

Vincenzo Mercurio: il vino destinato ad avere successo è quello che meglio si abbina allo stile di vita del consumatore

scritto da Claudia Meo | 30 Luglio 2024



La Fondazione Italiana Sommelier lo ha premiato nel 2022 come migliore enologo d'Italia conferendogli l'Oscar del Vino 2022 "Premio Giacomo Tachis"; si è formato in Italia e all'estero con significative esperienze in Francia. Annovera consulenze con numerose aziende delle principali aree enologiche d'Italia. Vincenzo Mercurio è uno degli enologi italiani più influenti. Abbiamo raccolto la sua testimonianza sul momento congiunturale che sta attraversando il consumo e il mercato del vino.

La sua pluriennale esperienza attraverso l'Italia vitivinicola e la sua ottima conoscenza di importanti zone enologiche al di fuori dell'Italia le permette di avere un osservatorio privilegiato sul momento che sta attraversando il vino nel mondo: cosa sta accadendo?

La buona notizia è che i segnali che arrivano dai mercati sono molto chiari, quella cattiva è che molti produttori li stanno ignorando.

I giovani, che rappresentano il presente ed il futuro del consumo, sono alla ricerca della leggerezza, della semplicità, tanto nel vino in sé, quanto nella loro dieta.

I consumatori ventenni e trentenni hanno spezzato quel filo di tradizione che vedeva il consumo del vino governato da certi meccanismi di sacralità e di impegno, che si tramandavano in famiglia fino alla cosiddetta generazione Boomer.

E' sotto gli occhi di tutti il fatto che i rossi, soprattutto quelli molto concentrati e strutturati, negli ultimi anni siano penalizzati nei consumi, che gli spumanti e i frizzanti abbiano una crescita continua, che i rosati tengano, mentre addirittura negli ultimi mesi anche alcuni bianchi soffrano. Davanti a tendenze negative e statistiche di mercato tendiamo a pensare "**questo non riguarda certo me, vale per i vini di aziende con dimensioni diverse dalla mia**", ma in verità siamo tutti interessati. Sarebbe il caso di citare i noti versi di John Donne, che ispirarono Ernest Hemingway: "Per chi suona la campana..."

La fascia giovane dei consumatori ha radicalmente mutato stile di vita rispetto alla generazione che li ha preceduti. Oggi proporre un vino interessante significa dosare e saper gestire storia e tradizione con contemporaneità, senza mai perdere di vista che in questo momento la parola d'ordine è: "leggerezza".

Un vino contemporaneo non può prescindere da quelli che sono gli stili di vita, deve abbinarsi bene con una cucina gradevole e non impegnativa dal punto di vista del consumo. Oggi parlare di vino deve necessariamente significare porsi domande sul tipo di cibo che deve accompagnare. Pensiamo alla quota di consumi *on trade* che hanno guadagnato il sushi ed i crudi: il vino in abbinamento non può che essere sapido, minerale, fresco e con alcol contenuto. Il ruolo svolto dai sempre più frequenti pasti fugaci fatti di tramezzini ed insalate nella dieta attuale ci pone riflessioni simili.

Ma non dimentichiamoci che il vino deve anche avere una comunicazione ed un'etichetta facile, che contenga un messaggio chiaro.

Quali assi da giocare ha il vino italiano, rispetto al resto del mondo?

Il grande vantaggio, con riferimento a molte aree vinicole, di godere delle condizioni migliori per essere bio e sostenibile. Prendiamo due regioni ad esempio, come la Sicilia e la Campania: le condizioni pedoclimatiche sono tali da permettere, per natura, una produzione con uso molto limitato di sostanze impattanti.

La biodiversità è poi un elemento che ci distingue da altre aree vinicole mondiali: la conformazione dello Stivale, diviso a metà dagli Appennini, ha impedito molte contaminazioni tra vitigni, motivo per cui oggi la produzione campana si differenzia moltissimo, ad esempio, da quella marchigiana. La storia dell'Italia ci ha permesso di mantenere grandi differenze tra vitigni e tradizioni alimentari, favorendo il mantenimento della nostra grande diversità.

Quale identità deve trasmettere il vino italiano?

Deve stupire con la grande ricchezza e varietà dei suoi vitigni poco conosciuti. Senza abbandonare la propria storia deve essere in grado di avvicinare i giovani alla conoscenza e

all'amore per il vino, usando strade alternative e fantasiose. Pensando ad esempio al Taurasi, con le sue caratteristiche di struttura e corpo, e la sua impegnativa tecnica di produzione, oggi c'è bisogno di salvaguardare la sua identità, ma al contempo è determinante avvicinare i giovani all'aglianico, magari, perché no, con un rosato rifermentato in bottiglia. E' un modo per stimolare i giovani e farli affezionare ad un produttore, che un domani, con una crescita culturale di quel consumatore, potrà comunque proporgli un vino più strutturato. Questo consente da un lato di non abbandonare la vocazione e la storia, dall'altro di non ignorare l'attualità. Si tratta di scelte che possono d'altro canto anche rispondere alle immediate esigenze di cash flow delle aziende: monetizzare oggi con prodotti che il mercato è in grado di apprezzare, senza perdere la capacità di custodire la nostra identità.

E' chiaro che non sia una operazione semplice, ma è altrettanto evidente che non possiamo ignorare i trend del momento.

Quali sono oggi le frontiere più interessanti della ricerca enologica?

Credo che gli stimoli maggiori in questo momento provengano dal campo: si sta assistendo ad una crescita culturale della viticoltura, volta a ridurre gli impatti sull'ambiente e sulla vita dei consumatori. Naturalmente questa maggiore consapevolezza impatta molto anche sul nostro lavoro in cantina. Per questo motivo cerco sempre di essere vicino alle tematiche del lavoro in vigna. Avendo una solida formazione in viticoltura ho la possibilità di spaziare anche in questo affascinante ambito.

Quali caratteristiche hanno i progetti che la stimolano maggiormente dal punto di vista professionale?

Mi appassionano moltissimo i progetti che incorporano un

concetto di rivalsa, di rivincita: mi riferisco a quei territori svantaggiati dal punto di vista delle capacità di impiego, purtroppo ancora molto diffusi nel sud Italia. Sono poi appassionato di viticoltura eroica, amo molto i progetti isolani o in alta quota come quello di sfidare quota 1.350 sulla Sila. Coltivare la vite ad alta quota oppure sulle isole permette di avere un punto di osservazione fuori dall'ordinario, è lo stimolo a sfidare i confini, e ci autorizza a coltivare il sogno di inviare un messaggio verso l'infinito.