La splendida avventura dell'azienda di San Severo

d'araprì vuol dire spumante

Una sfida lanciata venticinque anni fa

MICHELE PIZZILLO

A Girolamo d'Amico sono affidati quelli che potremmo definire le relazioni esterne dell'azienda d'Arapri. Che dal 1979 continua a produrre solo spumante metodo classico. Con d'Amico, quindi, parliamo della straordinaria avventura di questa azienda di San Severo e della situazione vitivinicola pugliese.

Quest'anno avete festeggiato i 25 anni di attività. Con quale bilancio?

«Il bilancio di un sodalizio di amicizia e di collaborazione non solo tra noi tre soci ma anche con numerose persone che ci affiancano nelle nostre attività. Abbiamo vinto una sfida lanciata 25 anni fa, quando nessuno ci credeva».

Quindi, la ripetereste?

«Si, certamente al prossimo anniversario».

Che effetto vi fa sentirsi dire che la Puglia non è terra di spumanti?

«Noi smentiamo questa affermazione con i fatti: non solo è possibile fare spumante metodo classico, ma è possibile ottenere ottimi spumanti come testimoniano i riconoscimenti da noi ottenuti in ambito nazionale».



È difficile commercializzare la produzione d'Arapri?

«Grazie all'evoluzione dei gusti e delle conoscenze enoiche del consumatore, quale l'utilizzo dello spumante metodo classico a "tutto pasto", la vendita dei nostri prodotti non trova eccessive difficoltà. Pensiamo che con la dieta mediterranea poco ricca di grassi e di carni rosse, lo spumante metodo classico insieme al vino rosato sono quelli che più esaltano le nostre specialità culinarie».

Quali sono i canali commerciali che preferite di più per fare arriva la vostra produzione al consumatore finale?

«Le enoteche e i ristoranti, gli agriturismi e negozi tipici che propongono specialità del territorio».

Quale strategia di comunicazione perseguite per fare conoscere il vostro marchio?

«Diciamo che esiste una netta distinzione dell'universo dei consumatori italiani di spumanti. Da una parte un manipolo molto ristretto di intenditori, capaci di cogliere le molteplici distinzioni della vasta gamma di spumanti nazionali (metodi di produzione, livelli di secco e di dolce, uvaggi, zone di produzione, qualità degustative, abbinamenti ai cibi ai tempi e alle occasioni), che sanno scegliere la bottiglia in rapporto al livello di qualità/prezzo/emozione. Dall'altra parte esiste una platea maggioritaria di consumatori, largamente inconsapevole di questi basilari fattori di apprezzamento, e quindi orientata alle più improbabili associazioni mentali di scelta: la festa e il botto, l'apparenza e il prezzo, l'occasione e la marca, la tendenza e il locale alla moda. La nostra ambizione è di rimuovere il complesso di banalizzazione che esiste nel consumatore che ritiene lo spumante adatto solo all'aperitivo e al dessert, per proporre gli spumanti metodo classico come vini da tutto pasto.



Un altro target che stiamo coltivando e che pensiamo passa rispondere positivamente sono i giovani, difatti abbiamo intraprese diverse collaborazioni di tipo dimostrativo/educativo con WineBar ed Pub».

Pensate che per il vino pugliese ci siano possibilità di essere presente meglio sui mercati del Nord Italia e dell'Europa del Nord?

«Sicuramente sì, perché i nostri prodotti hanno un rapporto qualità/prezzo favorevole. Oggi sempre di più il consumatore non sta molto dietro alla marca, ma è attento alla qualità ed ai costi».

Che tipo di clientela avete?

«La nostra clientela è esigente e molto attenta alla qualità e alle regionalità».

E qualcuno vi chiede di visitare la cantina?

«Si, anzi è diventa una tappa costante nei circuiti turistici che comprendono San Severo e tutta l'area della Daunia».

