

IL MAGAZINE PER CHI VIAGGIA IN AEREO

AirOne 

Ottobre 2005

TOP *fly*



IL CALCIO VISTO
DAI PITTORI E DAI TIFOSI

ARRIVA IL GOSSIP HI-TECH

CARAVAGGIO A MILANO

GRANDI FOTOGRAFI
ALLA SCOPERTA DEL VINO

LA LISBONA DI PESSOA

È GOOGLE IL RE DEL WEB

EFFETTO TERRA

NOTIZIE DAL PIANETA CHE SI STA SCALDANDO

Ritratti di **Vino**

Maurizio Zanella, patron di Cà del Bosco per quattordici anni ha invitato i più grandi fotografi del mondo a raffigurare vendemmie, bottiglie e cantine. Le foto sono diventate una mostra

di Paolo Marcesini

Scianna **Gibson** Fontana
Gerster **Newton**
Hosoe **McCullin**
Jodice **Springs**
Klein **Bonetti**





Ralph Gibson

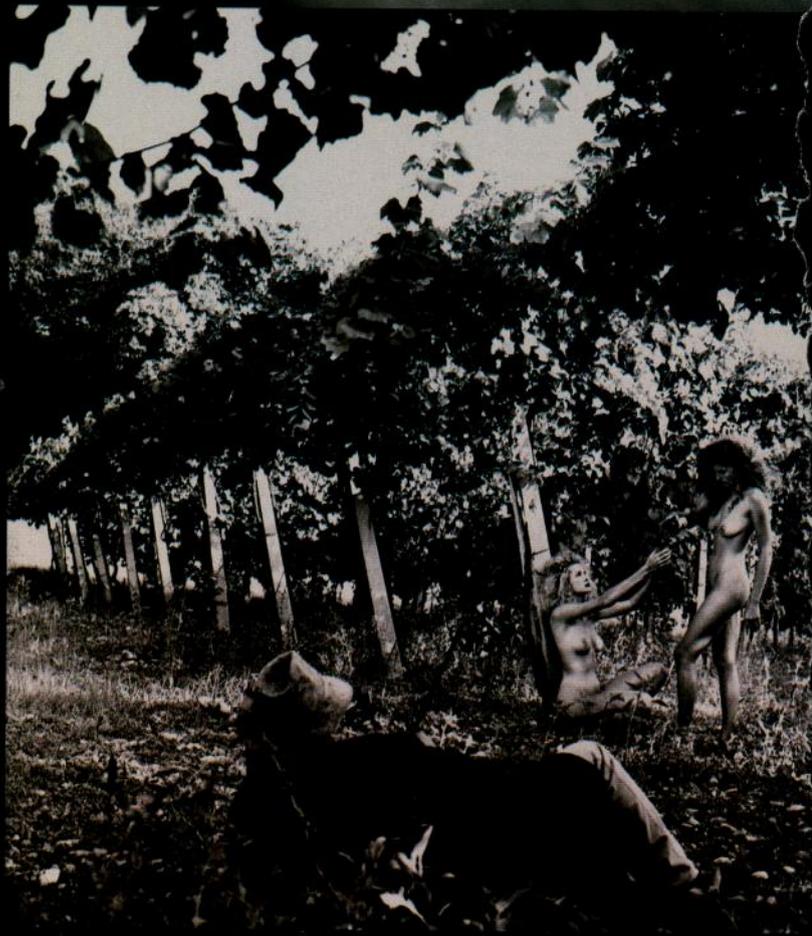
e il vino all'inizio sembrava un sogno, un lusso che non mi potevo permettere, ora finalmente è una meravigliosa realtà". In questi anni i vigneti e le cantine di Cà del Bosco sono stati visitati dagli obiettivi dei più grandi artisti della fotografia contemporanea a cui è stato chiesto di interpretare il vino. Artisti come Flavio Bonetti, Franco Fontana, Georg Gerster, Ralph Gibson, Eikoh Hosoe, Mimmo Jodice, William Klein, Don McCullin, Helmut Newton, Ferdinando Scianna, Alice Springs. Il risultato è sorprendente, 171 immagini pubblicate in un volume edito da Skira, una mostra di grande successo alla Triennale di Milano, la stessa mostra destinata a girare il mondo, già richiesta



dal Museo di arte moderna di Tokio. "Li ho messi nelle condizioni di lavorare in totale libertà. Ho posto un solo vincolo, quello di non fotografare l'etichetta delle bottiglie, volevo creare qualcosa di artistico svincolato dalla pubblicità. Le etichette sono scomparse, le bottiglie rese assolutamente irriconoscibili perché tra arte e pubblicità, tra l'artista e il marketing deve esserci un confine ben distinto e a mio parere quel confine non deve mai essere scavalcato". Tutti hanno aderito con entusiasmo all'invito. Il patron di Cà del Bosco ci racconta che non ha dovuto fare particolari sforzi per convincerli. Merito dell'ospitalità, del buon vino, dell'idea stimolante di aderire ad un progetto creativo senza precedenti: "Tutti loro, ho scoperto poi, amavano il vino.



