80 anni di OENOFRANCE: le risposte del settore enologico ai cambiamenti attuali

scritto da Emanuele Fiorio | 13 Marzo 2023

Una storia lunga 80 anni, una storia che ha attraversato decenni di cambiamenti radicali e grandi evoluzioni che si ripropongono ciclicamente anche oggi. OENOFRANCE **festeggia 80 anni di successi**, celebrando l'anniversario in una delle capitali mondiali del vino, la città di Verona.

Nata nel 1943 in Francia OENOFRANCE è protagonista della storia dell'enologia mondiale e **dal 2010 è presente con le proprie sedi anche in Italia** con una gamma completa di prodotti che coprono tutta la filiera produttiva del vino.

“Enology in a changing planet: 1943-2023, what’s next?”

L’anniversario è stato impreziosito dal **talk show moderato da Fabio Piccoli,** Direttore responsabile di Wine Meridian, dal titolo: **“Enology in a changing planet: 1943-2023, what’s next?”** che si è svolto presso l’Auditorium della Gran Guardia di Verona.

Una occasione rilevante per comprendere quanto le mutazioni attuali, sia climatiche che socio-economiche, stiano impattando sul settore vitienologico e **quali possano essere le risposte più adeguate.**

Gli interventi dei relatori

Ramon Bel, Direttore operativo del Gruppo SOFRALAB ha aperto il talk show, disegnando il quadro di un gruppo multinazionale, punto di riferimento nel mercato dei prodotti enologici e dei servizi associati, di cui OENOFRANCE è parte integrante assieme ad altri 3 brand: MARTIN VIALATTE, STATION OENOTECHNIQUE DE CHAMPAGNE ed OENOTERRIS.

“Il Gruppo SOFRALAB è una società globale con 230 dipendenti, siamo presenti in 47 Paesi. Il nostro fatturato raggiunge i 55 milioni di euro (il 40% proveniente da export) e possiamo contare su 11 laboratori e 4 centri di competenza” ha dichiarato Bel. “Il Gruppo ha sempre puntato sul settore ricerca e sviluppo, la realtà climatica sta cambiamento e noi **siamo in grado di dare una risposta concreta a questi mutamenti”.**

Enrico Farinazzo, Direttore generale di OENOFRANCE ITALIA, ha espresso la sua soddisfazione: “Vedere riunita qui a Verona, la mia città natale, una platea composta da colleghi e clienti provenienti da ogni parte del globo (Libano, India, Canada per fare alcuni esempi) è una emozione. Per l’occasione abbiamo

scelto delle tematiche molto attuali e dei relatori molto qualificati". La soddisfazione è stata condivisa anche da **Guilhem Marty, (Direttore vendite Francia di SOFRALAB) e da Adrien Moreau (Direttore Export di SOFRALAB).**

Fabio Piccoli ha sottolineato quanto le mutazioni climatiche e le rivoluzioni socio-economiche stiano influendo sul mondo del vino: la diminuzione della superficie del vigneto mondiale, il calo dei consumi soprattutto tra i più giovani, la carenza idrica stanno avendo un forte impatto sul settore.

"**Siamo entrati nel pieno di un'economia reputazionale, un'epoca in cui è necessario dimostrare per poi comunicare.** Anche la sostenibilità fa parte di questo processo, deve essere sostanziale e tangibile prima di essere veicolata all'esterno" ha evidenziato Piccoli.

Gabriele Gorelli, primo Master of Wine italiano ha analizzato le tendenze e le evoluzioni attuali nella percezione dei vini: "I vini più freschi sono una tendenza reale che va codificata, ogni tendenza quando viene codificata è funzionale ad una evoluzione. Il problema è come il vino si posiziona nel campo delle bevande alcoliche, in relazione a nuove categorie e nuove generazioni".

"La pandemia ha funto da acceleratore di cambiamenti" ha continuato Gorelli, "le persone si sono informate e formate a casa durante i mesi di lockdown. **I produttori stessi sono andati incontro ai consumatori evoluti, non basta più solo il vino. L'enoturismo è un esempio**, quando collega territorio, vino e consumatori è in grado di fidelizzare. Questo obiettivo si raggiunge solo se le aziende hanno la capacità di disegnare una esperienza attorno ai consumatori".

Andrea Lonardi, direttore operativo del Gruppo Angelini Wine Estates si è concentrato sullo sviluppo delle competenze in termini di multidisciplinarietà e formazione continua. Produrre vino è una professione sempre più multidisciplinare,

non è più sufficiente essere in grado esclusivamente di produrre vino di qualità.

