

alessia bruchi

A OTTANT'ANNI DALLA SUA ISTITUZIONE, RINASCE Enoteca Italiana di Siena

Questa è una bellissima storia che racconta dell'amore di una nipote per un nonno, grande personaggio del mondo del vino, che addirittura non ha mai conosciuto, ma che è sempre stato vivo nella sua mente tramite i ricordi di famiglia.

I protagonisti sono il nonno, commendator Pietro Duina e la nipote, l'imprenditrice di successo nel settore ambientale Elena D'Aquanno. Ma andiamo ora a dipanare gli intrecci della storia... Pietro Duina, piemontese di Ovada, nasce nel 1879 e presto rimane orfano del padre ragioniere, che fu mandato per lavoro in Sicilia dove purtroppo morì. Il giovane e dinamico Pietro portò avanti tutto il suo ciclo di studi in Piemonte, dove si diplomò in enologia. Iniziò subito a lavorare nel settore enologico presso molte aziende vinicole italiane, conoscendo molti importanti imprenditori, tra cui la famiglia toscana dei baroni Ricasoli. E col tempo di-

ELENA D'AQUANNO OMAGGIA LA MEMORIA DEL NONNO, L'ENOLOGO PIETRO DUINA

venne così bravo che le aziende vitivinicole non solo lo chiamavano per avere la sua consulenza, ma soprattutto quando erano in difficoltà. L'ultima grande azienda per cui ha lavorato e alla quale era molto legato è stata la "Società Enologica Valtellinese" di Sondrio. La prima proposta di istituire in Valtellina una Società Enologica fu formulata dal Comizio Agrario di Sondrio nel 1871. E a breve distanza di tempo, il professor Carlo Bressan, a cui già si doveva la fondazione della Banca Popolare di Sondrio, mandava alle stampe una memoria sull'argomento, che altro non era se non un progetto di statuto di una società enologica, corredato da osservazioni e proposte di carattere pratico, che terminava con l'annuncio che un comitato promotore era già all'opera: "L'istituzione di una Società Enologica Valtellinese - auspica il Bressan - deve incontrare favore in questa provincia quando si voglia tener conto che solo nella maggiore esportazione di vini può la



nostra vallata trovare una certa e duratura sorgente di ricchezza". Sfogliando le raccolte dei giornali locali del tempo si ha subito la sensazione della risonanza che l'iniziativa ebbe fra i viticoltori della provincia, tra l'altro nel notiziario economico dei settimanali valtellinesi del tempo, il settore vinicolo occupava sempre

il primo posto, come si conveniva a un'attività essenziale per l'economia della valle. I promotori dell'iniziativa non erano quindi di fronte a un problema economico, semmai c'erano tutta una serie di problemi di carattere tecnico con conseguenze di grande importanza economica. Nel giornale uff-



ciale della provincia «Lo Stelvio» del 23 gennaio 1872, proprio nei giorni in cui il comitato promotore della Società Enologica raccoglieva le prime adesioni, si legge una corrispondenza da Coira in cui

si dice: «I nostri negozianti di vino in fine campagna - cioè nell'autunno 1871 - erano sprovvisti di mercanzia, dovevano perciò provvederla ed essendosi diretti tutti contemporaneamente nella Valtellina, si



fece una gara troppo esagerata. Nella scorsa nostra fiera s'accorsero di aver male calcolato: i consumatori trovarono i vini di Valtellina duri, aspri e scoloriti, e quindi proporzionalmente a prezzi troppo alti». Il redattore commentava ampiamente il fatto e, pure avanzando l'ipotesi che alla fiera di Coira non fosse-

ro comparsi i vini migliori di Valtellina, ricercava le cause dello sfavorevole commento dei consumatori svizzeri nell'insufficienza dei metodi di scelta delle uve, negli imperfetti processi di manipolazione e di fermentazione dei mosti. Si



