

I tre tempi del vino trentino secondo Pravis

scritto da Stefano Montibeller | 11 Luglio 2025



Nel cuore della Valle dei Laghi, Cantina Pravis unisce tradizione e innovazione vitivinicola. Dalla valorizzazione dei vitigni autoctoni alla sperimentazione dei PIWI resistenti, l'azienda racconta un Trentino del vino identitario, sostenibile e coraggioso. Tra micro-appezzamenti, accoglienza autentica e sfide territoriali, il racconto di Giulia Pedrini diventa manifesto di un nuovo paradigma enologico.

Nella Valle dei Laghi, un paesaggio scolpito tra le Dolomiti e le influenze del Garda, la cantina Pravis rappresenta un punto di riferimento per chi cerca l'autentica espressione del territorio trentino. Fondata nel 1974, la sua storia è quella di un **sogno coraggioso**. Tre giovani e visionari enotecnici, Domenico Pedrini, Gianni e Mario, decisero di creare la prima

cantina privata della vallata.

Lontana dalle logiche di un mercato talvolta omologato, l'azienda familiare, oggi guidata con passione da Giulia Pedrini, porta avanti una visione chiara e coraggiosa. Insieme a lei, la sorella Erika e i due fratelli Silvio e Alessio Chistè. Abbiamo parlato con lei per comprendere come si possa coniugare il rispetto per le radici storiche con un'audace spinta verso il futuro della viticoltura, tra la riscoperta di varietà dimenticate e l'impiego pionieristico dei vitigni resistenti.

Pravis sembra avere una visione chiara che collega passato, presente e futuro. Può elaborare questa filosofia e come si traduce nella scelta delle varietà che coltivate?

“La nostra filosofia si fonda su **tre pilastri temporali** che definiscono la nostra identità. Il **passato** è rappresentato dalle nostre radici, ovvero le antiche varietà autoctone trentine. Parliamo della Nosiola, il nostro unico autoctono a bacca bianca, ma anche di varietà come la Negrara e la Franconia. Sono vitigni talvolta dimenticati, quasi abbandonati a favore di alternative internazionali più commerciali, ma che per noi costituiscono l'essenza di ciò che siamo e del perché la viticoltura ha prosperato qui.

Il **presente** è l'interpretazione di varietà internazionali che hanno trovato nella nostra valle una culla di produzione ideale, ma sempre nel rispetto della vocazione territoriale. Sauvignon, Pinot Nero o Gewürztraminer sono coltivati non per seguire una moda, ma perché qui riescono ad esprimere un carattere unico, definito dalla nostra terra.

Infine, il **futuro**, quello in cui crediamo fermamente, è rappresentato dai vitigni resistenti (PIWI). Se gli autoctoni

sono le nostre radici, i PIWI sono il nostro **‘germoglio’**. Siamo stati pionieri in Italia, piantandoli più di vent’anni fa con una visione quasi futuristica di mio padre. Comprendere come si evolverà un Bronner tra dieci anni è una sfida che abbiamo accettato, effettuando micro-vinificazioni per studiarne la resistenza e il potenziale. È una scelta che guarda avanti, indispensabile per una viticoltura davvero sostenibile.”

Il Trentino è un territorio di grande diversità ma anche di notevoli sfide. Come interpreta Pravis questo paesaggio unico, dal concetto di “micro-appezzamento” al recupero di appezzamenti storici, e come influenza il carattere dei vostri vini?

“Il nostro territorio è la nostra più grande forza, ma anche la nostra sfida quotidiana. La diversità dei suoli, da quelli dolomitici a quelli vulcanici, e le diverse esposizioni ci permettono di coltivare ogni varietà nel suo habitat ideale. La realtà del Trentino è il **‘micro-appezzamento’**: qui è quasi impossibile avere grandi superfici continue a causa della conformazione geografica, fatta di montagne, laghi e paesi. La nostra proprietà di 36 ettari, ad esempio, è frammentata in innumerevoli parcelle, con la più grande che misura appena 2,5 ettari.

