investire per portare all'eccellenza il settore agroalimentare, con i prodotti territoriali già apprezzati e valorizzati. "Una bottiglia di vino non si vende senza la cultura diffusa soprattutto tra i giovani per un bere consapevole" ha sottolineato.

Augusto Marinelli, vicepresidente della Fondazione, ha spiegato invece il progetto per diffondere la cultura del vino, parlando di identità culturale, di percorsi sostenibili, di giovani e di alcol, tema quest'ultimo già deve essere affrontato in maniera responsabile. "La reazione immediata è la lotta all'alcol, che però è un modo non corretto di affrontare il problema, ma altri elementi vanno considerati attentamente, quali ad esempio i costi compatibili con le disponibilità finanziarie. Occorre poi capire le differenze sostanziali sul consumo. In Italia si beve il vino prevalentemente durante i pasti, ma sempre più giovani bevono fuori dai pasti,



▲ Una veduta della platea



con effetti devastanti. Bisogna quindi conoscere il fenomeno, distinguere tra consumo di alcolici e di vino e intervenire nella prevenzione. Va predicata la cultura della sostenibilità, della responsabilità, della formazione e della cultura. Il vino dimostra lo spessore culturale di chi lo beve e il rispetto dovuto al consumo non dannoso".

Mario Morcellini, preside della facoltà di Scienza della comunicazione all'università La Sapienza di Roma, ha presentato il progetto della Fondazione: I giovani tra la vita e l'alcol sospesi, illustrando la relazione tra vino e territorio, dove emergono alcune criticità nell'approccio in cui i disagi sono da osservare nella società. Sui giovani e il vino è intervenuto anche Medri, che ha posto l'accento sul fatto che occorre mettere insieme le forze. "Si deve lavorare in concerto su una politica che punti sul bere sano. I francesi sono stati bravi a vendere la propria storia e il territorio con una politica unitaria, ora anche in Italia l'economia agroalimentare deve essere trainante, vista la qualità e la nostra storia di eccellenze. I giovani più colti sono contrari agli abusi e hanno un approccio giusto ed equilibrato. Questo è un momento in cui il mondo osserva l'Italia, la ristorazione di eccellenza è made in Italy e il turismo, l'economia, l'agricoltura devono creare sinergie intorno al comparto vino, dando un valore aggiunto per uscire dalla difficoltà del momento di crisi economica".

Silvio Menghini, direttore Unicesv dell'università di Firenze, ha parlato di vino e cultura, tra sostenibilità e mercati. "In un rapporto conflittuale, quale tipo di mercato auspichiamo? Spesso il comportamento del cittadino non è lo stesso del consumatore, i requisiti di fondo di consapevolezza e di conoscenze personali si riferiscono alla responsabilità del consumatore ispirato da una concezione di benessere precisa. Associare il benessere alla libertà di poter accedere ai servizi è lo scopo del progetto Symposium. Se un individuo sa alimentarsi spesso e volentieri aumenta la propria capacità di relazionarsi al benessere. Importanti sono le conseguenze di un consumo di tipo post-moderno, con

Al termine del Convegno gli ospiti hanno saggiato i "Gusti di un Territorio": un percorso enogastronomico di prodotti tipici dell'Accademia Lucana della Gastronomia in abbinamento con i vini di alcuni vitigni autoctoni lucani e campani, a cura dell'Ais Basilicata e Campania.

**Le aziende lucane che hanno fornito i vini per il percorso enologico a cura dell'Ais Basilicata sono:**

- + Firma 2007 Aglianico del Vulture DOC
- + **CANTINE DEL NOTAIO** (in anteprima nazionale)
- + Basilisco 2006 Aglianico del Vulture DOC **BASILISCO**
- + Teodosio 2007 Aglianico del Vulture DOC **BASILISCO**
- + Colli Cerentino 2005 Aglianico del Vulture DOC **COLLI CERENTINO**
- + Masquito 2004 Aglianico del Vulture DOC **COLLI CERENTINO**
- + Carato Venusio 2005 Aglianico del Vulture DOC **CANTINA DI VENOSA**
- + Terre d'Orazio 2006 Aglianico del Vulture DOC **CANTINA DI VENOSA**
- + Zimberno 2006 Aglianico del Vulture DOC **MICHELE LA LUCE**
- + Le Drude 2006 Aglianico del Vulture DOC **MICHELE LA LUCE** (in anteprima nazionale)
- + Carpe Diem 2006 Aglianico del Vulture DOC **CONSORZIO VITICOLTORI ASSOCIATI DEL VULTURE**
- + Bauccio 2006 Aglianico del Vulture DOC **MADONNA DELLE GRAZIE**
- + Divinus 2005 Aglianico del Vulture DOC **TERRA DEI RE**
- + Noce 2006 Aglianico del Vulture DOC **TERRA DEI RE**
- + Melodia Greco 2008 Basilicata IGT **MANTEGNA VINI**