Il palazzo ed il cortile dell'Enologica nell'anno di fondazione 1873

aggiunga poi il fatto che lo sviluppo delle ferrovie rendeva possibile il collocamento dei vini sul mercato svizzero, in quei tempi per la prima volta, anche ai produttori di paesi lontani come la Francia e la Spagna. A questi inconvenienti cercavano di trovare un rimedio i promotori della Società Enologica che, dopo una serie di riunioni preliminari, indissero nell'estate 1872 la prima assemblea dei soci per poi stipulare l'atto notarile che ne perfezionava ufficialmente la costituzione il 14 luglio 1872. L'elenco dei primi azionisti comprendeva 228 nomi e fra essi figu-

ravano alcuni comuni della provincia. È interessante leggere la motivazione con cui la giunta comunale di Sondrio deliberava di sottoscrivere ben 150 azioni per capire gli intenti con cui la Società sorgeva: «L'ideata Società Enologica – si legge – dev'essere intraveduta anziché quale impresa di speculazione, come un'istituzione diretta a migliorare il sistema di fabbricazione del vino, e facilitarne la vendita, allargandone il mercato e aumentandone il credito, e a istruzione». La Società Enologica provvedeva alla vinificazione d'uve acquistate sul mercato locale e alla vendita del vino prodotto, nel pensiero dei suoi promotori doveva essere l'azienda pilota della viticoltura valtellinese. Fu così

che nel giro di pochi anni la Società fece costruire un moderno stabilimento enologico, che sorse a Sondrio in località centrale, prospiciente le vie Piazza, del Gesù e Zara, su un'area di 5.200 metri quadrati, di cui 2.000 coperti rappresentando quanto di meglio potessero desiderare i viticoltori della valle. Le cantine erano distribuite su 2 piani, rispettivamente a 7 e 14 metri di profondità e fornite di 271 botti in legno per una capacità complessiva di 15.000 ettolitri di vino. Fra queste primeggiava Noè, botte in legno di rovere di Slavonia della capacità di 450 ettolitri, la più grande d'Europa, che permetteva la formazione di masse di vino a tipo costante. Opera di tale Antonio Walluschnig di Cone-

gliano Veneto, vi si leggeva sul fondo: "Arte e lavoro s'intrecciano in me, in onore del Papà, mi chiamo Noè; non per superbia o vanità, in cantina son l'ornamento, son la regina". L'attrezzatura dello stabilimento era certamente superiore alle necessità dei soci, molti dei quali possedevano già una razionale vinificazione e preparazione dei prodotti. Fu forse per questo che la Società Enologica, dopo esser stata amministrata per qualche anno secondo le direttive dei fondatori, si trasformò in un'azienda commerciale, che non cessò per altro di esercitare nella valle una sua funzione nell'opera di miglioramento della tecnica di preparazione dei vini valtellinesi in generale e dei



rie e di persona integerrima fu nominato presidente dell'Ospedale Civile di Sondrio, che aveva contribuito a costruire. E ogni domenica si recava al nosocomio per rendersi conto di come andassero veramente le cose, visitando persino le cucine. Inoltre scrisse un libretto per il personale infermieristico in cui esortava ad avere un approccio molto umano, di conforto e vicinanza nei confronti dei malati. Grande appassionato di vino e personaggio visionario, per i suoi indubbi meriti enologici, nel 1951 risulta fra gli Accademici Corrispondenti dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino, il più importante sodalizio italiano che si occupava di viticoltura, fondata nel 1949 a Siena e con sede presso lo storico Palazzo Bianchi Bandinelli a pochi passi dalla medievale Porta Romana con lo scopo di promuovere studi, ricerche e discussioni sui maggiori problemi riguardanti la vite e il vino. Il commendator Pietro Duina frequentò molto l'Accademia Italiana della Vite e del Vino, che aveva contribuito a fondare e di conseguenza ancor più la città di Siena, dove già era stato numerose volte in occasione delle varie edizioni della "Mostra Mercato dei Vini Tipici d'Italia", che fu la prima manifestazione italiana dedicata alla produzione enologica del Belpaese. Organizzata per la prima volta dal 3 al 18 agosto 1933 dall'Ente Mostra Mercato Nazionale

