Helmut Köcher: “Le domande sul vino che dobbiamo necessariamente porci oggi”

scritto da Agnese Ceschi | 29 Ottobre 2024



Il Merano Wine Festival celebra la sua 33° edizione, continuando a esplorare nuove tendenze del vino, come il focus sulla biodinamica e i vini in anfora. Helmuth Köcher, “The WineHunter”, condivide la visione dell’evento, le sfide del settore, e l’importanza di un’autentica identità territoriale nella comunicazione del vino.

Il Merano Wine Festival è arrivato alla sua 33° edizione e rimane saldo in vetta tra le manifestazioni più interessanti del mondo del vino italiano. Questo perché – ci racconta il suo patron **Helmuth Köcher**, conosciuto anche come **The WineHunter** – nonostante siano passati molti anni il concept è rimasto fedele a quello delle origini: la selezione alla base

è la sua quintessenza. E quando si parla di selezione e identità di un vino, The WineHunter, che letteralmente significa il cacciatore di vino, è molto fermo sulle sue idee: un vino deve raccontare la sua storia ed il territorio da cui proviene. Con lui abbiamo parlato della manifestazione alle porte, dall'8 all'12 novembre nel centro storico di Merano, ma anche delle molte domande sul vino e della direzioni che sta prendendo oggi, tra sfide e preoccupazioni.

Ci racconta come sarà articolata la manifestazione?

Nei tre giorni clou della manifestazione, sabato, domenica e lunedì, a The Festival saranno presenti oltre 300 produttori italiani con una partecipazione anche di aziende estere provenienti prevalentemente da Georgia, Moldavia, Albania, Francia, Germania. Sarà un'interessante occasione di confronto tra mercati, aree e stili di produzione. Nella Gourmet Arena 130 produttori di prelibatezze racconteranno quanto sia importante curare la scelta degli abbinamenti e dei prodotti, insieme all'occasione di vederli messi nel piatto durante gli show cooking nelle due aree dedicate. Martedì 12 ci sarà spazio anche per un confronto tra Champagne e Metodo classico, mantenendoli in zone separate ma valorizzandone le differenze, le microaree di produzione e le peculiarità.

Quali novità ci aspettano quest'anno?

Quest'anno ci sarà un importante focus sulla biodinamica, con la presenza di una folta partecipazione di quaranta produttori di vino in anfora. Questa partecipazione è stata lanciata con l'evento Amphora Revolution che si è svolto a Verona a giugno. Il vino in anfora è sicuramente un trend molto promettente oggigiorno, io mi sento un suo fan già da diverso tempo, per questo ne voglio diventare promotore con il Merano Wine Festival.

E la birra e gli spirits?

Ci sarà sicuramente spazio anche per queste due bevande alcoliche al Merano Wine Festival come gli altri anni. Oggi assistiamo ad un ritorno al consumo della birra tra i giovani, che sono alla ricerca di prodotti selezionati e delle cosiddette birre prodotte nelle *micro-brewery.* In generale c'è una grande voglia di riscoprire aromi e sapori senza necessariamente avere una referenza territoriale, ma andando alla ricerca del credo di un produttore. Possiamo affermare senza dubbio che è un settore che gode di maggior attenzione rispetto a 20 anni fa.

Per quanto riguarda gli *spirits*, stiamo assistendo ad un exploit del gin negli ultimi tempi. Basti vedere l'aumento vertiginoso di aziende produttrici: in Alto Adige dieci anni fa c'era un produttore di gin, oggi ce ne sono almeno una quindicina. Ciò ha generato una forte apertura verso la mixology: il bello di un gin, pur avendo un grado elevato, è che si può abbinare ad una bevanda analcolica e diventa un cocktail molto apprezzato. Inoltre i barman sono diventati degli artisti, che creano piccole opere d'arte.

Se dovessi fare un confronto con il mondo del vino, direi che quest'ultimo è più orientato alla valorizzazione di vitigno e territorio, mentre la mixology e gli spirits giocano su più livelli.

