

## Caprai: «La sfida? Non solo vino, ma arte, storia, ambiente»

► Restaurare gli affreschi di Benozzo Gozzoli a Montefalco ► Il colpo di fulmine tra Sagrantino e Bacio e l'incontro raccogliendo fondi con la vendita web dei grandi Cru con mister Alibaba. «La strada obbligata dell'eccellenza»

### IL PROGETTO

PERUGIA La sfida è questa: un progetto che è vino, ma anche arte e storia e tanto ambiente. Qui il "prodotto" è l'Umbria, le colline aspre, la macchia intrecciata di rovi e bosso, il profumo, umile e grande, della terra smossa, la vigna che non è lì che ti aspetta da sempre, come succede in aree più ospitali, ma lavoro, fatica, invenzione, genio, ricerca. Va bene così? Marco Caprai, presidente di **Confagricoltura** Umbria, grande produttore di Sagrantino, al Vinitaly, a Verona, si è giocato il jolly dell'eccellenza. Era in prima fila dal premier Renzi, forte del suo milione di bottiglie all'anno e del mito del Sagrantino che alimenta senza stancarsi, idea dopo idea, iniziativa dopo iniziativa: «La sfida è tutto questo, non è e non potrebbe essere solo vino. C'è - come non vederla? - una mondializzazione delle eccellenze stesse. Noi dobbiamo proporre sempre più un brand che è molte cose insieme ma deve continuare ad affondare con radici profonde».

La sfida, intanto, lo porta a sposare medioevo e web, a far volare affreschi scrostati su ali di silicio. Si tratta di vendere Cru di Sagrantino, bottiglie d'annata, prestigiose come i top francesi, non fosse che Montefalco non riesce a spiegare le vele spinta da un unico vento come invece succede ai grandi di Bordeaux, per farne denaro da destinare al recupero dei dipinti di Benozzo Gozzoli nel-

l'abside di San Francesco. Testimonial? Dante, Petrarca e Giotto, niente di meno, come si legge sul sito Caprai4love. Non sono forse loro, terziari francescani, protagonisti di quei lavori?

«L'arte è parte integrante della storia, è identità alla nostra terra. Facciamo un fundraising col nostro Sagrantino perché sappiamo che questa è la "proposta Montefalco", quella giusta per stare sul palcoscenico internazionale». E per attrezzarsi al meglio Marco Caprai si è schierato con un gruppo di illustri vignaioli - Allegrini, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Frescobaldi, Planeta e Villa Sandi - dentro ad una accademy delle eccellenze che si chiama Iswa. Insieme hanno avuto per ospite Jack Ma, inventore e leader di Alibaba, la piattaforma e-commerce che ha superato ogni rivale con 500 di miliardi di transazioni nel 2015, e che ha il prezioso e ambito mercato cinese nelle sue corde per chi vuol ripercorrere via web la strada della spezie e della seta che fu di Marco Polo. È stato lui, nella cornice sontuosa di Villa della Torre Allegrini in Fumane di Valpolicella, a rincuorare i protagonisti della sfida del vino di qualità, con poche parole asciutte, ma esattamente quelle che ci si attendeva di sentire: «Noi di vino non abbiamo grande esperienza, ma state certi che sappiamo come venderlo e possiamo darvi una mano». Al mattino Jack Ma, nell'incontro veronese con Matteo Renzi, aveva quantificato parlando del-

le decine di milioni di bottiglie che possono trovare spazio nella sua straordinaria vetrina planetaria on line. Con l'intenzione, espressa con chiarezza, di decuplicare (dal 6 al 60%) la quota complessiva delle vendite di vino italiano in Cina. La sfida è il mondo e questo è il modo di attrezzarsi.

Ma la sfida di Caprai gira sempre intorno al Sagrantino, perché ha il sapore dei grandi che si distinguono sempre e comunque, un sapore senza se e senza ma. E perché sa essere rosso cupo e però trasparente, e soprattutto perché porta nel bicchiere il carattere forte e spigoloso degli umbri. Lo ha spiegato a Leo Wencel, capo mercato di Nestlé, ed è stato un colpo di fulmine: Bacio Perugina e Sagrantino hanno le carte in regola per portare l'Umbria nel mondo. «Si trattava di approfittare di questa occasione. Nestlé si è resa conto del ruolo che ha conquistato in questi anni il Sagrantino, più di un vino tra gli altri vini. Qui c'è carattere e identità, tradizione e storia. Esattamente come il Bacio non è un cioccolatino tra i cioccolatini. Un incontro lo abbiamo fatto. Sono interessati ad approfondire. Il messaggio può essere valorizzare insieme l'unicità dell'Umbria? Sì, può essere una strada». È la medesima strada stretta della ricerca della qualità e delle eccellenze, in ogni settore, che la piccola Umbria deve per forza percorrere, se non vuol finire condannata all'irrelevanza e l'oblio.

Marco Brunacci



Marco Caprai col premier Renzi, Jack Ma (Alibaba), quindi Vinitaly e due immagini degli incontri per Benozzo Gozzoli a Montefalco

