

“WINE IS”: Elemento Indigeno esplora il mondo del vino oltre i confini convenzionali

scritto da Redazione Wine Meridian | 29 Aprile 2024



8 macrocategorie, 6 rubriche tematiche di approfondimento, 29 Paesi, 75 produttori e più di 550 referenze. È così che si presenta “WINE IS”, il nuovo catalogo di **Elemento Indigeno** con la direzione creativa di [Gianluca Cannizzo](#), che gioca sul tema del **pregiudizio** e raggruppa **vini selvaggi, non convenzionali** e celebra la **diversità** e le molteplici **sfaccettature** che arricchiscono il mondo del vino e delle sue contaminazioni.

Nella creazione del nuovo catalogo, Elemento Indigeno si è liberato dal pregiudizio che spinge a scegliere basandosi su vitigni o denominazioni, spostando l'attenzione sulle storie e sui sogni di coloro che rendono **possibile** il vino nei calici dei consumatori. Nelle pagine, si parla di vini dallo spirito

eclettico, dal forte senso del radicamento al territorio; vini innovatori, audaci; vini che giocano loro partite, fedeli custodi delle tradizioni, figli di viaggi avventurosi e vini buoni per essere condivisi.

Le macrocategorie e le rubriche tematiche

All'interno del catalogo, produttori e referenze vengono suddivisi in **8 macrocategorie** e **6 rubriche tematiche di approfondimento**, facilitando così la lettura e l'orientamento tra le referenze.

Wine is...a rockstar, roots, contaminations, a rematch, a guardian, a backpacker, conviviality, finished. Attraverso le macrocategorie Elemento Indigeno sposta il focus dalle **convenzioni associate ai produttori** e dalle **zone vinicole** alle **singole referenze**, ognuna celebrata per i suoi tratti identitari.

1. **Wine is a rockstar** raggruppa i vignaioli autori a 360° dei loro progetti, sono i protagonisti indiscussi, astri nascenti che parlano un linguaggio rivoluzionario e danno vita ad etichette fuori dagli schemi.
2. **Wine is roots** racchiude i produttori di zone vitivinicole storicamente importanti, ricche di storie e tradizioni. È qui che troviamo aziende profondamente radicate nel territorio, attive da più generazioni che valorizzano vitigni autoctoni, viti centenarie e denominazioni di prestigio.
3. **Wine is contaminations** è un viaggio oltre i pregiudizi, un invito alla scoperta di nuovi sapori, alla ricerca di nuovi stimoli attraverso un mosaico di culture e tradizioni. Qui a interpretare il ruolo di protagonista nel processo fermentativo non è solo l'uva ma anche la mela.
4. **Wine is a rematch** riunisce i vigneron che nonostante le prime sconfitte, hanno scelto di non arrendersi. Sono

produttori che hanno sfidato le convenzioni, spingendosi oltre i limiti imposti. Sono indipendenti e senza confini geografici; stimolano la loro creatività, la diversità culturale e arricchiscono le comunità con nuove prospettive ed esperienze.

5. **Wine is a guardian** raggruppa dodici produttori che lavorano instancabilmente per conservare le uve autoctone e donare loro nuova dignità, celebrando così il patrimonio vitivinicolo e conservando la memoria storica.
6. **Wine is a backpacker** combina storie di giovani produttori che, dopo aver girato il mondo e imparato dai migliori produttori, sono tornati a casa portando con loro un bagaglio culturale unico che ha permesso di dar vita a nuove creazioni.
7. **Wine is conviviality** è la categoria dedicata alle bottiglie ‘da sete’, quelle divertenti, dalla beva facile. Ogni produttore incluso in questa sezione concepisce il proprio vino come un ponte diretto con il consumatore, un conduttore di buone vibrazioni che sigilla legami invisibili tra le persone sedute intorno ad un tavolo.
8. **Wine is finished** mette insieme etichette in via di esaurimento, vini che non saranno più disponibili per l’acquisto in futuro e che saranno sostituiti da nuove selezioni.

Inframmezzano le macrocategorie, le sei rubriche tematiche che esplorano momenti, luoghi e situazioni di consumo per orientare al meglio la scelta. Dai “**Pizza Wines**”, pensati per accompagnare il venerdì sera ai “**Wines for breakfast**”, le bottiglie fresche, caratterizzate dalla grande bevibilità. Dai vini da stappare durante un **film** a quelli perfetti per un **pool party**, da quelli da conservare per i **tête-à-tête** fino a quelli da **bere da soli**, godendo di ogni bicchiere.

‘WINE IS’ conferma l’anima di Elemento Indigeno: una selezione

di vini liberi, divertenti, mutevoli, freschi, giovani, non convenzionali. Sono etichette off the beaten track, pensate per coinvolgere e farsi coinvolgere da nuovi orizzonti, sapori e dalla volontà di considerare il vino nella sua dimensione più umana e artigianale. **Attraverso il tema del pregiudizio, presentato in "WINE IS" come una vera e propria ode alla diversità, Elemento Indigeno esplora e celebra le storie, le tradizioni, i sogni e le rivoluzioni dei produttori protagonisti.**