

Un bel progetto per vini di valore

Proporre il miglior vino che produttori qualificati riescono a fare. Questo è il progetto di Marchiopolo. Poche bottiglie che rappresentano tradizione e cultura di territori davvero speciali

Le etichette sono sottilissime strisce verticali che corrono dal collo al fondo della bottiglia. Riportano il nome del vino, che corrisponde alla tipologia, l'annata e il nome di chi propone il vino: Marchiopolo. L'etichetta è "timbrata" al centro da un bollino in ceramica, giallo per i vini bianchi e rosso per quelli rossi.

Un *packaging*, come dicono gli addetti ai lavori, particolare. Solo quel bollino di ceramica in evidenza ha richiesto la drastica modifica del sistema di etichettatura, in cui le bottiglie devono muoversi lungo la speciale macchina sdraiate in orizzontale. Per dire che già da questo si vede un'idea nuova, la voglia di diversificarsi lungo la tortuosa strada del

"fare bene". Marchiopolo è il nome dell'azienda, o meglio, del progetto che propone questi vini. Un marchio che richiama diverse cose: il cognome del creativo imprenditore veneto che ha varato il progetto, Giovanni Marchiorello, la sua passione per uno sport antico e cavalleresco come il Polo e, infine, quel Marco Polo, anche lui veneto, che

viaggiò in lungo e in largo per il mondo alla ricerca di esperienze e novità. Pure Giovanni Marchiorello si propone come nuovo esploratore nel vasto mondo del vino, alla ricerca della novità e soprattutto dell'esaltazione della qualità. ▶

Grandi estensioni di vigneti nella valle del fiume Belice, terra di ottimi vini siciliani.





Attraverso, appunto, il progetto Marchiopolo, che ha preso il via da qualche anno, dopo ricerche, contatti, sperimentazioni e accordi, e che si sta concretizzando in questi mesi con la commercializzazione dei primi vini prodotti, in una gamma già ampia ma destinata ad allargarsi.

Marchiorello è un personaggio che cento ne pensa e cento ne fa. Però, in tutte le cose in cui mette mano, attività professionale e attività sportiva, esce allo scoperto in maniera vulcanica solo quando è sicuro di avere le carte in regola per ottenere

il massimo. Non poteva essere diversamente pure nella sua recente discesa in campo nel mondo del vino. In che cosa consiste il progetto Marchiopolo? Nel proporre vini fatti insieme a produttori più famosi e qualificati, scegliendoli non solo in base alla comprovata affidabilità ma anche in base al territorio e alla valenza culturale che quel vino, quell'ambiente e quel produttore ricoprono. Perché il vino è innegabilmente storia del nostro Paese.

Poi ha cominciato a vagliare la possibilità di fare "vini straordinari per un appas-

sionato di qualità". Questo con la collaborazione di Fabrizio Zardini, enologo ampezzano di solida esperienza che, come ci ha detto, "ho fatto davvero di tutto dall'enologo condotto alle ricerche più innovative per molte aziende italiane, da nord a sud". Visto che la possibilità sembrava potersi concretizzare, Marchiorello ha cominciato non solo a studiare a fondo il mercato, le esigenze, le ambizioni di un buon consumatore appassionato, ma anche a viaggiare da nord a sud, alla scoperta delle migliori aree "Cru", quelle più vocate a

fare vini super, e a convincere i produttori ad affrontare una nuova sfida. Convincimenti non difficili, visto che anche le grandi firme del vino, quelle già consolidate, ogni tanto hanno bisogno di qualche scossa, incentivo, voglia di nuovo. Marchiorello s'è dimostrato capace di alimentare questa voglia, non solo con il proprio entusiasmo ma mettendo a disposizione mezzi veri: esperti, servizi, promozione, distribuzione nei posti che contano.

Oggi le tipologie di vino proposte da Marchiopolo sono 16, alle quali si aggiungono 4 distillati firmati da Vittorio Capovilla, di Rosà, nel Veneto, definito "Il Fanatico della Qualità". Vini che sono la massima rappresentazione di un territorio e, spesso, di vitigni che sembravano destinati ad estinguersi per il disinteresse degli uomini. Come, per esempio una Pignola in purezza dal vitigno omonimo, che era coltivato in Valtellina e che la coppia Marchiorello-Zardini ripropongono dopo averla fatta fare da un "Big" di quel territorio lombardo, Domenico Triacca. O anche un Verdeca, sempre in purezza, da un vitigno omonimo pugliese, fatto con la Upal, piccola ma qualitativa cantina sociale della valle dell'Itria. C'è anche un eccellente e raro Moscato di Baselice, in team con la Masseria Parisi, che sembra essere rimasto l'unico produttore del beneventano a fare questo vino, grazie anche al nuovo supporto di Marchiopolo. "La nostra discesa in campo" dice con soddisfazione Giovanni Marchiorello, "ha anche permesso la salvaguardia e la ripresa di vini che erano stati dimenticati. Vedi anche il caso del Perricone, prodotto da Mirella Tamburello nell'area siciliana della Doc Monreale. È stato Zardini, in sostanza, a in-

