

## RIDEFINIRE IL MARSALA: IL LANCIO DELLA NUOVA GAMMA MARSALA FLORIO



Il lancio attesissimo che ha incantato il Vinitaly ha visto come protagonista la nuova gamma **Marsala Florio** che nasce nelle storiche Cantine con un obiettivo ambizioso, quello di ridefinire la categoria del Marsala e di svelare un'evidenza troppo a lungo dimenticata: non esiste "il" marsala ma una moltitudine di espressioni possibili, senza mai perdere la propria natura e superandola sempre.

**La nuova linea Florio** si presenta sotto una veste articolata, **10 prodotti** che coprono altrettante espressioni **del Marsala**.

Un **panorama dinamico**, che si muove su tre livelli, dalle tipologie introduttive, prodotte in un più ampio numero di bottiglie (**Classic e Premium**), fino ai pezzi da collezione, in edizione ultra limitata (**Exclusive**); dal **presente al passato sulla linea del tempo**, ovvero dal Marsala Superiore del 2017 fino

al Marsala Superiore Riserva del 1994. Come un viaggio, anche il Marsala muta costantemente con il cambiare degli eventi e delle scelte di produzione: il suo percorso è scandito dal tempo e dai luoghi, al punto che, oltre che dai decenni, la sua identità dipende anche dalla distanza che le botti hanno avuto, nel corso della loro storia, dal mare, l'elemento naturale preponderante sulle complesse dinamiche di affinamento dei **Marsala Florio**.



Giacomo Tarquini - Global Marketing Director del Gruppo Duca di Salaparuta

Per entrare nel vivo della “creazione” vera e propria di questa nuova gamma, abbiamo avuto il piacere di intervistare **Giacomo Tarquini**, Global Marketing Director del **Gruppo Duca di Salaparuta**, e di conoscere più da vicino l'identità del Marsala Florio

### **1. Qual è l'idea che sta alla base del nuovo lancio della gamma Marsala Florio per il canale On Trade?**

L'idea nasce dalla forte volontà dell'azienda di ridefinire la categoria del Marsala. La grande tradizione delle Cantine Florio porta con sé la responsabilità di proteggere il vino fortificato marsala da imitazioni

e usurpazioni che nel corso degli anni hanno bistrattato sia la produzione interna che estera. Tutto il progetto del **nuovo marsala Florio** ha al centro il cuore pulsante della produzione che è **la cantina** e gli anni della pandemia ci hanno permesso di trascorrere moltissimo tempo qui, ad ascoltare, riscoprire e dare un nuovo lessico ad un prodotto che vuole essere tanto **innovativo** quanto **tradizionalista**. La veste e lo storytelling della nuova gamma sono molto moderni, a metà tra un vino fortificato e un liquore, ma la sua identità affonda le radici nelle origini del marsala Florio, un marsala





di grande qualità, che è da sempre un “marsala superiore”. Quindi la genesi è stata questa: ridefinire la categoria in **modo autentico**, con una chiave di lettura moderna, per arrivare al mondo dell’enoteca e della ristorazione in un modo molto diretto, con una trasversalità di prodotto unica nel suo genere.

## **2. Quali sono le caratteristiche enologiche della nuova range (e delle sue linee) e cosa viene “raccontato” sulle nuove etichette?**

La gamma è composta da **tre linee** per un totale di 10 prodotti: **linea Classic** (4 referenze: Marsala vergine, Marsala secco, Marsala semi-secco e Marsala dolce), **linea Premium** (2 referenze: Marsala vergine e Marsala semi-secco) e **linea Exclusive** (4 referenze: Marsala vergine, Marsala secco, Marsala semi-secco e Marsala dolce). Si tratta di una gamma “modulare”: abbiamo costruito un’intelaiatura di range che permette di sostituire una referenza (una volta esaurita una determinata annata) con ciò che la cantina ci offre, restando all’interno dei tre posizionamenti.

L’elemento fondamentale che viene raccontato sulle etichette della nuova gamma è proprio la **contaminazione della cantina con il suo territorio** e con l’ambiente: abbiamo portato alla

luce dei marsala che da anni affinavano nelle Cantine Florio, cantine che hanno una struttura unica al mondo. Siamo una **cantina che si affaccia sul mare**: l’ingresso è a soli 95,5 metri di distanza dal molo più vicino e tutto il sottosuolo è bagnato dal mare, che influenza la parte delle fondamenta naturali di tufo che assorbono l’umidità; senza contare che le cantine sono **aerate naturalmente**, in un costante ricircolo dell’aria. Le stagioni agiscono così in maniera positiva perché contaminano l’ambiente. Le Cantine Florio sono poi talmente ampie che abbiamo scelto di applicare anche in cantina il **concetto di “zonazione”** che si applica in vigna, scegliendo i microclimi interni (che dipendono da umidità, temperature, distanza dal mare) e volumi diversi delle botti per affinare i vini. In base alla posizione dei diversi legni all’interno della cantina, lo stesso marsala cambia.



