

Il “Senso del Limite”: la ricetta di Massimo Fia per un Trentino del vino più unito e autentico

scritto da Stefano Montibeller | 3 Giugno 2025



Nel cuore del Garda Trentino, Massimo Fia di Agraria Riva del Garda propone il “senso del limite” come chiave per un vino trentino più autentico, coeso e sostenibile. Tra strategie di mercato, cultura, innovazione e visione cooperativa, un dialogo lucido che invita a ripensare l’identità del comparto vitivinicolo nel rispetto del territorio e delle sue risorse.

Ci troviamo nel Garda Trentino, un’area dalla vocazione vitivinicola unica e dal paesaggio mozzafiato, dove abbiamo incontrato **Massimo Fia, Direttore Generale di Agraria Riva del Garda**, una delle storiche cooperative che da generazioni

plasma e interpreta questo territorio. Il nostro dialogo si è subito concentrato su un concetto tanto semplice quanto rivoluzionario per il futuro del vino: il **“senso del limite”**. Una filosofia che Fia propone non solo come bussola per Agraria Riva del Garda, ma come possibile via maestra per l'intero comparto trentino, spesso diviso al suo interno e alla ricerca di una più forte identità sui mercati globali.

Introduce spesso nelle sue riflessioni il concetto di “senso del limite”. Può spiegarci meglio cosa intende e perché lo ritiene così fondamentale oggi, specialmente per un settore come quello vitivinicolo?

Il “senso del limite” significa fondamentalmente **smettere di misurare il successo e il valore unicamente sulla quantità**: fatturato, PIL, volumi. Significa riconoscere le risorse che abbiamo – che per definizione sono limitate – e lavorare per valorizzarle al massimo nella loro specificità e qualità. I concetti del limite e del bene comune il mondo cooperativo li conosce da molto tempo, d'altronde è nato sotto le loro spinte, e ha reagito coltivandoli in quanto fondamenta di una comunità sana, prospera e autonoma. Oggi, in un mondo che spinge verso una crescita apparentemente infinita, diffondere questi principi è cruciale. Per il vino, significa non inseguire produzioni esasperate, ma concentrarsi su ciò che il nostro territorio esprime meglio, gestendo con oculatezza risorse preziose. Qui in Agraria, per esempio, abbiamo irrigato anche gli ulivi, un gesto che in un contesto montano come il nostro dimostra un'attenzione profonda alla risorsa idrica, gestendola entro i suoi limiti naturali.

Questa filosofia del “senso del limite” sembra implicare una forte coesione e un riconoscimento dei confini comuni. Come si concilia, allora, con la disunità che lei stesso ha evidenziato come una criticità del sistema vitivinicolo trentino?

È proprio qui il nodo cruciale. La disunità è il nostro **tallone d’Achille**. Siamo frammentati, con tanti battitori liberi. Persiste una a mio avviso controproducente contrapposizione tra vignaioli e cantine sociali che definirei infantile. Questa mancanza di un fronte comune, di un limite condiviso nella strategia di sistema, fa sì che all’esterno l’immagine del Trentino del vino ne risenta pesantemente. Mentre altre realtà limitrofe si presentano coese e forti, noi spesso quando andiamo fuori siamo Cantina di Riva, non siamo Trentino. Non riusciamo a trasportare fuori la trentinità, ma solo le nostre singole, pur valide, individualità.

Il “senso del limite” si scontra inevitabilmente anche con certe dinamiche di mercato. Lei è stato particolarmente critico sul rapporto con la ristorazione locale. Come si può superare questo scoglio, applicando la sua filosofia?

Bisogna migliorare il rapporto con la ristorazione. Pur riconoscendo il valore della ristorazione come ambasciatrice dei nostri prodotti, è paradossale che in alcuni ristoranti la maggior parte dei vini nelle liste non rappresenti il nostro territorio. Bisogna rivedere la forbice dei ricarichi tra il costo e il prezzo sulla lista vini, poiché la formula del moltiplicare per tre il costo della bottiglia è eccessiva.