tipi Sassella, Grumello e Inferno in particolare, tutti rossi monto corposi. Subito dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, di fronte all'aggravarsi della crisi vinicola in provincia, ne diviene amministratore delegato e direttore tecnico il commendator Pietro Duina che, con l'appoggio del proprio consiglio d'amministrazione, iniziò un tentativo di vinificazione per conto terzi nella vendemmia del 1947, oltre a vendere vini di altre regioni, soprattutto toscani e piemontesi. Lo stesso commendator Duina in un'intervista disse che l'iniziativa voleva essere, sia pure sotto un'altra forma, ma sempre nell'interesse del produttore, la continuazione dell'opera intrapresa nel 1872. Facendo tesoro del-

le esperienze del passato, la Società consente al produttore di disporre della sua merce come meglio crede, garantendo una moderna tecnica di preparazione, restringendo la varietà dei vini valtellinesi, riducendoli a pochi determinati tipi più uniformi e costanti. E questa iniziativa è rimasta ben nota in provincia per aver permesso ai viticoltori valtellinesi di ottenere prodotti più pregiati per volume di alcol e per altre qualità di importanza rilevante. Il prodotto sprovvisto della necessaria attrezzatura viene sottratto all'assillo di dover «ad ogni costo» collocare la sua uva, inoltre la vinificazione viene fatta nelle migliori condizioni e la conservazione del vino è assicurata dalle moderne at-

trezzature della Società Enologica. Inoltre il commendator Duina fu anche un grande innovatore nel mondo del vino, promuovendo varie campagne pubblicitarie, tecnica di promozione a quei tempi ancora poco diffusa e avveniristica, per far conoscere e spingere le vendite dei vini. E, col fondamentale contributo dell'enologo Duina, per tanti anni vera e propria anima della Società Enologica, addirittura il bilancio del 1951, ultimo suo anno di attività, si chiude con ben 90 milioni di fatturato! Ma il commendator Pietro Duina nella vita fu anche molto altro, infatti non solo ricoprì la carica di presidente della Camera di Commercio di Chiesa Valmalenco, ma per le sue qualità umanità-

dei Vini a Denominazione d'Origine e di Pregio, istituito sempre nel 1933 quale Ente di Diritto Pubblico al fine di promuovere i grandi vini d'Italia, ebbe sede nell'imponente testimonianza dell'architettura militare cinquecentesca della Fortezza Medicea di Siena, costruita dall'urbinate Baldassarre Lanci per Cosimo I de' Medici, dove nel bastione San Francesco aveva anche sede l'Ente organizzatore. La "Mostra Mercato dei Vini Tipici d'Italia", che riuniva ogni anno a Siena tutta la produzione vitivinicola nazionale, ebbe un tale successo da arrivare a richiamare nella "città del Palio" oltre 100mila persone, rendendo Siena "Capitale del vino in Italia". Riconosciuto con Decreto del Presidente della Repubblica nel 1950, l'Ente Mostra Mercato Nazionale dei Vini a Denominazione d'Origine e di Pregio crea nel 1960, quale proprio strumento operativo, l'"Enoteca Italica Permanente", ribattezzata dal pubblico come Enoteca Italiana, benemerita istituzione pubblica nel suo genere nel nostro Paese, per soddisfare le necessità del mondo del vino. Era l'unica istituzione nazionale con la finalità di presentare e far conoscere al visitatore il "Vigneto Italia", infatti il suo scopo, come recitava lo Statuto fondativo, era di "far conoscere, valorizzare e promuovere i vini e la rea-



