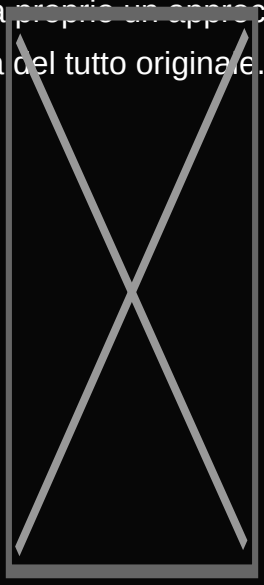
The World is Wine: il progetto di ricerca sul vino di Elemento Indigeno

shutterstock-1035927961-7603a487

“The World is Wine”. Non è solo un payoff, ma una vera e propria dichiarazione d’intenti quella che ha spinto Compagnia dei Caraibi a dare vita a Elemento Indigeno, il progetto di ricerca interamente dedicato ai vini internazionali.

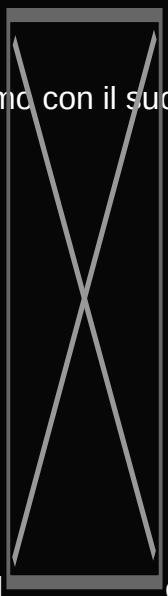
Presentato con un’esperienza di degustazione alla cieca di 8 etichette (tutte espressione del percorso tematico del progetto) presso il **The Doping Bar** di Milano all’interno dell’Aethos Hotel, Elemento Indigeno fa proprio un approccio inedito, esplorando il complesso universo enologico con una prospettiva del tutto originale.



Elemento Indigeno è, infatti, l’essenza del luogo, delle persone che lo abitano e delle culture che si avvicendano; la sua esplorazione è guidata dal **costante desiderio di conoscere, ricercare novità, assonanze e distonie, diversità e biodiversità**, che rendono unici e straordinari i luoghi del mondo.

In totale, il progetto comprende **8 macroaree, 65 regioni enologiche, 27 paesi, 74 produttori per oltre 330 etichette**, in un accurato lavoro di ricerca e selezione delle realtà vitivinicole più autentiche, per **offrire al pubblico un catalogo eterogeneo e strutturato**, ampio nella proposta di referenze, capace di toccare tutti gli angoli del globo. Una selezione basata non solo sulla continua ricerca della qualità, ma anche su un **impegno etico nei confronti del lavoro, della terra e della valorizzazione delle sue risorse** nelle loro componenti più naturali, valori che vengono trasferiti in un catalogo popolato da molti vini biologici, naturali e biodinamici.

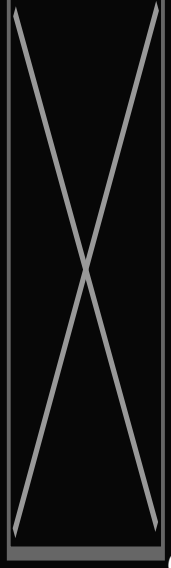
Al centro della ricerca, c'è tutto quello che si cela dietro all'etichetta: l'uomo con il suo territorio, la tradizione e cultura enologica che rende unica la sua storia. La mission del brand è proprio



quella di **individuare e tramandare queste storie**, provenienti da Paesi lontani e vicini, per creare un dialogo capace di superare confini e convenzioni, verso un orizzonte inclusivo fatto di popoli e culture diverse, accomunate dalla stessa passione che porta a coltivare la terra e a pigiare l'uva. Il vino, in questo senso, è lo strumento di scoperta, un mezzo primordiale, capace di oltrepassare confini temporali, geografici, sociali, per **portare alla luce il "genius loci"**.

Alessandro Salvano, Sales Wine Manager di Compagnia dei Caraibi, racconta il progetto: "*Con Elemento Indigeno vogliamo raccontare il vino da una nuova prospettiva. Il focus della nostra ricerca non è solo interpretare il punto di incontro fra domanda e offerta, ma condividere la nostra idea di vino* ".

