
Foto: Giulia Fasano

Il vino naturale fa cultura «Mette in discussione molte convenzioni»

di ***Paolo Cornero***

Piero Crocenzi, ideatore di Augusta e amministratore delegato del Salone del Libro, racconta una passione che unisce giovani, territori e comunità


Piero Crocenzi (a destra) con l'illustratore Gianluca Cannizzo

Il vino come espressione culturale, oltre che produttiva. È la filosofia di Augusta, la fiera del vino naturale che torna al Bunker di Torino l'8 e 9 novembre, con circa cento produttori. Giunta alla quarta edizione, la manifestazione amplia il programma con degustazioni, incontri e presentazioni di libri, coinvolgendo anche le Case del Quartiere e l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. A raccontarne l'evoluzione è l'ideatore Piero Crocenzi, anche amministratore delegato del Salone Internazionale del Libro di Torino.

Augusta arriva alla quarta edizione. Come è cresciuta la manifestazione e come è cambiato il suo pubblico?

«È cresciuta con sorprendente naturalezza. Fin dall'inizio espositori, visitatori e professionisti si sono sentiti a casa, creando un senso di comunità che ha dato solidità all'evento. Il pubblico non è cambiato sostanzialmente, ma è aumentata la partecipazione degli operatori, che hanno riconosciuto il valore della manifestazione».

Mentre i consumi diminuiscono, il vino naturale sembra attirare i giovani. Come spiega questa curiosità?

«Non parlerei di controtendenza: anche il vino naturale risente della crisi. Le piccole produzioni reagiscono meglio, mentre realtà cresciute negli ultimi anni soffrono più delle grandi aziende. Il nostro vino intercetta persone curiose, alla ricerca di qualcosa oltre il prodotto. È una sorta di "nerdismo" che alimenta una passione autentica».

Vini dealcolati e naturali: tendenze opposte. Che cosa raccontano del rapporto tra vino e salute?

«Conosco poco i dealcolati, ma entrambi i fenomeni esprimono una maggiore attenzione al consumo. I primi interessano chi vuole ridurre o eliminare l'alcol, i secondi chi continua a bere cercando prodotti meno trattati. Personalmente ritengo che i vini naturali, prodotti senza determinati fitofarmaci e stabilizzanti, siano più digeribili. Sono temi che coinvolgono soprattutto i giovani, ma credo che l'autenticità appartenga al vino naturale».

Arte, illustrazione e design hanno cambiato la comunicazione del vino. Quanto contano l'estetica e il marketing?

«Gianluca Cannizzo, art director di Augusta, ha reso il proprio tratto illustrato indissolubilmente legato al vino naturale. Ma la mia passione è nata vent'anni fa, quando i locali erano pochi e chi proponeva questi vini ne trasmetteva soprattutto i valori. Non nego l'importanza del marketing, ma credo che la forza di queste produzioni risieda nei principi che esprimono, più che nelle etichette».

Augusta coinvolge librerie e università. Il vino naturale è un fenomeno culturale? E nelle Langhe e nel Roero?

«Lo è sempre stato, anche politico, perché ha messo in discussione molte convenzioni. Nelle Langhe e nel Roero operano già produttori naturali, ma il contributo maggiore riguarda territori meno vocati, dove sono stati recuperati vitigni abbandonati e rivitalizzate comunità. Per questo affianchiamo alle degustazioni incontri e libri: conoscere un vino significa approfondire la cultura che rappresenta».


Foto: Giulia Fasano

Il Bunker di Torino, lo spazio che ospiterà l'evento l'8 e 9 novembre

Lei guida il Salone del Libro. Che cosa accomuna le manifestazioni e cosa possono imparare l'una dall'altra?

«Pur avendo dimensioni diverse, entrambe esprimono un forte senso di comunità e una straordinaria vitalità, grazie al pubblico giovane. Augusta nasce in un ambiente essenziale, quasi underground, dove il contenuto risalta per la semplicità del contenitore. Il Salone potrebbe imparare a rinunciare a qualche fronzolo; Augusta, invece, a pensare in grande e coinvolgere pubblici differenti, come il Salone sa fare con chi ama il fumetto o l'alta letteratura».

Due mondi diversi, ma un'ambizione comune: trasformare la curiosità in conoscenza e la partecipazione in cultura. ●