altà vitivinicola nazionale'. Seppur nel 1966 la "Mostra Mercato dei Vini Tipici d'Italia", non avendo Siena strutture adeguate a supporto dell'enorme evento, è costretta ad emigrare a Verona per trasformarsi nell'attuale Vinitaly, l'Enoteca Italiana per lunghi anni svolge al meglio i propri compiti statuari con idee e attività promozionali in Italia e nel mondo, partecipando a eventi e manifestazioni internazionali volte a rappresentare l'unicità valoriale dell'Italia del vino. Svolge un'intensa attività editoriale, realizzando prestigiose pubblicazioni, tra cui "Il Paese del Vino". Mission dell'Ente Vini è l'organizzazione e l'idea-

zione di progetti di comunicazione e diffusione del vino intesa come modalità del "saper bere", del rinnovato invito ad apprezzare, gustare e saper scegliere la qualità del prodotto italiano. Svolge inoltre attività istituzionale rivolta a stimolare il dibattito sui grandi temi della vitivinicoltura, organizzando convegni, seminari per lo scambio d'opinioni e aggiornamenti, coinvolgendo tutta l'interprofessione vitivinicola e il comparto produttivo. Così l'Enoteca Italiana ha da sempre colto con successo lo scopo di far conoscere, valorizzare e promuovere i grandi vini e la realtà vitivinicola nazionale, come prestigiosa vetrina

del "Vigneto Italia" e strumento operativo importante, che ha trovato proprio nella discussione accesa dei primi anni Ottanta del secolo scorso la sua ragione d'essere col lancio di tutta una serie di binomi come Vino e Turismo; Vino e Arte; Vino e Moda; Vino e Jazz; Vino e Alimentazione; Vino e Sport; Vino e Cultura; Vino e Donna; Vino e Giovani e Vino e Sport, che, è bene ricordarlo, apre una porta, quella dello sport, da sempre chiusa al vino con l'immagine della donna più amata dello sport italiano, Sara Simeoni, che, per alcuni anni, sarà la madrina dell'Enoteca Italiana. Un altro grande incontro sarà



quello con la satira e il merito va a Ro Marcenaro e Gualtiero Schiaffino, che hanno avuto la forza e la capacità di organizzare, per vent'anni di seguito, mostre bellissime. L'Enoteca allora era una fucina di iniziative, che hanno indubbiamente inciso in profondità nel mondo del vino italiano, contribuendo molto a quel "Rinascimento del Vino italiano" caratterizzato dalla crescita della qualità e dal riconoscimento di nuovi importanti territori. Non secondaria anche la scoperta di nuovi e vecchi mercati, dove l'Ente con la sua Enoteca e l'aiuto dell'Alitalia e dell'Ice - tutto parti dal responsabile del vino Dr. Gabriele Ga-

sparro, che convinse il Presidente di Enoteca Italiana Senatore Margheriti a partecipare alla prima edizione della Food Pacific di Vancouver in Canada per riempire gli spazi lasciati vuoti dalle aziende dopo la tragedia del metanolo - ha portato in alto il messaggio delle Doc e Docg. E nel giorno stesso della tragica notizia del metanolo, Elio Archimede giunge appositamente a Siena da Asti per mettere nelle mani della struttura senese la sua idea delle "Città del Vino", che ha anticipato i tempi della salvaguardia, tutela e sviluppo del territorio con le tante iniziative sviluppate insieme agli oltre 500 sindaci di paesi e città, che

sono tanta parte dell'Enotria tellus di oggi. Subito dopo il convegno "Vino e Turismo", coi giornalisti della stampa estera e gli addetti agricoli delle ambasciate, parte il primo Wine Tours dell'Enoteca alla scoperta della Toscana e poi l'Umbria, la Sicilia, la Sardegna, l'Abruzzo, il Piemonte, la quasi totalità delle Regioni italiane, grazie alla collaborazione dell'Associazione della Stampa Estera in Italia che, non a caso, qualche anno dopo, proprio con l'Enoteca, darà vita, nel 2002, al Gruppo del Gusto, idea di Alfredo Tesio, che ne diventa presidente sin dalla costituzione. E come non ricordare che il Movimento del turi-

