

Antonella Amodio: “Pizza e vino, un abbinamento antico che l’Italia deve riscoprire”

7 Ottobre 2026

di Francesca Landolina



PALERMO – Giornalista, sommelier e autrice di *Calici & Spicchi*, **Antonella Amodio** ha dedicato gli ultimi anni allo studio dell’abbinamento tra pizza e vino. Il volume è stato presentato a Palermo alla pizzeria Cagliostro dei fratelli Sciarrino, che per l’occasione hanno costruito una degustazione di pizze inedite attorno ai sapori della tradizione siciliana: una “180 g” con arance e finocchi, una pizza con mortadella e panella e una terza con la caponata.

Tre proposte nate per trasferire sulla pizza ingredienti e ricette fortemente legati all'identità gastronomica dell'Isola e sperimentarne il dialogo con il vino.

Nel suo volume Amodio raccoglie oltre cento proposte, attraversando l'Italia e venti Paesi esteri. Un lavoro che è insieme atlante, guida e ricettario, ma anche una presa di posizione contro pregiudizi e automatismi commerciali. A partire da quello più radicato: l'idea che la pizza debba essere accompagnata necessariamente dalla birra.

L'abbinamento tra pizza e vino viene spesso presentato come una novità. È davvero così?

Tutt'altro. Esistono testimonianze antichissime che mostrano quanto fosse naturale accompagnare con il vino le preparazioni lievitate. Anche quando nacque la pizza Margherita, nell'Ottocento, a Napoli veniva servita a fette insieme a due vini iconici del territorio, il Lettere e il Gragnano. Io non ho fatto altro che provare a restituire dignità a una bevanda profondamente legata alla cultura italiana, soprattutto a quella del Sud, ma progressivamente dimenticata e messa ai margini della pizzeria.

Come si è arrivati, allora, all'automatismo pizza e birra?

Bisogna risalire anche allo scandalo del vino al metanolo del 1986. Fu una tragedia, con vittime e conseguenze gravissime per tutto il comparto. Fino ad allora il vino era presente sulle tavole familiari, nelle trattorie, nei ristoranti e nelle pizzerie. Era comune persino che contadini e operai facessero merenda con un bicchiere di vino. Dopo quella vicenda scomparve quasi del tutto dal consumo quotidiano. Nello stesso periodo le grandi aziende della birra investirono somme enormi nella promozione. La birra conquistò così uno spazio che non ha più abbandonato. Il mondo del vino, impegnato a ricostruire la propria credibilità, non ebbe la stessa forza economica e comunicativa.

Oggi il vino continua a subire quella distanza?

Sì, sebbene per ragioni differenti. Anche noi comunicatori abbiamo delle responsabilità: abbiamo spesso allontanato i possibili consumatori usando un linguaggio troppo tecnico, sofisticato e autoreferenziale. Lo riconosco per prima. È mancata la capacità di raccontare il vino in modo semplice e accessibile. In Italia, inoltre, si fatica ancora a concepire un abbinamento con la pizza diverso dalla birra, benché non appartenga da sempre alla nostra tradizione. All'estero, invece, ordinare un calice di vino in pizzeria è del tutto naturale. Magari il cliente non sa quale etichetta scegliere, ma considera il vino, soprattutto italiano o francese, la prima opzione.

Eppure in Italia la pizza è diventata un prodotto di grande ricerca.

Il paradosso è proprio questo. Nel resto del mondo la pizza è riconosciuta come una grande eccellenza italiana e il vino viene percepito come il suo accompagnamento naturale. In Italia c'è ancora qualche produttore che storce il naso se il proprio cru viene accostato a una pizza, come se questa fosse una pietanza di serie B. Occorre fermarsi e guardare la realtà: la pizzeria è uno dei pochi canali della ristorazione che continuano a funzionare, in Italia e all'estero. La frequentano i ragazzi, le coppie adulte e le famiglie; vi si celebrano anche i momenti importanti. È diventata più confortevole, ha assunto in molti casi la struttura e il servizio di un ristorante, ma è rimasta economicamente più accessibile.

Può dunque rappresentare un mercato importante per le aziende vinicole?

È un segmento ancora poco esplorato. Esistono pizzerie di qualità con cantine che arrivano a sfiorare le seicento etichette, comprendendo grandi vini e cru prestigiosi. Il vino viene proposto maggiormente al calice e con fasce di prezzo differenti. Le aziende dovrebbero comprendere che la pizzeria può diventare un luogo privilegiato per fare cultura e comunicazione del vino attraverso un alimento universalmente conosciuto.

