STORIE DI VINO

Datemi una vigna e costruirò un impero

Bulgheroni, l'argentino di Dievole, oggi in Toscana ha 250 ettari coltivati a uve. Un investimento di oltre 100 milioni

di LARA LORETI

Costruire in quattro anni ciò che le grandi famiglie toscane del vino hanno realizzato nei secoli. È possibile? Forse sì. Se hai alle spalle uno dei più grandi petrolieri del mondo, **Alejandro Bulgheroni**, una vera potenza dei mercati internazionali. E soprattutto se a muovere le corde del progetto non sono solo i soldi, ma anche la passione. E l'umiltà. Dal 2013 ad oggi il Gruppo Dievole ha conquistato il panorama del vino toscano, nazionale e internazionale, guadagnando, letteralmente, terreno, giorno dopo giorno. Come? Piantando la bandierina nei territori chiave della viticoltura. Tutto è iniziato nel Chianti per poi espandersi a Montalcino e per finire in bellezza nel sogno vista mare che è Bolgheri. Oggi gli ettari vitati sono circa 250 e diventeranno oltre 300 in meno di cinque anni. Otto le aziende del Gruppo, alcune delle quali accorpate. Quattordici le etichette prodotte sotto l'egida dell'agronomo **Lorenzo Bernini** e dell'enologo capo **Giovanni Alberio**, dal Chianti classico di Dievole ai rosè delle Due Arbie fino al Bolgheri della Tenuta Le Colonne, passando dal Brunello di Podere Brizio e dal Rosso di Montalcino di Poggio Landi. Senza dimenticare l'imponente produzione di olio. Tenute dove la parola d'ordine è ospitalità: alcune delle strutture hanno già albergo, ristorante e spa; altre sono ancora in cantiere. All'opera in tutto ci sono 60 dipendenti. Per un investimento di oltre 100 milioni di euro.

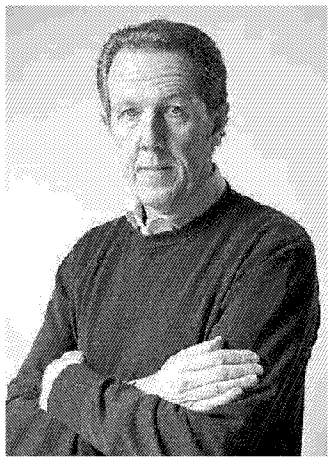
Il direttore di questo impero, dalla forte impronta argentina (su tutti i tappi c'è il simbolo del patron Bulgheroni) e dall'inconfondibile stile italiano, non poteva che essere un toscano, per la precisione di Poggibonsi: **Stefano Capurso**. Idee chiare, eleganza, savoir-faire, alle spalle una lunga esperienza nel mondo del vino. Quel misto di equilibrio e determinazione necessario per raggiungere un obiettivo a dir poco ambizioso: fare concorrenza a big come Antinori e Frescobaldi. Ma con un segno particolare importante nella carta di identità: il filo internazionale che lega il nuovo gruppo toscano al resto del mondo. Bulgheroni, infatti, ha già decine di aziende vinicole disseminate per il mondo: Stati Uniti, Argentina, Uruguay, Australia. E Bordeaux. Con una clientela fidelizzata, giocando la carta "human club", una comunità di "ambasciatori" da coinvolgere nelle iniziative commerciali e culturali dell'azienda. Una favola a forma di sfera che sta diventando realtà.

«Noi i nuovi Antinori? Per carità non scherziamo... — dice Stefano Capurso, come se avesse la pelle d'oca — In queste cose ci vuole umiltà: testa bassa e lavorare. Sì è vero, abbiamo le spalle coperte, i soldi non sono un problema, ma questo non vuol dire spendere senza criterio, anzi». Arrivato a Dievole lo scorso ottobre, Capurso sta costruendo non solo un'impresa, ma soprattutto un gruppo di lavoro pronto a scendere in campo e sbaragliare la concorrenza in un mercato saturo e non certo facile da scalare. La sua strategia si snoda in tre punti fondamentali: l'etica del biologico in vigna; il rispetto del volto umano della produzione; l'umiltà nell'approccio.

Partiamo dalla prima. La spiega Capurso, laureato in agraria con indirizzo economico: «Il biologico per noi è una filosofia produttiva più che uno strumento di comunicazione. Molte aziende ne fanno un simbolo da mettere in etichetta. Per noi è la base da cui partire, rispettando il territorio e cercando di interagire con esso nel modo più naturale. L'obiettivo è realizzare prodotti che rappresentino davvero quello che la terra ci dà. Vini che **Alberto Antonini**, consulente enologo nostro e delle aziende sudamericane del Gruppo Bulgheroni, ama definire puri, veri. Non è un caso che a Dievole abbiamo solo vitigni autoctoni: il nostro Chianti è fatto con Sangiovese, Ciliegiolo e Colorino, senza uve internazionali. Si passa poi alla cantina, dotata di strumenti che rispettano la genuinità della campagna. Su questa scia, per l'affinamento abbiamo riscoperto il cemento, che garantisce un processo omogeneo e naturale». Passando al secondo aspetto, l'azienda crede molto nel valore umano delle professionalità: «Hanno un ruolo chiave nella crescita», dice il direttore.

