
Prefazione

di *Giuseppe Lupo**

Spesso, quando si leggono storie di imprese, si ricava l'impressione di avventure nell'orizzonte della modernità, accadute in maniera fortunosa, quasi si sia trattato di un'ascesa casuale e involontaria. Ogni narrazione, di solito, prende spunto da tre elementi: ci sono gli uomini (o le famiglie) che ne sono stati protagonisti; il territorio in cui è venuto a germinare un determinato tipo di prodotto; i fatti che appartengono all'evolversi della Grande Storia (le guerre, le crisi economiche, i destini incontrollabili, il peso della casualità e della bravura), declinati come sfondo in cui pure interagiscono in maniera più o meno diretta con le sorti dell'azienda, lasciando inevitabilmente il segno.

Tutto ciò avviene anche in questo libro, che racconta una vicenda di vini e vigneti, di caparbietà laboriosa e del talento di chi, in duecentocinquantaquattro anni, ne ha saputo affermare il valore, compiendo una specie di miracolo: ciò che all'avvio della storia era un prodotto locale – nel caso specifico l'Amarone, ma non solo – è diventato un brand di livello internazionale, un esempio tra i più accreditati al mondo per riconoscere un'eccellenza tipicamente italiana.

Nel lavoro di Sandro Boscaini sono presenti tutti gli ingredienti per dare origine a un vero e proprio romanzo sul vino: un territorio ben marcato dal punto di vista geografico e antropologico (un pezzo di quel Veneto provinciale e contadino che sa di chiese e di dialetto, il Veneto a cui ci hanno abituato i romanzi di Luigi Meneghello, Goffredo Parise, Ferdinando Camon); un ceppo familiare stratificatosi lungo la verticalità di sette generazioni, che si è ritagliato i contorni dell'epopea borghese tramite matrimoni e parentele acquisite; una quantità agrodolce di avvenimenti storici che hanno attraversato il tempo lungo i due secoli e mezzo che ci separano dal 1772, anno della prima vendemmia nel Vaio dei Masi, un arco cronologico in cui la Grande Storia si è manifestata prima mediante gli echi napoleonici, poi i fucili au-

* Scrittore e saggista, è professore ordinario di Letteratura italiana contemporanea all'Università Cattolica di Milano.

striaci della Restaurazione, poi ancora i sogni del Risorgimento fino a varcare la soglia di quel Novecento che ha assunto i volti delle stragi e dell'orrore, ma anche l'incanto dell'industrializzazione e del miracolo economico.

Questa materia fornisce il sostrato narrativo delle pagine che seguono e il lettore la ritrova facilmente, disseminata nei capitoli, come in un grande magazzino di suggestioni e di fatti. Ma non sta qui il vero segreto della scrittura. Se Sandro Boscaini avesse narrato solo questo, il testo sarebbe stato un ottimo biglietto da visita per comprendere i segreti di un successo, per apprendere i dettagli tecnici relativi alla capacità di fare impresa, per diventare insomma un esempio di come si raggiungono determinati obiettivi senza mai perdere di vista la logica che ogni imprenditore segue: allargare, ingrandire, rafforzare i propri affari e poi tornare a investire. Ma il libro non vuole soddisfare soltanto un criterio informativo-descrittivo o, meglio, non si esauriscono qui le motivazioni che hanno portato l'autore a scriverlo. Accanto alle ragioni tradizionali, che pure sono di importanza strategica, ce ne sono altre che offrono una lettura dell'esistenza, sono espressione di un pensiero di cui l'Amarone rappresenta la sintesi e forse il compimento, perché ogni cosa vi si raduna intorno facendolo diventare un prodotto dai grandi orizzonti imprenditoriali: le sue origini nel Recioto, le antiche ascendenze che lo accomunano con altri vini della marca veronese, le diramazioni chimico-organolettiche che ne determinano la composizione e gli hanno permesso di modificarsi nel tempo, lo sciorinarsi di relazioni che addirittura risalgono ai discendenti di Dante Alighieri. Un elemento a effetto, certo, ma anche una specie di predestinazione.

Una bottiglia di rosso o di bianco può incarnare una visione del mondo, può offrire una chiave interpretativa di una stirpe e di un territorio e bisognerebbe partire proprio da questa suggestione per comprendere fino in fondo l'operazione che Sandro Boscaini ha inteso condurre. Il vino che esce da queste pagine può essere interpretato come il riepilogo di una civiltà, una specie di riassunto dell'epoca che le si è dipanata intorno, ricca di quei fatti che nutrono un'idea, ma sempre al centro di un percorso che si snoda nel rapporto fra la terra e chi la abita, fra una tradizione consolidata, antica e ricca di esperienza, e ciò che la fortuna dei tempi e le capacità umane sono riusciti a modificare e a ottenere.