Nel libro sono annunciate 101 proposte, ma in realtà sono di più.

Sono 105. Il primo volume comprendeva 101 abbinamenti: per il secondo volume ho continuato a comunicare 101, anche se le proposte effettive sono aumentate. È un atlante della pizza e del vino che, oltre all'Italia, attraversa venti Paesi stranieri.

Come ha selezionato pizze, pizzaioli ed etichette?

Non ho inserito nulla alla cieca. Conosco i pizzaioli presenti nel volume e, anche grazie alla mia attività come presidente di giuria in diversi concorsi, ho potuto assaggiare le loro pizze. Non mi sono basata esclusivamente sulle guide: ci sono nomi molto conosciuti e professionisti ancora poco noti, scelti per la qualità del loro lavoro. Ho dovuto necessariamente fare una selezione, eliminando alcune proposte troppo simili. Non potevo inserire quindici Margherite, anche se ciascuna avrebbe meritato un abbinamento diverso.

Persino la Margherita può cambiare così tanto?

Certamente. Cambiano l'impasto, le farine, il pomodoro, l'olio e il latticino. Una mozzarella non è uguale a un fiordilatte. La stessa pizza preparata oggi può essere differente da quella servita domani: può esserci un po' più di sale, una diversa maturazione del pomodoro o una foglia di basilico in più. Per questo l'abbinamento tra pizza e vino va affrontato con apertura e

tolleranza. Si parte dalle regole della sommellerie, ma occorre sempre considerare le variabili.

Quali indicazioni di base può seguire chi non è esperto?

Ho codificato un criterio molto semplice, che altri hanno poi definito “metodo Amodio”: l’abbinamento per colori. Se ho davanti una Marinara o una Napoletana, nelle quali predomina il pomodoro, scelgo un vino rosso. Con una pizza al salmone o ai crostacei mi orienterei verso un rosato; con una pizza bianca, a base di formaggi o verdure, verso un bianco. Per una pizza frita o altri fritti sceglierei invece uno spumante. Non è l’unico metodo possibile, ma aiuta i neofiti ad avvicinarsi al vino senza timore.

Quanto contano, alla fine, le preferenze personali?

Il primo giudice resta il nostro palato. Bisogna assaggiare la pizza e il vino: se emergono discordanza, eccessiva acidità o sensazioni sgradevoli, l’abbinamento non funziona. Se invece ci piace e percepiamo equilibrio, nessuno può dirci che sia sbagliato. Le regole servono a orientarci, non a trasformare il piacere in un esame.

La cultura del servizio è cresciuta alla stessa velocità della pizza?

No, e la situazione è drammatica. Siamo ancora all’alfabeto perché manca la formazione. Il lavoro di sala è bellissimo e dovrebbe contribuire alla divulgazione della cultura enogastronomica, ma i professionisti veramente preparati sono pochi. Avere un sommelier in pizzeria continua a sembrare un’idea lontana, anche se esistono locali nei quali questa figura è presente e produce risultati importanti.

Perché è così difficile colmare questa distanza?

Manca spesso la volontà di approfondire. In tanti anni di lavoro, tra cantine e pizzerie, raramente ho incontrato un giovane di sala che mi dicesse di voler seguire spontaneamente un corso introduttivo sul vino o sul servizio. La pizza corre velocemente, mentre la sala resta indietro. Le cose funzionano meglio quando il pizzaiolo ha accanto un socio o un familiare che si occupa stabilmente dell’accoglienza: la divisione dei ruoli consente di costruire un progetto coerente.

Qual è stato l’abbinamento più difficile affrontato nel libro?

Una pizza con il carciofo di Pietrelcina, un prodotto rarissimo del Beneventano. Era preparata da un pizzaiolo-contadino che coltiva personalmente gli ingredienti utilizzati per i topping. La

pizza era molto buona, ma nella sua formulazione originaria risultava quasi inabbinabile: con qualunque vino emergeva una nota metallica che penalizzava sia il piatto sia il calice. Abbiamo quindi modificato alcuni elementi della ricetta fino a trovare una quadratura.

Come ci si comporta con carciofi, sedano e altre componenti vegetali particolarmente ostiche?

Si cercano vini morbidi: possono funzionare bollicine prodotte con metodo ancestrale, bianchi non aggressivi oppure rossi con tannini molto delicati. Bisogna muoversi in una zona di equilibrio, scegliendo vini capaci di accompagnare senza accentuare le note metalliche o amare.

Esistono vini “jolly” per chi è indeciso?

