Colle Manora: Monferrato, facciamo squadra

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Febbraio 2023



I cambiamenti climatici, le normative UE, la necessità di costituire un Consorzio di tutela, la frammentazione produttiva: temi molto attuali e complessi che investono il settore vitivinicolo e che stanno provocando interrogativi, incertezze ma anche evoluzioni e rinnovamento.

Marina Orlandi Contucci è titolare di Colle Manora, cantina immersa nel **Monferrato**, un territorio riconosciuto Patrimonio Mondiale dell'Umanità dall'UNESCO caratterizzato da dolci colline coperte da vigneti, inframmezzati da piccoli paesi ed affascinanti castelli medievali.

Cambiamenti climatici

Nel Monferrato i cambiamenti climatici e la siccità hanno avuto impatti tangibili sui vigneti: "La prima domanda che ci poniamo tutti riguarda il riscaldamento globale" afferma Marina Orlandi Contucci, "È piovuto in Sicilia ma non qui, è incredibile che sia il Nord a soffrire maggiormente la siccità. Mi domando se le nostre produzioni saranno le stesse, se il vino avrà una evoluzione. Quando sono andata in Sud Africa quattro anni fa, ho fatto un giro tra le cantine di Stellenbosch e già allora, molti produttori importanti e che avevano i terreni, si andavano ad arrampicare sulle montagne per impiantare i nuovi vigneti. Questo dimostra che è un tema concreto e sentito a livello internazionale".

Viticoltura e transizione ecologica

Un altro grande tema riguarda l'**Europa ed il pacchetto di iniziative strategiche che investe la viticoltura e mira alla transizione ecologica:** "I maggiori produttori di vino mondiali sono ancora in Europa, Francia, Italia e Spagna e le superfici a vigneto stanno crescendo verso climi più nordici, in Inghilterra in Belgio, Germania, Ungheria, Slovenia" sottolinea Marina. "Quindi **mi meraviglio che questo settore non sia più che tutelato dalla Comunità Europea.** Ci sono dei paletti che obbligano a degli adeguamenti impressionanti non tanto in termini di qualità produttiva ma in termini legislativi. Questi adeguamenti ci pongono problemi e ci limitano moltissimo. Noi cerchiamo di fare del nostro meglio, **facciamo agricoltura integrata**, siamo attentissimi al territorio e quindi vogliamo essere in linea con quello che ci viene richiesto ma vorremmo anche dei progetti più mirati e applicabili al settore".

Nel Monferrato la viticoltura costituisce il fulcro della vita economica e sociale e qui Marina, assieme a Giorgio Schön, figlio della nota stilista Mila Schön, hanno dato forma e

concretezza al loro sogno, alla loro visione: trasformare una antica cascina in una cantina moderna e ricca di suggestioni e passioni che hanno la forza di spaziare oltre il vino.

La necessità di creare un Consorzio di tutela

Proprio il territorio del Monferrato rappresenta uno dei brand territoriali del vino dalle maggiori potenzialità di successo ma per capitalizzare al meglio queste potenzialità, secondo Marina "bisognerebbe fare squadra sostenuti anche dalle istituzioni. **Se si creasse un Consorzio mirato ad aiutare a proporre una immagine omogenea, fornire dei criteri di accoglienza uniformi e dare anche indicazioni di "range" qualitativi,** si eviterebbe di combattere contro una immagine un po' sbiadita che, spesso, trovo riflessa negli interlocutori commerciali stranieri".

"Dovremmo lavorare con **più fiducia e certezza del nostro potenziale** altrimenti diventa difficile promuovere il nostro territorio ed annoverarlo tra le grandi regioni produttrici. In Monferrato la produzione di vino è antica ed antecedente rispetto allo sviluppo di fine '800 in altre zone viticole del Piemonte che oggi sono diventate più note grazie al buon lavoro fatto nel tempo".

Frammentazione del tessuto produttivo

La necessità di fare sistema, di unire le forze si scontra con l'**estrema frammentazione del tessuto produttivo del Monferrato.** Per una azienda medio-piccola raggiungere la sostenibilità economica "È una impresa eroica, chi ci riesce è un eroe ai miei occhi" sottolinea Marina.

"Chi lo fa deve sapere che il vigneto per i primi 3 anni non

produce e servono almeno 5 anni per avere un prodotto ragionevole dal punto di vista qualitativo” continua Marina, **“I primi 10 anni devi lavorare sul prodotto e sul marchio e fare un grande lavoro *a latere*** per far sì che il tempo speso a costruire una identità, possa essere in qualche modo premiato nel ricevere un minimo di apprezzamento e di visibilità che ti permettano di vendere la tua produzione con un margine sufficiente per stare in piedi”.

Un desiderio ed una prospettiva che Marina vorrebbe vedere realizzati attraverso la **costituzione di un Consorzio con l’obiettivo di armonizzare e valorizzare questo territorio ricco di bellezze e unicità**: “Noi dovremmo coalizzarci, unirci, darci delle linee guida, parlare con le varie Camere di Commercio e con le Istituzioni che risultano fondamentali, soprattutto nell’ottica dell’internazionalizzazione. Potremmo realizzare delle strade del vino dove, per esempio, il visitatore potrebbe percorrere un circuito e trovare degli standard qualitativi omogenei. **È importante per l’identità, per definire i luoghi di produzione e le denominazioni. Io me lo auguro fortemente”.**





