Vino e cinema, un rapporto sempre difficile

scritto da Fabio Piccoli | 9 Settembre 2022



L'ho scritto altre volte e quindi mi scuso per chi ha già sentito questa storia. Una ventina di anni fa **ho avuto l'occasione di incontrare in un ristorante di Verona il grande regista Mario Monicelli al quale chiesi come mai il cinema italiano non avesse mai voluto affrontare il tema vino**, nemmeno come "sfondo" di qualche sceneggiatura. La risposta fu secca e decisamente eloquente, in perfetta coerenza con la straordinaria ironia ma anche buona dose di cinismo di uno dei più grandi registi italiani, scomparso nel 2010: "**Il vino, per noi italiani, è una roba troppo seria**, direi quasi sacra. Se sbagli i toni, le parole sul vino, ti sbranano. Meglio lasciar perdere".

Un timore che non hanno avuto in questi ultimi vent'anni parecchi autori anglosassoni e le stesse major hollywoodiane hanno affrontato in varie forme il tema vino, dal mitico "**Sideways**" (che probabilmente rimane il miglior prodotto cinematografico dedicato al vino) al melenso "**Un'ottima annata**" passando dall'improbabile "**Sommelier**" al quanto meno dissacrante "**Wine Country**", dove un gruppo di donne si trova

unito dal vino più che dall'amicizia.

Da questo momento in poi informo i lettori che **andrò a spoilerare alcune parti di un film che sta avendo particolarmente successo.**

L'ultimo prodotto made in USA dedicato al vino è infatti il **recentissimo "Love in Villa"** che ha un sottotitolo, per noi italiani, ancor più accattivante: "Innamorarsi a Verona". **Vino e Verona,** un binomio straordinario che aveva fatto sussultare tutti noi amanti del vino che abbiamo atteso con trepidazione (si fa per dire) l'uscita del film sulla piattaforma Netflix.
Dire che sono rimasto deluso è un eufemismo e faccio fatica a dire se mi è risultata più banale e scontata la storia d'amore sotto il balcone di Giulietta o più deprimenti i contenuti dedicati al vino.

Sulla storia d'amore sorvolo perché, in fin dei conti, far sognare è una componente chiave del cinema (anche se, a dire il vero, gli sceneggiatori avrebbero potuto fare qualche sforzo in più ed evitare di farcire la trama di tutti i più scontati luoghi comuni sull'amore).

Faccio molta più fatica a sorvolare sul tema "Verona", la mia città, che è stata raccontata con i soliti stereotipi legati all'Italia vista tutt'oggi (veramente incredibile!) come sì un bel Paese, ma ancora intriso di cialtroneria e inaffidabilità. L'arrivo a Verona della protagonista si apre con un folle viaggio tra l'aeroporto e il centro storico dentro una Fiat 500 guidata da un tassista abusivo incurante di qualsiasi tipo di divieto. Ritroveremo lo stesso tassista veronese anche più avanti nel film con i cannoli preparati dalla mamma – **dolce, come tutti ben sanno, tipicamente veronese.**

E che dire della casa affittata a due inquilini contemporaneamente e furbescamente da un proprietario (interpretato non si sa perché dal **pugliese Emilio Solfrizzi**) senza scrupoli, della serie il solito approfittatore italiano.

Il tutto farcito da una colonna sonora dove è ovviamente il mandolino a prevalere con **l'immancabile "That's amore".**

Quando finalmente si poteva sperare in un recupero dell'immagine italiana si arriva al **"Castello di Caruso", altro tipico nome di azienda vitivinicola in Valpolicella**, bellissima villa veneta inserita tra le vigne. Ma **l'aspettativa viene subito delusa dalle parole del giovane importatore inglese** che spiega alla protagonista: "Non farti ingannare dal bel posto, il proprietario Carlo Caruso è indebitato fino al collo… fantastico uomo di vino ma pessimo uomo d'affari". Ma certo non può un imprenditore italiano del vino essere in grado di gestire un'azienda con un adeguato profitto. Anzi, l'auspicio del rampante importatore anglosassone è proprio che l'azienda fallisca così la sua società la potrà acquisire con quattro soldi.

Non c'è che dire: una bella immagine per il vino italiano. E la cosa peggiora se si considera che l'azienda è nel cuore della Valpolicella, una delle terre del vino più virtuose, anche dal punto di vista economico, a livello internazionale.

Il colloquio tra l'importatore inglese e il Caruso è **intriso di strafalcioni enologici,** come quando il primo minaccia il povero produttore della Valpolicella che se pretende un prezzo più elevato per i suoi vini la sua società sarà costretta a cambiare fornitore e a passare a tal "Marco Petruccelli". La risposta del Caruso è tutta un programma: "**Ma l'Amarone di Petruccelli non è neanche un Superiore Doc…**".
A questo punto, onestamente, **avrei preferito non riconoscere la bellissima cantina coinvolta nel film** e spero che solo pochi addetti ai lavori l'abbiano riconosciuta. Di fatto, per la cronaca, si tratta in realtà di una delle aziende più performanti e ben organizzate del nostro Paese, un esempio virtuoso anche a livello internazionale.

Alla fine, **la ricetta per salvare la cantina è seguire l'amore**, ça va sans dire.

Ma se all’Amarone non è andata troppo bene, **al Prosecco è andata anche peggio.**

La fidanzata dell’importatore inglese infatti trova una bottiglia di spumante nella glacette della bella suite del Due Torri di Verona. Si versa il vino nel flûte e, appena lo mette in bocca, le vengono quasi conati di vomito e, guardando l’etichetta, urla schifata: “**Ma è Prosecco!**”. La risposta del fidanzato è quasi peggio: “**Se vuoi ti ordino uno Champagne**”.

Considerando che **il film è stato sostenuto dalla Regione del Veneto con un contributo di 200.000 euro**, ritengo che chi ha approvato il finanziamento avrebbe dovuto leggere meglio la sceneggiatura.

Mi fermo qui, anche se **sarebbero tanti altri gli esempi di comunicazione negativa per il vino,** in particolare per due icone del vino veneto come l’Amarone e il Prosecco.
Qualcuno potrebbe obiettare che **comunque è positivo che si parli di vino in un film di così alta diffusione** e che alla fine l’immagine complessiva del nostro Paese, dei nostri paesaggi, delle nostre città storiche come la straordinaria Verona ne escono vincenti.
Io non la penso così. Ritengo che gli stereotipi facciano più male delle citazioni vitienologiche sbagliate. E se poi si finanziano progetti cinematografici con soldi pubblici, è ancor più importante monitorare che i contenuti siano quelli giusti.

In fin dei conti sarebbe bastato, ad esempio, che il cinico importatore inglese rispondesse alla fidanzata schizzinosa: “**Certo, è un Prosecco**: non è uno Champagne, costa molto meno, ma **è straordinario** ed è per questo che oggi tutto il mondo ama questa bollicina italiana”.
Era chiedere troppo?