Indubbiamente questo racconto elastico tra passato e futuro ha una sua validità se applicato a ogni etichetta nobile, ma qui probabilmente i prestiti con il territorio della Valpolicella e con la sua conformazione di valli e torrenti su cui il clima lascia la propria scrittura, fatta di linee e di interruzioni,

sono maggiori perché uno degli aspetti cruciali dell'avventura narrata è l'aver elevato la nozione di «vino come alimento» a quella di «vino come espressione culturale», figlio di una visione antropologica del territorio e dei suoi abitanti e, proprio per questo, erede di una dimensione del vivere che contiene sacrifici, speranze, sogni, delusioni, studio, fatiche.

In ogni bottiglia dell'azienda Masi si racchiude tutto questo. Oggi ci viene naturale, quasi scontato, pensarla in questo modo, ma così non è stato nel passato più o meno recente. Anzi, l'esperienza tratteggiata nei capitoli dimostra esattamente il contrario, cioè che a monte di questo capovolgimento interpretativo ha agito il desiderio di «costruire» un prodotto, farne un cosiddetto «vino di progetto» mediante un affascinante processo di sperimentazioni enologiche, come la rifermentazione che nel 1964 ha portato alla nascita del Campofiorin Ripasso. Sperimentare significa assecondare una formula che richiede l'esercizio di cercare e trovare il punto di equilibrio fra tradizione e innovazione. Non a caso lo slogan con cui è stato comunicato un altro degli Amaroni concepito dall'azienda Masi, il Costasera, conteneva queste parole: «il vino moderno dal cuore antico».

A osservare bene il contenuto di ciascuna pagina, Sandro Boscaini ha organizzato la materia del suo narrare rispondendo esattamente a questa logica. Ricostruisce il passato, segnala tutto ciò che di esso continua a rimanere vivo e utile, sottolinea gli elementi che danno classicità al prodotto, ma al tempo stesso si proietta nella descrizione di quanto è avvenuto all'interno dell'azienda in quanto organizzazione: gli avvicendamenti generazionali, la gestione delle alleanze e degli apparentamenti, le trasformazioni economiche e sociali, le modifiche di statuto societario, le fasi di crescita e di stasi, l'incidenza delle varie crisi, l'affermazione progressiva nei diversi mercati. Il dato che più impressiona (e che probabilmente rende esemplare la storia) è il tentativo di affidarsi a criteri scientifici per avvicinarsi sempre più a una certa idea di vino e per attuare quella dimensione di progetto che rimane una costante dell'azienda Masi, fino a riconoscere la necessità di correggere alcune imperfezioni. Lo vediamo a proposito dello storico Amarone, modificato nei processi di fermentazione e di costruzione fino a dare origine, con l'annata 1983, a un risultato completamente nuovo, destinato a ottenere un successo ancora maggiore.

Ci sono già fin troppi elementi per fare di questa storia un paradigma della modernità. Eppure il discorso non si esaurisce qui. La seconda parte del libro ci ricorda che esiste un antico motto veneto, composto da appena due termini – *saver far* – nei quali converge l'anima di un popolo laborioso e per-

fezionista, umile ma paziente, quell'antica virtù che ha permesso a una terra povera di approdare stabilmente al traguardo del benessere e dello sviluppo diffuso. Ebbene, Boscaini ci ricorda anche che basterebbe invertire le parole – *far saver* – per ottenere una regola che nel Gruppo Masi è diventata aurea: non basta saper fare, bisogna anche comunicare ciò che si fa. A questo scopo risponde l'infittirsi del racconto fino alla soglia dei nostri anni: ogni azione è accompagnata dalla sua narrazione, e qualsiasi realtà produttiva, per vincere la sfida con i mercati, deve adottare l'esercizio dell'organizzazione. Ne esce una ragnatela integrata di uomini e di strutture, un agglomerato di intelligenze che cooperano verso un obiettivo unico e totalizzante. Che sia questa la strada per una dimensione comunitaria? Forse sì. Ma è anche la conferma di una continuità rispetto ai lasciti di un racconto familiare, dove tanti sono i nomi e i volti, i profili e le voci, ma unico resta il punto di osservazione: la necessità di vivere il moderno, non per subirne le contraddizioni ma per correggerne gli errori ed edificare qualcosa che rimanga.