Mirto Sannai, la scommessa di Antonio Castelli: dalle luci dello stadio all’ombra del sottobosco

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Febbraio 2025



Dai riflettori del calcio professionistico alla macchia mediterranea, Antonio Castelli ha scelto di coltivare il mirto trasformando un ambiente severo e difficile in un progetto d’avanguardia. Con Mirto Sannai, racconta la Sardegna attraverso prodotti autentici, coltivati senza compromessi, e punta sull’enoturismo per offrire esperienze che leghino natura, lavoro artigianale e sapori inconfondibili.

Lasciarsi alle spalle la vita sotto i riflettori del calcio professionistico per abbracciare le sfide di una coltivazione artigianale potrebbe sembrare un salto nel vuoto. Per **Antonio**

Castelli, invece, è stata una scelta radicata nell'infanzia trascorsa a Bitti in Barbagia e alimentata da una passione inossidabile per il territorio e le sue tradizioni. Con il suo Mirto Sannai, Castelli non solo ha impresso una svolta al mercato dei liquori artigianali, proponendo prodotti unici come il mirto senza zucchero, ma ha anche **dimostrato come artigianalità, innovazione e autenticità possano convivere armoniosamente.**

Tra terreni difficili, tecniche di coltivazione ancestrali e strategie di marketing moderne, Castelli ha costruito un'azienda che racconta la Sardegna attraverso ogni bottiglia. Ma non si tratta solo di liquore: **Mirto Sannai rappresenta una filosofia di vita, un approccio che vede nell'enoturismo il futuro** e un mezzo per far vivere ai visitatori un'esperienza autentica e indimenticabile. Entriamo nel cuore di questa storia, dove ogni decisione è guidata dall'amore per la terra e dalla voglia di lasciare un segno indelebile.

Passare dal calcio professionistico alla produzione di liquore artigianale è un salto radicale: quali sono stati i fattori che l'hanno convinta che coltivare mirto potesse diventare un progetto concreto e sostenibile?

Il passaggio dallo sport professionistico alla produzione agricola è stato un bel salto, il calcio è un privilegio e quando smetti torni a condurre una vita semplice e ti ricordi delle piccole cose che hanno un grande valore. **La mia infanzia l'ho trascorsa in Barbagia** (vasta regione montuosa della Sardegna centrale che si estende sui fianchi del massiccio del Gennargentu), mio nonno era pastore e sin da piccolo ho **sempre saputo di avere un forte legame con la campagna**.

Acquistai il terreno quando ancora giocavo a calcio con la

consapevolezza che la vite non era adatta per questa zona e l'olivo non garantiva una adeguata sussistenza economica. **Invece il mirto si sposava perfettamente con l'ambiente circostante.**

La mia famiglia produceva il mirto in casa, molte famiglie sarde hanno la propria ricetta, è parte della cultura locale. Bisogna anche tenere presente che il mirto iniziò ad essere commercializzato solo verso la metà degli anni '70, prima di quella data non aveva una distribuzione strutturata.

Quando ho iniziato la mia attività, la differenza l'ha fatta un corso all'ITS Academy Agroalimentare Lavinia Furlani e Fabio Piccoli di Wine Meridian e Antonio Motteran (docente), che mi hanno aperto al mondo del lavoro. La prima cosa che ho capito è che non potevo mantenermi con un prodotto uguale agli altri, **sin dall'inizio ho compreso che dovevo propormi come una "Purple Cow", distinguermi e offrire prodotti unici e peculiari sul mercato.**

Ha scelto di coltivare mirto senza trattamenti chimici e in un contesto naturale, ostile all'agricoltura meccanizzata: quanto è stata una scelta strategica e quanto una necessità?