Ma è del tutto casuale, non conoscevo il loro dna alcolico, forse esiste un legame tra creatività e passione per il vino, chissà". Scrive Fumino Arisaka nel testo a commento delle immagini di Ralph Gibson: "Persone che vivono in maniere diverse e parlano lingue differenti posso dividermi una bottiglia di vino e così superare le loro diversità. Vino che riesce a creare quella che i francesi chiamano la convivialità, lo spirito conviviale". Zanella fa fotografie ma non si definisce fotografo, "semmai un dilettante". A lui le foto piace guardarle quando sono stampate e mentre vengono costruite: "Questa esperienza mi ha lasciato ricordi bellissimi. Don McCullin ad esempio, uno dei più grandi fotografi di guerra, autore di reportage storici dal Vietnam, la Libia, l'Iraq, ha rifiutato l'ospitalità che gli avevamo proposto in un albergo molto confortevole della nostra zona. Diceva che in mezzo al lusso perdeva l'ispirazione, quando lavorava era abituato a dormire per terra o al massimo in una tenda. Per questo ha chiesto e ottenuto di essere ospitato in una bettola davvero improponibile. Ricordo Eikoh Hosoe che scattava solo con le prime luci dell'alba e ci costringeva a levarci nel cuore della notte. E lo scompiglio creato dalle modelle di Helmut Newton che con la loro straordinaria fisicità hanno stravolto l'azienda suscitando l'imbarazzo delle mie collaboratrici e la gioia dei miei collaboratori". Non esiste una classifica



Ferdinando Scianna



personale di Zanella: "Tutti hanno uno stile diverso, tutte le immagini sono magiche, meravigliose, inquietanti, cupe, tristi, gioiose, drammatiche. Impossibile sceglierle una perché ogni artista ha una sua visione del mondo, coglie particolari che altri non notano e interpreta a modo suo l'ambiente che lo circonda". Serena Sutcliffe, commentando le immagini di Ferdinando Scianna, ha scritto: "Noi fortunati che lo beviamo non sentiamo il dolore, il freddo, le membra indolenzite, possiamo permetterci il lusso di usare gli occhi per esultare nel suo colore, il naso per immergerci nella fragranza, il palato per tuffarci nell'estensione e nella profondità, nel tessuto e nei gusti. Il fotografo ha tolto il velo, ci ha portato le intemperie e il legno e le muffe che fermentano. Lo ha visto e lo ha incapsulato". Zanella è un predestinato che ha scoperto la passione per il vino durante l'adolescenza, a soli diciassette anni: "Fu del tutto casuale, abitavo a Milano, ma mio padre mi mandò in Franciacorta. Era il 1968, militavo nei movimenti studenteschi e per togliermi dai problemi decise di esiliarmi in una piccola casa in campagna. Andavo a scuola a Iseo, facevo gare in motocicletta, studiavo poco. Un giorno però feci un viaggio in Francia, visitai la regione dello Champagne e la Borgogna. Inizii così la passione per il vino e la sua produzione. Mio padre mi diede l'opportunità di sviluppare le mie idee. Ed eccomi qua". A distanza di trent'anni Zanella è l'indiscusso artefice del successo di questa cantina. Con passione, tenacia e orgoglio è riuscito e riesce ancora a creare grandi vini, celebrati e premiati tra i migliori in Italia e nel mondo: "Non ho mai detto di avercela fatta, guardo sempre avanti, sono un insoddisfatto perenne alla ricerca di nuovi stimoli e nuove soddisfazioni. E per fortuna le soddisfazioni non mancano così come le testimonianze di affetto che arrivano da tutto il mondo". L'ultima ha il volto di George Clooney che ha assaggiato una sua bottiglia ed è subito venuto a trovarlo.