Questa politica dei prezzi, che non riconosce il limite del giusto ricarico, finisce per danneggiare l'intera filiera e la percezione del valore del nostro prodotto a casa nostra.

Se si accetta il “senso del limite”, come si traduce questo in strategie promozionali efficaci? Lei ha espresso dubbi sulle manifestazioni tradizionali, per esempio.

Esatto. Stiamo **riconsiderando l'efficacia delle grandi fiere**. Come dico spesso, piuttosto cerco di privilegiare l'incoming, il contatto diretto, la possibilità per buyer e giornalisti di vivere il territorio. Spesso manca una **regia comune** che possa coordinare gli sforzi a livello di sistema, sebbene esistano esempi virtuosi come il lavoro svolto dall'Istituto Trentodoc per la sua specifica denominazione. Dobbiamo concentrarci su azioni mirate che valorizzino l'autenticità, il racconto, l'identità del nostro territorio, operando entro i limiti di una comunicazione efficace, coerente e, aggiungerei, empatica. Il contatto umano, il racconto diretto, sono insostituibili.

Per far apprezzare un vino che nasce da questa filosofia, è fondamentale la cultura, un aspetto che lei sottolinea spesso, soprattutto in relazione ai giovani. Come si affronta questa sfida educativa?

Serve cultura, senza dubbio. Bisogna **educare al bere bene, al bere moderato**, al rispetto del prodotto e del suo legame con il territorio. Il vino è spesso bersagliato da campagne salutistiche a volte indiscriminate. Il nostro compito è trasmettere una storia, un'identità, un valore che va oltre il

semplice atto del bere. Si tratta di **superare il limite dell'ignoranza** o della percezione superficiale del vino, offrendo conoscenza e consapevolezza.

Parlando di produzione, il “senso del limite” non significa immobilismo. L'innovazione, anche in Agraria Riva del Garda, è continua. Come si conciliano questi due aspetti?

Assolutamente. L'innovazione produttiva – dalla selezione delle uve alla zonazione, dalle tecniche di cantina alla sperimentazione su nuovi vitigni – è un processo costante e necessario. Tuttavia, questa evoluzione deve avvenire **nel pieno rispetto delle specificità territoriali**, senza forzature o tentativi di imitare modelli estranei alla nostra identità. Si tratta di **innovare rimanendo fedeli ai limiti naturali e vocazionali** del nostro territorio, esaltandone l'unicità.

In conclusione, qual è il messaggio più importante che emerge dalla sua visione del “senso del limite” per il futuro del vino trentino?

Che la via per un futuro di qualità e sostenibilità per il vino trentino passa attraverso la **riscoperta di questo principio**. Significa valorizzare ciò che siamo e ciò che abbiamo, **senza rincorrere chimere quantitative**. Significa **ritrovare coesione interna** per presentarci al mondo con un'identità forte e riconoscibile. È una sfida complessa, che richiede un cambio di mentalità a più livelli, ma credo sia imprescindibile se vogliamo che il Trentino del vino esprima appieno il suo straordinario potenziale, nel rispetto del suo territorio e delle sue genti.

L'analisi di Massimo Fia offre uno spaccato lucido, appassionato e talvolta provocatorio del Trentino del vino. Un invito a guardare oltre le singole, pur pregevoli, eccellenze per costruire un **sistema più coeso e consapevole**. Un sistema capace di valorizzare appieno il suo straordinario patrimonio territoriale e umano, abbracciando una filosofia di sviluppo che ponga al centro la qualità autentica e, appunto, il saggio **"senso del limite"**. Una riflessione che, in un contesto globale sempre più esigente in termini di consapevolezza e rispetto delle risorse, risuona con particolare urgenza e attualità.

Punti chiave:

1. **Senso del limite:** una guida etica per il vino trentino
2. **Disunità del sistema:** serve coesione strategica territoriale
3. **Ristorazione locale:** bisogna valorizzare i vini del territorio
4. **Promozione mirata:** si deve privilegiare l'incoming sul modello fieristico
5. **Educazione al vino:** abbiamo bisogno di più cultura e meno superficialità