Ho iniziato facendo passi contenuti, evitando di tuffarmi a capofitto. La maggioranza delle aziende che producono mirto non hanno coltivazioni di proprietà, si appoggiano a conferitori. **Io sin dall'inizio ho scelto di avere la mia coltivazione, composta da 4 varietà di mirto selezionate**. Negli anni '90 l'Università di Sassari e il Prof. Maurizio Mulas, ordinario di Agraria, portarono avanti uno studio molto accurato sulle varietà di mirto, selezionando alcune varietà e collaborando con alcuni vivai. Io ne provai diverse, focalizzandomi infine su 4 varietà (3 nere e 1 bianca).

La mia filosofia personale deriva anche da ciò che ci hanno tramandato gli avi, in sostanza l'uomo non è più forte della natura e quindi è necessario evitare le forzature. **L'agricoltura è sostenibile solo se si sviluppa in un ambiente idoneo.** Il mirto è una pianta di sottobosco che predilige un terreno sub-acido e l'esposizione al sole deve essere limitata e non diretta.

Il mirto va inserito in un contesto naturale, evitando di tagliare le piante che garantiscono ombra, durante l'anno bisogna potare in maniera equilibrata non solo il mirto ma tutta la vegetazione attorno.

Le piante sono come le persone, si ammalano ma ciò che non ti uccide, ti rafforza. **La strategia migliore è la conoscenza** per riuscire ad individuare la malattia con il dovuto anticipo: ad esempio è risaputo che lo scirocco proveniente dall'Africa porta malattie e quindi, se ne sei cosciente, sai che in questo caso è d'obbligo controllare con maggiore attenzione e agire in anticipo per scongiurare il propagarsi dell'infezione.

La meccanizzazione in questa area è impossibile, ci sono più pietre che terra. Prendendo spunto da ciò che ho visto in Liguria, ho utilizzato queste pietre per costruire terrazzamenti ed è stata una scelta vincente, garantiscono che la terra non venga erosa e soprattutto che l'acqua non defluisca altrove. Questo è fondamentale, qui faccio affidamento sui pozzi, **non è stato semplice trovare il punto giusto per captare l'acqua e costruire il pozzo, mi ha aiutato un rabdomante.** Lei si chiederà giustamente perché mi sono rivolto ad un rabdomante anziché ad un geologo professionista?

I geologi spesso su questi terreni sbagliano, la tecnologia e la sensibilità degli strumenti qui non funzionano. Il rabdomante mi ha calcolato non solo la profondità ma anche la portata, non ha sbagliato niente. Qui in zona molti pozzi si sono rivelati un fallimento.

Il mercato del mirto rappresenta una nicchia, spesso ancorata al turismo locale. Qual è la sua strategia per far percepire il suo liquore come un prodotto di valore anche fuori dalla Sardegna?

Siamo da 11 anni sul mercato con il mirto più caro al mondo, produciamo 4000 bottiglie di 4 tipologie diverse di mirto, 2 liquori, 2 amari, 500 bottiglie di Riserva Mirto Sannai e 400 di gin.

Prima di concentrarti su strategie e campagne di marketing, è necessario che ci sia una coerenza tra ciò che proponi e il prezzo. Se il tuo prodotto è congruo e tutti i dettagli sono coerenti, allora si veste del valore che tu gli dai ed il mercato lo trovi. Quando ho iniziato ho impostato tutto su questa linea.

Tutte le lavorazioni in azienda sono manuali, ogni passaggio è artigianale, sono tutte bottiglie numerate. I miei liquori hanno livelli di zuccheri molto bassi, **Mirto Bianco e Riserva Sannai sono addirittura gli unici mirti al mondo senza zucchero**.

Il Mirto Sannai è matematico, è fisica quantistica, nulla è lasciato al caso, le mie ricette sono fogli Excel. Io non ho un laboratorio di analisi per cui prima produco e poi faccio le analisi. Ho dato un valore ad ogni sentore, tutto è tarato sulla mia percezione e negli anni la mia metodologia è migliorata.

