

Il Sole

# 24 ORE

Investimenti

## Tenute Rubino, una nuova cantina per spingere sull'enoturismo salentino

Il progetto della Casa del Susumaniello che sarà pronta nel 2023, tra i vigneti affacciati sul mare per puntare sui vini d'eccellenza

di Alessandra Tibollo

21 ottobre 2021



▲ Un rendering della nuova cantina Rubino

🕒 3' di lettura

Il mare all'orizzonte, i vigneti, una costruzione che è work in progress. È così che si presenta adesso il progetto della nuova **Casa del Susumaniello di Tenute Rubino**. Una cantina immersa fra le vigne, che ospiterà sia la produzione che la divulgazione del vino in questo **angolo di Salento**. La nuova struttura, di cui sono già visibili i contorni, è nel pieno della realizzazione e sarà pronta secondo i piani della famiglia Rubino per la vendemmia del 2023.

«Siamo nella **Tenuta Jaddico**, la prima acquisita dalla famiglia Rubino ed è proprio qui che avveniva la vendemmia delle donne, un'antica tradizione di queste terre», racconta **Romina Leopardi**, direttore marketing e comunicazione della cantina, nonché moglie del titolare Luigi Rubino. È qui, lungo la dorsale adriatica a 8 km a nord di Brindisi, che circa vent'anni fa Luigi Rubino ha iniziato la sua opera di riscoperta e valorizzazione del susumaniello, **vitigno autoctono** che ha la particolarità di crescere sul livello del mare, su un terroir sabbioso a pochissimi metri dall'Adriatico, che conferisce mineralità e sapidità al vino.

Sempre a Jaddico, a pochi metri dalla nuova cantina, è visibile un'area archeologica in cui sono state trovate anfore per il trasporto del vino, che testimoniano come in quest'area si producesse vino fin dai tempi antichi. «Vogliamo valorizzare questa vocazione della nostra terra – aggiunge Romina Leopardi – e non è un caso che il nostro stesso logo rappresenti un sigillo trovato su una di queste anfore».

La Casa del Susumaniello avrà circa cinquemila metri quadrati coperti, a cui si aggiunge la possibilità di sconfinare nei 20 ettari di vigneti circostanti. Qui si dipaneranno una zona con **wine-bar e ristorante**, lo spazio per incontri e degustazioni dei vini della Tenuta e quello per la produzione e l'affinamento delle etichette top di susumaniello.

«Sono queste due le linee su cui si lavorerà negli spazi della nuova cantina. La zona sotterranea è stata progettata per avere un'area di affinamento in legno più ampia rispetto a quella che abbiamo attualmente. Questo ci darà la possibilità di allungare i tempi di invecchiamento, anche a 5-6 anni, e aumentare la produzione dei vini di riserva sia in termini di quantità che di etichette», spiega Luigi Rubino.

Concentrare l'area di produzione nel sottosuolo consente di mantenere costanti temperatura e umidità, risparmiando energia. E **sostenibilità e territorialità** sono i punti fondamentali delle scelte compiute in fase di progettazione, con l'**architetto Massimo Castiello**, con cui da tempo le Tenute Rubino collaborano.

«Costruire da zero ci ha dato la possibilità di compiere il giusto mix fra le migliori tecnologie, i materiali più efficienti dal punto di vista energetico e gli elementi tipici del territorio, come la pietra bianca, che andrà a mescolarsi con corten e vetro», illustra Rubino. A questo si aggiungono i pannelli solari e il tetto-giardino che contribuisce al raffrescamento degli interni.

L'obiettivo dichiarato è far diventare la Casa del Susumaniello un **volano per il turismo sul territorio**. «Calcoliamo che produrremo un indotto di posti di lavoro fra le 15 e 25 unità e il nostro obiettivo è portare la nostra clientela in cantina, ma più in generale a Brindisi, offrendo esperienze che stimolino una permanenza prolungata, nonché destagionalizzata, e un turismo internazionale», dice Rubino.

Già oggi **il 90% dei visitatori di Tenute Rubino proviene dall'estero**. E non è un caso, visto che i vini di questa cantina sono apprezzati particolarmente fuori dai confini nazionali: il 70% della produzione (stimata intorno al milione di bottiglie per anno, suddivise in 16 etichette) viene esportato in paesi come il Stati Uniti, Brasile, Canada, Germania, Regno Unito. «Un target di clientela altospesente e consapevole, che ama l'Italia e il turismo enogastronomico: è a quello che puntiamo», annuncia Rubino.