



Casauria DOCG, il Montepulciano d'Abruzzo cerca una nuova identità territoriale

Presentata all'Abbazia di San Clemente a Casauria la nuova denominazione che punta su storia, geologia e riconoscibilità internazionale

Il mondo sta cambiando. Quello del vino, per una serie di ragioni, più degli altri. Sembra passato un secolo da quando l'annuncio della nascita di una nuova denominazione veniva accompagnato da squilli di tromba e rulli di tamburo.

Era come un trofeo da aggiungere al ricco palmares del Vigneto Italia, l'ennesima dimostrazione di un primato mondiale. Ora, nel momento stesso in cui si parla di una nuova Indicazione Geografica, la reazione di molti, anche di chi scrive, è quella di chiedersi se ce ne fosse davvero bisogno. Siamo a oltre 500 tra DOCG, DOC e IGT. Tante, secondo alcuni troppe.



La conferenza stampa all'Abbazia di San Clemente a Casauria (Foto © Stefano Carboni).

È quindi con questo spirito che siamo arrivati alla presentazione della nuova denominazione abruzzese, la **DOCG Casauria**. Primo impatto decisamente favorevole, dal momento che la sede scelta per l'iniziativa è stata l'**Abbazia di San Clemente a Casauria**, luogo di una bellezza stordente. Segno di attenzione e di voglia di mostrare le bellezze del territorio.

Le istituzioni presenti ma senza protagonismi

Altro quid plus è stata la **presenza delle istituzioni**, che non è necessariamente un fattore positivo ma che, in questo caso specifico, è stato gestito in modo intelligente. Perché tanto **Marco Marsilio**, Presidente della Regione, quanto **Emanuele Imprudente**, Vice Presidente con delega all'Agricoltura, hanno testimoniato il loro appoggio alla neonata DOCG ma lasciando il proscenio a **Concezio Marulli**, Presidente dell'[associazione Casauria DOCG](#) e all'enologo **Angelo Molisani**, che ha illustrato in modo preciso i criteri che definiscono la nuova denominazione. Che certo entra in quella composita galassia che è il [Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo](#), nell'occasione rappresentato dal Presidente **Alessandro Nicodemi**, ma lo fa rivendicando sin da subito l'esigenza di intraprendere un percorso ben definito.

Al punto da utilizzare, come in una sorta di dichiarazione programmatica di intenti di dorotea memoria, un intervento di **Franco Santini**, stimato giornalista con una conoscenza profonda dei

vini e dei territori di questa affascinante regione.

*«Quante volte abbiamo sentito parlare di “rinascita” di un territorio vinicolo – ha spiegato **Santini** – Spesso si tratta di marketing. Qualche volta no. Casauria è uno di quei casi in cui la storia precede la narrazione. Non c'è niente da inventare qui: c'è un'abbazia medievale che ha razionalizzato la viticoltura di queste colline dodici secoli fa. Ci sono palmenti scavati nella roccia come certificati di vocazione permanente. C'è una geologia stratificata che produce longevità senza bisogno di trucchi in cantina. C'è un vitigno, il Montepulciano, che in questo specifico corridoio microclimatico esprime una complessità che raramente si riscontra altrove nella stessa regione. Il riconoscimento della DOCG è stato dunque un atto di onestà intellettuale del sistema denominativo italiano. Non ha creato niente di nuovo: ha semplicemente preso atto di qualcosa che esisteva già e gli ha dato un nome che il mercato e i consumatori possono usare. I grandi vini c'erano già. Ora hanno anche un nome».*



Le aziende della ell'associazione Casauria DOCG sono 19 (Foto © Stefano Carboni).

Casauria: un nome che punta su storia e comunicazione

Già, il nome. In comunicazione il nome ha un suo bel peso specifico e, anche su questo fronte, Casauria sembra ben attrezzata. Doppia opzione, ognuna dotata di fascino. Ipotesi **Casa Aurea**, casa d'oro, in senso di opulenza, ricchezza, generosità della terra e quindi eccellenza dei prodotti.

Oppure il nome deriverebbe da **Casa Urii**, in ricordo di un tempio romano della zona dedicato a Giove Urios, divinità dei venti favorevoli, altro elemento fondamentale per una sana agricoltura. In ogni caso un'etimologia fornita di un ottimo appeal, moneta da spendere dal punto di vista della comunicazione, anche a livello internazionale.



Un vigneto a Popoli, in provincia di Pescara (Foto © Stefano Carboni).

Diciannove aziende per un progetto comune

Insomma, le premesse sembrano essere quelle giuste e anche la **masterclass organizzata dal Consorzio** ha evidenziato diversi aspetti importanti. Intanto la netta sensazione che i produttori aderenti formino un gruppo coeso e con le idee ben chiare.

Ed elenchiamole, queste aziende: Castorani, Nik Tartaglia, Tocco, Tofani, Zaccagnini, Tenuta Secolo IX, Chiusa Grande, Cincilia, Caprera, Rosarubra, Pasetti, Duchi di Castelluccio, Filomusi Guelfi, Guardiani, Pettinella, Terzini, Galasso, Roxane e Torre dei Beati.

Diciannove realtà sparse in un territorio bellissimo che comprende diversi comuni tra cui Alanno, Bolognano, Castiglione a Casauria, Cugnoli, Pietranico, Pescosansonesco, Scafa, Tocco da Casauria e Area Casauria.



Alcune etichette della nuova denominazione (Foto © Stefano Carboni).

Vini potenti e territoriali, lontani dalle mode

Per quanto concerne i vini, la degustazione ha raccontato di una **qualità media buona**, con alcuni picchi. Certo, va detto per onestà intellettuale, non stiamo parlando di vini “moderni”. Sono complessi e potenti laddove ora si privilegia la snellezza e l’eleganza. Ma sono veri, parlano di queste terre con una genuinità che sarebbe piaciuta a Mario Soldati e a Luigi Veronelli.

E piace anche l’orgoglio espresso in questa giornata di presentazione, così come l’ambizione di fare del Casauria un volano per lo sviluppo dell’intero territorio, con il turismo enogastronomico come possibile locomotiva.

*«La Casauria non nasce per occupare uno spazio ma per affermare un’identità – ha spiegato nel salutarci il **Presidente Marulli** – Questo riconoscimento certifica il valore di un territorio che rappresenta una delle espressioni più alte del Montepulciano d’Abruzzo e che oggi chiede di essere riconosciuto per ciò che è: una terra d’eccellenza, di storia e di futuro. Qui il vino non è soltanto un prodotto ma è cultura, appartenenza e visione».*

Data di creazione

28/05/2026

Autore

stefano-carboni