Il vino di Pompei: un sorso di storia per il futuro della viticoltura

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Settembre 2025



A Pompei, archeologia e vino si incontrano nell'evento "Pompeii of Antiquity". L'iniziativa ha unito un B2B tasting con la Old Vine Conference, trasformando il Parco Archeologico in un simbolo della continuità viticola. Un ponte tra passato e futuro che dimostra come la valorizzazione delle vecchie vigne e dell'autenticità sia una leva strategica per il mercato globale.

C'è qualcosa di profondamente poetico nel vedere le antiche viti di Pompei tornare a dare frutto nello stesso luogo dove duemila anni fa i romani brindavano ignari dell'imminente tragedia. È in questa cornice carica di storia e suggestione che si è svolto "Pompeii of Antiquity: Life and Wine", un

evento che ha saputo trasformare un semplice incontro enologico in un viaggio nel tempo.

Il Parco Archeologico di Pompei non è nuovo a iniziative che vanno oltre la mera conservazione museale. Gabriel Zuchtriegel, direttore del sito vesuviano, ha chiarito fin da subito l'intento: "Questo evento non è solo un modo per celebrare la storia del vino, ma esprime una nuova visione del sito di Pompei, vivo e dinamico. Con iniziative come questa si conferma l'interesse che il Parco ha per progetti di forte collegamento con il territorio, rivolgendosi a operatori del settore e a un pubblico specializzato che può apprezzare l'eccellenza del vino. L'archeologia non è un mondo isolato, e Pompei deve essere aperta a eventi trasversali che parlino a pubblici diversi, spaziando dalla cultura al gusto."

Organizzato da Dante Stefano Dal Vecchio di www.misteryapple.it, l'evento ha dimostrato come sia possibile coniugare rigore scientifico e appeal commerciale. Camminare tra i calchi delle vittime dell'eruzione del 79 d.C. per poi degustare vini prodotti da vigne centenarie crea un cortocircuito emotivo potente, quasi una riconciliazione tra la morte che qui ha cristallizzato il tempo e la vita che continua a scorrere attraverso i secoli.

L'idea di portare la Old Vine Conference in questo scenario non è casuale. Pompei rappresenta il perfetto contrappunto a un discorso che troppo spesso rimane confinato negli ambiti tecnici: qui le vecchie vigne non sono solo un patrimonio ampelografico, ma diventano testimoni di una continuità culturale che attraversa i millenni. La missione dell'associazione, che riunisce centinaia di aziende vitivinicole con vigneti storici in tutto il mondo, trova in questo luogo la sua più alta espressione simbolica.



Quarantaziende italiane, principalmente campane, hanno partecipato al B2B ta

sting curato da Michèle Shah SRL.

Un numero che potrebbe sembrare modesto, mache

acquista significato se consideriamo la qualità della selezione e soprattutto

il messaggio che trasmette: **l'Italia non deve rincorrere le mode enologiche globali**

ali, mavalorizzare quelloche giàpossiede. La presenza di 15 buyer internazionali

li
,
so
mm
el
ie
r,
im
po
rt
at
or
i
e
gi
or
na
li
st
i
ha
co
nf
er
ma
to
qu
an
to
il
me
rc
at
o
mo
nd
ia

le si a se mp re pi ù se ns ib il e al te ma de ll’a ut en ti ci tà .

I vigneti reimpiantati all’interno del parco archeologico rappresentano molto più di un esperimento botanico. Sono una testimonianza vivente del ruolo centrale del vino nella vita dell’antica Roma, un ponte tra passato e presente che simboleggia il profondo legame tra l’uomo e il vino. L’affidamento della gestione a Feudi di San Gregorio, sotto la direzione di Antonio Capaldo, rappresenta più di una scelta tecnica: è il riconoscimento che la valorizzazione del patrimonio viticolo richiede competenze specifiche e visione imprenditoriale. La visita guidata da Viviana Malafarina, enologa e viticoltrice di Basilisco, ha mostrato come sia

possibile coniugare ricerca storica e innovazione enologica.

Particolarmente significativa la presenza di Tamuna Liluashvili, ambasciatrice georgiana, paese che rivendica una tradizione vitivinicola di oltre ottomila anni. Il confronto con Georgia, Armenia, Moldavia e Turchia non è solo un esercizio accademico, ma rivela le dinamiche geopolitiche che attraversano il mondo del vino. Mentre l'Occidente riscopre le proprie radici viticole, l'Oriente non ha mai smesso di coltivarle. Significativo anche l'intervento di Helmuth Köcher, patron del Merano WineFestival, che da anni concentra la sua attenzione sulla cultura georgiana del vino in anfora.

Gli interventi di Llorenç Alapont, archeologo e antropologo dell'Università di Valencia, sui legami mistici tra vino e morte, e di Roberto Cipresso sui vitigni di Armenia, Iran e Ucraina, hanno aggiunto ulteriori tessere a un mosaico complesso, dove la viticoltura si intreccia con conflitti, migrazioni e resistenze culturali. Armando Castagno, scrittore e critico di storia dell'arte, ha offerto una riflessione sulla rappresentazione mediatica ed enologica del vino, completando un quadro interpretativo ricco e articolato.

La masterclass conclusiva, condotta da Michèle Shah nell'auditorium del Parco Archeologico e dedicata ai vini di 10 produttori membri della Old Vine Conference, ha dimostrato che dietro la retorica delle vecchie vigne c'è un progetto culturale ed economico serio: creare una categoria merceologica riconoscibile, costruire network internazionali, sviluppare protocolli di certificazione.

L'evento pompeiano rischia di essere letto come l'ennesima operazione di marketing dell'antico, ma sarebbe una lettura riduttiva. Il successo di "Pompeii of Antiquity: Life and Wine" conferma che il futuro del vino italiano passa anche attraverso la riscoperta del proprio passato. Non per nostalgia, ma per necessità strategica: in un mercato sempre più competitivo, l'autenticità diventa un valore aggiunto

ineludibile. La sfida ora è trasformare queste suggestioni in progetti concreti, evitando che le vecchie vigne rimangano un fenomeno di nicchia per appassionati. Pompei ha mostrato la strada: rendere il vino un ponte tra culture e generazioni, trasformando ogni calice in un sorso di storia.



Punti chiave

- **Pompei diventa dinamica**: Il Parco Archeologico si apre a eventi trasversali per valorizzare il legame tra cultura, territorio e gusto.
- **Vecchie vigne testimoni**: Non solo un patrimonio agronomico, ma il simbolo di una continuità culturale che attrae il mercato internazionale.
- **Autenticità è valore**: La riscoperta del passato viticolo italiano non è nostalgia, ma una necessità strategica per competere globalmente.