

**IL PERCORSO.** Nei primi due mesi raggiunto un record di assaggiatori delle 1.360 etichette, dai neofiti agli appassionati

## A caccia del gusto vero e ultimo del vino

Professionisti del settore, appassionati ma anche semplici curiosi che il vino italiano lo hanno conosciuto solo sulla carta, magari attraverso qualche rivista straniera, e ora hanno la possibilità di assaporarlo con tutti i cinque sensi. C'è un mondo estremamente variegato dietro il numero di visitatori che, nei primi due mesi di Expo, hanno degustato le etichette presenti all'interno del Biblioteca del Vino, fiore all'occhiello del Padiglione realizzato dal Mipaaf in collaborazione con Vinitaly-Veronafiere.

Un'enoteca che non ha eguali al mondo, tanto da essere candidata al Guinness dei Primati quanto a numero di vini proposti: 1360. Un colpo d'occhio straordinario per i visitatori del padiglione: nei primi due mesi di Esposizione Universale sono stati 135mila quelli che non hanno resistito alla tentazione di degustare un calice. Ad accompagnare in questa esperienza sensoriale, il team di sommelier della Fisar guidati dal monzese Marcello Milo: sono una decina quelli che «presidiano» il primo piano del padiglione, dove ogni bottiglia è custodita in una vetrina come fosse un capolavoro, ma nei giorni di maggiore afflusso possono arrivare anche a sedici. «Abbiamo a che fare con il neofita, che si affida completamente a noi chiedendoci suggerimenti», racconta Milo, «o col visitatore che conosce le



Marcello Milo, sommelier della Fisar, durante una degustazione

single varietà e vuole mettere a frutto le proprie competenze. Molti conoscono bene i grandi marchi e chiedono di degustarli: in particolare Amarone, Ripasso, Brunello di Montalcino e Barolo. Anche il Prosecco è molto richiesto, complice la posizione strategica dell'area Veneto all'interno del padiglione».

Vengono richieste informazioni sul territorio di provenienza del vino, mentre i più esperti azzardano domande sulle metodologie di produzione, «e sta a noi sagomare le informazioni sulla base delle caratteristiche del visitatore, compresa la sua provenienza», sottolinea il somme-

lier. L'affluenza molto elevata dei primi due mesi di Expo è stata stimolata dalla presenza di stranieri, che hanno rappresentato il 20% dei 450mila visitatori totali. «Abbiamo avuto a che fare soprattutto con americani e canadesi, anche sa a farla da padrone sono stati gli asiatici, cinesi e giapponesi in particolare», ammette Milo. Più esperti di quanto si possa pensare, «hanno elevato parecchio le loro conoscenze nel settore», racconta il sommelier, «riconoscono le varietà di vino, vogliono saperne di più anche sotto il profilo tecnico». Una domanda alla quale Veronafiere ha risposto mettendo a

disposizione anche una nuova app, «Vino - Vinitaly Wine Club», la prima interamente dedicata all'acquisto dei migliori vini italiani. L'app è pensata anche per aiutare i visitatori del Padiglione del Vino nella scelta e nella selezione dei vini che meglio incontrano i propri gusti, attraverso un profilo personale (Italian Wine Profile) che suggerisce quali vini degustare. Inoltre la piattaforma dà la possibilità di condividere la degustazione con una community di winelovers e acquistare online il vino degustato alla fine del percorso nel padiglione. ●F.L.



## Chasing the Essential Taste of Wine

There is an extremely varied world behind the number of visitors that, in the first two months of Expo, have tasted the labels of the Library of Wine, the pride of the Pavilion built by Mipaaf in collaboration with Vinitaly-VeronaFiere.

It is a wine cellar like no other in the world, so to be nominated for the Guinness World Record for the number of wines offered: 1360. An extraordinary quick glance for the visitors of pavilion: in the first two months of Expo 135 thousand were those who did not resist the temptation to taste a glass.

Accompanying this sensory experience, the team led by Monza Fisar sommelier Marcello Milo: «We are dealing with newcomers, who rely completely on us asking for suggestions - says Milo - or with the visitor who knows the individual varieties and wants to build on their skills. Many are familiar with big brands and ask to taste them: I am referring in particular to Amarone, Ripasso, Brunello di

Montalcino and Barolo. Prosecco too is very much in demand, also because of the strategic position of Veneto in the pavilion».

Everybody asks about the territory while the more experienced dare questions about production methods, «and of course it's up to us to answer according to the visitor's characteristics, including his origin», emphasizes the sommelier.

The very high turnout of the first two months of Expo was also boosted by the large number of foreigners, who accounted for 20% of the total 450 thousand visitors. «We met mostly Americans and Canadians, although to lord it were Asians, Chinese and Japanese in particular», admits Milo. It had great success even the new app, «Wine - Vinitaly Wine Club», dedicated to the purchase of the best Italian wines. The app is also designed to help Wine Hall visitors in the choice and selection of wines that best meet their own tastes, through a personal profile (Italian Wine Profile) suggesting what wines to taste.