

# Sergio Moser: “dobbiamo vendere il mito e non la bottiglia”

scritto da Stefano Montibeller | 25 Febbraio 2026



*Sergio Moser, responsabile della cantina della Fondazione Edmund Mach, racconta la visione strategica per il futuro del vino trentino: eccellenza scientifica, monitoraggio fitosanitario, valorizzazione dei vitigni storici e adattamento climatico attraverso l'altitudine. La chiave? Vendere il "mito" e il saper fare, non solo la bottiglia.*

Sergio Moser, responsabile della cantina della Fondazione Edmund Mach, sceglie di posare accanto a un pezzo di storia: la sua botte preferita, quella dedicata al Primo Simposio Internazionale sulle Sostanze Aromatiche dell'Uva e del Vino, tenutosi a San Michele nel giugno del 1987. È un'immagine che sintetizza perfettamente l'anima di questa istituzione:

**un connubio indissolubile tra memoria storica e avanguardia scientifica.**

Istituita nel 1874 per volontà della Dieta regionale tirolese di Innsbruck, con Edmund Mach come primo direttore, la Fondazione rappresenta oggi un modello unico a livello internazionale. Qui istruzione, ricerca e trasferimento tecnologico si fondono per **formare le nuove generazioni** di enologi e agire come una vera **'sentinella' del territorio**. Da oltre 150 anni, il centro guida l'innovazione e anticipa le sfide globali, dai cambiamenti climatici alla competitività dei mercati, offrendo al Trentino una solida e imprescindibile base scientifica.

**Sergio Moser, la Fondazione Mach è un osservatorio privilegiato sul futuro. In un mercato globale dove il vino si produce ormai ovunque, quale deve essere la rotta per un territorio come il Trentino?**

Il punto di partenza è la consapevolezza: oggi il vino non è più un'esclusiva di pochi territori vocati. Per questo, una regione come la nostra deve puntare su un'eccellenza assoluta e su una tradizione testimoniata dai fatti, non costruita dal marketing. Il nostro vero valore aggiunto è la **conoscenza**: la tecnica enologica e la capacità di interpretare il territorio che abbiamo a San Michele costituiscono un patrimonio unico. Il Trentino non deve vendere solo una bottiglia, ma il **"saper fare"** che essa racchiude. Essere figli di San Michele dal punto di vista enologico significa possedere un vantaggio competitivo basato sulla **comprensione delle caratteristiche compositive delle uve** e sulla profonda conoscenza dei processi di trasformazione. È questa **solidità scientifica** che ci permette di anticipare i problemi e governare il cambiamento.

**A proposito di sfide fitosanitarie, lei ha spesso citato la capacità della Fondazione di agire preventivamente. Quanto conta questo monitoraggio per la tenuta del sistema produttivo?**

È fondamentale. Pensi che questa lungimiranza è nel DNA di San Michele fin dalle sue origini. Già all'inizio del secolo scorso, Edmund Mach intuì che il vero pericolo per la vite viaggiava attraverso il trasporto di materiale vegetale: grazie alla sua determinazione nel chiedere la chiusura delle dogane e imporre controlli serratissimi su ogni pianta in transito, la fillossera arrivò in Trentino solo nel 1909, decenni dopo aver devastato gran parte della viticoltura europea.

Oggi applichiamo esattamente lo stesso rigore: se la viticoltura trentina ha retto l'urto della flavescenza dorata meglio di altri distretti, lo dobbiamo a un **monitoraggio** che non si è mai fermato. **Presidiare il territorio** significa avere la capacità di vedere i problemi prima che diventino emergenze catastrofiche. Il tecnico della Fondazione che va in vigna non si limita a dare consigli sulla peronospora, ma osserva costantemente lo stato di salute dell'intero ecosistema. Questa **capacità di previsione storica** è l'unica vera protezione per la stabilità produttiva delle nostre aziende.

**Se oggi dovesse indicare i vitigni su cui scommettere per il futuro del Trentino, verso dove si orienterebbe?**

Scommetterei con decisione sui nostri **vitigni storici**: penso alla **Nosiola** e alla **Schiava**. Spesso cerchiamo l'innovazione altrove, dimenticando di avere in casa varietà che oggi risultano straordinariamente moderne perché ci regalano dei

vini di grande freschezza e bevibilità. E poi ci sono i nostri rossi: il Teroldego, il Marzemino e il Rebo. Sono varietà radicate nel territorio che, se interpretate con una visione enologica contemporanea, non hanno nulla da invidiare ai grandi vitigni internazionali. Anche in questo caso, la profonda conoscenza del territorio ci permette di creare dei vini unici e originali, **espressione autentica e inimitabile della nostra terra.**

**Il cambiamento climatico è il grande tema del momento. Il Trentino è pronto ad affrontare l'innalzamento delle temperature?**

Non dobbiamo avere paura, ma essere intelligenti nella gestione. Il Trentino ha una carta vincente: la **“terza dimensione”**, ovvero l'**altitudine**. Possiamo spostare la viticoltura verso l'alto, recuperando zone di pascolo o quote che un tempo erano considerate marginali. Salire in quota ci permette di mantenere la **freschezza acida**, un pilastro della nostra qualità, e nel contempo di raccogliere uve che hanno raggiunto lentamente la piena maturazione, ricche di metaboliti che daranno dei vini complessi e di grande armonia.

**In termini di posizionamento e valore, il Trentino sembra soffrire talvolta il confronto con l'Alto Adige o altre zone prestigiose. Cosa manca per fare il salto di qualità definitivo?**

Manca la capacità di **“fare quadrato”** e di creare un **mito collettivo**. In Champagne o a Barolo, i produttori hanno capito che il successo del vicino accresce il valore di tutto il distretto. Dobbiamo superare i complessi di inferiorità e imparare a comunicare meglio il nostro **legame con la terra**. È

una questione politica e culturale: dobbiamo far capire che il vino trentino è esclusivo perché nasce qui e in nessun altro posto. Se riusciamo a integrare maggiormente viticoltura e turismo, il valore del nostro lavoro crescerà per tutti. La Cina e i nuovi produttori globali non avranno mai la nostra **storia, le nostre montagne e le nostre valli**. Quelle sono solo nostre e dobbiamo crederci di più.

---

## **Punti chiave**

1. **Fondazione Mach:** 150 anni di ricerca e innovazione vitivinicola.
2. **Monitoraggio fitosanitario:** prevenzione decisiva contro fillossera e flavescenza dorata.
3. **Vitigni storici:** Nosiola, Schiava e Teroldego leve strategiche per il futuro.
4. **Terza dimensione:** altitudine come risposta al cambiamento climatico.
5. **Identità territoriale:** creare un mito collettivo per aumentare valore e posizionamento.