

Julietta Gargiulo, arte e architettura: l'evoluzione dell'enoturismo argentino

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Dicembre 2025



Un viaggio nel cuore di Mendoza con Julietta Gargiulo, figura iconica che ha fuso vino, arte e cultura in un modello di ospitalità unico. Dalle radici dell'emigrazione italiana alla rivoluzione architettonica delle cantine, l'intervista svela il segreto del successo argentino, offrendo una visione privilegiata in vista del tour in Argentina targato Wine Meridian nel gennaio 2026.

Confrontarsi con **Julietta Gargiulo** – figura storica legata al turismo, all'arte e al vino a Mendoza, membro della “Academia italiana de la Vid y el Vino” e fondatrice della “Academia argentina de la vid y el vino” – non significa semplicemente intervistare un'esperta del settore, ma dialogare con la

memoria storica e la visione futura di Mendoza. Dalla sua testimonianza emerge con forza una verità spesso trascurata dalle narrazioni puramente commerciali: **l'enoturismo in Argentina non è una moda recente, ma l'evoluzione naturale di un DNA culturale radicato.** Gargiulo smonta il mito del “boom” improvviso, accompagnandoci in un viaggio che parte dagli anni '30 e dalla Fiesta de la Vendimia, per rivelare come **il vino, ai piedi delle Ande, sia sempre stato indissolubilmente legato all'arte, alla musica e all'identità civica.**

Dalle prime “Cattedrali del vino” alle moderne architetture visionarie come quella di Salentein, l'intervistata traccia un **filo rosso che unisce l'imprenditoria locale all'eredità dell'emigrazione italiana**, definendo un modello di ospitalità capace di attrarre nuove generazioni e trasformare il visitatore in parte integrante del territorio. **È proprio per analizzare da vicino questo ecosistema di successo che Wine Meridian ha organizzato l'[International Wine Tour in Argentina](#)** a gennaio 2026. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di studiare sul campo un modello che ha saputo “industrializzare l'emozione dell'accoglienza”, creando un sistema diffuso dove pubblico e privato collaborano per vendere non solo bottiglie, ma un'intera destinazione.

Quello che ne scaturisce è il ritratto di una regione che offre al mondo un'esperienza estetica e umana totale, un caso studio imprescindibile per chiunque voglia comprendere il futuro dell'enoturismo globale.

Lei ha vissuto e ha contribuito a plasmare il “boom” enoturistico di Mendoza. Quando ha capito per la prima volta che il vino non bastava più e che era necessario integrarlo con l'arte e la

cultura per creare una destinazione turistica integrale?

A Mendoza, a differenza di altre regioni vinicole, **il turismo del vino era già storicamente integrato con l'arte e la cultura**, vantando caratteristiche e narrazioni proprie. Da quasi un secolo, governi e imprenditori mendocini hanno puntato a far conoscere i nostri vini invitando non solo la cittadinanza locale, ma il mondo intero a visitarci. Così nacque, nel 1936, la nostra **"Fiesta Nacional de la Vendimia"**, un evento in cui tutte le manifestazioni della cultura enologica si amalgamano in uno spettacolo riconosciuto come la festa del vino più importante al mondo. È una celebrazione assolutamente popolare dove le espressioni culturali legate al vino si fondono in un grande show, allestito in un **anfiteatro greco tra le colline**, che vede l'interazione di circa 2000 artisti. La sfilata dei carri, che anticipa il grande spettacolo, inonda le strade della città coinvolgendo il pubblico in una partecipazione festosa. Ma questo è solo l'apice di processi simili che avvengono in ogni angolo della nostra estesa provincia: concorsi letterari, arti plastiche, tornei equestri e regate accompagnano questi festeggiamenti. Nei mesi estivi, **tutta Mendoza si veste di vendemmia**.

Già in quell'epoca fondativa, a metà del XX secolo, alcune cantine accompagnarono questo risveglio del turismo enologico legandolo alla cultura. Una creò il primo e più importante Museo del Vino delle Americhe, un'altra incorporò sculture e murales di artisti di spicco che riproducevano su larga scala le origini egizie del vino, un'altra ancora offrì concerti nella sua monumentale sala delle botti. Tutto questo era incastonato nell'architettura di cantine monumentali, denominate "Le Cattedrali del Vino".

