di LORENZO BISCONTIN

Mille Viane = 1/2019

40

MillaVigna



CAMBIAMENTO CLIMATICO, NUOVE VARIETÀ, TECNICHE ENOLOGICHE E GUSTI DEL CONSUMATORE IN EVOLUZIONE NON POSSONO ESSERE COSTRETTI IN UN SISTEMA RIGIDO. COME REGOLARE IL RAPPORTO CON I DISCIPLINARI?



Organizzato dal Consorzio del Prosecco Doc, con il coordinamento scientifico di Michele A. Fino dell'Uni versità di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, si è tenuto lo scorso dicembre a Treviso il convegno "L'innovazione delle Doc: missione possibile.". Premessa doverosa è la seguente: attualmente l'innovazione delle Doc è resa necessaria dal cambiamento climatico. Difatti, come ha riportato nel suo intervento Luigi Moio, docente di Enologia all'Università Federico II di Napoli, il riscaldamento globale ha portato dei cambiamenti alle caratteristiche delle uve nelle zone vitivinicole di tutto il mondo. Si notano ad esempio un calo dell'acidità totale ed un corrispondente aumento del pH e del grado alcolico. Gli enologi quindi si trovano in cantina mosti più "degradati" dal punto di vista aromatico rispetto al passato, con un minor potenziale di invecchiamento e,

Ritaglio stampa ad uso

per i vini rossi, colore più scarico dovuto alla precipitazione dei composti che determinano il colore del vino (proble ma quindi che non può essere risolto solamente con la maggior estrazione). Detto in sintesi i territori oggi danno mosti profondamente diversi rispetto a quelli che in passato hanno deter minato le caratteristiche delle denominazioni, perché i territori oggi sono diversi rispetto al passato. Ecco quindi la necessità che l'intervento della componente umana, socio-economica, che insieme a quella pedoclimatica definiscono un terroir, operi per mantenerne l'identità. Oltre a queste ragioni tecniche, ci sono però anche ragioni storiche e funzionali che rendono l'innovazione delle Doc una necessità.

TRADIZIONE, MA SEGUENDO I TEMPI

Come ha precisato Fino, "la tradizione esclusivo del destinatario,

la facciamo tutti i giorni" a significare che la tradizione non è un concetto fisso nel tempo. D'altra parte già la stessa espressione "portare avanti una tradizione" esprime una dinamicità temporale, rispetto a "conservare una tradizione" che assume una connotazione statica (e direi anche museale). Lo stesso di namismo che in origine ha dato luogo allo svilupparsi di quei modi di interpretare un determinato territorio naturale, evoluti col tempo grazie al contributo della comunità dei produttori in usi leali e costanti, tali da generare la tipicizzazione del vino Doc. Ossia caratteristiche organolettiche specifiche ed ornogenee per i vini prodotti all'interno della denominazione e distintive rispetto ai vini di altre zone. In altre parole la tipicità di un terroir non appare come qualcosa di perfetto e compiuto dalla sera alla mattina, ma è il risultato di un'evoluzione che, evidentemente, non ha senso

riproducibile.

Slow Food[®]

2/3

1/2019 - Milla Vigna

fermare nel momento in cui la tipicità viene tutelata per legge attraverso l'istituzione della Doc.

MillaVigna

Sempre Fino ha ricordato l'importanza del patto tra produttori e consumatori. È infatti l'apprezzamento da parte del mercato delle caratteristiche specifiche dell'origine di un prodotto che ne determina il valore economico, e quindi la necessità di una tutela legale che protegga contemporaneamente produttori e consumatori dalla concorrenza sleale di imitazioni prodotte al di fuori della zona d'origine, ovvero senza quelle peculiarità promesse dal nome geografico. Il disciplinare di produzione formalizza questo patto tra consumatori e produttori che, nuovamente, non può essere statico ma è dinamico. Se l'evoluzione è quindi connaturata al concetto stesso di denominazione d'origine, il punto cruciale è quanta, quale e come. Fino ha proposto una bellissima metafora quando ha detto che il compito del giurista nell'ambito delle Denominazioni è distinguere gli elementi che ne costituiscono le "ossa" da quelli che ne costituiscono i "nervi". Dove le ossa devono cambiare lentamente ed i nervi possono cambiare più velocemente. Per guesto i disciplinari devono essere scritti con una visione temporale di lungo periodo, sequendo il principio che la legge è tanto più buona quanto più lentamente la si cambia.

È interessante notare come, non casualmente, la logica sia la stessa che bisognerebbe seguire nella definizione dei posizionamenti di marketing dei marchi, consortili, collettivi o privati che siano. Non tanto i numeri del mercato, né esempi di successo di altre denominazioni o le esigenze di comunicazione possono guidare la modifica dei disciplinari e dei posizionamenti dei marchi Doc, quanto il rispetto della loro identità, dello spirito dei valori che rappresentano e della cultura dell'ambiente produttivo del terroir in senso esteso. Viceversa c'è il forte rischio di rompere il patto tra la Denominazione ed il mercato, portandola nel tempo a svuotarsi del suo valore. Equilibrio non facile da trovare e mantenere di fronte ai cambiamenti del mercato e delle tecniche produttive rese possibili dalla ricerca vitivinicola.