E aggiunge: "*La selezione del catalogo, infatti, non vuole essere un insieme di categorie e di trend, ma un racconto di storie dove il vino è il risultato del lavoro di persone appassionate, di custodi di cultura e pensatori rivoluzionari. Siamo partiti dall'idea che i nostri vini devono, come prima cosa, essere piacevoli nel momento della degustazione, portare emozioni e stimolare pensieri e convivialità. Il*

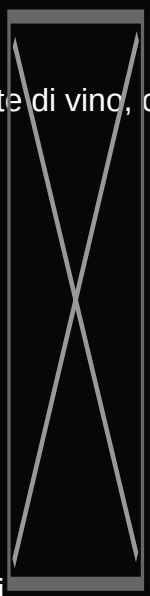
nostro ***catalogo abbatte i confini*** *- fisici e*  *di pensiero - raccontando il vino come*

connettore globale di una ricerca sempre in divenire".

Il progetto si configura come un viaggio virtuale attraverso i sapori e i saperi delle culture autentiche dei territori, per disegnare la miglior cartina enografica possibile tutta da degustare. **Ogni vino è il racconto di una storia** fatta di passione e filosofia che Elemento Indigeno scopre e indaga nella veste di “Wine Explorer”; un trend setter & wine hunter, abile nell’intercettare le tendenze e le novità del momento nell’universo vino, per offrire al pubblico un’esperienza non convenzionale, di alto livello, e accessibile a tutti.

Elemento Indigeno è anche un **servizio qualificato rivolto al Trade - ristoratori e rivenditori al dettaglio -** cui affidarsi nella definizione della propria proposta enologica. Un partner di fiducia in grado sia di affiancare i ristoratori che per praticità preferiscono fare riferimento ad un consulente qualificato, sia di accompagnare gli operatori del settore, più attenti all’attualità, ai nuovi trend e alla natura, nella costruzione della propria cantina.

Ma è anche un progetto che parla a tutte le persone curiose, appassionate di vino, che trovano nel



confronto con altri stili un momento di arricchimento: attenti, esploratori di nuovi orizzonti e

di quell’innovazione che Elemento Indigeno porta nei migliori ristoranti, così come a casa propria. Si rivolge a tutti coloro che fanno proprio il **concetto di “bere senza pregiudizio”**, che non manifestano timore nell’intraprendere un viaggio, tra gusto ancestrale e innovazione, senza conoscerne la meta, ma potendo contare sulla selezione di un mentore d’eccellenza come Elemento Indigeno.

Un’avventura che non poteva che partire dalla **Georgia**, dove 9000 anni fa, tra il Caucaso e il Mar Nero, è nata la viticoltura, per scoprire che oggi, il vino georgiano di qualità, realizzato nelle tradizionali anfore di terracotta interrate, è protagonista di un prepotente ritorno. Una prima tappa che si completa passando dai territori armeni e azeri, per arrivare a conoscere le storie e i sapori dei vini turchi, libanesi e marocchini, lungo la traiettoria in cui la cultura del vino si diffuse, il **Mediterraneo**.

Fanno parte di questo viaggio anche il **Tropico del Capricorno**, agli estremi dell’Africa e l’Emisfero Australe grazie ai vini eroici di **Argentina, Cile e Perù**, per ritrovarsi dall’altra parte del mondo, lungo la Rotta Pacifica e poi su, nell’Impero del Sole, dove scoprire i **vini di Katsunuma**, la cantina simbolo della identità vitivinicola giapponese più profonda.



Ogni viaggio ha un suo diario di bordo, ed Elemento Indigeno ha il suo **Diario di Atlante**, un compendio in continuo aggiornamento, un catalogo dai fogli mobili per una lista di vini e storie destinata ad ampliarsi e modificarsi continuamente. Perché ogni vino rappresenta un microcosmo culturale e i vini evolvono come evolvono i popoli che li producono.

Un concetto che ritroviamo racchiuso anche nell’immaginifico **logo del progetto**. Una sfera, idealizzazione del chicco d'uva, una piramide, elemento energetico e di scambio, una lingua, che rappresenta l'animale e il suo istinto e che assapora ciò che è nuovo. Infine, l'elemento umano, che gode dell'uva, dell'energia e della scoperta.