L’ampelografia oltre la tecnica: può diventare la chiave per riconquistare i mercati del vino?

scritto da Emanuela Panke | 8 Luglio 2025



L’ampelografia esce dai laboratori e si fa racconto. A Saint Mont, durante le Rencontres Ampélographiques promosse da Plaimont, vitigni autoctoni, biodiversità e identità culturale si intrecciano in un nuovo linguaggio del vino. Un approccio che, tra scienza e storytelling, può riattivare il dialogo con i consumatori e riconquistare i mercati.

A Saint Mont, nel cuore della Gascogna viticola, si sono svolte il 30 Giugno e il 1 Luglio le *4èmes Rencontres Ampélographiques*, un appuntamento promosso da Plaimont, cantina cooperativa che da anni rappresenta un modello

virtuoso di sinergia tra ricerca scientifica e valorizzazione territoriale. Plaimont è molto più di un produttore: è una comunità di viticoltori unita da una visione, che ha scelto di investire risorse, tempo e competenze nella conservazione della biodiversità viticola e nella riscoperta dei vitigni autoctoni come leva strategica per il futuro del vino.

L'evento ha dimostrato, ancora una volta, come **l'ampelografia non sia solo una disciplina scientifica, ma una risorsa strategica** – oggi più che mai – per rilanciare il mondo del vino e riattivare il dialogo con i consumatori.

Il programma si è articolato in due giornate complementari. Nella prima, a Marciac, si è fatto il punto sulle **ultime acquisizioni scientifiche in materia di identificazione varietale, conservazione genetica e selezione massale**. La visita alla parcella "patrimoine" della Madeleine e *l'incontro* con una lambrusca centenaria hanno evocato non solo il valore tecnico, ma anche quello emozionale e culturale della biodiversità viticola. A seguire, una degustazione di cuvée rare ha dimostrato come l'innovazione possa scaturire proprio dalla riscoperta delle origini.

È stato però nel corso della seconda giornata, durante la tavola rotonda "L'ampelografia e la biodiversità della vite: come valorizzare l'impegno presso il grande pubblico?", che il dibattito si è fatto più urgente e attuale. Il tema di fondo, condiviso da tutti, era chiaro: **può l'ampelografia fungere da argomento capace di accattivare nuovi mercati e riconnettere quelli in fuga?** Può diventare lo strumento narrativo in grado di differenziare un vino, un territorio, una destinazione enoturistica?

Xavier Thuizat, miglior sommelier di Francia 2022 e sommelier del prestigioso Hotel Crillon di Parigi, ha autodenunciato una comunicazione del vino troppo chiusa e talvolta colpevolizzante, ammettendo che oggi molti consumatori si sentono insicuri nel fare una scelta, e che la sommellerie ha

spesso fallito nel renderli partecipi. In questo contesto, l'ampelografia – con la sua capacità di raccontare il vissuto di una pianta, la storia di un paesaggio, l'identità di una comunità – può offrire una chiave di accesso più coinvolgente, più empatica, più comprensibile.

Lo ha dimostrato anche l'intervento di Jeff Veir, fondatore della cantina Golden Cluster in Oregon, che ha riportato alla luce vecchi cloni di Sémillon piantati nel 1966, trasformandoli in asset identitari per un nuovo storytelling che affascina un pubblico sempre più assetato di autenticità.

È questo il nodo centrale: **oggi il vino ha bisogno di tornare a parlare. Non solo di sé, ma *con* il suo pubblico**. E per farlo, l'ampelografia può essere una potente alleata. Non si tratta solo di classificare varietà, ma di **costruire un racconto che tocchi la memori**a, l'immaginazione, l'appartenenza. Attraverso l'ampelografia, possiamo intrecciare storia, archeologia, sostenibilità e diplomazia. In un tempo segnato da conflitti, sapere che esistono vitigni con lo stesso profilo genetico coltivati in paesi oggi in conflitto – come accade tra Israele e Libano, Azerbaijan e Armenia – ci ricorda che la vite può unire ciò che la politica divide.

Vitigni come la Malvasia, presente in innumerevoli varianti dal Portogallo ai Balcani, o il Moscato, che attraversa l'intero bacino mediterraneo, diventano così simboli di una civiltà del gusto condivisa, capace di parlare a un pubblico internazionale con strumenti nuovi. L'ampelografia, se messa al centro di una narrazione turistica e culturale, può diventare un potente motore per l'attrattività territoriale, l'educazione al gusto e il rilancio del consumo consapevole.

Lo dimostrano anche le esperienze portate durante l'incontro. Giovanna Trisorio ha raccontato il progetto del Bellone al Colosseo, che unisce vitigno, patrimonio archeologico e percorsi esperienziali; Gianluca Bisol ha riportato la storia

della Dorona di Venezia, vitigno salvato per caso in un giardino abbandonato a Torcello e oggi protagonista del progetto Venissa, sintesi perfetta di terroir, ospitalità e racconto. La sua rinascita non è solo un atto agricolo, ma un manifesto culturale. E ancora, l'esperienza del Giardino dei Vitigni Antichi di Melissa, in Calabria dove l'ampelografia entra nelle scuole e nei percorsi educativi, creando legami tra generazioni.

In un'epoca in cui il vino rischia di perdere rilevanza tra le giovani generazioni e sui mercati globali, abbiamo il dovere di reinventare il modo in cui lo comunichiamo. Non serve spettacolarizzare, serve tornare a raccontare bene. L'ampelografia, in questo senso, può essere la grammatica nuova con cui ricostruire il discorso del vino. Le *Rencontres Ampélographiques* di Saint Mont – e il lavoro straordinario di una cantina cooperativa come Plaimont – hanno lanciato una sfida chiara: trasformare la conoscenza varietale in un racconto coinvolgente, in grado di emozionare e convincere, anche fuori dai circuiti specialistici. **È una sfida che vale la pena raccogliere**.



Punti chiave

- **L’ampelografia diventa racconto** per avvicinare nuovi consumatori e valorizzare territori vitivinicoli.
- **Vitigni autoctoni riscoperti** come strumenti di identità, emozione e differenziazione commerciale.
- **Comunicazione del vino più empatica**, accessibile e centrata sull’autenticità delle storie.
- **Esperienze internazionali dimostrano il valore narrativo e attrattivo della biodiversità viticola**.
- **Plaimont lancia una sfida al settore**: rendere l’ampelografia chiave strategica per enoturismo e export.