IDENTITÀ DEI VINI ED **EVOLUZIONE DELLE TECNICHE DI** CANTINA

Luigi Moio ha quindi ricordato come la sensibilità ai tannini dei consumatori attuali, soprattutto i più giovani, sia nettamente più alta rispetto al passato. Quanto sarebbe giusto cambiare i disciplinari delle Doc per tenere conto di questa modifica dei gusti del mercato senza snaturare la natura dei vini della denominazione? Non c'è una risposta esatta ed univoca e proprio per questo è fortemente raccomandabile agire con prudenza, perché per una Doc soddisfare le richieste qustative di un più ampio spettro di consumatori non è sempre una strategia di successo, nemmeno dal punto di vista commerciale, come ci hanno insegnato esempi passati e recenti. Il docente ha anche sottolineato l'importanza fondamentale delle commissioni di degustazione per controllare e garantire l'identità e la purezza sensoriale dei vini Doc. Argomento che credo sarebbe interessante approfondire visti i casi sempre più frequenti di produttori di vini naturali sia in Italia che in Francia che decidono di non utilizzare la Doc, perché spesso i loro vini vengono considerati non tipici dalle commissioni di assaggio. Forse aiuterebbe a fare chiarezza sulla differenza tra il concetto di terroir e quello di cru.

IL FATTORE VARIETALE

Mario Pezzotti dell'Università di Verona ha fatto il punto sulla ricerca genetica in viticoltura, dalle nuove varietà resistenti create attraverso incroci e reincroci, all'ingegneria genetica. Le nuove varietà di vite resistenti alle malattie sono già una realtà e rispondono all'esigenza di ridurre l'impiego di fitofarmaci nella coltivazione della vite, a vantaggio di ambiente e salute umana. Presentano però il problema dei lunghi tempi necessari per fissare nella Vitis vinifera i geni della resistenza alle malattie presenti nelle viti selvatiche (15-30 anni) e l'aumento attraverso i reincroci del numero di geni di vite selvatica. Più rapide e precise le tecniche di ingegneria genetica che si basano sulla conoscenza oramai acquisita del genoma completo della vite. Le tecniche di genome editing rendono quindi

possibile, ad esempio, inserire il gene di resistenza all'oidio in una varietà esistente. Si può quindi creare una vite di Glera resistente all'oidio, che non sarà una nuova varietà, come nel caso degli incroci, ma rimane Glera. Attraverso l'ingegneria genetica è anche possibile modulare la maturazione del grappolo e così affrontare le problematiche dovute al cambiamento climatico. La legislazione comunitaria, precedente allo sviluppo delle tecniche di genome editing, considera le piante così ottenute come transgeniche ed è quindi proibito coltivarle se non per scopi di ricerca genetica. Anche in guesto caso la strada non può che essere quella dell'ulteriore approfondimento delle ricerche dal punto di vista agronomico, enologico e sensoriale, per verificare la corrispondenza tra i vini prodotti utilizzando le uve delle nuove viti messe a disposizione dalla ricerca genetica e quelli attuali. Vale sempre il principio della prudenza e della lentezza nell'innovazione dei vini a Denominazione di Origine, perché la verifica approfondita dei nuovi processi permette di valutarne il rispetto dell'identità del terroir e/o affinarli in modo da renderli coerenti.

LA RELAZIONE CON IL MERCATO

Tale approccio permette anche di disporre delle informazioni necessarie per comunicare le innovazioni al mercato. Eugenio Pomarici dell'Università di Padova ha infatti ricordato come le innovazioni dal punto di vista del mercato si possano dividere in:

- neutre: sostanzialmente non percepite dal mercato;
- aumentative: quelle che aumentano la fiducia del mercato (ad esempio il passaggio alla coltivazione biologica);
- problematiche: quelle che vengono percepite come un disallineamento rispetto all'esistente e rischiano di incrinare il rapporto tra la Doc ed i consu-

Sempre Pomarici ha presentato i risultati di una ricerca francese che studiava la propensione dei consumatori all'acquisto di vini convenzionali, biologici e da nuove varietà resistenti.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

3/3

Mille Viane = 1/2019

10

Man mano che alle persone venivano fornite informazioni relative al numero dei trattamenti fatti in vigneto ed ai residui presenti nel vino, aumentava la propensione all'acquisto dei vini "non convenzionali". Le attività di comunicazione svolgono quindi una funzione di "produzione" delle caratteristiche presenti del prodotto che, fino a quando non sono percepite, è come se non esistessero ai fini dei comportamenti di consumo. È interessante notare come il vino proveniente da viti geneticamente modificate sia percepito negativamente, se l'innovazione proviene da un'azienda multinazionale, mentre è percepito positivamente se l'innovazio ne proviene da enti pubblici (Universi-

tà, centri di ricerca, ecc.) che non hanno

fini di lucro ma operano con un ruolo

super partes a beneficio del progresso

collettivo. Un'indicazione importante

anche per il ruolo e le modalità con cui

i Consorzi di Tutela possono agire nello sviluppo, introduzione e diffusione dell'innovazione.

