

La cantina e lo stile unico del produttore



di Alessia Cipolla

L'enogastronomia italiana, con la sua infinita ricchezza di vini e di specialità a denominazione d'origine controllata, è uno degli asset economici più importanti del nostro Paese. Il turismo enogastronomico è in costante crescita e con i suoi cinque milioni di turisti e un fatturato di 2,5 miliardi di euro, oltre ad esprimere una forma di turismo sostenibile, rappresenta una specifica e importante componente dell'offerta turistica italiana. La rinomata bellezza del nostro paesaggio e delle città d'arte, il numero enorme di varietà e di tradizioni culinarie attirano sempre più appassionati nazionali e internazionali. Incrementando nuovi investimenti nella logistica e nella comunicazione da parte delle associazioni di settore e dei singoli viticoltori, si potrebbe ottenere una futura e auspicata destagionalizzazione e attrarre milioni di turisti anche nei periodi di bassa stagione.

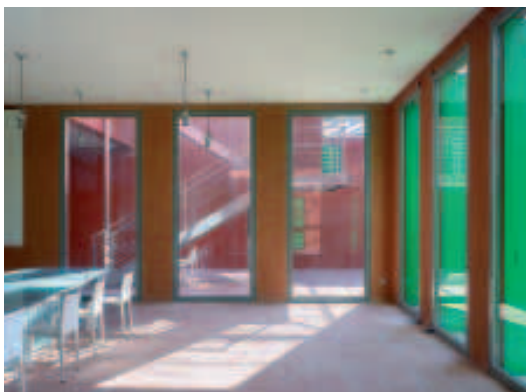
L'enoturismo rappresenta la possibilità di creare nuovi rapporti che con il tempo si possono trasformare in risorse nuove e vincenti. I produttori devono quindi maggiormente investire in immagine e accoglienza, oltre che sul

prodotto, in modo da regalare all'enoturista un importante momento di formazione e di cultura del vino e del suo territorio.

Lo stile unico dei produttori vitivinicoli è espresso non solo nei loro vini ma anche nelle loro cantine. La relazione tra territorio, vino e architettura è molto stretta: il progetto dello spazio di produzione si intreccia con la cultura del luogo e con il rapporto che la moderna industria del vino intrattiene con la terra, il clima, la natura e le tradizioni in cui opera.

“L'architettura deve rendersi complice, deve essere partecipe dei caratteri del luogo, del territorio. Bisogna saper ascoltare, perché ogni luogo racconta la sua storia.” (Renzo Piano, La responsabilità dell'architetto.)

La cantina è uno stabilimento di produzione e la bellezza dell'edificio, magari progettato da valenti professionisti, non influenza la produzione del vino ma sicuramente influisce sulla comunicazione del prodotto e dell'azienda, migliorando la visibilità e le possibilità di accoglienza in cantina. La qualità del vino oggi è anche qualità delle suggestioni e degli elementi simbolici e di



comunicazione che al vino e al suo territorio vengono associati e che un'azienda deve promuovere strategicamente.

Continua il percorso di conoscenza verso le nuove cantine italiane realizzate tra il 2001 e il 2009 in tutte le regioni d'Italia scelte secondo la qualità architettonica e funzionale realizzata oltre che al rispetto anche alla valorizzazione del paesaggio circostante.

Cantina Rocca di Frassinello - Gavorrano (Gr)

Uno dei più grandi architetti al mondo e un grande editore, due personaggi legati da lunga amicizia, uniti nell'avventura della costruzione di questa cantina piena di poesia e di fascino: Renzo Piano e Paolo Panerai con socio il francese Domaines Barons De Rothschild .

“Prendere la collina, scavarci dentro la Barriquerie, costruirci sopra una piattaforma, una grande terrazza, tappeto volante, dal quale godere lo spetta-



la fine della Aguglia

Tylosurus Imperialis

copy studio



HEREA INSOLIA I.G.T. SICILIA

bere mediterraneo

AVIDE
vigneti e cantine

www.avide.it



colo straordinario, che esisteva già, prima del progetto di Rocca di Frassinello. A Rocca lo sguardo gira in tondo, non si ferma mai. La terra è disegnata dalle colline e, adesso ancora di più, dalla vigna". (Renzo Piano)

La cantina, 7.500 metri quadrati, è immersa in un paesaggio magnifico protetto da boschi di querce e dalla macchia mediterranea, in piena Maremma toscana, dove, come dice Renzo Piano: "La vigna è la coltivazione di grandissima sapienza, con i suoi filari disegna il terreno, delinea il paesaggio, meglio di ogni altra pianta". La fase progettuale della cantina è durata dal 2001 al 2004 mentre la fase di cantiere dal 2003 fino al 2007: un grande progetto implica grande dedizione e tempo.

