

Nel 1971, nel pieno dello spopolamento delle campagne, e di abbandono delle zone rurali, Arnaldo Caprai compra un'azienda agricola a Montefalco - la tenuta Val di Maggio - per ridare vita alla storia di un vitigno che stava cadendo nell'oblio, il Sagrantino, tanto che due anni dopo è stato il primo a realizzare un vigneto unico di Sagrantino di cinque ettari e mezzo.

Lungimiranza, rispetto e determinazione sono i pilastri di un percorso che quest'anno compie i suoi primi 50 anni: mezzo secolo che ha rivoluzionato così tanto il destino di un vitigno grazie a una moderna visione d'impresa, al profondo legame fra un territorio e la sua tradizione, alla tenacia e alla caparbia nel voler recuperare un vitigno autoctono e farlo diventare addirittura ambasciatore ed emblema dell'Umbria e non solo. Cinque decenni in cui la trama dei vigneti si è intessuta su un ordito fatto di sensibilità imprenditoriale, attaccamento alle origini, propensione alla ricerca e all'innovazione, il tutto ricamato dal desiderio di salvaguardare ciò che il passato aveva tenuto in vita per consegnarlo a chi poteva portarlo nel futuro valorizzato.

Quel che conta è il profilo. La sagoma. Ingombro nello spazio. Questo sembra volerci dire Paolo Canevari col progetto di etichetta d'artista che celebra le nozze d'oro tra la famiglia Caprai e il mondo del vino. Un passaggio emblematico avvenuto 50 anni fa tra il tessile e l'agricoltura (o meglio agricoltura), i due simboli del saper fare italiano, con Arnaldo. E poi strutturato da Marco sulle ali della ricerca e dell'ossessione per il miglioramento continuo su tutti i fronti. Passaggi emblematici così come è emblematica la forma pura di una bottiglia magnum o di una bordolese, esattamente come è emblematico il perimetro inequivocabile di una tavoletta quattrocentesca. Dobbiamo iniziare a fidarci del contenuto, darlo per assodato (certo che il vino dentro quella bottiglia è ottimo; certo che l'opera dentro quella cornice è eccellente) e a badare all'essenza cristallina della forma. Solo questo passaggio permette riflessioni più poetiche, meditative e profonde. Esattamente com'è l'arte di questa porzione di carriera di Paolo Canevari.

Il valore si genera nelle scelte millimetriche e accurate. Ad esempio? Il profilo d'oro è quello di un'opera di Benozzo Gozzoli, pittore toscano ma straordina-

riamente legato proprio a Montefalco e da sempre fulcro delle attività mecenatiche di Caprai. E poi c'è il rispetto: "una bottiglia è una bottiglia, non volevo mettermi a fare una scultura" dice l'artista conscio dell'importanza strategica che per il vino hanno packaging, grafica e design. L'arte può entrare, certo, ma solo in maniera sottile. Conferendo quel tocco di preziosità che - restando nell'universo enogastronomico - ci rimanda a teoria e prassi di Gualtiero Marchesi.

Gli ulteriori stimoli di questa operazione elegante ma potente viaggiano sulle parole chiave che tengono assieme vino e arte. E tengono assieme la poetica di Canevari e l'approccio di Caprai: storia, artigianalità, territorio, universalità, religione, iconicità, internazionalità. Innovazione e ricerca in dosi incessanti, dal 1971 ma con una accelerazione encomiabile negli ultimi lustri. E quindi sostenibilità, che è chiave di volta attorno a cui far girare tutte le mosse culturali, agricole, sociali, civiche. L'incontro fertile e impegnativo tra ancestrale e contemporaneo vissuto come uscita necessaria dalla zona di comfort. Il benessere diffuso, senza mai sottrarsi dal prendere qualche rischio. "Questa è casa mia e io sto bene qui" sussurra Marco Caprai mentre ipotizza la data per la prima pietra della nuova cantina...

Massimiliano Tonelli
Direttore Editoriale Artribune



Paolo Canevari (Roma, 1963)

Paolo Canevari è uno degli artisti Italiani della sua generazione conosciuto a livello internazionale, noto per l'utilizzo di differenti materiali e media, quali animazione, disegno, video, scultura e installazioni. L'artista propone simboli o luoghi comuni facilmente riconoscibili, per evocare concetti quali la religione, i miti urbani della felicità o i grandi principi alla base della creazione e della distruzione.