Il terzo punto invece è umiltà nel proporsi al mercato. «Sappiamo di essere arrivati per ultimi — dice Capurso — e quindi vogliamo porci come un'azienda che, pur avendo la sua visione chiara, sa imparare da realtà come ad esempio Antinori o Fontodi, cioè da tutti coloro che fanno questo lavoro da tempo, chi da secoli chi da meno anni». E non è tutto. «Teniamo molto a valorizzare una nostra peculiarità, cioè a comunicare lo stile di vita delle nostre aziende che è fatto di vino, persone, ospitalità, oltre che di territorio. Sarà il tempo a darci ragione o torto».

L'in bocca al lupo è d'obbligo.



Il direttore Stefano Capurso

IL DIRETTORE DEL GRUPPO

La nostra produzione sta crescendo Abbiamo 14 etichette ed esportiamo soprattutto negli Usa. Noi i nuovi Antinori? Non scherziamo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

VINITALY E NOVITÀ

In arrivo "Vecchie viti", una chicca vintage

Creare un'esperienza, definire uno stile di vita, dal calice alla cantina. E vivere il feeling di sentirsi a casa. Questa la filosofia di Dievole, che a Vinitaly è pronta a stupire tutti con due anteprime: Brunello riserva 2012 di Poggio Landi e Bolgheri superiore rosè di Le Colonne. Ma non è tutto. Tra le novità assolute del Gruppo toscano in cantiere ci sono un bianco di alta gamma realizzato con vitigni autoctoni (in prevalenza Trebbiano), un vino dolce e uno di nicchia. Lo descrive Stefano Capurso: «Abbiamo deciso di salvare un vigneto di 4 ettari di 30 anni fa che era destinato a morire e ad essere impiantato ex novo. Ma poi ci siamo detti: perché non proviamo a vinificare queste uve? Ed ecco in arrivo un Chianti classico selezione "Vecchie viti". Una chicca che dovrebbe uscire a inizio 2018 in 10mila bottiglie». (l.l.)

LA MAPPA DELL'AZIENDA

L'obiettivo: 2,5 milioni di bottiglie in 5 anni

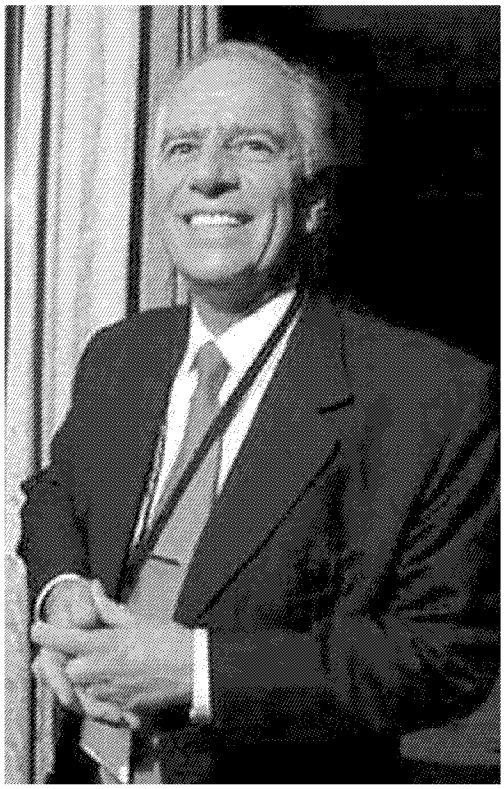
AZIENDE DEL GRUPPO. Nel Chianti: Dievole, Due Arbie e Certosa di Pontignano. A Montalcino: Podere Brizio e Poggio Landi; Bolgheri: Tenuta Le Colonne e Tenuta Meraviglia (sarà presentata il prossimo anno)

ETTARI VITATI: Dievole, 129 (154) ettari; Montalcino, 78 (85): Bolgheri, 40 (97). Totale: 247 (336). Tra parentesi, i dati a regime fra 5 anni

BOTTIGLIE: ne vengono prodotte 600mila l'anno, l'obiettivo è di arrivare a 1.6 milioni in tre anni e a 2- 2.5 milioni in 5 anni

ETICHETTE: sono passate da tre a 14 nel giro di quattro mesi

PREZZO BOTTIGLIE: dagli 8 euro delle Due Arbie ai 70 del Brunello



I vigneti di Dievole in tutto il loro splendore e il petroliere argentino Alejandro Bulgheroni, patron del Gruppo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.