Carmine Garzia della Scuola Universitaria della Svizzera Italiana e dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo ha affrontato i risultati economici delle cantine operanti nelle Doc. presentando l'analisi dei bilanci delle principali aziende italiane comprese nel campione dell'osservatorio Food Industry Monitor. Nello specifico la redditività delle cantine del Prosecco appare nettamente inferiore rispetto a quella dei produttori di spumanti in generale. Un dato in un certo senso sorprenden te in considerazione degli investimenti in impianti e macchinari realizzati dalle aziende del Prosecco negli ultimi anni e diverso dalle indicazioni fornite dalle analisi della Direzione Studi e Ricerche di Intesa San Paolo riguardo al distretto

della Docq Conegliano-Valdobbiadene. Probabilmente la redditività delle cantine del Prosecco Doc è influenzata dalla forte presenza delle cooperative, che pesano per circa il 50% della produzione, e che strutturalmente presentano bassa redditività di bilancio poiché distribuiscono gli utili ai soci attraverso la valorizzazione delle uve conferite. Anche per gli aspetti reddituali si auspica quindi un approfondimento degli interessanti spunti sorti durante il convegno, da realizzare considerando che, soprattutto all'interno del sistema di una Denominazione, opera una filiera produttiva che parte dai produttori di barbatelle per scendere poi ai viticoltori, alle cantine, agli intermediari commerciali ed infine al consumatore. Diventa quindi importante individuare sia il valore aggiunto complessivo del "sistema Doc" sia la sua distribuzione tra tutti i diversi attori.



MANUALE DI VITICOLTURA

AUTORI ALBERTO PALLIOTTI, STEFANO PONI, ORIANA SILVESTRONI CASA EDITRICE: EDAGRICOLE-NEW BUSINESS MEDIA I EURO 44.00

La rapida evoluzione delle conoscenze tecnico-scientifiche e del contesto climatico rende cruciale un aggiornamento continuo degli strumenti formativi che fin dai primi live li devono porre le basi per produrre uve nel rispetto di una sostenibilità amo'entale ed economica necessaria a consumatori e oroduttori.

Questo manuale descrive, oltre agli argomenti canonici della viticoltura, anche quelli di introduzione più recente come la viticoltura di precisione e sito-specifica, le innovazioni nella gestione del vigneto e le tecniche di adattamento al cambiamento climatico, le nuove tecnologie applicate al miglioramento genetico, i moderni sistemi di allevamento.

Particolare attenzione è dedicata ai criteri di scelta di tecniche e tecnologie applicabili a casi oratici, con l'intento di contribuire allo sviluppo di un'autonoma capacità di valutazione del contesto e de le problematiche e alla creazione del e competenze necessarie ad individuare possibili soluzioni.

La ricchezza di schemi ed illustrazioni facilita la lettura soprattutto negli aspetti pratici e in questo senso il vo ume può essere utile anche a co oro cne vogliano aggiornare le proprie conoscenze o formarsi professionalmente su un testo base al passo con i tempi perché i successo oggi scaturisce da una orofonda conoscenza ed impiego del sapere tradizionale abbinati al know-now contemporaneo, nella ferma convinzione che "il grande vino nasce nel vigneto".



IL GRANDE LIBRO DEI VINI DOLCI D'ITALIA

AUTORE MASSIMO ZANICHELLI CASA EDITRICE: GIUNTI EDITORE I EURO 29,00

Da tempo si parla di crisi dei vini dolc', sia pure con qualche eccezione. Il calo dei consumi potrebbe essere legato, come per i superalcolici, alla "pa loncino-fobia" nei consumi fuori casa, perchési bevono a fine pasto e si sa che l'ultimo alcol bevuto è quello che sposta più in avanti i tempi di smaltimento quando si esce dal locale per tornare a casa. Ma forse è più efficace la spiegazione che, semplicemente, i vini dolci non sono di moda. La stranezza è che mentre molti vini tradizionalmente "secchi" si addolci scono per inseguire le discutibili tendenze di certi mercati e di certi critici, i vini dolci invece soffrono.

Eppure l'Italia vanta in questo camoo dei veri, straordinari monumenti, difficili e costosi da produrre (in particolare quelli da appassimento) ed era tempo che qualcuno pensasse di valorizzarli con una specifica pubblicazione. Ci ha pensato, con grande competenza e passione, Massimo Zaniche II. Il suo libro racconta le tecniche, le tradizioni e i territori dei vini dolci, in un viaggio sensoriale che attraversa il 3el Paese dal e Aloi alle isole, secondo un'inedita suddivisione per colori e temi: dal giallo paglierino del Moscato d'Asti al dorato degli aromatici di montagna, dall'ambrato del mare al mogano del Vin Santo, dal rubino dell'Aleatico a porpora del Recioto della Valpolicella. Il volume ha copertina rigida, una bella veste grafica ed è arricchito da mapoe e bellissime fotografie, quasi tutte dell'autore stesso.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.