simo del vino, i Giovani del Vino e le Donne del Vino, sono nati, quando non ispirati, tutti a Siena nella Fortezza Medicea, la suggestiva sede dell'Enoteca Italiana. Una rete che nessun altro paese produttore ha, ma che sfugge al mondo del vino italiano e non solo alle nostre istituzioni, perdendo un'occasione unica per attivare una strategia vincente, che serva ai nostri vitivinicoltori e ai loro territori, al Paese tutto, che ha bisogno di rilanciare il turismo, sapendo che, dal vino e dalle sue realtà produttive, ha ricevuto, a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta del Novecento, uno straordinario contributo e stimolo. Per non dire della pubblicazione di libri e dispense: suo è il primo e unico "Grande Atlante dei vini d'Italia", che descrive la mappa geografica della vitivinicoltura italiana. Come unica e di grande impatto formativo è stata la creazione nei sotterranei dei bastioni di nord-est della Fortezza Medicea della mostra permanente rappresentativa di oltre 1.600 vini da tutta Italia, prodotti da oltre 600 aziende, selezionati da una commissione di esperti e rappresentativi di tutta la produzione vitivinicola nazionale con tanto di riferimenti mirati sul contenuto di ciascuna bottiglia esposta per un viaggio enoico in tutto lo Stivale. Negli anni Novanta molto è stato fatto affinché l'Ente Autonomo Mostra Vini - Enoteca Italiana si trasformasse,



in modo da poter affrontare il futuro con un'organizzazione sempre più aggiornata e far fronte alle funzioni che un'istituzione pubblica deve saper concretizzare. Quindi fu condotto un lavoro d'aggiornamento strutturale, ma soprattutto dal punto di vista tecnologico, che produsse i suoi risultati dando vita alla nuova mostra permanente "Parlavinno", la prima e unica sul territorio nazionale, ma anche a livello internazionale, che offriva la possibilità, attraverso un complesso software, studiato e sviluppato in collaborazione con

l'Università di Siena, di conoscere, attraverso un palmare, tutti i dati riferiti alle Denominazioni d'Origine e alle Indicazioni Geografiche riconosciute in Italia, nelle principali lingue straniere, tra cui il giapponese. E anche tutti i vini selezionati da Enoteca Italiana erano inseriti nell'esclusivo sistema interattivo "Parlavinno", che consentiva a ogni visitatore di ottenere con semplicità tutte le principali informazioni: produzione, vitigni, invecchiamento, disciplinare, abbinamenti, prezzo. Il winebar interno alla Fortezza offriva la possibilità di degustare nelle sale interne o nelle splendide terrazze all'aperto – una selezione gior-

naliera di oltre 40 etichette, e il wineshop quella d'acquistare in loco o ordinarli dall'Italia e dall'estero tutti i vini associati, mentre erano sempre disponibili su prenotazione i servizi di degustazione guidata, corsi privati di degustazione, eventi speciali. Infine, per un'esperienza gastronomica completa, il ristorante Millevini proponeva piatti tradizionali toscani, perfettamente abbinati alle selezioni vinicole dell'Enoteca Italiana. I vini esposti nell'Enoteca costituivano dunque una selezione rappresentativa dell'intera produzione nazionale di qualità: vini a Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG), a Denomi-

nazione di Origine Controllata (DOC), a Indicazione Geografica Tipica (IGT), vini da tavola di particolare pregio, compresi spumanti e vini speciali, distillati e liquori tipici. L'Enoteca organizzava inoltre corsi, incontri, intrattenimenti culturali (vino e musica, vino e arte, vino e poesia, ecc.). Ma ecco anche la presenza a Casa Italia, in occasione di Olimpiadi e Campionati di calcio mondiali. Infine l'ultima frontiera dell'Enoteca Italiana era stata la Cina, infatti, attraverso il suo braccio operativo di Shanghai "Yishang Wine Business Consulting", sede distaccata con 6 dipendenti e un fatturato di quasi un milione di euro,



