

# Quando la cantina unisce esperienza e cultura

di Alessia Cipolla

**A**ttaversare la bellezza dei nostri paesaggi costituisce già un enorme piacere ma conoscere da vicino un prodotto enogastronomico, vedere chi lo produce e capire come nasce rappresenta un'esperienza importante nella costruzione della relazione personale tra il prodotto e l'appassionato enocultore. La nostra percezione della realtà dipende dai sensi ma restiamo molto più "impressionati" dalle cose che ci emozionano.

La visita in azienda rappresenta non solo una gita fuori porta ma anche un'esperienza privata che lega il consumatore al vino. Le cantine non sono più solo un luogo di produzione ma anche l'occa-

sione per presentare e comunicare al meglio il prodotto e l'impresa che lo produce, un luogo di scambio di culture ed esperienze.

Molte aziende hanno inserito all'interno del loro percorso in cantina anche dei piccoli locali di vendita diretta,

spazi che necessitano di esperienza e cura progettuale spesso trascurata, in quanto non rappresentano soltanto un luogo di esposizione e distribuzione ma identificano il punto di incontro tra il prodotto, l'azienda e il consumatore.

Nuovi luoghi familiari ed emotivamente coinvolgenti, dove accogliere piacevolmente i clienti, spazi relazionali e di svago in grado di



attirare l'attenzione per la forte personalità, organizzati per emozionare e intrattenere, aree dove introdurre un nuovo sistema progettuale di vendita creativa attraverso il marketing sensoriale, che mira a stimolare il pubblico, e il Visual merchandising, "visualizzazione della merce": assieme alla vista, il canale principale verso il quale indirizzare le informazioni, si può comunicare un prodotto anche coinvolgendo nel progetto l'udito, l'olfatto, il tatto e il gusto.

Il Visual merchandising, un modo di pensare a come valorizzare al meglio il prodotto e il punto vendita, è un insieme di metodi che concorrono a dare al prodotto un ruolo nuovo utilizzando i sensi come la vista, dove le immagini non sono quelle che percepisce la retina ma l'elaborazione fatta dal nostro cervello; l'udito con la musica come via di comunicazione ad alto contenuto emotivo; l'olfatto dove la miscelazione di trentuno odori primari può dare origine a migliaia di odori diversi; il tatto dove il contatto fisico suscita emozioni che perdurano nella mente più delle emozioni date dalle immagini e dalle parole e infine il gusto, in tutte le sue sfaccettature.

Oggi il consumatore desidera interagire con tutto ciò che lo circonda e vuole scegliere, sperimentare, creare, capire. Un'immagine, un suono, un profumo, una sensazione tattile, un sapore bastano ad attivare il naturale percorso di analisi e a ogni stimolo sensoriale deriva una serie di conseguenze di acquisto.

Gli spazi vendita dovrebbero quindi arricchirsi di funzionalità e diventare delle vere e proprie vetrine, creando una particolare atmosfera identificativa dell'azienda attraverso elementi progettuali fondamentali, quali la razionale gestione degli spazi, il corretto posizionamento delle strutture espositive, l'adeguata suddivisione delle merci per destinazione e stile e un'appropriata scelta dei colori, dell'illuminazione, della temperatura, delle immagini, della musica e della comunicazione.

Continua il percorso all'interno delle nuove cantine italiane realizzate tra il 2001 e il 2009 nelle diverse regioni d'Italia scelte secondo la qualità architettonica e funzionale, oltre che al rispetto e alla valorizzazione del paesaggio circostante.

#### **Azienda Agricola Petra – Suvereto (LI)**

Un architetto svizzero di fama internazionale e un grande imprenditore, non nuovo al mondo del vino, legati da lunga amicizia: l'architetto Mario Botta e Mario Moretti, già figura importante dei vini di Franciacorta, oltre che costruttore.

La cantina Petra, come pietra in latino, è stata progettata a Suvereto, nel cuore della maremma toscana, in uno dei paesaggi più affascinanti d'Italia, in località San Lorenzo Alto, e si estende per 300 ettari, composti da vigneti, boschi e ulivi. Mario Botta ha dato forma e vita alle idee iniziali del proprietario, insistendo sulla realizzazione di un complesso architettonico equilibrato sia negli

# PAROLE VINO

*Puoi analizzarlo come in un laboratorio della Scientifica, ricostruirne la storia da odore e colore come Sherlock Holmes, scuoterlo e farlo girare come nell'interrogatorio di un noir, non basta: il mistero di un vino si svela solo bevendolo.*

*muccuni gli parse amaro e stava  
quando il sapori nella vucca di co  
divintò 'na cosa profumata e càvuda,  
villuto, gli parse di starisi vivendo 'na ro.*

*Sole della mia Terra, distillato  
che ingemma sensi e intreccia vo  
L'incantesimo della vita, a vo  
bicchiere.*

*I progressi del vino rapp  
sottosviluppo siciliano.  
Per questo si può dire che ai  
a sperare, non resta che attac*

*Come reggimento in pa  
finire dell'estate, attene  
sulla malinconia autun*

*Quanto al b  
parla e io lo  
palato, al pr  
Lo sguardo  
all'anima il*

*Oggi non ho p  
chiedere a nessun  
appagata. Dom  
Versatemi, into  
ricominciare.*