Il mirto è ricco di acido ascorbico e di vitamina C che è aspra, quindi **produrre un mirto senza zuccheri è un lavoro molto complesso.**

Per quanto riguarda il mercato, forniamo 30 tra alberghi e ristoranti sulla Costa Smeralda. Abbiamo clienti Horeca in

Veneto, Lombardia, Liguria e a Roma e il 12% del fatturato lo realizziamo all'estero: Germania, Svizzera e Austria.

Inoltre lavoriamo molto con clienti privati, attraverso la vendita diretta in azienda (offrendo anche esperienze, visite aziendali e degustazioni) e durante le fiere.

Qual è il ruolo di sua moglie in azienda? Come l'ha coinvolta?

Lei è sicuramente indispensabile, mi aiuta tanto, in una azienda familiare ognuno deve essere in grado di occuparsi di tanti aspetti diversi: raccolta, produzione, etichettatura, accoglienza, eventi, fiere, commercio. Vorrei citare anche mia mamma e mia zia Antonietta che mi aiutano molto durante la raccolta.

La vostra posizione strategica vi permette di puntare con forza sull'accoglienza, quali sono le vostre peculiarità e che esperienze offrite ai visitatori?

Ritengo che il mirto non sia un prodotto di nicchia, anzi è fin troppo commerciale, è legato al brand Sardegna. Per questo **viene spesso percepito come "estivo" e noi stiamo lavorando con l'obiettivo di destagionalizzarlo.**

Inoltre il fatto di proporre diverse varietà ci consente di appagare diversi palati e garantirci più opportunità di vendita. Il mercato degli spirits è in ascesa ma anche la qualità si sta alzando.

In azienda proponiamo anche abbinamenti tra mirto e prodotti locali, ad esempio il "Mirto di bacche" lo proponiamo con il Pecorino semi stagionato, il "Mirto di bacche e foglie" con il lardo artigianale. Al "Mirto bianco" abbiniamo del cioccolato

fondente, con il mirto e miele proponiamo fragole e gelato affogato. La “Riserva Sannai” la offriamo con un Pecorino stagionato forte ed è un mix perfetto. **L’enoturismo quest’anno ha salvato tante aziende: con il calo delle vendite si è rivelato fondamentale.**

Guardando al futuro, quali sono gli obiettivi principali per Mirto Sannai e come immagina l’evoluzione dell’azienda nel contesto del mercato locale, italiano e internazionale?

Più avanti ho intenzione di fare investimenti strutturali, al momento la mia prospettiva non riguarda l’aumento di produzione ma è orientato verso l’enoturismo. L’accoglienza in azienda parte da maggio e arriva anche ad ottobre, luglio e agosto sono molto pesanti ma **l’enoturismo ci permette di fare un salto di qualità e dare ancora più valore ai prodotti.**

Punti chiave:

1. **Transizione dal calcio alla terra**: Antonio Castelli, ex calciatore professionista, ha scelto di lasciare la vita sotto i riflettori per dedicarsi alla coltivazione di mirto, unendo le sue radici barbaricine con un progetto imprenditoriale sostenibile.
2. **Innovazione e unicità del prodotto**: Mirto Sannai si distingue nel mercato con prodotti artigianali, come il mirto senza zucchero, risultato di un processo meticoloso e basato su tecniche tradizionali e moderne.
3. **Coltivazione sostenibile e cura del territorio**: La coltivazione segue metodi naturali, con particolare attenzione alla biodiversità e alla preservazione del contesto ambientale, evitando forzature e meccanizzazione su terreni difficili.

4. **Enoturismo come leva strategica**: L’accoglienza in azienda è un elemento chiave per destagionalizzare il consumo del mirto e offrire esperienze autentiche, abbinate ai sapori locali, rafforzando il legame tra prodotto e territorio.
5. **Mercato di nicchia e internazionalizzazione**: Mirto Sannai si posiziona come un prodotto di alta gamma, con una distribuzione limitata ma mirata, sia in Italia che all’estero, puntando su coerenza, qualità e storytelling per valorizzare il marchio.