

# Antonio Maçanita: salvare l'identità dei “luoghi impossibili”. Viaggio tra le vigne dell'Oceano.

scritto da Stefano Montibeller | 16 Dicembre 2025



*L'enologo António Maçanita racconta la sfida di produrre vini in territori estremi come le Azzorre e Porto Santo. Un viaggio tra recupero di vitigni dimenticati, sostenibilità economica per i giovani agricoltori e nuove tendenze di consumo, portati in Italia grazie al progetto narrativo “La Versione di Gunter”.*

C'è una frase che circola tra i vecchi coloni delle isole vulcaniche portoghesi: **“Non devi essere pazzo per fare vino qui, ma aiuta”.**

Antonio Maçanita, enologo e produttore, ha fatto di questa follia il suo marchio di fabbrica. Figura eclettica e inarrestabile del panorama vitivinicolo portoghese, Maçanita non si limita a produrre vino, ma **recupera memorie**.

Dal Douro all'Alentejo (con il progetto Fitapreta e il recupero di un palazzo del 1306), fino alle sfide estreme nell'arcipelago delle Azzorre e a Porto Santo (Madeira), la sua firma è la **riscoperta di ciò che l'industria moderna aveva dimenticato**.

Se nelle Azzorre sfida i venti salmastri dell'Isola di Pico proteggendo le viti dentro i currais (muretti di pietra lavica), a Porto Santo, l'isola dorata dove non piove mai, lavora con i "Profeti", contadini capaci di **scolpire le colline per catturare l'acqua**.



Qu  
es  
ti  
vi  
ni  
"n  
at  
i  
ne  
ll  
'0  
ce  
an  
o"  
ar  
ri  
va  
no  
in  
It

al  
ia  
gr  
az  
ie  
al  
l'  
in  
tu  
it  
o  
di  
**E**  
**do**  
**ar**  
**do**  
**Li**  
**ga**  
**bu**  
**e,**  
ch  
e  
du  
ra  
nt  
e  
le  
su  
e  
es  
pl  
or  
az  
io  
ni  
pe  
r

il  
pr  
og  
et  
to  
“  
**La  
Ve  
rs  
io  
ne  
di  
Gu  
nt  
er**  
”  
ha  
sc  
op  
er  
to  
il  
ta  
le  
nt  
o  
vi  
si  
on  
ar  
io  
di  
Ma  
ça  
ni  
ta  
,

de  
ci  
de  
nd  
o  
di  
di  
st  
ri  
bu  
ir  
lo  
.  
Mo  
lt  
o  
pi  
ù  
di  
un  
cl  
as  
si  
co  
di  
st  
ri  
bu  
to  
re  
o  
e-  
co  
mm  
er  
ce  
,

è  
un  
p  
ro  
ge  
tt  
o  
na  
rr  
at  
iv  
o  
fo  
nd  
at  
o  
su  
ll  
a  
fi  
gu  
ra  
di  
Gu  
nt  
er  
,  
mo  
de  
rn  
o  
“e  
sp  
lo  
ra  
to  
re

” .  
La  
mi  
ss  
io  
ne  
è  
sc  
ov  
ar  
e  
et  
ic  
he  
tt  
e  
ra  
re  
,  
ar  
ti  
gi  
an  
al  
i  
e  
sp  
es  
so  
es  
cl  
us  
iv  
e,  
pr  
op  
on

en  
do  
le  
no  
n  
co  
me  
se  
mp  
li  
ci  
pr  
od  
ot  
ti  
ma  
co  
me  
es  
pe  
ri  
en  
ze  
di  
vi  
ag  
gi  
o.  
La  
Ve  
rs  
io  
ne  
di  
Gu  
nt  
er

in  
te  
rc  
et  
ta  
qu  
el  
pu  
bb  
li  
co  
cu  
ri  
os  
o  
ch  
e  
ce  
rc  
a  
un  
“v  
oc  
ab  
ol  
ar  
io  
em  
oz  
io  
na  
le  
”  
ne  
l  
ca  
li

ce  
,  
an  
da  
nd  
o  
ol  
tr  
e  
i  
te  
cn  
ic  
is  
mi  
pe  
r  
sc  
op  
ri  
re  
le  
s  
to  
ri  
e  
di  
re  
si  
li  
en  
za  
e  
fo  
ll  
ia  
c

he  
si  
ce  
la  
no  
di  
et  
ro  
og  
ni  
bo  
tt  
ig  
li  
a.

Abbiamo incontrato Antonio Maçanita per capire cosa significhi oggi fare vino in territori estremi, come riavvicinare i giovani al calice e quale sia il futuro della viticoltura atlantica.

**Antonio, guardando oggi il tuo lavoro, che spazia da nord a sud fino al cuore dell'Atlantico, qual è la tua missione principale?**

Una bottiglia di vino è molto più di ciò che c'è dentro al bicchiere. È la nostra storia, la nostra cultura. Le uve sono il risultato del flusso delle popolazioni e delle migrazioni, sono parte della nostra identità.

Tuttavia, la mia missione in ogni regione si misura in modo molto pragmatico: nel **prezzo dell'uva**. Il mio obiettivo è cambiare il paradigma agricolo dei luoghi in cui ci troviamo. Quando abbiamo iniziato nelle Azzorre, il prezzo dell'uva era di 70 centesimi al chilo; oggi sfiora i 7 euro. A Porto Santo siamo passati da 1,40€ a 5,00€.

Questo è il vero cambiamento sociale. Si dice spesso che i giovani non vogliono lavorare la terra, ma non è vero: i giovani non vogliono lavorare gratis o senza futuro. **Cambiando il valore del frutto, abbiamo cambiato la demografia nei vigneti**: non ci sono più solo sessantenni, ma ventenni che vedono un'opportunità. Lavorare la vigna deve essere "cool", deve essere uno stile di vita sostenibile, magari faticoso, ma fatto con il sorriso.

