



ILSOLE24ORE.COM – 29 MARZO 2019

Il vino come viaggio nel tempo: quando la degustazione diventa uno show

- –di [Silvia Pieraccini](#)



(Bartolotta)

Come si racconta il vino al pubblico senza annoiare? E, soprattutto, come si può arricchire il racconto di territorio, storia, produttori, aneddoti, per farne un “piatto” accattivante, coinvolgente, divertente e - perché no – condito di piccoli insegnamenti?

Fino a oggi i tentativi - quelli vis à vis, non mediati dai social - si sono fermati alle degustazioni e alle presentazioni aziendali. Si spiega, si assaggia, si commenta. Poco pathos e poco coinvolgimento. Ma nel terzo millennio l'Italia vinicola ha bisogno di una comunicazione più moderna e più smart, ha pensato **Filippo Bartolotta**, sommelier-giornalista-divulgatore vinicolo fiorentino che ha accumulato esperienze multiple fondando un tour operator specializzato in viaggi cultural-gastronomici e una scuola di cucina. E che in cinque anni di permanenza a Londra, a partire dal 1999, ha affinato le capacità di intrattenimento: “Cerco sempre di trovare un racconto - dice - per legare fatti storici ai vini che si stanno assaggiando”.

FAMIGLIACECCHI

Con Barack Obama e Michelle

Quando nel maggio 2017 l'ex presidente degli Stati Uniti Barack Obama venne nel Senese con la moglie Michelle ospite dell'ex ambasciatore americano in Italia, Filippo ebbe l'occasione di proporre i vini che accompagnarono la cena cucinata da Massimo Bottura. Scelse un Barolo del 1961 perché era l'anno di nascita di Barack, un Brunello di Montalcino del 1964 perché era quello in cui è nata Michelle, e poi un vino dell'azienda **Cecchi** perché era l'etichetta con cui Filippo aveva conosciuto Bottura 15 anni prima: “Mi piace l'idea che ci sia un'epica che va oltre quella del vino”. Quell'esperienza gli ha aperto, ancor più, le porte degli States, dove Bartolotta nei mesi scorsi ha fatto un road show per proporre il proprio personale wine tasting: dal Metropolitan Museum davanti a 80 persone, al The Late Show con Stephen Colbert, dalle dimore di collezionisti privati a quella dell'attrice Jessica Alba a Beverly Hills.



(Bartolotta)

Ora quel format, battezzato “**The amazing italian wine journey**”, sbarca in Italia: come dice il nome, è una sorta di viaggio giocoso nel vino tricolore da fare a tavola, abbinando piatti ed etichette dai quali partire per scoprire concetti-base e pillole storico-culturali: il Ph del vino che dice molto della provenienza, la brillantezza che svela l'acidità, il colore che collega all'anzianità, la vigna piantata sui sassi che ha dato il nome al ‘Sassicaia’; oppure l'invenzione dei Supertuscan, la differenza tra il Sangiovese piantato sulla sabbia e sull'argilla, l'influenza del mare e dei monti. Il tutto condito da un wine challenge in cui i tavoli si sfidano tra loro, vincendo cene e corsi di cucina.

Il format approda in Italia

L'esperimento ha debuttato a “Irene”, il ristorante dell'hotel Savoy di Firenze (gruppo Rocco Forte),

FAMIGLIACECCHI

dove Filippo ha presentato nove etichette dal Friuli alla Sicilia, abbinare ai piatti di Fulvio Pierangelini e Giovanni Cosmai, raccontando le storie e le facce dei produttori, le trasformazioni del territorio, i tentativi di migliorare la qualità, i successi, gli inciampi, le fortune e le disavventure dell'enologia italiana che cresce e si diversifica. Un viaggio stimolato dal gioco, dieci domande per scoprire che la parola sommelier deriva dal francese *lier e somme* (legare all'asino), che la *filossera* è un insetto che attacca la vite, che l'*umami* è il quinto recettore di gusto.

“La serata crea delle ancore culturali - spiega Filippo - e, a seconda delle risposte del pubblico, decido di andare più o meno in profondità nelle spiegazioni e gli incontri diventano più o meno intimi, più o meno professionali”.

La collaborazione con Rocco Forte potrebbe ora allargarsi alle altre regioni in cui il gruppo alberghiero è presente. “Il progetto ‘The amazing italian wine journey’ è nato per raccontare i vini italiani all'estero - dice Filippo - ma sarebbe bello che decollasse un racconto del vino in Italia, un po' come fanno i francesi che all'interno del Parlamento hanno un club che promuove le etichette francesi”.