Questo ci ha portati a recuperare e valorizzare le **‘frate’**, quegli appezzamenti storici, talvolta impervi, ‘rubati al bosco’ dai nostri avi. Questa frammentazione, che gestionalmente è complessa, ci permette di creare vini di straordinaria identità, lavorando quasi esclusivamente con singoli cru. È il motivo per cui abbiamo 21 etichette diverse. Il nostro vino trentino non è un vino da 15 gradi di alcol; è

un vino definito dalla **sapidità, dalla mineralità** e da un'alcolicità contenuta (12.5-13 gradi) che solo queste altitudini e questi terreni possono conferire. Valorizzare questi appezzamenti significa produrre vini più veri e onesti, che sono la più autentica espressione della nostra terra."

Quali sono, secondo lei, le principali sfide per la regione e qual è il percorso per piccoli produttori identitari come Pravis?

"La sfida principale è ritrovare la **fiducia nella nostra unicità**. Il rischio per tutti è quello di seguire le tendenze, come quella attuale del Pinot Nero, sradicando la propria storia per inseguire una domanda volatile. Una vigna impiega quattro anni per entrare in produzione; non possiamo permetterci di cambiare rotta a ogni folata di vento.

Per piccoli produttori come noi, il percorso è quello di essere **'contadini', non 'imbottigliamenti'**. Significa credere fermamente in ciò che facciamo, senza compromessi. Fortunatamente, notiamo un cambiamento nel consumatore: c'è più curiosità, più voglia di scoprire storie e patrimoni unici. Vedere che la nostra Negrara, una varietà che coltiviamo quasi solo noi, viene apprezzata e richiesta, è la prova che un'altra via è possibile. Il percorso è l'unione tra piccoli produttori che condividono questa visione, per costruire insieme un'immagine più forte e definita del Trentino."

L'enoturismo è sempre più centrale. Come approccia Pravis l'accoglienza e come riesce a comunicare una storia così

complessa e stratificata, andando oltre una semplice degustazione?

“L’enoturismo per noi è un’estensione diretta della nostra filosofia, un’attività che si è sviluppata tantissimo negli ultimi anni. Le visite le conduciamo **noi personalmente, in famiglia**, perché vogliamo che sia un dialogo autentico e completo, anche se questo richiede un investimento di tempo ed energie considerevole.

La clientela si è evoluta: non più solo italiani, ma sempre più visitatori dall’Est Europa e persino da oltreoceano. Questi sono segnali che ci confermano che l’**autenticità premia**. La nostra offerta è flessibile: si va dalla degustazione base con pane e il nostro olio dell’Alto Garda, a taglieri di prodotti locali, fino a pranzi completi organizzati con uno chef esterno.

Viviamo anche una dinamica interessante con il turismo del Lago di Garda: se piove, da noi è un pienone, perché i turisti cercano un’alternativa alla spiaggia. Ma al di là della curiosità momentanea, il nostro obiettivo è che chi viene qui se ne vada più arricchito, avendo compreso non solo i nostri vini, ma il perché sono così: il legame indissolubile con il terreno, la storia delle varietà e le sfide della coltivazione. Vogliamo che l’esperienza ‘**chiuda il cerchio**’, collegando il calice a un territorio, una storia e una visione.”

Il racconto di Giulia Pedrini non è solo la storia di una singola cantina, ma un modo diverso di intendere la viticoltura trentina. Pravis sceglie la strada più complessa ma più autentica: quella dell’**identità**. La loro è una scommessa vinta sul valore del territorio, sulla riscoperta di un patrimonio quasi dimenticato e su un’innovazione, quella dei PIWI, abbracciata non per convenienza, ma per una profonda convinzione etica e strategica. Attraverso un’ospitalità

genuina e una comunicazione trasparente, Pravis non si limita a vendere vino, ma condivide una cultura. Il loro percorso rappresenta un potenziale modello per un Trentino del vino più **consapevole, coraggioso** e, infine, più fedele a se stesso.

Punti chiave:

1. **Vitigni autoctoni valorizzati:** Nosiola, Negrara e Franconia come radici della viticoltura trentina di Pravis.
2. **Sperimentazione PIWI pionieristica:** Scelta sostenibile e lungimirante con varietà resistenti come il Bronner.
3. **Micro-appezzamenti identitari:** Vigneti frammentati danno origine a 21 etichette di forte carattere territoriale.
4. **Modello virtuoso:** innovazione più radici uguale autenticità.
5. **Enoturismo autentico e narrativo:** Accoglienza diretta, esperienze personalizzate e storytelling radicato nel territorio.