**Le Azzorre, e in particolare l'Isola di Pico, rappresentano forse la tua sfida più iconica. Qual è stata la difficoltà maggiore?**

La sfida tecnica è **mettere il luogo nel bicchiere**. Io non uso la parola sostenibilità, che è abusata, preferisco il termine francese *durabilité* (durabilità). Un vino deve avere un senso del luogo così forte che, assaggiandolo, sai che non potrebbe essere fatto altrove.

Ma la vera sfida è stata trasformare qualcosa in cui la gente aveva smesso di credere, una viticoltura quasi abbandonata, in qualcosa di credibile e prezioso.

Parliamo di un'agricoltura estrema: nelle Azzorre, negli ultimi cinque anni, abbiamo avuto rese inferiori ai 500 kg per ettaro. Qualsiasi errore, o una tempesta di sale durante la fioritura, è fatale. Il rischio è altissimo, ma il risultato è unico. Oggi, su 10 produttori nelle Azzorre, quattro sono giovani che hanno iniziato lavorando con noi e poi si sono messi in proprio. Questo è il successo: **evitare che Pico tornasse ad essere un luogo abbandonato**.

**Parliamo di mercato e consumo. In Italia, come in molti paesi tradizionali, c'è**

**preoccupazione per il disinteresse delle nuove generazioni verso il vino, spesso percepito come troppo tecnico o elitario. Come vedi la situazione dal tuo osservatorio portoghese?**

Credo che stiamo vivendo una fase di ristrutturazione, non necessariamente negativa. C'è una grande riduzione nel consumo di vini a basso prezzo, e questo è un **segno di intelligenza e consapevolezza**. Il nuovo consumatore non beve per abitudine alimentare come facevano i nostri padri; sceglie. Se la carta dei vini non è interessante, preferisce una birra artigianale o un gin.

L'esempio lampante è il Porto: si dice che nessuno lo beva più, ma se guardi i numeri, crollano i prodotti generici (Ruby, Tawny base) mentre esplodono le categorie speciali (10, 20 anni, Vintage). **Si beve meno, ma si spende di più**. Il consumatore è più istruito, più qualificato.

**Eppure, il successo dei vini naturali suggerisce che i giovani cerchino un approccio meno "ingessato".**

Assolutamente, ed è un fenomeno che apprezzo. Il movimento dei vini naturali ha il merito di aver **democratizzato il vino**, rendendolo meno aristocratico e più accessibile, più rilassato. Ha avvicinato persone che magari erano intimidite dai tecnicismi.

Certo, c'è meno interventismo, ma credo che in futuro questi due mondi convergeranno: avremo vini "naturali" meno difettosi e vini convenzionali più rispettosi e meno manipolati, perché il consumatore oggi è attento a cosa ingerisce.

## **Il turismo del vino gioca un ruolo in questa “educazione”?**

Fondamentale. La bellezza del vino è che ti permette di **“portare a casa” un pezzo di territorio**. Puoi visitare la Toscana, tornare a New York, aprire un Sangiovese e rivivere quell’esperienza.

Sia l’Italia che il Portogallo sono posizionati benissimo perché offrono una **diversità infinita**. Non c’è noia. C’è sempre una nuova varietà autoctona da scoprire, un nuovo terroir. È complesso da comunicare, certo, ma è una risorsa inesauribile per mantenere vivo l’interesse.

## **Guardando al futuro e al cambiamento climatico, su cosa scommetteresti per i prossimi 10 anni?**

**Non credo nella “singola uva magica”** che ci salverà. Credo nella diversità. La soluzione sta nel recuperare le vecchie varietà dimenticate, spesso abbandonate perché poco produttive ma molto resistenti. In Alentejo, ad esempio, stiamo lavorando sulla Tinta Carvalha, un’uva quasi estinta ma incredibilmente resistente al calore. Questa varietà di beva sta diventando mainstream.

Ma il consumatore è più evoluto e sta capendo che **non esiste solo il vino rosso**. Magari inizia con le bollicine, passa ai bianchi, magari un grande rosé, e finisce col rosso.

## **Un consiglio per un giovane produttore che inizia oggi?**

**Prenditi cura della tua terra prima di innovare**. Ascolta. Ascolta i tuoi genitori, i nonni, guarda cosa è stato fatto in passato in quella regione. E poi reinterpreta con la tua visione.

Ma soprattutto: **non copiare e non inseguire il mercato**. È come

un cane che si morde la coda: se fai un vino pensando a cosa vuole il mercato oggi, quando la bottiglia sarà pronta tra due anni, il mercato sarà già altrove. Concentrati nel fare vini significativi, che trasmettano il luogo. Qualcuno che li ama lo troverai.

---

## Punti chiave

1. **Recupero territoriale:** Salvaguardia di vitigni autoctoni e territori estremi come Azzorre e Porto Santo per preservare l'identità culturale.
2. **Sostenibilità economica:** Aumento del prezzo dell'uva per incentivare i giovani a tornare in vigna e garantire futuro agricolo.
3. **Viticultura eroica:** Vini "durabili" che esprimono il luogo, sfidando vento, sale e carenza d'acqua con tecniche ancestrali.
4. **Consumo consapevole:** I giovani bevono meno ma meglio, privilegiando vini artigianali e riscoprendo categorie storiche come il Porto.
5. **Distribuzione narrativa:** La Versione di Gunter porta in Italia questi vini unici, puntando su storytelling ed esperienza emozionale.