

INTERVISTA A MARCO SCIARRINI

Marco Sciarrini è uno di quei personaggi che attraversano la scena con lo stile di un gentleman old style. Elegante, sempre sorridente, l'educazione come elemento imprescindibile del suo bagaglio. Nel mondo del vino è un insider di lusso che gioca su diversi tavoli, sempre con estrema competenza. Giornalista di razza, sempre più spesso in giro per il mondo in qualità di giurato nelle principali competizioni a livello internazionale. Con lui, intraprendiamo un piacevole percorso nel Pianeta Vino, riservando una particolare attenzione, vista anche la stagione, ai Bianchi.

D: Marco, siamo in estate, normale focalizzarci sui Bianchi. Nei tuoi giri come degustatore, fai parte anche di giurie importanti, hai modo di confrontarti con territori, tipologie e stili. Come stanno evolvendo i Bianchi italiani e come si stanno posizionando, secondo te?

R: Mah, più che la posizione dei Bianchi è l'atteggiamento dei wine lover nei confronti di questa tipologia ad attirare la mia attenzione. Fino a non troppo tempo fa, erano in molti a ritenere di dover bere Bianchi soltanto freschi. Fortunatamente la tendenza sta cambiando e molti si stanno accorgendo man mano, anche attraverso la comunicazione, che i Bianchi possono avere una vita molto lunga. Sono sempre più i consumatori che scoprono come l'evoluzione in bottiglia dei Bianchi possa offrire loro un prodotto completamente diverso, molto più ricco.



D: Tema che ci intriga, questo. Sai che stiamo facendo questa intervista per la Newsletter de La Scolca. E qui abbiamo un esempio piuttosto emblematico di abbinamento fra vino e territorio. nel caso specifico il Gavi. Prima che la Scolca iniziasse la sua attività, soprattutto negli ultimi anni, fermo restando che chiaramente l'azienda ha una storia ultracentenaria, era un territorio poco conosciuto da quel punto di vista. Qual è il tuo primo ricordo di un vino la Scolca?

R: Ho conosciuto il territorio del Gavi ed è di una bellezza incredibile. Ogni volta che parlo di quel territorio con qualcuno consiglio sempre di andare a visitarlo, perché se uno non vede, non crede. Inutile dire quale sia stata l'importanza de La Scolca nella promozione di questo bellissimo territorio. Ma mi permetto di aggiungere che la maison guidata dal Cavaliere Chiara Soldati rappresenta e incarna al meglio l'italianità nel mondo. È una bandiera che sventola per il nostro Paese, per la qualità della materia, per la tradizione, per lo stile. Non da ultimo proprio il Gavi, tornando al discorso che facevamo prima dei vini bianchi invecchiati, ha una grande grande capacità di invecchiamento. Ho assaggiato dei Gavi di annate passate, andando anche molto dietro nel tempo, e sono davvero sorprendenti. E ovviamente le etichette La Scolca anche in questo rimangono un punto di riferimento imprescindibile.

D: Secondo te, da questo punto di vista, anche il mondo della ristorazione sta facendo passi in avanti?

R: Il mondo della ristorazione, almeno da quello che vedo girando l'Italia, si basa molto sulla formazione dei ristoratori che devono poter e saper anche promuovere questo tipo di Bianchi. Purtroppo su questo versante, in questo particolare momento, c'è ancora parecchio da lavorare. Ripeto, la formazione del personale di sala è fondamentale sotto tutti i punti di vista.

D: Assolutamente d'accordo. A tuo giudizio, è ipotizzabile che le nuove generazioni crescano già con questa idea, vale a dire, che il Bianco non debba essere necessariamente quello dell'ultima annata o al massimo della penultima?

R: Ho sensazioni contrastanti, Da una parte ho come l'impressione che le nuove generazioni, purtroppo, siano un po' lontano dal mondo del vino, forse perché lo trovano troppo difficile da capire. D'altro canto, è anche vero che in tutte le associazioni di sommelier hanno i corsi pieni, soprattutto di giovani. Quindi l'interesse c'è. Sarebbe utile promuoverlo, anche mettendo al centro del discorso il concetto, basilare, del consumo consapevole del vino.

D: Ultimamente ti è capitato di andare spesso all'estero. Il Made in Italy, il fatto di essere un vino prodotto in Italia, è veramente questo valore aggiunto di cui molti parlano?

R: Il prodotto italiano è molto ricercato all'estero e anche molto apprezzato. Devo dire che probabilmente anche la comunicazione ha fatto la sua parte perché quando si parla di vino italiano si parla anche di territorio. Tutti i turisti che vengono nel nostro Paese hanno ormai preso la sana abitudine di abbinare il vino al suo territorio di produzione.

