

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