Leggi anche: Merano Wine Festival 2024: cinque giorni di grandi vini, premi prestigiosi e incontri unici



Cosa ne pensa del trend dei *NoLo wines*?

Credo che ci sia una richiesta sovrastimolata dalla pubblicità negativa nei confronti del vino e degli alcolici. “Vino e salute” è stato un tema scottante degli ultimi anni, il consumatore è diventato più critico e con questo dobbiamo fare i conti. Per quanto riguarda i vini dealcolati, penso che la parola vino tragga in inganno. Ne ho assaggiati tanti, credo che si perda con essi la parte emotiva ed emozionale del vino.

Un bicchiere di vino anima la parte socievole, mentre una bevanda *no alcohol* rientra più nella categoria delle bevande. Nulla a togliere a questa categoria, ma penso che non sia da ritenersi vino.

Cosa vede nel futuro del vino?

Dopo il Covid si è sviluppata la voglia di più leggerezza. Questo non toglie nulla alla finezza e all’eleganza di un

vino. Ciò ha intercettato una curva evolutiva che era già in essere: 30 anni fa il vino doveva sapere di legno e avere una sua impronta, oggi stiamo torniamo all'essenza. Il legno può essere un sostegno, ma rimane un sottofondo rispetto al frutto, l'uva deve essere sempre protagonista. Questo ci ricorda l'importanza che un vino sia autentico, non costruito, che mantenga la sua complessità seppur nella sua leggerezza e facilità di beva.

Cosa ne pensa del calo dei consumi?

Il calo dei consumi è un indice che deve far riflettere. Dovremmo tutti chiederci cosa stiamo sbagliando e ci sono domande che bisogna obbligatoriamente farsi in questo momento storico.

Ad esempio?

Quando 30 anni fa abbiamo fondato MWF abbiamo parlato di eccellenze e qualità, una parola poco usata all'epoca. Oggi tutti usano la parola eccellenza, ma cosa vuol dire veramente questa parola nel mondo odierno? È testimoniata dai premi vinti nelle varie guide? A volte mi vedo criticato per le scelte che faccio da alcuni produttori, che mi presentano la lista dei loro riconoscimenti pensando siano elemento determinante per essere scelti per partecipare al MWF. Io rispondo che oggi il vino ha perso la sua identità territoriale e va recuperata.

In che modo il cambiamento climatico sta influendo?

Il cambiamento climatico va accettato e vanno cercate soluzioni alternative, come aprire le porte a nuovi vitigni più resistenti o dare spazio a quelli che meglio sopportano il cambiamento climatico sul territorio. Basta alle solite referenze iperconosciute, diamo spazio anche a quelle meno

blasonate.

Cosa manca nella comunicazione del vino oggi?

Quando parliamo di vino, c’è bisogno di raccontarlo meglio. Se raccontiamo la sua storia, quella del territorio o delle persone che lo hanno voluto, il vino parla da solo. Lo storytelling deve essere il traino principale della comunicazione odierna del vino.

Punti chiave:

1. **Filosofia del Merano Wine Festival**: Il Merano Wine Festival, giunto alla sua 33° edizione, resta fedele al suo concept originale basato sulla rigorosa selezione e sull’identità territoriale del vino.
2. **Novità della Manifestazione**: L’evento di quest’anno introduce un importante focus sulla biodinamica, con 40 produttori di vino in anfora e il nuovo evento “Amphora Revolution”.
3. **Birra e Spirits in Crescita**: C’è una forte attenzione verso birra e gin, con l’aumento delle microbirrerie e delle produzioni di gin, favorendo il fenomeno della mixology e l’esplorazione di nuovi sapori.
4. **Trend NoLo Wines**: Helmuth Köcher critica il concetto dei vini dealcolati, sostenendo che la loro produzione manca dell’aspetto emozionale e socievole tipico del vino autentico.
5. **Comunicazione del Vino**: Köcher sottolinea l’importanza di uno storytelling efficace per raccontare non solo il vino, ma anche il territorio e le persone che lo producono, essenziale per valorizzare la vera identità del vino.