

Sannio, il territorio che coltiva emozioni e custodisce visioni

scritto da Claudia Meo | 14 Luglio 2025



Un territorio dissonante e appassionato, dove la biodiversità dei suoli incontra il coraggio collettivo delle comunità agricole. Il Sannio non si racconta con slogan, ma si attraversa, si respira, si vive. Un mosaico identitario fuori dagli schemi, che rivendica autenticità e visione, rifiutando l'omologazione e scegliendo consapevolmente la complessità.

Nel cuore della Campania c'è un territorio che testimonia resilienza, identità e orgoglio e non si lascia spiegare con gli strumenti convenzionali del marketing: per conoscere il Sannio bisogna attraversarlo, ascoltarlo, assaggiarlo.

Abbiamo chiesto a Libero Rillo e Nicola Matarazzo, presidente

e direttore del Consorzio di Tutela Vini del Sannio, di darci la loro personale narrazione del territorio.

“Non possiamo raccontare il Sannio con gli stessi strumenti di altre regioni. Il Sannio va toccato con mano, va camminato, va respirato. Qui l'enoturismo non è una passerella, non è mordi e fuggi: è un invito a sporcarsi le scarpe tra le vigne, a perdersi tra borghi dove il tempo rallenta, a sentire la voce autentica dei vignaioli, montanari nell'anima.

E' la patria di quelle ville rustiche, le odierne aziende agricole, che dal sud di Roma costellavano la campagna, fino e oltre le pendici del Vesuvio. A differenza delle dolci colline toscane, dove l'armonia è uniforme, il paesaggio del Sannio è una sinfonia dissonante ma appassionata, in cui ogni zona racconta una storia geologica diversa: dal marnoso-calcareo del Taburno, ideale per la spumantizzazione della Falanghina, ai suoli vulcanici dell'ignimbrite campana; e in cui ogni parcella è un'identità autonoma, e il vino ha il compito di una narrazione irripetibile. Come Consorzio abbiamo fatto uno studio profondo dei suoli, perché è questo il nostro valore aggiunto. Non l'omologazione, ma la biodiversità. Non un terroir, ma una costellazione di terroir”.

Se guardiamo oltre il territorio e il paesaggio quali sono gli elementi identitari del Sannio?

“Il Sannio è ben oltre un panorama: è cultura sociale, comunità, cooperazione. Le sue cantine storiche – come La Guardiense, Solopaca, Cantina del Taburno – sono nate da atti di coraggio collettivo, più che da business plan: decisioni di uomini e donne che, negli anni Sessanta, decisero di rischiare tutto – case, terreni, sicurezze – per creare un modello produttivo che mettesse fine alla speculazione e al ricatto commerciale. La nascita di queste aggregazioni permeava l'intera collettività: anche il medico del paese investiva nella cooperativa, e indirettamente assumeva una responsabilità nei confronti di coloro che aderivano senza

sapere leggere e scrivere.

Intorno alle persone sono sorte le denominazioni: oggi contiamo 7.900 vignaioli e siamo espressione di una DOPG (Aglianico del Taburno), due DOP (Sannio e Falanghina del Sannio) e un'IGP Benevento. Questa struttura permette di dare spazio sia alla tradizione che alla creatività, lasciando emergere la specificità dei singoli territori.

Siamo stati un segno di discontinuità nei confronti del resto d'Italia: mentre molti cercavano di moltiplicare le denominazioni, noi ne abbiamo ridotto il numero da 6 a 3, convinti che ciò aiutasse anche la comunicazione e concentrasse gli sforzi".

Cosa c'è dietro il payoff scelto dal Consorzio: "nel Sannio coltiviamo emozioni"?

"Non è uno slogan, è una dichiarazione identitaria, ogni bottiglia porta con sé non solo un vino, ma un paesaggio, una storia, una scelta di vita. Il nostro obiettivo non è quello di spiegare il Sannio, ma di farlo sentire: di qui anche la spinta verso un enoturismo esperienziale, fatto di accoglienza vera, di cucina tipica, di cammini lenti, di ascolto dei luoghi: come l'Eremo di San Michele a Foglianise, che chiama al silenzio e alla contemplazione della sottostante vallata tappezzata da vigneti. Quando accogliamo visitatori, enoturisti, oppure la stampa specializzata, non ci preoccupiamo di predisporre ambienti tirati a lucido: non siamo da show-room, ma piuttosto da stanze di famiglia".

Qual è lo stato dell'arte del posizionamento dei vini del Sannio?

"Il Sannio non ha la potenza di fuoco mediatica di altre regioni. Ma ha un grande asset: la credibilità. Qui si lavora sul campo, si cresce insieme, si comunica in modo sempre più consapevole. Ad ogni modo per comprendere la nostra visibilità, l'appeal dei vini del Sannio, possiamo riferirci a

un'indagine di Wine Monitor, che evidenzia che la Falanghina del Sannio DOC è la denominazione campana più conosciuta e consumata in Italia, oltre che nella regione stessa.

A livello italiano è emerso un dato interessante: il 54% degli intervistati dichiara di non conoscere o di non ricordare DOC o DOCG campane. Il dato può sorprendere e anche deludere, ma a nostro avviso va letto come un'opportunità: se oltre il 50% non conosce i nostri vini vuol dire che c'è un ampio spazio di mercato ancora da raggiungere.

Sempre tenendo presente che il Sannio non ha la pretesa di piacere a tutti: il Sannio è per chi cerca autenticità, per chi ama scoprire, per chi non ha paura delle sfumature. È una terra imperfetta, disuguale, indomita. Ma è proprio da lì che nasce la sua grandezza.

E in questo sta la sua forza. Il Sannio è una scelta".

Punti chiave:

1. **Identità territoriale:** il Sannio si distingue per una geografia complessa e non omologabile, con un mosaico di suoli e microclimi;
2. **Modello cooperativo come leva di sviluppo;** le storiche cantine cooperative del Sannio nascono da atti collettivi di coraggio e oggi rappresentano un modello sociale oltre che produttivo;
3. **Autenticità come valore centrale:** l'enoturismo nel Sannio non è spettacolarizzazione, è esperienza reale, fatta di cammini, incontri, lentezza e ascolto della terra;
4. **Comunicazione consapevole e credibilità:** il Sannio punta su una narrazione coerente e sulla qualità percepita, conquistando fiducia e spazi di mercato.

