

glio anche il marchio dell'eccellenza made in Italy. Ne è convinto il neo presidente del **Movimento turismo del vino**, Daniela Mastroberardino, classe 1968, alla guida dell'azienda di famiglia Terredora che ha contribuito alla riscoperta dei millenari vitigni autoctoni della Campania. «Oggi più che mai il made in Italy - dice la Mastroberardino - deve fare sistema e il **turismo del vino** assieme all'arte,

al design e alla moda, rappresenta una delle parole chiave per la promozione del brand Italia nel mondo. Per questo occorre che l'enoturismo abbia maggior peso specifico nei tavoli strategici per il rilancio dell'agricoltura e del turismo nel Paese». La forza del turismo. In bottiglia.

Giuseppe Matarazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

in Umbria Le Cantine Lungarotti fanno «arrossire» Con il Rubesco e 40 anni di passione per l'accoglienza



Apochi chilometri da Assisi e Perugia, c'è un posto che fa "arrossire". Come il suo vino, il Rubesco. Un'etichetta pluripremiata, punta di

diamante della produzione delle Cantine Lungarotti di Torgiano. Rubesco, dal latino "rubesce". Arrossire, appunto. Dal 1962, quando Giorgio Lungarotti fondava l'azienda vinicola, "ambasciatrice" dell'eccellenza umbra in Italia e nel mondo, il Rubesco, considerando le bottiglie prodotte e la media dei consumatori, ha fatto "arrossire" 120 milioni di persone. Il vino. Il Rubesco Torgiano Rosso. Ma anche il Sagrantino o il Rosso di Montefalco. L'essenza di questa terra gentile, ma di carattere. Amabile ma passionale. Un'impronta che Chiara Lungarotti - dal 1999 alla guida del gruppo con la sorella Teresa Severini - trasmette dal primo incontro. Dai padiglioni della Fiera di Verona, ci vuole un attimo a

sentirsi trasportati con dolcezza e passione sulle colline umbre. Lì dove il vino si sposa con l'ospitalità. «Da quarant'anni investiamo e crediamo nello spirito dell'accoglienza. Nell'esperienza che si può fare in cantina - dice Chiara Lungarotti -. Produrre vino, ma non solo. Portare la gente, i visitatori dentro le cantine. Scoprire un territorio partendo da qui. Raccontare la storia che c'è dietro un'etichetta, dentro una bottiglia. E condividerla. Raccontare storie e non dimenticare la storia. Per questo negli anni Settanta mio padre apriva la cantina all'accoglienza e realizzava il Museo del vino».

Oggi le Cantine Lungarotti (250 ettari vitati, 2 cantine - a Torgiano e Montefalco -, 21 etichette, 2,1 milioni di bottiglie prodotte e un export cresciuto del 5,5%) sono uno dei simboli più rappresentativi dell'enoturismo italiano, tra le prime a praticare un sistema di promozione integrata e coordinata del territorio. Un vero e proprio network di eccellenze che copre la filiera identificativa del marchio Umbria: dal vino alla cultura, dalla natura alla ruralità fino all'ospitalità turistica. E poi appunto, l'ospitalità e la ricet-

tività. Con l'agriturismo "Poggio alle Vigne" e soprattutto il wine resort "Le Tre Vaselle". Un cinque stelle di 52 camere situato all'interno delle mura di Torgiano, dove si può praticare la vinoterapia nella sua Spa "bella Uve", ispirata ai "Secreta", le antiche ricette di bellezza custodite dalla Fondazione Lungarotti. Nel suo ristorante "Le Melograne", i prodotti locali del territorio provenienti dalle aziende agricole Lungarotti fanno da base alla creatività dello chef **Ciro D'Amico**. E poi c'è il Museo del Vino, recensito dal *New York Times* come «il migliore d'Italia» per la qualità delle sue collezioni artistiche, tappa irrinunciabile per addentrarsi nella civiltà del vino. «Questo è il nostro mondo - continua la Lungarotti -. Attraverso un sistema produttivo, culturale e turistico, e il rispetto di questa meravigliosa natura, uniamo la nostra produzione a una particolare attenzione all'arte e alla conoscenza della storia dell'uomo. Nel nostro fare c'è l'amore per la nostra regione, la nostra terra e lo spirito umbro. Qui dove sono le nostre radici».

Giuseppe Matarazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

la novità

Alla scoperta degli itinerari vinicoli delle Marche con un iBook

A spasso per doc e docg con il web 2.0. «Le Marche: una terra, i suoi vini», è il primo iBook - realizzato dall'Istituto Marchigiano di Tutela di Vini - che guiderà alla scoperta delle Marche, dei luoghi e dei vini marchigiani, dall'Appennino all'Adriatico. Un viaggio virtuale e social, che parte dalle denominazioni di origine per arrivare a Facebook e Twitter. Oltre ad accompagnare gli operatori del settore e gli eno-appassionati tra doc, docg e igt delle Marche attraverso mappe, informazioni geolocalizzate e photogal-

lery ad alta definizione, la guida mostra i percorsi per raggiungere le diciassette aree vitivinicole rappresentate dal Consorzio e i punti di interesse da visitare, dalle 850 aziende socie dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini ai siti d'interesse turistico-culturale. Un libro interattivo dove prendere appunti, sottolineare le informazioni, inserire note. Tutti i contenuti sono condivisibili e commentabili online sui social network. L'iBook, disponibile in italiano e in inglese, è scaricabile gratuitamente da App Store.

il progetto

Turisti non per caso

Scrivere insieme una guida turistica comprensibile a tutti: è il progetto «Turisti non per caso» a cui sta lavorando un gruppo di ragazzi (dai 17 ai 35 anni) con sindrome di Down e altre disabilità intellettive italiani e provenienti da diverse città europee (Praga, Budapest, Malta) che si sono incontrati per una settimana a Venezia. I ragazzi hanno visitato la città insieme ai propri operatori per capire come realizzare e quali indicazioni inserire in una guida dedicata. Le tappe successive del progetto prevedono la redazione delle guide e la loro validazione attraverso dei test con potenziali visitatori. Il materiale sarà pubblicato in tutte le lingue dei partecipanti su un sito e una app permetterà di scaricarle dallo smartphone.