Due: lo spumante e il rosato. Quando ci troviamo davanti a una pizza molto complessa e non sappiamo come orientarci, rappresentano spesso le scelte più versatili. La Sicilia, da questo punto di vista, ha un grande vantaggio: la biodiversità dei vitigni permette abbinamenti straordinari. Un Cerasuolo di Vittoria, un Frappato, un rosato o una bollicina possono adattarsi a numerose preparazioni, naturalmente tenendo conto dello stile produttivo e dell'annata.

Quanto incidono impasto, idratazione e consistenza?

Sono determinanti. Per costruire un abbinamento che abbia buone probabilità di funzionare bisogna risalire alle farine, alla lavorazione e allo stile della pizza. Su una pizza in pala o al padellino, caratterizzata da una croccantezza marcata, non cercherei ulteriore morbidezza: preferirei la freschezza e l'acidità di un vino o, per esempio, un metodo classico. Nel libro le ricette servono proprio a spiegare ciò che sta alla base della preparazione e possono essere riprodotte a casa per sperimentare gli abbinamenti.

Il volume tiene conto delle nuove tendenze, come la riduzione del consumo di alcol?

Non ho inserito vini dealcolati, pur rispettando chi li sceglie, ma ho cercato etichette con gradazioni contenute, anche di dieci o undici gradi. È un modo per mostrare che si può bere un calice di vino senza necessariamente assumere più alcol rispetto a una birra. Il terzo volume di Calici & Spicchi, previsto nel 2027, chiuderà la trilogia e affronterà in modo più approfondito i cambiamenti che stanno interessando sia la pizza sia il vino.

Che cosa sta cambiando nel gusto dei consumatori?

Il mondo del vino sta facendo in parte autocritica. Anche giornalisti e opinion leader hanno compreso la necessità di utilizzare un linguaggio diverso, mentre alcune aziende stanno adeguando la produzione e la comunicazione ai gusti contemporanei. I giovani cercano spesso vini meno alcolici, più morbidi e immediati: sono cresciuti con la birra e con bevande dolci e hanno quindi un palato differente. Non significa inseguirli in modo superficiale, ma capire come rendere il vino nuovamente accessibile.

Quale risposta ha trovato all'estero?

Molto interesse. A Cracovia sono stata invitata dall'Istituto Italiano di Cultura a depositare il libro in una biblioteca che raccoglie migliaia di volumi sulla storia dell'enogastronomia italiana. Gli studenti universitari volevano conoscere le famiglie, le aziende e i progetti che stanno dietro al vino e alla pizza. Alcuni giovani pensano persino di lasciare gli studi intrapresi per dedicarsi a questo settore.

Quali aree mostrano il maggiore fermento?

Il Sud America e l'America Latina sono realtà esplosive. Sono stata a Panama e in Ecuador, dove ho assaggiato pizze di grande qualità. Naturalmente ogni Paese deve confrontarsi con le materie prime disponibili: in Ecuador, per esempio, le limitazioni all'importazione dei latticini impongono l'uso di prodotti locali, molto diversi dalla nostra mozzarella. Sono esperienze che mostrano come la pizza sappia adattarsi e diventare un linguaggio internazionale.

Gli abbinamenti del libro sono stati tutti provati nei locali?

Circa la metà è nata direttamente sul posto. Negli altri casi, quando trovavo una pizza interessante ma mancava un abbinamento adeguato, tornavo in Italia, selezionavo alcune bottiglie e svolgevo ulteriori prove partendo dal ricordo preciso della preparazione assaggiata. Ho coinvolto piccoli produttori, grandi maison e famiglie storiche, evitando ripetizioni e cercando di raccontare la biodiversità italiana tanto nel vino quanto nei topping.

Quanto conta il legame con il territorio?

È fondamentale. Se mi trovo in Sicilia, ha senso che la prima proposta sia un vino siciliano, non uno Champagne reperibile a New York, Londra, Roma o Milano. Il turista che entra in una pizzeria palermitana dovrebbe poter bere un vino dell'isola e conoscere la produzione locale. Suggesto sempre ai ristoratori di immaginare la propria attività come la punta di un compasso: si traccia un primo cerchio e si osserva ciò che viene prodotto nelle immediate vicinanze, dalle verdure ai formaggi fino ai vini; poi si allarga progressivamente il raggio. Una

carta può certamente comprendere etichette di altre regioni e Paesi, ma deve partire dal luogo in cui si trova. Rispettare le sinergie territoriali significa promuovere cultura, sostenere l'economia locale e raccontare insieme pizza, vino e comunità.