Quando esplose il boom dell'enoturismo alla fine del XX secolo, Mendoza era già pronta a mostrare la sua eredità al mondo. Per noi mendocini, la cultura della vite è incorporata

nel nostro DNA, trascendendo la visione di un prodotto puramente industriale.

Per quanto riguarda la mia attività, negli anni '80 ero dedita al turismo culturale. Pertanto, **all'inizio di questo nuovo boom, grazie alla mia storia personale legata alla vitivinicoltura, fu naturale partecipare a questo nuovo risveglio**. Tuttavia, nel mondo delle arti plastiche, nonostante la nostra terra fosse culla di grandi pittori, i luoghi di esposizione non erano sufficienti; pensai quindi di **portare l'arte in luoghi non convenzionali, come hotel e cantine**. Fu una proposta originale e ben accolta: gli imprenditori mendocini, progressisti per natura, accettarono facilmente queste nuove proposte.

In questa rinascita, l'architettura giocò nuovamente un ruolo cruciale con magnifiche cantine che includevano spazi dedicati all'ospitalità: alloggi, ristoranti, musei, l'incorporazione del paesaggio come protagonista e attività variegate, dal turismo gastronomico all'astroturismo, fino ai matrimoni tra i vigneti.

Killka è stato un progetto visionario. Qual è stata la sfida più grande nel convincere il mondo del vino, tradizionalmente agricolo, che una galleria d'arte non era solo un orpello estetico ma un asset strategico?

Nella storia della vitivinicoltura mendocina erano già emerse azioni in cui arte e vino confluivano armoniosamente. Tuttavia, **c'è un personaggio che è stato determinante nel mondo del nuovo enoturismo in Argentina: Mijndert Pon con la sua Bodega Salentein**. Egli introdusse un concetto totale di enoturismo includendo il Museo Killka (2006) con la sua grande collezione d'arte. Salentein fu rivoluzionaria: il suo

concetto e la sua architettura tradussero su larga scala ciò che stava già nascendo nel mondo vitivinicolo, non solo nel nostro Paese ma a livello globale, seguendo l'esempio californiano. A questa esperienza ne seguirono altre e, in breve tempo, **Mendoza divenne paladina dell'enoturismo in America.**

Personalmente, non è stato difficile proporre sale d'arte in alcune cantine; le cose sono accadute naturalmente. **Gli imprenditori mendocini hanno accettato i suggerimenti e condiviso l'entusiasmo;** non è stato necessario convincerli perché, orgogliosi delle loro radici, hanno compreso e condiviso i benefici di questo sguardo rinnovato.

Come membro dell'"Academia italiana de la vid y el vino", come vede il legame tra l'emigrazione italiana e l'attuale identità dell'ospitalità argentina? C'è un "filo rosso" che unisce ancora i due Paesi nell'accoglienza?

L'impronta italiana è sempre presente in Argentina: **il 70% della popolazione ha qualche radice italiana.** Questo si traduce nella nostra gastronomia e nelle consuetudini che modellano il mondo dell'ospitalità. L'Academia italiana de la vid y el vino è ed è stata legata all'Argentina fin dalle sue origini, oggi continua questo legame di fratellanza.

Inoltre, il rapporto accademico con le scuole di vitivincola italiane ha creato connessioni che perdurano da quasi due secoli. Nel vasto universo del vino, la grande immigrazione peninsulare – avvenuta in tre momenti fondativi: fine del XIX secolo e dopo le due grandi guerre – portò immigrati con la loro impronta vitivinicola, che crearono molte delle grandi cantine di quei tempi. Oggi ci sono nuovi protagonisti italiani in Argentina e argentini in Italia che

continuano ad alimentare questi **vasi comunicanti di produzione e conoscenza**.

L'enoturismo rischia a volte di diventare elitario. Come si lavora, attraverso la cultura, per rendere l'esperienza in cantina inclusiva e accessibile anche alle comunità locali e non solo ai turisti facoltosi?