- + Pretoriano 2001 Aglianico del Vulture DOC **MARTINO**
- + Oraziano 2003 Aglianico del Vulture DOC **MARTINO**
- + Malandrino 2006 Matera DOC **MASSERIA CARDILLO**
- + Akatos Matera Moro DOC **MASSERIE BATTIFARANO - CANTINE CERROLONGO**
- + Torre Bollite 2007 Matera DOC **MASSERIE BATTIFARANO - CANTINE CERROLONGO**
- + Le Paglie 2008 Matera Greco DOC **MASSERIE BATTIFARANO - CANTINE CERROLONGO**
- + Lux 2005 **DRAGONE**
- + Fantasia 2005 Terre dell'Alta Val d'Agri DOC **PISANI**
- + Concerto 2004 Terre dell'Alta Val d'Agri DOC Riserva **PISANI**

**Le cantine campane presenti nella degustazione sono:**

Viticoltori del Casavecchia	I Borboni
Nugnes	Torre Gaia
Torre a Oriente	Ocone
De Angelis	Cantine degli Astroni
Terre dei Colapietro	Mazzella
Cenatiempo	Vigna Pironti
I Vini del Cavaliere	Apicella

scelte consumistiche implicite, dove il consumo diventa linguaggio e il marketing è legato allo stile di vita. Una strategia che dia maggiore attenzione alla capacità di vendere e al ruolo della cultura, necessario al ragionamento sulla centralità del territorio, del turismo, del consumo responsabile e della comunicazione". Luigi Moio, wine maker e professore di Enologia dell'università Federico II di Napoli, ha posto l'accento sul tema del vino cuore di un territorio, esaminandone gli aspetti attraverso il cuore degli uomini e dell'umanità e il territorio. "L'umanità da sempre ha richiesto bevande che confortassero il corpo e lo spirito" ha spiegato Moio, "e il vino ha qualcosa in più: nulla in natura è come il vino, che non è mai standardizzato e cambia a seconda dell'uomo che lo produce. Il vino è l'opera umana che interpreta un territorio e l'uva. La birra è la bevanda più antica ma è il vino ad aver ispirato poeti, artisti e letterati da migliaia di anni fino ad oggi. Il vino è anche espressione di libertà, l'uomo ama il vino come l'amico che ha scelto. A differenza di ciò che serve per sfamarci, il vino non serve a dissetarci, ma è il piacere di bere senza sete. Perciò il vino si sceglie e si ama, apre le porte al mondo dell'amore, tocca l'essenziale della condizione umana. Negli ultimi anni le strategie industriali" ha proseguito Moio, "hanno prodotto vini perfetti da alcune varietà ma che hanno creato una sorta di appiattimento. Il vino deve essere diverso, nei vini varietali oggi si ricerca il territorio, le

persone che stanno dietro e l'onestà di chi lo produce. È fondamentale per avvicinare i giovani non proibire, coloro che sanno distinguere i vini non possono diventare preda e questo grande lavoro va fatto nelle famiglie con l'esempio".

Moio ha infine chiuso il suo intervento con una poesia scritta da Eduardo De Filippo in dialetto napoletano: Dint' 'a butteglia n'atu rito 'e vino è rimasto... Embè che fa m' 'o guardo? M' 'o tengo mente e dico: "Me l'astipò e dimane m' 'o bevo?" Dimane nun esiste. E 'o juorno primma, siccome se n'è gghiuto, manco esiste. Esiste sulamente 'stu mumento e chistu rito 'e vino int' 'a butteglia. E che ffaccio, m' 'o perdo? Che ne parliamo a ffà! Si m' 'o perdesse manc' 'a butteglia me perdunaria. E allora bevo... E chistu surz' 'e vino vince 'a partita cu l'eternità! (Nella bottiglia un altro goccio di vino è rimasto... Ebbene che faccio me lo guardo? Lo osservo e dico: "Lo conservo e domani me lo bevo?" Domani non esiste. E il giorno prima, siccome se n'è andato, neanche esiste. Esiste solamente questo momento e questo goccio di vino nella bottiglia. E che faccio, me lo perdo? Che ne parliamo a fare! Se me lo perdesse neanche la bottiglia mi perdonerebbe. E allora bevo... E questo sorso di vino vince la partita con l'eternità!)

La direttrice del Museo archeologico nazionale di Firenze, Carlotta Cianferoni, ha illustrato invece la tesi: La vite e il vino nel mondo antico, mostrando moltissimi



**Il presidente Ais Terenzio Medri al tavolo dei relatori**

reperiti, a partire dal kantharos, l'antico vaso di Dioniso, e le anfore vinarie usate anche per il drenaggio del terreno. Le ha fatto eco Filomena Moscato, archeologa dello stesso museo sul tema del simposio, che è la forma più alta di convivialità, dall'etimo greco "bere insieme", dove il mangiare e il bere in compagnia era un privilegio destinato ai soli uomini dell'aristocrazia dominante nella polis, ed era un vero e proprio atto politico in cui si rinsaldava una socialità. Rosanna Marziale, chef del ristorante "Le Colonne" di



**Terenzio Medri e la Chef-Sommelier Rosanna Marziale**

Caserta in un breve filmato dal titolo *Vino e gastronomia*, ha giocato sulle identità nascoste del cibo mediante varie espressioni di se stessa, intenta nella preparazione del pane e nella presentazione di piatti a base di maiale nero casertano o al mare in cerca di pescato. Attraverso le diverse espressioni del territorio, ha proposto in un cortometraggio le sue ricette sempre alla ricerca dei prodotti di identità in un percorso nel tempo.

*(Michela Guadagno)*