*Parve un gemito il grido del sole m  
fu invece goccia d'inebriante piacer  
delizia fra labbra in appetito d'ob*

*... scordando  
insospettabili*

*Detesto  
Credo  
chi sem  
sempre*

*Dicono i r  
vino sono p  
conciliabil  
romanzier*

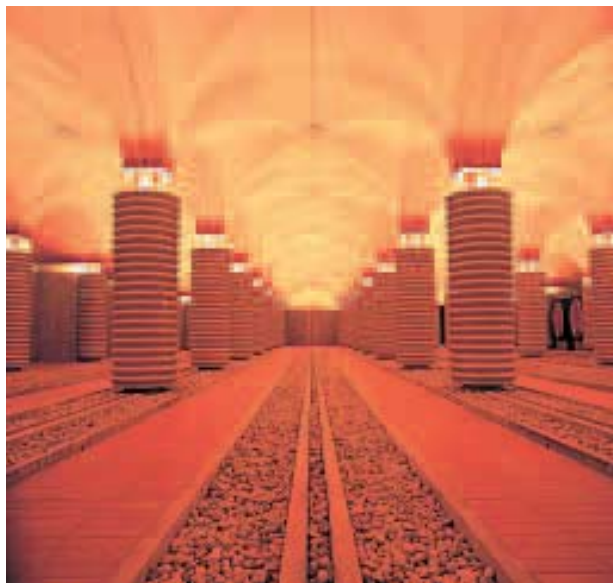
aspetti pragmatici e funzionali della cantina con tutte le sue lavorazioni, sia negli elementi costruttivi, inserendo i brevetti del gruppo Moretti-Industria delle Costruzioni, sia in quelli compositivi attraverso le scelte formali di un elemento architettonico forte inserito in un paesaggio pieno di fascino.

Il progetto è stato realizzato sul pendio di una zona collinare, con il fronte principale che accoglie il visitatore a valle, l'accesso dei trattori e dell'uva a monte a un livello superiore. Quasi un logo, perfettamente visibile da lontano, un elemento compositivo immediatamente riconoscibile con una identità comunicativa precisa. L'edificio, interrotto su tre lati, viene quasi accolto e abbracciato dalla collina.

Il complesso fuori terra si presenta con una figura centrale cilindrica, alta 25 metri con un diametro di 42 metri, dove si svolge il processo di vinificazione e sono stati ubicati anche gli uffici e il laboratorio, e due ali laterali, perfettamente simmetriche, all'interno delle quali si trova nell'ala destra uno spazio per mostre temporanee e una sala meeting, oltre alla zona di invecchiamento del secondo anno e, a sinistra, l'area per l'invecchiamento in bottiglia con una capienza di circa 200mila bottiglie, lo spazio per il ciclo dell'etichettatura, il magazzino e lo stoccaggio.

Il corpo centrale si presenta come una figura pura, un cilindro in pietra, un anello, sezionato con un piano inclinato decrescente verso l'accesso principale, una scalinata esterna al termine della quale si può avere una visione dall'alto di tutto il territorio.

Il corpo cilindrico è un luogo austero, con muri prefabbricati esternamente ricoperti in pietra e con pilastri



◀ La barricaia

interni che sorreggono grandi travi lamellari e i setti in calcestruzzo armato della corona circolare sui quali poggiano le travi secondarie in legno lamellare decrescenti verso l'accesso principale. Tra una trave e l'altra filtra la luce naturale zenitale, conferendo a questo spazio una certa solennità.

L'uva viene convogliata nel piazzale retrostante il corpo centrale, al piano primo, da dove, attraverso nastri trasportatori, è

trasportata verso la sala di diraspatura dalla quale le uve vengono fatte cadere, attraverso dei chiusini, direttamente nella zona di vinificazione al piano terra dentro le vasche in acciaio. Al secondo piano con accesso visivo verso la cantina e il piazzale esterno si trovano anche gli uffici amministrativi e il laboratorio.

Al piano terra, nel retro dell'area di vinificazione è collocata la barricaia che contiene fino a 1000 barriques utilizzate per la fase di invecchiamento del primo anno. Il locale è costituito da un'unica volta prefabbricata di 18 metri, appositamente brevettata dal gruppo Moretti-Industria delle Costruzioni. I pavimenti sono lastre in calcestruzzo armato nelle quali, in fase di prefabbricazione, sono stati inseriti elementi di calpestio in cotto. Da questo locale si accede verso la scenografica galleria lunga 70 metri, scavata nella roccia, in cui sono state disposte circa 500 barriques da invecchiamento. Nell'ala destra, l'area invecchiamento di un anno, è stato utilizzato un altro brevetto costruttivo del gruppo Moretti, una copertura a crociera prefabbricata con maglia regolare di 6 per 6 metri.

Un progetto dalla forma immediatamente identificativa e riconoscibile, che comunica e si esprime all'interno di un paesaggio meraviglioso dalla forte personalità.



▲ Gli interni

▶ La suggestiva galleria lunga 70 metri