Altro dettaglio importante per la nuova range Florio è quello di aver portato il discorso dell’**“angel’s share”** degli spirits nel mondo del vino marsala: si tratta della quota di prodotto che evapora negli anni durante l’affinamento; un indice di perdita all’interno del contenitore che però rappresenta per il vino marsala un **valore prezioso della concentrazione** di ciò che rimane.

### **3. “Innamoramento” dei vini, la “quota dell’angelo” e la “teoria dell’ascolto”: i nuovi marsala svelano, forse per la prima volta al pubblico, un mondo enologico che è anche un percorso filosofico e artistico. Qual è la forza evocativa dei Marsala Florio?**

Dopo aver trascorso molto tempo in cantina, a scegliere e degustare i marsala migliori, in ogni stagione, è quasi normale provare l’esperienza di un ascolto “umano” del luogo. Abbiamo cercato così di raccogliere l’aspetto più vero e autentico della Cantina ed era necessario, per comunicarlo, utilizzare dei termini nuovi e non canonici. Il marsala, dalla vendemmia all’invecchiamento, non è tecnicamente un vino; basti pensare che per essere un marsala deve avere l’aggiunta dell’alcol. Questa aggiunta

l’abbiamo definita **“innamoramento”**: è il momento in cui l’alcol e il vino si uniscono insieme. La **“teoria dell’ascolto”** invece è fondamentale per il nostro enologo **Tommaso Maggio** che, durante la vendemmia, deve essere in grado di capire la maturazione delle uve per portare in cantina un raccolto estremamente performante per fare il marsala, così come deve immaginare, nella fase di preparazione per l’invecchiamento in botte, come potrebbe diventare un determinato prodotto tra 20 anni. E nel tempo, fare le scelte giuste per portare a termine l’affinamento.

### **4. Quali sono le aspettative dell’azienda legate a questo importante lancio?**

L’idea di **ridefinire** la categoria è l’obiettivo più ambizioso a lungo termine. A livello pratico abbiamo voluto offrire una linea esclusiva alla ristorazione affinché potesse giocare con questo caleidoscopio di prodotti che abbiamo portato fuori dalla cantina, a conferma del fatto che il marsala non è solo il vino liquoroso per la degustazione a fine pasto con il dolce, ma può essere un prodotto perfetto per l’abbinamento con il cibo o come rituale di assaggio al pari di un whiskey o di un rum a fine serata.

*Grazie a Giacomo Tarquini per l’intervista, una vera e propria fotografia del pensiero che muove la nuova Linea di **Marsala Florio**.*

## TIMELINE: UN PO' DI STORIA

In occasione del lancio della nuova gamma di Marsala Florio, è stata condotta un'indagine approfondita sulle origini del marsala, grazie al contributo del maggiore storico siciliano contemporaneo e dello studio dei documenti dell'Ottocento, per ricostruire le date salienti di una grande storia.

John Woodhouse, commerciante inglese, sbarca in Sicilia, a Marsala. Qui viene "conquistato" dal vino siciliano: acquista 60 botti da 412 litri, a cui aggiunge due galloni di brandy, pari a 9,08 litri. In altre parole, fortifica il vino.

L'ammiraglio Nelson, eroe della marina britannica, sceglie di rifornire la sua flotta con vino Marsala prodotto da Woodhouse, un vino «tanto buono da essere degno di abbellire la tavola di un qualsiasi gentiluomo».

Nel cosiddetto "decennio inglese" molti mercanti inglesi si stabiliscono in Sicilia: tra loro il mercante Benjamin Ingham e suo nipote Whitaker, che fino alla metà dell'Ottocento registra le vendite di Marsala più alte del mondo.

1773



1800



1806-1815



1774

Consapevole della predilezione dei suoi connazionali per i vini liquorosi come il Madeira e il Porto, Woodhouse dopo il successo della prima spedizione nel 1774, intensifica l'esportazione e da semplice commerciante si trasforma in impresario vitivinicolo, creando la sua "Factory Wine" nel trapanese.



1806

Il blocco continentale imposto da Napoleone favorisce indirettamente il Marsala, che prende il sopravvento su vini come Porto, Madeira e Jerez, tagliati fuori dal commercio britannico.



1833

Vincenzo Florio acquista la terra su cui viene fondata la prima azienda italiana di Marsala: è l'inizio della competizione italiana nel mercato del Marsala che porta allo sviluppo delle tecnologie per la sua produzione.