avrebbe potuto rilanciare ulteriormente la missione e le attività nella grande nazione cinese, quale testa di ponte per la diffusione della cultura del vino anche nel grande paese asiatico. E vi era pure un concreto progetto per la costituzione di un network di ben 100 enoteche italiane nelle città più importanti del paese del Dragone. Insomma, un motore di ricerca e diffusione della cultura del vino che l'Italia del Dopoguerra non possedeva ancora, che l'Enoteca Italiana ha provveduto a svolgere con competenza stando al fianco di enti fieristici, prima tra tutti il VinItaly di Verona. Ma anche per l'antica e prestigiosa Eno-

teca Italiana arrivarono i venti gelidi della crisi... L'attività, già nel 2012, era stata condizionata da fattori negativi come l'aumento dell'indebitamento, i ritardi nelle riscossioni, la riduzione dei contributi dei soci e anche i contributi sui progetti, erogati dal Ministero delle Politiche agricole, sono passati da circa 1 milione a poco più di 50mila euro. Dopo alcuni anni travagliati, purtroppo nel 2017 l'ente viene sciolto e successivamente si tengono diverse aste per la vendita del marchio, andate a vuoto negli anni. E qui si inserisce la grande donna d'impresa Elena D'Aquanno: decide che questo patrimonio di esperienze e



storia non può e non deve essere perduto, in omaggio alla memoria del nonno, commendator Pietro Duina, che tanto amava Siena, al punto che, se non fosse morto inaspettatamente per una malattia fulminante nel 1952 all'età di soli 73 anni assistito dalle sue sorelle, avrebbe voluto trasferirsi nella "città del sogno gotico" per frequentare le allora grandi istituzioni senesi legate al vino, quali l'Accademia Italiana della Vite e del Vino e l'Enoteca Italiana. Un legame forte che l'ha spinto a tornare alle origini e restringere un legame saldo col territorio senese, dove da poco si è

pure trasferita ad abitare. Così Elena D'Aquanno crea una cordata di imprenditori, da Lei coordinata, composta da soggetti economici attivi in campo enologico, turistico e della ristorazione: il Girasole srl, azienda attiva sul territorio che dispone di una significativa rete di contatti in campo turistico ed enogastronomico; l'azienda Vini di Toscana di Montepulciano, importante realtà del territorio ma di respiro internazionale, a sua volta costituita da una pluralità di imprese che operano su diversi fronti; Mulinum, prima azienda agricola italia-

na a nascere da una straordinaria operazione di crowdfunding, realizzata grazie a una giovane intraprendenza imprenditoriale e alla conseguente risposta ottenuta attraverso i social network. E a giugno 2023 lo storico marchio Enoteca Italiana, dopo anni di oblio, viene assegnato a questo gruppo di soggetti economici che si sono messi insieme per l'occasione. In questi mesi i nuovi detentori del marchio hanno cominciato a lavorare alacremente per la rinascita di Enoteca Italiana e per dare gambe al progetto, partendo dalle fondamenta: la sede. L'obiettivo è quello di ripartire esattamente da lì dove tutto è iniziato, la Fortezza Medicea di Siena, per la quale sono in corso interlocuzioni con la nuova amministrazione comunale per definire le modalità di assegnazione: uno spazio in grado di ospitare tutte le attività previste, a partire, ovviamente, dall'esposizione permanente dei vini selezionati da una commissione qualificata, aprendo lo sguardo sul mondo e intercettando la crescente domanda di turismo esperienziale ed enogastronomico. Accanto a essa, sorgeranno aree per eventi finalizzati alla conoscenza e promozione del vino, spazi dedicati al connubio tra ristorazione e vini, oltre che show cooking e tasting. L'obiettivo è la riapertura nel 2024. Ma la Fortezza, nelle intenzioni degli imprenditori, sarà il