L'edificio non si svela subito all'enoturista: da lontano, poggiati sulle colline si intravedono due forme architettoniche di colore rosso, il colore della Maremma, un rettangolo stretto e lungo con sopra una torre del medesimo colore, due elementi compositivi perfettamente integrati nel paesaggio, una sorta di fortezza contemporanea a difesa del processo di trasformazione di un prodotto nobile come il vino che avviene negli ambienti interni, scavati nella roccia, spazi segreti e pieni di fascino. La torre ha la funzione di rilevatore del controllo della temperatura, dell'umidità, delle piogge e del soleggiamento. Accanto alla torre c'è un banner verticale progettato anch'esso dall'architetto, con la funzione di pubblicizzare i prodotti della cantina o gli eventi che ospita, un antico sistema di comunicazione e di richiamo visibile anche da lontano.

Il percorso conoscitivo dei vini della Rocca di Frassinello inizia dall'alto: gli enoturisti vengono accolti in un grande padiglione di circa 400 metri quadrati con immense vetrate che permettono il contatto visivo con il magnifico territorio circostante. È qui che si organizzano eventi di vario genere inerenti e non al vino oltre alla vendita diretta dei prodotti della tenuta. L'uso del verde acceso, che caratterizza alcuni elementi costruttivi del progetto assieme all'uso di altri colori primari, è presente anche nel packaging delle bottiglie, scatole impilate e ben visibili sotto i banchi di assaggio.

Intorno al padiglione è stata realizzata un'immensa terrazza di oltre 5.000 metri quadrati, un punto di osservazione privilegiato, una vedetta, un affaccio che si apre

a 360 gradi sul paesaggio dei vigneti e delle colline circostanti, inondato dal sole, uno spazio puro, vuoto, rivestito in mattoni, tipicamente toscano.

Non più un antico baluardo ma uno spazio per la meditazione, per la contemplazione, un sagrato, come lo chiama Renzo Piano.

Durante la vendemmia, la terrazza è un'area viva e animata dove vengono convogliate tutte le uve, diraspate, che, dopo una cernita fatta manualmente, cadono attraverso dei chiusini, per gravità, nel sottostante livello, la zona servizi, che segue il perimetro più esterno della soprastante terrazza, dove sono stati posizionati l'impianto di fermentazione, il magazzino e l'impianto di imbottigliamento.

Al piano inferiore vi è l'attrezzatissima sala da degustazione con un tavolo appositamente disegnato dall'architetto, con luce centrale adeguata per la degustazione del vino e dei cassetti dove eliminare il vino durante la degustazione. Attraverso una possente porta in acciaio si accede al cuore della cantina, la Barricaia, un ambiente di 40x40 metri scavato nella roccia per 50 metri di profondità, in modo da mantenere costante temperatura e umidità. La porta si apre su una sorta di intimo teatro: si accede dagli spalti superiori e di fronte, poste sulle gradinate, le 2500 barriques, una a fianco all'altra come gli spettatori di un evento poetico, dove il profumo del legno e del vino, il silenzio, l'eco dei propri passi, la temperatura e la semioscurità accompagnano il visitatore in un percorso emozionale fino alla zona inferiore e centrale del locale dove la luce naturale penetra dall'alto attraverso un foro nel solaio. I bracci automatizzati, anch'essi una sorta di macchine sceniche, aiutano nella pulizia, nel mantenimento e nello spostamento delle barriques. Dalla zona inferiore della Barricaia vi è un funzionale accesso diretto alla zona servizi.

Il materiale del rivestimento delle pareti scelto per avvolgere la Barricaia e le aree di vinificazione è il cemento faccia a vista, liscio in superficie, come fosse velluto, grazie all'effetto di casseri in legno di betulla finlandese, che gli imprimono una grana particolarmente ricca e sottile. Uno splendido progetto pieno di emozionanti suggestioni che canta il mistero della trasformazione di un nobile prodotto.