In 1971, in the midst of Italy's depopulation of the countryside and the abandonment of rural areas, Arnaldo Caprai bought a farm in Montefalco - the Val di Maggio estate - to revive the history of Sagrantino, a grape variety that was falling into oblivion. Revived to such an extent that two years later he was the first to create a single Sagrantino vineyard of five and a half hectares. Farsightedness, respect and determination are the pillars on which the company's 50-year journey rests. Half a century that has greatly revolutionized the destiny of the grape variety. This came about thanks to a modern business model and to a deep bond between territory and local tradition. Furthermore, tenacity and a determination in the desire to recover a native grape variety, and shape it into an ambassador and emblem of Umbria, and beyond. Five decades in which the fabric of the vineyards has been woven on a weft made of entrepreneurial sensitivity, attachment to origins, propensity for research and innovation. In addition to this, there was the desire to safeguard what the past had kept alive, and by adding value to it, be able to deliver this to the future generation.

What matters is the profile. The shape. Footprint in space. This appears to be what Paolo Canevari is intending to tell us with the artist label project that celebrates the golden marriage between the Caprai family and the world of wine. An emblematic transition that took place 50 years ago between textiles and agriculture--or rather agriCulture--which with Arnaldo, are the two symbols of Italian know-how. And then later structured by Marco on the wings of research and a constant desire towards improvement on all fronts. These are emblematic passages, just as the pure form of a magnum bottle, or a Bordeaux bottle is emblematic, just like the unmistakable border of a fifteenth-century oil painting on wood is emblematic. We have to start trusting the content, take it for granted (of course the wine inside that bottle is excellent; just as the work within that frame is excellent) and take note of the crystalline essence of form. This passage alone allows for more poetic, meditative and profound reflection. Exactly like the art of this portion of Paolo Canevari's career.

The value is generated in the minuscule and accurate choices. For example, the golden profile is present in a masterpiece by Benozzo Gozzoli, a Tuscan painter

exceptionally linked to Montefalco which has always been the hub of Caprai's patronage activities. And then there is respect: "a bottle is a bottle, I didn't want to create a sculpture" says the artist, aware of the strategic importance that packaging, graphics and design have for wine. Art can be a part of it, of course, but only in a subtle way. Giving that touch of preciousness which--to remain in the world of food and wine--refers us back to the theory and practice of Gualtiero Marchesi.

The further stimuli of this elegant yet powerful operation linger on the keywords that hold wine and art together. And they hold together Canevari's poetics and Caprai's approach: history, craftsmanship, territory, universality, religion, iconicity, internationality. Continuous research and innovation, since 1971 but with an impressive acceleration in the last decades. And therefore sustainability, which is the keystone around which all cultural, agricultural, social and civic movements revolve. The fertile and demanding meeting between ancestral and contemporary as a necessary exit from a comfort zone. Widespread well-being, without ever being afraid of taking risks. "This is my house and I'm fine here" whispers Marco Caprai as he hypothesizes about the time when he will place the first stone of the new cellar...

Massimiliano Tonelli
Editorial Director Artribune



Paolo Canevari (Rome, 1963)

Paolo Canevari is one of the Italian artists of his generation known internationally, famous for the use of different materials and media, such as animation, drawing, video, sculpture and installations. The artist proposes easily recognizable symbols or clichés, to evoke concepts such as religion, urban myths of happiness or the great principles underlying creation and destruction.

"La costante ricerca, in equilibrio con la tradizione,
è il binomio indissolubile dell'azienda"

"Constant research together with tradition
are the leading purpose of the company"

Marco Caprai



ARNALDO·CAPRAI

Società Agricola s.r.l.
Loc. Torre, 1
06036 - Montefalco (PG) Italia
Tel. +39 0742 378802
www.arnaldocaprai.it

Benozzo di Lese detto Benozzo Gozzoli (Firenze 1421 circa – Pistoia 1497)

Sposalizio mistico di santa Caterina d'Alessandria e i santi Bartolomeo, Francesca e Lucia.
Tempera su tavola - Oil painting on wood 57 x 94 cm

Museo d'Arte Moderna e Contemporanea "A. De Felice" – Caos Terni