

Marina D'Ambra: vino&bellezza, così la tradizione sposa l'innovazione

Imprenditrice, giovane e multifunzionale. Marina D'Ambra che fa parte delle Donne Coldiretti categoria AGRIWELLNESS per Amiche della terra di Donne Coldiretti (presidente della sezione Coldiretti di Forio), incarna tutto quello che rappresenta la nuova agricoltura, legata alle tradizioni, resiliente e ad alta innovazione. Un esempio di come anche l'attività agricola svolta in un'isola quale è Ischia considerata eroica possa diventare un business interessante.

Anche l'imprenditrice è stata tentata dalle sirene di professioni extra agricole e lontane dall'isola, ma dopo aver intrapreso un percorso universitario in Economia e Commercio ha deciso di prendere le redini dell'azienda di famiglia, con la sorella con cui è in totale sintonia. Un'azienda attiva dal 1888. Il richiamo dei vigneti di famiglia era dunque troppo forte. E così ha ripreso e rilanciato la produzione di vini super autoctoni (l'uva biancolella conosciuta già dai tempi della colonizzazione greca), solo una piccola parte infatti è realizzata con Falanghina e Aglianico.

Ha acquistato terreni abbandonati con un solo obiettivo: riportare Ischia allo splendore vitivinicolo che ben si affianca a quello turistico. L'idea è di allargare gli spazi per i turisti perché - spiega Marina- la nostra splendida isola non è solo mare, ma anche entroterra che può offrire esperienze che ben si sposano con quelle del turismo marino e culturale. Un modo di valorizzare la domanda interna che può aiutare anche a superare l'emergenza dazi. Che certo preoccupa l'imprenditrice che vende all'estero il 15% della produzione e gran parte di questa quota ve negli Stati Uniti, ma che comunque continua a vedere in casa le grandi opportunità.

“A fine anno finiamo tutta la produzione tra la richiesta di Ischia e del Centro Sud”. Ecco perché ora è impegnata ad ampliare la produzione con nuovi vigneti. Per ora può contare su 25 ettari di ettari proprio a cui si aggiunge l'uva di 140 conferitori rigorosamente isolani. E per incrementare la produzione ogni anno – dice D'Ambra- forniamo loro nuove barbatelle. Ma il futuro dell'azienda è legato anche alla scelta della multifunzionalità nel segno della sostenibilità e modernità. Oggi l'agricoltura in tutte le sue declinazioni è produzione e anche esperienza e cosa c'è di più esperienziale del vino?

La cosmesi legata al vino. Una grande idea: utilizzare gli scarti della vendemmia per creare un prodotto cosmetico di alto livello e dagli effetti benefici. Se in Alto Adige si cura la pelle con i bagni di fieno, a Ischia ci si può ritemperare con massaggi con creme realizzate dalle vinacce ricchissime di polifenoli. Una iniziativa che le è valso il premio “Amiche della terra” di Donne Coldiretti nella categoria Agriwellness. Una scelta che rappresenta anche il top della sostenibilità, perché in azienda non si butta nulla: una parte delle vinacce serve come concimante, un'altra parte diventa grappa e la terza va in Spa. Sì, perché la nuova frontiera è legata al turismo. L'acquisto di una nuova azienda con un palazzo storico ha consentito di impiantare una vera beauty farm “alcolica”. Non certo i bagni di vino alla Poppea (che utilizzava il latte), ma benessere per il corpo con massaggi, scrub insomma tutto quello che è bellezza e che offre sollievo anche

Al centro la produzione vitivinicola. Enoturismo nell'azienda di Marina fa rima con benessere. Una formula che risulta vincente: "Molte persone ci chiedono - dice Marina – di partecipare alla vendemmia e di vivere tutte le esperienze legate al mondo del vino". Dalla vendemmia alla Spa. Storia, tradizione, cultura si fondono con l'innovazione e l'impronta manageriale data dall'imprenditrice di Coldiretti. Con orgoglio parla della necropoli vicino alla fattoria in cui è stata ritrovata un'anfora che analizzata dall'Università Federico II è risultata contenere vino da uva biancolella che dunque nell'ottavo secolo allietava le tavole isolane. Con lo stesso orgoglio parla della nuova frontiera, i cosmetici vengono acquistati dai visitatori che una volta provati non li lasciano più. La vendita avviene on line, ma Marina tiene a precisare che "la maggiore promotion la fanno proprio i turisti che vengono nella nostra azienda. Chi ha vissuto l'esperienza della Spa si riporta uno spicchio di quei profumi e di quelle sensazioni a casa. E non abbandonano più creme accattivanti anche nei nomi come inebria, solacia o temeta".

<https://youtu.be/Qoxe4C21xpQ>