

LA REGOLA DI MARCHIOPOLO

Operazione trasparenza
per i consumatori che si affideranno
al nuovo brand

di Giulio Bendfeldt

«La parola magica è "regola". La regola che unisce in un rapporto simbiotico il produttore locale e tutto lo staff di Marchiopo, "idea nuova" del vino italiano, presentato nel Vintaly 2005, strutturato e lanciato con maggior forza nell'autunno scorso e che ora si attende al "big bang". La regola è quella che consentirà a chi comprerà le bottiglie targate Marchiopo di avere la certezza di un vino di alta qualità, con un fortissimo legame col territorio di provenienza, prodotto nel rispetto di pochi, semplici, ma inderogabili comandamenti. «Certo, regola è un termine che impressiona - spiega a Euposia, Gian Luigi Marchiorello, imprenditore veneto che ha deciso di lanciarsi professionalmente nel mondo del vino mosso dalla sua profonda passione - , ma si tratta soprattutto di regole di buon senso, che un buon produttore deve già avere ben presente nel momento in cui vuole arrivare a vini di qualità. Marchiopo "chiede" ai produttori un percorso chiaro e certo a partire dalla coltivazione dei vigneti per finire alla vendemmia, all'appassimento - quando necessario - alla vinificazione. La novità non sta tanto nel lavoro fatto

a regola d'arte, di vino di alta qualità in Italia se ne produceva e se ne produce indipendentemente da Marchiopo è ovvio, quanto nel fatto che è la prima volta che questo processo di filiera viene codificato, certificato, a tutto vantaggio dei consumatori. Una "tracciabilità" vera: l'acquirente dei nostri vini potrà conoscere tutto del vino che ha comprato. Dalle tecniche di coltivazione a quelle in cantina. Tendenzialmente, un'operazione trasparenza che, nel prossimo futuro, dal web mostrerà i "segreti" del nostro vino, quasi in diretta». La regola è, in ogni caso, il passaggio determinante. Marchiopo non produce direttamente vino, non possiede vigneti o cantine. Ma per non voler essere una mera operazione commerciale punta proprio all'affermazione di un disciplinare che porti sul mercato vini unici, realizzati sulla base del modello di vino ideale elaborato dallo staff di Marchiopo. «Col nostro mastro vignaio, Fabrizio Zardini - aggiunge Marchiorello - abbiamo individuato un gruppo di vini di altissima qualità, che sono fortemente rappresentativi del loro territorio d'appartenza, e che - in

qualche caso - sono delle novità quasi assolute. Novità, ovviamente, non tanto per il vitigno utilizzato, in realtà autoctoni presenti da centinaia di anni, ma perché in larga parte abbandonati, oppure non sfruttati per la loro intrinseca identità. Ad esempio il siciliano perricone o la pignola della Valtellina. Anche vini non facili, non così semplici, ma che siano in grado di testimoniare ed affermare il valore del grande vino italiano». Ai produttori viene chiesto di lavorare sul terreno come in cantina condividendo in ogni momento il progetto Marchiopo: una vera e propria selezione fra i produttori, che vengono comunque dichiarati in etichetta, e che coinvolgono nomi di primo piano, ma anche realtà associative: «A tutti chiediamo un vino unico, irripetibile, fatto apposta per i nostri clienti, non semplicemente di cambiare etichetta sul prodotto. Non è questa la nostra filosofia, ed è questo che ci pone assai lontani da altre operazioni meramente commerciali. Una filosofia che è testimoniata anche dal numero di bottiglie che noi mettiamo in commercio. Marchiopo è una filosofia produttiva, in primis, che accomuna un gruppo di produttori e il nostro lavoro di ricerca». Base di partenza del progetto, un Amarone: «Cercavamo all'inizio un vino di alto lignaggio che fosse rappresentativo del Veneto. La scelta non poteva che cadere sull'Amarone. A questo abbiamo via via aggiunto vini che fossero testimoni importanti del vino italiano: Malvasia delle Lipari e il Salina che valorizza due vigneti siciliani di rango come inzolia e grillo. Eppoi, il Negroamaro del Salento, un Nero d'Avola, un Perricone Monreale che va a rivalutare un vitigno presente sin da tempi antichissimi, ma che rischiava di venir abbandonato, un Primitivo e una Verdeca del Salento per arrivare ad un vino "eroico" come la Pignola della Valtellina coltivato sui terrazzamenti strappati letteralmente alla montagna». La ricerca e la regola posizionano Marchiopo su una fascia di prezzo medio-alta: «La forchetta in realtà è ben più ampia - sottolinea Marchiorello - : per alcuni vini,



penso i più noti e diffusi del Mezzogiorno che abbiamo in catalogo, si tratta di valori in linea col mercato di qualità. In qualche altro caso, riteniamo che il lavoro di ricerca e le difficoltà della produzione possano venir riconosciute dalla nostra clientela. In ogni caso, il nostro termine di paragone è il "best in market". Il nostro riferimento è il miglior vino in produzione per quella tipologia di vino. Vogliamo essere riconosciuti e rapportati ai migliori, in assoluto». Oltre al vino, Marchiopo presenta anche una propria linea di distillati. Anche in questo caso, una produzione esclusiva, affidata a Vittorio Capovilla, seguendo un disciplinare che esclude l'aggiunta di zuccheri e aromi; sono ottenuti attraverso una lenta distillazione a bagnomaria, utilizzando pura acqua di sorgente del Monte Grappa. Primo distillato proposto, una grappa ottenuta con vinaccia proveniente dai migliori vigneti della Valpolicella (80% lavorazione Amarone, 20% Recioto di Soave), cui si sono aggiunti un distillato di pere, un'acquavite d'uva moscato proveniente dai Colli Euganei e, infine, un distillato di birra realizzato con una birra doppio malto specificamente studiata e prodotta per la sua distillazione. >



• Nella foto da sinistra: Vittorio Capovilla, autore dei distillati, Gian Luigi Marchiorello, titolare e Fabrizio Zardini (enologo)

