

## CloSciarr, al Vinality D'Alesio con il vino in stile pop per rispondere alla peronospora

11 Aprile 2024



CITTÀ SANT'ANGELO - L'etichetta in stile pop promette un vino all'assaggio dirompente. Un prodotto di rottura rispetto alla linea aziendale, che risponde con piglio alle vicissitudini che l'Abruzzo vinicolo ha avuto di fronte nel 2023 con una vendemmia tra le più difficili a causa dell'attacco della peronospora. Si presenta così CloSciarr, l'ultimo vino di D'Alesio, l'azienda di Città Sant'Angelo (Pescara) che verrà presentato al **Vinality**, nello stand all'interno del padiglione 12 nell'area consortile abruzzese.

“La non produzione dei vigneti non ha risparmiato l'Azienda D'Alesio, che si è trovata a dover fare i conti con la perdita della maggior parte del raccolto del Montepulciano e con una sensibile riduzione del raccolto delle uve a bacca bianca”, spiegano dalla famiglia.

“Di fronte a questa traumatica esperienza, le scelte possibili erano due: farsi prendere dallo sconforto o tirare fuori il meglio possibile con ciò che si aveva a disposizione”.

Ne è venuto fuori un nuovo vino, un Trebbiano Igt arricchito da Pecorino e Montonico, chiamato CloSciarr, che sarà in vendita appena dopo il salone del vino.

“Il richiamo è alla parola francese clochard che indica solitamente una persona senza risorse, senza fissa dimora, un po’ anche senza speranze”, anticipano. “Ma anche clos è una parola francese, usata per denominare i vigneti circondati da mura, richiamo alla cultura francese del fare il vino da cui l’azienda D’Alesio trae liberamente ispirazione. Sciarr invece è il marchio e la storia dell’azienda D’Alesio. Sciarr era il soprannome della famiglia di contadini che si occupava della coltivazione dei terreni dell’azienda agricola ai tempi della mezzadria ed è, ad oggi, il nome di una delle due linee di vini di sua produzione”.

Sull’etichetta, in un tripudio di colori tipici della pop art a fumetti degli anni Sessanta, quando i comics hanno iniziato a popolare le opere d’arte dei principali esponenti del movimento, c’è il volto di Lanfranco, “la parte della famiglia che segue più da vicino la parte della campagna e della cantina e che si è sentito, dopo la vendemmia 2023, un po’ un clochard”.

Come nei fumetti il personaggio parla e dice in dialetto “so di non sapere fare il vino, ma tu provalo” e in tutta risposta all’assaggio arriva un’altra esclamazione dialettale iconica, “Frechete”. Questo a dimostrazione del punto di rottura che questo vino segna rispetto al percorso aziendale fatto fino ad ora, con vini in purezza, dalle caratteristiche e dal packaging classico ed elegante, “per virare verso un’interpretazione pop di un momento tragico. È un esperimento”, dicono ancora, “che forse resterà tale o forse verrà riproposto in futuro, però sempre in armonia con la filosofia dell’azienda che conserva, al suo centro, la ricerca dell’estrema qualità nel bicchiere e del legame forte con il territorio e le radici. È il voler portare un sorso d’Abruzzo insieme ad un sorriso, sperando e brindando ad un futuro più roseo per il settore vitivinicolo”.

**pubbliredazionale**