Don McCullin



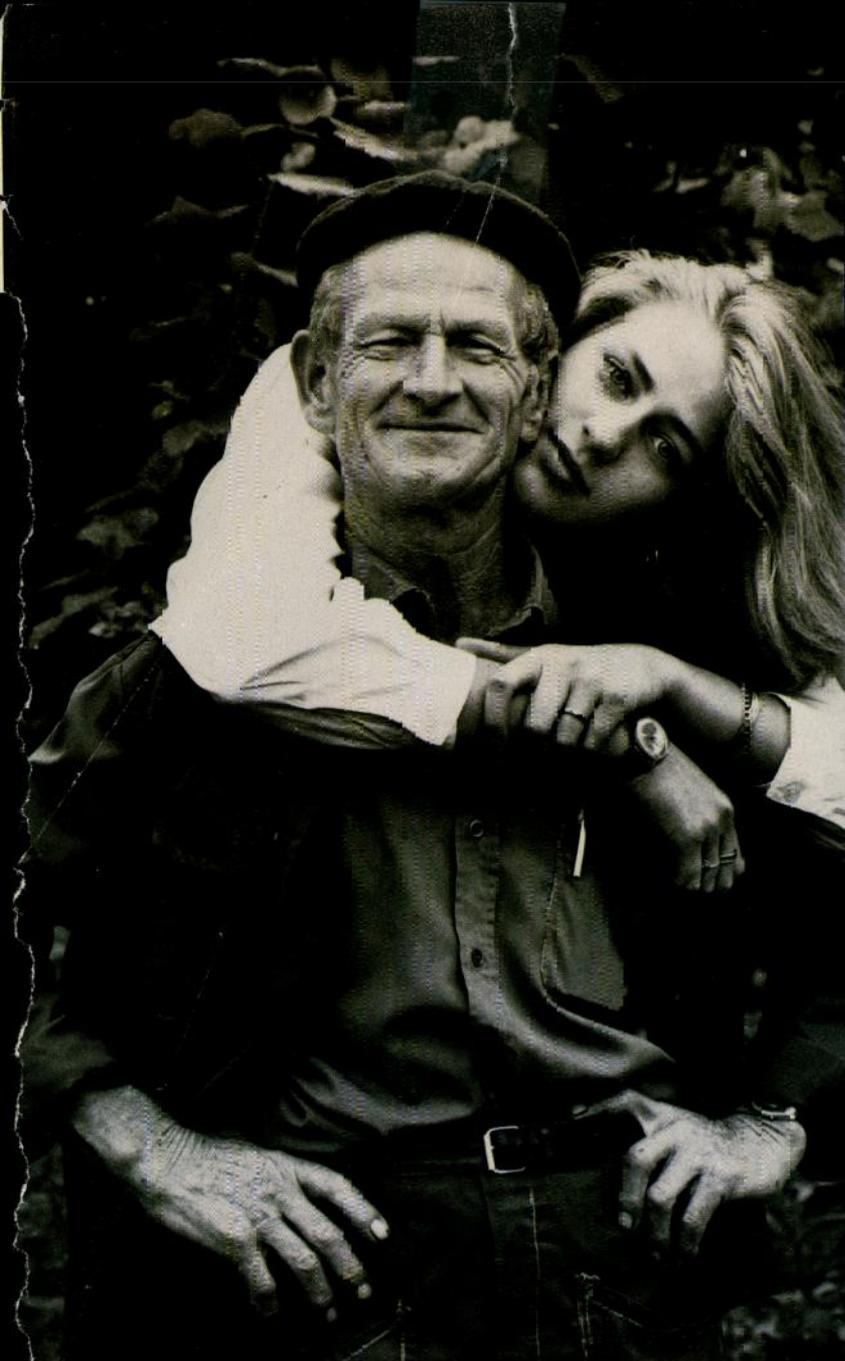
BEVETELO, CHE È MEGLIO

Il vino italiano sta bene, anzi sta così così. L'economista e professore universitario Stefano

Torcedo di Montezemolo nel suo ultimo saggio "I profitti finanziari delle società vinicole", ha lanciato il grido d'allarme. Le nostre società vinicole producono ottime bottiglie ma sono afflitte da nanismo e rachismo. Sono insomma troppe piccole per affrontare le grandi sfide globali. Anche se siamo il più grande e importante produttore al mondo e il fatturato delle grandi aziende di qualità è in continua espansione. Contraddizioni economiche di un mercato dai contorni spesso difficili da definire. Perché il vino, prima di tutto, è una passione. Lo sostiene a gran voce Franco Maria Ricci fondatore e direttore di Bibenda, la bibbia del vino di qualità, giudicata da molti la più bella e autorevole rivista al mondo di settore: "Abbiamo deciso di fare a meno della pubblicità, abbiamo maturato il concetto di credibilità, crediamo nella qualità assoluta della comunicazione del vino, ne vogliamo rappresentare il suo centro culturale. Per que-