I produttori che aderiscono al progetto sottoscrivono un disciplinare molto rigido

PER SAPERNE DI PIU'

Marchiopolò fa fare poche migliaia di bottiglie di ciascun vino e le distribuisce nelle migliori enoteche e nei ristoranti selezionati. Per sapere dove trovare i vini dal bollino in ceramica gialla o rossa, si possono richiedere informazioni a Marchiopolò, Via Remigio Paone 2, 20153 Milano, tel. 02.45281744, info@marchiopolò.it, www.marchiopolò.it

glianico con Telaro, Amarone e Recioto con Monteci, Franciacorta "Pas dosé" con Ambrosini. Poi vini friulani con Fiegl e piemontesi con l'azienda agricola Mirù, nell'alto novarese, dove il Ghemme è fatto con nebbiolo e può competere alla pari con gli altri rossi piemontesi più conosciuti e fatti con lo stesso vitigno.

Anche se nell'elenco non mancano vini affermati, come appunto Amarone, Nero d'Avola e Primitivo, ecco subito evidenziato il piacere della scoperta e della valorizzazione. Dunque anche piccoli vini ma qualità elevata. "Tanto che siamo noi", spiega l'enologo Zardini, "a dire a produttori già affermati come fare i vini che poi proponiamo con il nostro marchio. In sostanza

abbiamo varato un disciplinare interno, che si affianca a quello tradizionale delle Doc e delle Docg, dove stabiliamo, in accordo con i produttori, delle regole severissime su cosa e come fare e, per essere del tutto chiari, anche su cosa non fare. Nulla, dunque, è lasciato all'improvvisazione, al caso o alla fortuna, anche se un briciolo di quest'ultima, nel fare e nel vendere il vino, fa sempre comodo".

"La mia è una bell'avventura in questo complicato e affascinante universo enologico ma certo non è avventata". Spiega quasi giocando sulle parole l'ideatore del progetto Marchiopolò, sempre alla ricerca di altri territori e produttori a cui dar valore. "Dopo aver studiato a lungo il settore, ab-

biamo messo in campo il meglio delle nostre risorse. Obiettivo: dare, anche se in poche bottiglie, non più di 6 mila per tipologia, un prodotto di qualità elevata, il meglio che si può fare in un territorio e in una cantina con le uve migliori. Se la materia prima un anno non è all'altezza, vuol dire che quel vino non si fa".

Nasce, ovvio, la curiosità sulla nascita dell'idea. "Una passione che si è trasformata", spiega Giovanni Marchiorello. "Da ragazzo ho vissuto spesso da solo, in giro, per esempio in collegio a Cortina, e mi piaceva cucinare. Ai buoni piatti ho cominciato ad abbinare i primi vini. Non granché. Cibo ottimo, vini così così. Allora mi sono impuntato a cercare prodotti migliori e, nel tempo, ho capito che i vini potevano essere bevuti bene anche da soli, non era necessario per forza accoppiarli con determinati piatti. Bisognava uscire dagli schemi, sperimentare, coronare, perché no, piccoli sogni anche in questo settore".

Una nota di colore: Cortina è stata l'occasione per dar vita anche alla sua altra grande passione, il gioco del polo.

"Sì, l'ho visto giocare lì per la prima volta, sulla neve, una decina d'anni fa. Uno sport affascinante, ultra millenario, coinvolgente, forte, che richiede tecnica, coraggio, decisione e organizzazione. Proprio come il mondo del vino".

durre la signora, qualche anno fa, a non espantare del tutto questo vitigno la cui uva è ricchissima di benefici antociani, e a farci, anzi, un vino in purezza".

Ci sono poi altri vini del sud, come il Salina Bianco e la Malvasia delle Lipari, prodotti da Carlo Hauner, e, risalendo la penisola, l'A-

Il marchio raggruppa vini bianchi e rossi di qualità, dal Piemonte alla Sicilia.