fulcro di un progetto più grande, che si irraderà in Italia e all'estero, infatti sono già previste nuove aperture di sedi distaccate al nord e al sud Italia, cioè a Napoli e Milano poi negli Stati Uniti. Il focus sarà ovviamente sul vino, ma l'obiettivo è allargare il raggio d'azione all'intero settore agroalimentare e alle tante eccellenze senesi, toscane e italiane inscindibilmente legate ai vini di qualità. A dare al progetto respiro scientifico, garanzia di qualità e apertura internazionale sono le partnership d'eccellenza con autorevoli enti e organizzazioni quali l'International Wine & Food Society, associazione internazionale nata a Londra nel 1933 con sedi in moltissimi Paesi e in ogni continente, ma incredibilmente non in Italia, così il rapporto con Enoteca Italiana potrebbe riempire questo vuoto, garantendo al vino italiano una maggior visibilità e tutela sul palcoscenico mondiale. Partenariati che consentiranno una maggior tutela del vino italiano nel mondo, attraverso scambi proficui di conoscenze, tecniche di viticoltura, prodotti agroalimentari, politiche internazionali di filiera, gemellaggio tra operatori di nazionalità diverse e occasioni di confronto per una corretta diffusione internazionale dei prodotti italiani nel mondo. L'obiettivo è preservare l'eredità di una realtà che ha fatto la storia dell'enologia italiana, rinnovandola e rendendola in grado di tornare a essere un punto di riferimento e un polo di attrazione per

appassionati e studiosi, oltre che un attrattore di un turismo interessato a conoscere le tante eccellenze enogastronomiche locali e nazionali, trovandole in un unico suggestivo luogo. Tanto che, in questi mesi, sono state numerose le interlocuzioni avute, sia a livello istituzionale, in primis col Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida e con l'Assessora Regionale toscana all'Agricoltura Stefania Saccardi, che privato con cantine e nomi illustri in campo enogastronomico, interessati a far parte del progetto. Sono precisamente ottant'anni, seppur con un percorso non sempre facile fra grandi fasti e rovinose cadute, ma segnato da indubbi successi, che la prima enoteca pubblica nata in Italia racconta e promuove il vino italiano nel mondo e, come l'araba fenice, Enoteca Italiana finalmente rinascerà dalle sue ceneri, recuperando il ruolo originale e originale dell'ente e arricchendo l'offerta di nuove risorse e contenuti, facendo anche tornare Siena capitale nazionale del vino e dell'enologia: "Nel corso della sua storia lunga quasi un secolo EIS, come rappresentante dell'eccellenza vinicola italiana, è riuscita a intersecare commercio, enogastronomia, cultura, promozione, tutela e diffusione del 'buon bere' made in Tuscany e made in Italy dalla sua 'casa naturale' tra le mura dalla medievale Fortezza Medicea – afferma la tenace Elena D'Aquanno, imprenditrice del green, campana di nascita

e pesarese d'adozione – una storia che vogliamo riprendere dove si è interrotta e aggiornare, grazie alle eterogenee competenze degli imprenditori e dei soggetti non economici che hanno dato e vorranno entrare in questo progetto, visto che già ha attirato l'attenzione di molte figure chiave nel panorama nazionale. Un progetto che ha i piedi ben piantati nella terra di Siena, infatti il cuore pulsante di questo rilancio sarà la Fortezza Medicea, storica dimora dell'Enoteca, ma con lo sguardo puntato sul futuro e sul mondo intero. E il nostro progetto porterà nuova speranza e visione, valorizzando l'eredità storica della Fortezza, ma anche un'apertura verso il futuro e l'innovazione, puntando a valorizzare l'intero settore agroalimentare italiano, celebrando le numerose eccellenze, sia senesi che nazionali, legate alla tradizione vinicola. L'Enoteca Italiana, che stiamo posizionando anche come un'istituzione formativa, non sarà solo un luogo dove apprezzare i vini, punto di riferimento per i wine lovers e un'attrazione turistica per coloro che cercano un'esperienza enogastronomica di alto livello, ma un vero e proprio polo d'attrazione enologica, dove cultura, formazione e promozione del vino italiano si fondono. Con una visione chiara e una forte determinazione, l'Enoteca è pronta a ristabilire il suo posto nella élite dell'enologia italiana".