“Ho sempre coltivato un approccio multidisciplinare” ha dichiarato Lonardi, “l’approccio alla leadership è cambiato rispetto agli anni ‘90. Oggi ci troviamo di fronte ad una leadership non più di comando, **abbiamo bisogno di una leadership multidisciplinare** capace di ascoltare, analizzare, che abbia conoscenze di matematica ed una mente creativa. Questo cambio culturale sta portando anche a cambiamenti produttivi. **Oggi il valore non sta in un elemento univoco ma nell’equilibrio di più elementi”.**

Secondo Lonardi questo **approccio multidisciplinare e multidimensionale va utilizzato anche in relazione al cambio climatico**: “Vedo molte più opportunità che criticità. Abbiamo affrontato il problema del cambio climatico con un approccio unidimensionale e non multidimensionale”.

Sulla relazione tra mutamenti climatici e cambiamenti del vino è intervenuto **Francesco Saverio Russo, Divulgatore Enoico**: “I vini stanno cambiando perché sta cambiando la materia prima, è cambiato l’approccio tecnico. Siamo in una fase di compensazione, non eravamo preparati a questa variabilità climatica. **Oggi viviamo in una sorta di cortocircuito perché ai tecnici viene richiesto di togliere”.**

“Abbiamo inventato il concetto di “purezza” ed i vitigni monovarietali” ha continuato Russo, **“La purezza in etichetta vende più del territorio ma i nostri vini sono di territorio prima di tutto.** Quando si beve un Etna non si beve Nerello Mascalese, Carricante, Catarratto etc…si beve il territorio dell’Etna in versione bianca, rosata o rossa”.

Daniele Pizzinato, R&D technical and products specialist OENOFRANCE ha presentato il progetto OENOTERRIS **e il concetto di “agro-enologia ragionata”** al servizio delle aziende: “La sfida principale del progetto OENOTERRIS è trovare nuove

risposte a nuove problematiche relazionate ai cambiamenti climatici che stiamo affrontando. **L'equilibrio è il nostro obiettivo: il prodotto giusto, al momento giusto in dosi giuste.**

"Un equilibrio che si sostanzia nel bilanciamento tra due grandi forze" ha precisato Pizzinato, "da un lato le sfide in campo (stress idrico, problemi di maturità, Ph elevati, percentuale alcolica, suoli impoveriti, etc…) e dall'altro le esigenze di mercato, che cerca profili freschi, aromaticità, bassa gradazione alcolica".

Simone Agostinelli, Responsabile acquisti e progetti di agricoltura sostenibile del Gruppo Barilla ha concentrato il suo intervento sul tema dell'**approvvigionamento sostenibile**: "Il bilancio delle risorse sul Pianeta è negativo. L'approvvigionamento sostenibile rappresenta la via maestra, il fatto che io sia responsabile sia degli acquisti che dei progetti di sostenibilità è emblematico, i due temi sono assolutamente collegati. **Oggi non abbiamo alternative ad un approvvigionamento sostenibile,** il vantaggio a monte è far sì che l'agricoltore diventi imprenditore agricolo. **L'imprenditore si deve adattare alle nuove tecnologie e solo la filiera può dargli questi strumenti".**

"Ci vuole premialità in relazione alla sostenibilità, è necessario premiare gli imprenditori che raggiungono obiettivi di sostenibilità" ha continuato Agostinelli, "Siamo arrivati ad una nuova fase, cerchiamo di fare uno step in più, non basta più la carbon neutrality serve la carbon positivity".

In chiusura sono intervenuti tre giovani imprenditori, Jacopo Cometti, Edoardo de Cal e Giulia Sironi, ideatori di una start-up innovativa nel campo agritech, premiata nel concorso indetto dall'Agenzia nazionale per i giovani in collaborazione con Ashoka Italia.

Il loro progetto riguarda una piattaforma digitale denominata

WOP (Water Optimization Protocol), il cui obiettivo prioritario è fornire una risposta alla drammatica crisi idrica che sta coinvolgendo tutto il settore agricolo.

“Ci siamo avvicinati al settore agricolo perché **è un settore che necessita di innovazione**, nel nostro Paese ha un peso importantissimo ed il cambiamento climatico ha ed avrà un impatto molto forte sul nostro approvvigionamento alimentare” ha evidenziato Jacopo Cometti.

Si è parlato anche di **blockchain**, una tecnologia in grado di “garantire trasparenza, rilevare i problemi della supply chain e fornire ai consumatori informazioni sicure e verificate” secondo **Edoardo de Cal.**

Le giovani generazioni sono le più attente e preoccupate ai temi ambientali, lo testimoniano le parole di **Giulia Sironi:** “Chi più di noi deve guardare a sfide centrali come la crisi idrica ed il cambiamento climatico? **La sostenibilità permette di risolvere problemi, garantisce resilienza di fronte ad un mondo che cambia costantemente”.**