sto ci rivolgiamo direttamente al popolo del vino, senza intermediazioni". Già il popolo del vino che sempre più cerca la qualità, la cultura, la tradizione, gli abbinamenti con il cibo e che per imparare affolla i corsi organizzati dall'Associazione Italiana Sommelier. "Il vino, paradossalmente, deve la sua fortuna al metanolo, al dramma degli anni ottanta che ha convinto moltissimi produttori a rimbocarsi le maniche. È grazie a loro che noi siamo oggi i primi produttori al mondo di qualità. E la qualità ha bisogno di comunicazione. Lo stato non comunica il vino, le scuole alberghiere sono un fallimento, non esiste nel nostro paese la cultura dell'ospitalità, non si insegna il gusto. Non è stato capito che il turismo del vino era indispensabile al suo sviluppo. Tutto è approssimativo. Esiste ancora il cameriere che al ristorante ti chiede se vuoi il rosso o il bianco. Ho chiesto al presidente del Senato Marcello Pera di poter andare in aula per dire che il vino è arte. Malgrado questa scarsa attenzione "storica" ai problemi del vino, i ragazzi lo hanno riscoperto, affollano i wine bar, sanno distinguere la qualità, grazie a loro il popolo del vino sta diventando sempre più giovane". Le ottanta maggiori aziende nel settore fatturano quindici milioni di euro l'anno. Non molto.

Sembra quasi che piccolo non solo sia bello, ma l'unica strada percorribile: "Il vino è trendy, i grandi manager si vergognavano di non possedere l'azienda di qualità e se la sono comprata, hanno prodotto vini di qualità e li hanno messi sul mercato a costi altissimi. Il mercato ha così fatto gola ai molti che in questi mesi si stanno accaparrando il centi di produzione. Nel vino italiano però c'è spazio per tutti, grandi e piccoli. C'è una richiesta importante che arriva soprattutto dagli Stati Uniti e noi dobbiamo essere pronti a soddisfarla". Ricci poi sfata un altro luogo comune, non è vero che collezionare bottiglie di vino sia un affare: "C'è molta gente che ci chiede quanto vale la tal bottiglia del tale anno. Noi rispondiamo sempre allo stesso modo: bevetelo il vino. Non c'è futuro nella sua conservazione, non ha senso collezionarlo, l'unico senso del vino è quello del gusto. Una bottiglia di Brunello quando arriva sul mercato ha già quattro anni, il barolo sei, sono pronti per essere consumati. Gli spumanti vanno bevuti subito, i grandi spumanti possono al massimo aspettare due anni. Per farsi una cantina in casa occorre un po' di cultura, almeno un anno e mezzo di tempo e la possibilità di investire un po' di soldi, circa ventimila euro".



Il primo piano del collo di una bottiglia, i vigneti ripresi da un aereo, bicchieri in soggettiva, splendide modelle alle prese con grappoli d'uva, foto di gruppo dopo la vendemmia. Guardi le immagini, una dopo l'altra, e rimani incantato dai visi, le luci, le ombre, sembra quasi di sentire l'odore e il profumo della cantina, un sapore che conosciamo bene, che da sempre appartiene alla nostra tradizione, alla nostra natura e alla nostra cultura. Tutto in un caldo bianco e nero, fotografato in pellicola senza l'ausilio del digitale. Il vino come linguaggio universale, ritratto nella sua essenza, in quella che possiamo e dobbiamo definire la sua arte. Per quattordici anni Maurizio Zanella, patron di Cà del Bosco e appassionato di fotografia, ha ospitato nella sua azienda in Franciacorta i più grandi fotografi del mondo. E li ha lasciati liberi di interpretare vigneti, cantine, bottiglie. La sua avventura da mecenate o come si direbbe oggi di committente di opere d'arte ce la racconta come una grande scommessa vinta: "La mia è una azienda tutto sommato piccola, che non ha disponibilità economiche tali da poter affrontare in poco tempo un progetto di queste dimensioni e di questa qualità. Ci abbiamo messo tanti anni ma sono orgoglioso del risultato finale. È come se l'idea avesse accompagnato la nostra crescita. Sono un appassionato di fotografia e di arte moderna, possiedo una piccola collezione di statue, accostare due passioni come la fotografia

Alice Spring

Georg Gerster