Girolamo D'Amico:
«La Puglia non è terra di spumanti? Noi smentiamo l'affermazione con i fatti e con i riconoscimenti ottenuti in ambito nazionale»

Le etichette d'Arapri

Gran Cuvée 99
(70% Bombino bianco, 30% Pinot nero)

Riserva Nobile 2001
(100% Bombino bianco)

Brut
(60% Bombino bianco, 40% Pinot nero)

Brut rosè
(70% Montepulciano, 30% Pinot nero)

Pas dosè
(50% Bombino bianco, 25% Pinot nero, 25% Montepulciano)

Cuvée Annett, blanc de noir
(70% Montepulciano, 30% Pinot nero)

I tre fondatori della "d'Araprì"

Girolamo, Louis e Ulrico uniti dalla musica

Per il primo quarto di secolo di attività, hanno pensato ad un regalo-sfida, la produzione di uno spumante "blanc de noir" dalla vinificazione in bianco di uve Montepulciano e Pinot nero. Con il nome Cuvée Annett, l'hanno dedicato ad Anna Cardillo d'Amico che, dopo aver trasferito la sua competenza enoica al figlio Girolamo, ha contribuito non poco a che San Severo diventasse la capitale pugliese dello spumante classico. Aspirazione trasformata in realtà, per volontà e caparbietà di tre amici, Girolamo d'Amico, Louis Rapini, Ulrico Priore, uniti dalla passione per la musica e dall'amore per la propria terra, che appunto 25 anni fa lanciarono la sfida di produrre solo ed esclusivamente spumante metodo classico principalmente dalla trasformazione delle uve del vitigno principe della vigna dell'Alto Tavoliere, il Bombino bianco.



Da sinistra: Ulrico Priore, Louis Rapini e Girolamo d'Amico

Un'idea stravagante secondo i più benevoli; un'impresa pazzesca, per i più scettici. Meno male che c'era mamma Annetta a sostenerli ad andare avanti per la strada che avevano scelto di percorrere nel tempo libero, perché Girolamo ha continuato ad insegnare, Louis a fare il musicista, Ulrico a lavorare in un'azienda vitivinicola.

Nella loro inconscenza giovanile, nel 1979, non immaginavano che avrebbero sconvolto la geografia di produzione dello spumante classico, spostando l'attenzione di esperti e consumatori anche verso il Sud. Tant'è vero che la guida "Bere Spumanti 2005", pubblicata dalla rivista "Cucina e Vini", ha inscrito due prodotti d'Arapri, Gran Cuvée 1999 e Riserva Nobile 2001, fra gli undici migliori spumanti italiani. Però, aggiunge d'Amico, non possiamo dimenticare lui, Pizzillo, che già 15 anni fa credette nella nostra impresa, inserendoci in quella che all'epoca era la più importante pubblicazione enologica italiana, la Guida dei Vini di Gambero Rosso-Slow Food.

I tre ragazzi che per il nome dell'azienda nel 1979 optarono per le iniziali dei propri cognomi, d'A(mico)Ra(pini)Pri(ore), di lavoro ne hanno fatto da quando si cimentarono nella produzione delle prime bottiglie di spumante, nella cantina di casa d'Amico, in via Petrarca, per arrivare all'accogliente e supertecnologica struttura odierna: i sotterranei di affinamento che si estendono per circa mille metri-quadri nel centro storico di San Severo, in cui è possibile vedere anche reperti storici come le fondamenta della cinta muraria medievale della città e un frantoio ipogeo del 1700.

Da poche centinaia di bottiglie agli attuali 55mila pezzi, con il Bombino bianco protagonista quasi assoluto dell'azienda d'Arapri. «D'altronde questo è il vitigno che si è dimostrato più idoneo alla spumantizzazione, per le sue caratteristiche di media alcolicità e l'ottimo corredo acido», spiega Girolamo d'Amico. E prosegue: «Ritengo che questa città potrebbe diventare il polo di riferimento di tutta l'Italia Meridionale per la produzione di spumante metodo classico, considerato l'ampio patrimonio viticolo di Bombino bianco a disposizione». D'Amico per la verità ne ha di frecce al suo arco per spostare l'attenzione su San Severo. E sottolinea «Proprio qui, infatti, si trovano le condizioni ideali, vuoi per l'ambiente pedoclimatico, vuoi per le caratteristiche architettoniche, vuoi per la tipicità del vitigno Bombino bianco che ben si presta a questo segmento enologico».

Pur avendo perfezionato un grande spumante da Bombino in purezza, il Riserva Nobile, D'Arapri non vive solo di questo vitigno. Nelle cinque referenze che produce c'è anche uva Montepulciano e quella classica per lo spumante (in particolare lo champagne), Pinot nero. Anche se nel cuore del trio d'Amico-Rapini-Priore c'è sempre il Bombino bianco, portato a San Severo probabilmente dai Cavalieri Templari nel 1200. ***(m. p.)***