

Gli affinamenti speciali solo marketing? E che male c'è! Ad Abruzzo in Bolla le testimonianze dei produttori

30 Settembre 2024



L'AQUILA – “Fare marketing non è mica un’eresia! Dipende se si imposta una programmazione per fare marketing o per fare impresa e ricerca. Se uno fa impresa, ricerca e ottiene risultati, il marketing salta fuori come elemento che racchiude l’interesse del consumatore. In questo caso, un marketing di qualità che va considerato come un valore aggiunto”.

Parola di **Pierluigi Lugano** de La Cantina Bisson “Cantina degli Abissi”, che a Sestri Levante (Genova) è stato tra i primi in Italia ad affinare i vini sotto le acque del mare.

Il produttore è intervenuto al talk “Dalle cime agli abissi, gli affinamenti speciali dello spumante” alla seconda edizione di **Abruzzo in Bolla**, che nei giorni scorsi all’Aquila ha chiamato a raccolta ben 27 cantine con un fitto programma di incontri, degustazioni, show

cooking e masterclass accendendo i riflettori sul mondo della spumantistica italiana.

Il dialogo ha voluto affrontare proprio i controversi affinamenti speciali, che hanno animato anche la platea innescando un vivace dibattito tra quelli per i quali immergere il vino sotto l'acqua del mare o la neve della montagna è semplicemente un'operazione di marketing che non muta le caratteristiche organolettiche e chi invece ritiene che trasformi il prodotto.

Insieme a Lugano, **Bruno Carpitella** di Vini d'Altura che posiziona le bottiglie sotto la neve del Gran Sasso d'Italia, **Gianluca Grilli** di Tenuta del Paguro a Ravenna che affina sotto il mare Adriatico utilizzando una vecchia piattaforma petrolifera abbandonata, e **Antonio Arrighi** dell'Azienda agricola Arrighi di Porto Azzurro (Livorno), che immerge le uve e non le bottiglie a largo dell'isola d'Elba.

“Il nostro progetto inizia con **Tonino Guerra** che in qualche modo suggerisce questo percorso di unione tra la collina con il mare, tra il passato dell'Impero bizantino e il presente dell'impero petrolchimico di Ravenna, raccontando in un unico prodotto – che è un vino, quindi prodotto della nostra terra – tutto quello che Tonino Guerra definiva come l'idea di quel che si tramanda e attiva la memoria, il sapore antico”, ha raccontato Gianluca Grilli.

“Sin dal 2008, quando abbiamo emerso le prime bottiglie, abbiamo notato che il vino era cambiato”, ha aggiunto. “Le quattro caratteristiche fisiche fondamentali sono assenza di luce, temperatura costante, differenza di pressione e continuo movimento di correnti”.

A portare la sua testimonianza anche Bruno Carpitella: “Abbiamo iniziato otto anni fa, all'inizio era un esperimento finché non abbiamo capito che le condizioni della montagna erano quelle ottimali per realizzare una maturazione del vino che rendesse possibile l'ottenimento di note evolutive molto spiccate ma mettendolo al riparo dalle compromissioni del tempo. Riusciamo a ottenere vini molto complessi ma anche piacevoli, con grande mineralità e persistenza, spiccata personalità ma allo stesso tempo molto freschi e facili da bere”.