

FARE VINO ED ESSERE FILOSOFI? IN ABRUZZO È POSSIBILE

Franco d'Eusanio, ideatore dei vini Chiusa Grande, si racconta

Sognare a occhi aperti. Tornare alla natura. Trascorrere una vita piacevole. Fuggire le false ambizioni. Evitare le mode fugaci. Sedurre ed essere sedotti dai prodotti della terra. Essere corretti anche quando non conviene. Riscoprire l'arcaica civiltà rurale abruzzese. Fare un vino buono senza venderlo a un prezzo costoso. Dare personalità al vino, ponendo attenzione ai gusti dei consumatori. Sembra il decalogo di un filosofo. Stiamo, invece, parlando di un produttore di vini: Franco D'Eusanio, personaggio eccentrico, conservatore e innovatore del settore, tra i primi in Abruzzo ad aver scelto di tornare a produrre in collina. Ma soprattutto tra i pochi in Italia a essere convinto di poter coniugare la filosofia con la vinificazione. Franco D'Eusanio è il fondatore di Chiusa Grande, uno dei marchi più rappresentativi del vino italiano autenticamente biologico.

Franco D'Eusanio, lei produce vino ma allo stesso tempo vuole fare filosofia, ma come si legano le due cose?

Io sono un agronomo, ma anche un appassionato di idee creative, convinto del fatto che un vino non nasce in vigna, né tanto meno in cantina, ma innanzitutto nella testa del produttore. La stessa cosa accade per un filosofo o per un artista. Prima c'è l'intuizione, dopo si realizza l'opera; io ho pensato di coniugare le personalità dei miei vini ai caratteri della civiltà rurale e, così, ho cominciato a produrre.

In altre parole ci sta dicendo che i suoi vini oltre ad avere un gusto, hanno un senso?

Giustiniano diceva nomina sunt consequentia rerum. Quando scelgo di fare un vino penso alle sue caratteristiche e assieme ai miei collaboratori elaboro un nome coerente con ciò che il vino esprime. Quando è nato il "Perla Nera", nostro fiore all'occhiello, ho pensato a un vino altamente seduttivo, capace di colpire, incuriosire con la sua ricchezza di aromi: ho pensato al volto di una donna esotica e irraggiungibile. Quando è nata la linea denominata secondo le antiche unità di misura agricole, "Tommo-lo", "Mezzetto" e "Soma", ho pensato alla tradizione e alla vocazionalità dei miei terreni collinari a Nocciano e a Pietranico. Quando ho proposto la linea dei soprannomi dei miei avi, "Roccosecco", "Tatà" e "Mattè", ho cercato di evocare il gusto del secolo scorso; quando ho dato il via alla linea esoterica dei vini "Arcaserene", "Ulevio", "Spera di Sole" e "Ciferette", ispirandomi alla mitologia rurale abruzzese, sono andato alla ricerca di gusti insoliti, intriganti ma non aggressivi, piacevoli, ma non banali.

In questo modo il vino acquista tutto un altro fascino

Vede, la caratteristica principale della seduzione è il mistero, il segreto. Nessun segnale del tutto esplicito è seducente. Lo spazio della seduzione è lo spazio di ciò che viene mostrato, ma non nella sua interezza. Il vino è luogo della seduzione perché ogni volta che viene bevuto lascia scoprire qualcosa, nascondendo ancora qualcos'altro. Il vino è, al tempo stesso, soggetto e oggetto della seduzione: versato nei modi e nei tempi giusti, aiuta chi vuol sedurre, ma allo stesso tempo seduce chi crede di saper sedurre. I vini Chiusa Grande in questo senso sono altamente seduttivi, perché nascondono sempre qualcos'altro dopo il primo assaggio, il secondo e il terzo. Tra l'altro i miei vini sono concepiti

per essere bevuti e non semplicemente assaggiati. Non hanno bisogno di essere accompagnati da cibi per essere gustati perché non sono aggressivi, pur avendo molta personalità. Inoltre sono salutistici, poiché hanno una bassissima presenza di anidride solforosa; infatti, mentre i vini normali hanno 200 millilitri di solforosa per litro e i vini biologici ne hanno 100 millilitri, i vini Chiusa Grande hanno solo 60 millilitri di solforosa nei rossi e 80 nei bianchi. Se il vino è capace di restituire la pienezza del frutto con cui è stato concepito, allora esplose nel palato con tutto il suo potere. Io cerco di produrre il vino con la fisica e non con la chimica, cerco di alterare il meno possibile il corso naturale delle cose. Cerco di fare un vino che sia veramente il frutto della natura perché come diceva Bacone: "alla natura si comanda solo ubbidendole". Il vino deve restituire agli uomini la seduzione di madre natura.

In molte interviste lei ha affermato che un vino buono non deve necessariamente essere costoso.

Generalmente gli uomini di marketing affermano che se vuoi far percepire l'alta qualità di un prodotto devi necessariamente alzare il prezzo. Ma i prodotti non sono tutti uguali. Il mercato del vino non è quello della moda, soprattutto per le piccole e medie realtà imprenditoriali. Il vino è figlio dell'agricoltura tradizionale, quindi è un prodotto povero e naturale anche se di altissima qualità. Di conseguenza anche i prezzi devono rispecchiare il pauperismo agreste. L'alta qualità non deve essere un lusso per pochi, ma il sogno di tutti. Per questo il vino vero deve essere anche rigorosamente biologico. Deve essere un piacere capace di far bene, un farmaco naturale. Sono convinto che i consumatori stanno maturando una cultura alimentare sempre più consapevole, per questo credo sia possibile rivoluzionare anche il mondo del marketing e le sue regole ingessate, conciliando il prezzo conveniente con l'altissima qualità. E guardi che non sono il solo a pensarla così.

Sicuramente è uno dei pochi.

In ogni epoca è sempre stata una sparuta minoranza a creare le nuove tendenze. Credo che oggi stia cambiando qualcosa anche grazie a quei pochi produttori folli che si preoccupano più della loro credibilità che del loro portafoglio.

Ma è vero che sta scrivendo un libro filosofico sul vino?

Sì, sto collaborando con uno scrittore, Simone D'Alessandro, ad un libro creativo sul vino: *Vino Sophia-Vino Follia, la bevanda di Bacco e pensiero creativo*; un libro multisensoriale che si legge, si guarda, si annusa...

Si annusa?

Per ora non posso dirle di più, ma le assicuro che è stato già giudicato da alcuni esperti come uno dei libri più originali sul vino. Lo presenterò a settembre a Pescara, in occasione di Portocanale, poi a Roma, infine al Vinitaly del prossimo anno.

Ma lei ha sempre così tante sorprese nel cassetto?

Sorprendere è un'arte che appartiene a coloro che non vogliono marrendersi alla banalità del quotidiano. Anche in questo caso il vino è come un'idea filosofica: per lasciare il segno deve sconvolgere i sensi e l'intelletto.