Esistono programmi molto interessanti organizzati dal governo e dalle aziende per avvicinare le cantine al grande pubblico, come ["Música Clásica por los Caminos del Vino"](#), che si svolge durante la Semana Santa con concerti nelle cantine, o anche ["Tango por los Caminos del vino"](#), con lo stesso format, entrambi di grande impatto e gratuiti.

A Mendoza l'enoturismo non si vive solo nelle cantine, ma anche nelle comunità e nei municipi. Le attività di diffusione pubblica e popolare sono molto importanti. Le città incorporano iniziative legate a questo tema, facendo sì che **la cultura del vino svolga un ruolo trasversale e inclusivo**. Non si vive solo dentro le aziende vinicole, ma nell'intero territorio.

Oltre alle festività, la produzione fotografica, pittorica e letteraria si alimenta di queste fonti e viene successivamente diffusa. Per queste caratteristiche, la città di Mendoza è stata dichiarata Capitale Internazionale del Vino e, dal 2005, integra la rete **Great Wine Capitals**, riconosciuta come una delle 13 Grandi Capitali del Vino a livello mondiale.

Ha collaborato con musei e istituzioni. Crede che l'Argentina stia sfruttando

appieno il suo patrimonio legato al vino, o c'è ancora molto da fare per creare un vero "sistema diffuso" di turismo culturale?

L'Argentina punta fortemente sull'enoturismo e ha una vocazione permanente al progresso. Credo che abbia sfruttato al massimo il suo patrimonio nel percorso compiuto in questi ultimi 25 anni. La sua intensa attività e originalità nel mondo dell'enoturismo lo rendono uno dei più completi nel panorama vinicolo mondiale; pertanto, ritengo che configuri già un vero e proprio "sistema diffuso".

Parlando di giovani: come si appassionano le nuove generazioni, spesso distanti dal mondo agricolo, alla cultura del vino attraverso l'arte e la gestione culturale?

Oltre all'arte e alla gestione culturale, oggi il mondo del vino è molto ampio nelle sue offerte e possiede inoltre una componente di glamour. Questo complemento aiuta ad appassionare le nuove generazioni, invitandole a vivere un'esperienza nuova e coinvolgente.

L'architettura delle cantine è diventata una grande attrazione. Crede che a volte l'architettura rischi di oscurare il contenuto, o è un guscio necessario per elevare la percezione del vino argentino nel mondo?

Senza dubbio, la straordinaria architettura delle cantine in Argentina, specialmente a Mendoza, sempre accompagnata dal

rispetto e dalla visione del paesaggio della nostra imponente cordigliera, è l'involucro non solo necessario per elevare la percezione del vino argentino, ma è stata **un faro nello sviluppo del nostro enoturismo**. Oggi, grandi hotel tra i vigneti stanno aiutando ulteriormente a mostrare la nostra immagine al mondo. È proprio questa architettura, incastonata nel paesaggio, a guidare un nuovo turismo enologico culturale molto in voga: quello dei **matrimoni nelle cantine e tra i vigneti**, che attira anche molti stranieri a celebrare i loro eventi a Mendoza.

Se dovesse organizzare una mostra ideale per raccontare l'Argentina del vino nel 2026, quali sarebbero gli elementi o i simboli che non potrebbero mancare?

La visione di cantine e vigneti protetti dall'intrepida **Cordigliera delle Ande**.

Punti Chiave:

1. La **cultura del vino a Mendoza** non è un fenomeno recente, ma un elemento radicato nel DNA locale sin dalla nascita della **Fiesta de la Vendimia** nel 1936.
2. L'integrazione di **arte e architettura monumentale** nelle cantine è diventata un asset strategico fondamentale per elevare la percezione globale del vino argentino.
3. L'identità dell'ospitalità locale è profondamente influenzata dall'**emigrazione italiana**, che ha creato un legame indissolubile tra le due nazioni e le loro tradizioni accademiche.
4. L'enoturismo moderno deve puntare sull'**inclusività del territorio**, coinvolgendo le comunità locali per evitare

che l'esperienza in cantina diventi un fenomeno puramente elitario.

5. Il futuro del settore vede le **nuove generazioni e il protagonismo femminile** come motori di innovazione, capaci di unire glamour, gestione culturale e valorizzazione del paesaggio andino.