

Luca Gardini: è l'abbinamento la chiave del successo del vino italiano nel mondo

scritto da Redazione Wine Meridian | 18 Dicembre 2013



Abbiamo capito quanto Luca Gardini fosse importante per il vino italiano lo scorso anno a Mosca, durante una degustazione dei vini trentini a media, importatori e opinion leader russi. A guidare il wine tasting c'era quello che tuttoggi è considerato tra i maggiori degustatori al mondo, con una capacità di riconoscere caratteristiche dei vini già al primo "annuso" come pochi altri.

Capimmo che tutta quella gente era lì soprattutto perché c'era proprio lui, Luca Gardini. Con quella sua spontaneità tutta romagnola in pochi anni ha conquistato un posto importante nella critica enologica mondiale e soprattutto è riuscito a darle un tocco di "italianità" che mancava da tempo.

Da alcuni anni Luca gira il mondo a presentare vini italiani, a presenziare ad importanti degustazioni. Parlando con lui, grazie alla sua proverbiale curiosità, si capisce che non si "limita" solo a raccontare i vini ma anche a capire le dinamiche di approccio al vino italiano nei diversi Paesi che visita.

Per questa ragione ci è sembrato molto interessante sentire direttamente da lui, la sua opinione del vino italiano nel mondo.

Nel tuo grande viaggiare nel mondo che idea ti sei fatto

rispetto alla percezione che si ha dei vini italiani a livello internazionale?

Il vino italiano è molto amato. Sono amati i grandi miti, ma anche i vini realizzati con i vitigni autoctoni che sono diretta espressione del territorio di appartenenza. Una sorta di vitigno giusto nel posto giusto. Infine durante i miei viaggi ho capito che la chiave di volta sta nel lavoro di squadra. Quale? Quello che somma piatto e bicchiere. Non c'è nulla che batta un grande piatto italiano, ricco o povero che sia, in abbinamento ad un vino italiano.

Quali sono dal tuo punto di vista i punti di forza dell'enologia italiana rispetto ai principali competitor internazionali, Francia in primis?

Come detto una delle grandi forze è il vitigno autoctono. Pensiamo all'unicità dell'amarone, frutto della mescolanza di vitigni autoctoni sublimati dalla tecnica dell'appassimento, oppure pensiamo al Verdicchio; un bianco travestito da rosso. Infine trovo un punto invalicabile di superiorità italiana quello dell'accoglienza. L'enoturismo italiano non si batte.

La Francia rispetto all'Italia dà sempre la sensazione di avere alcune produzioni "mito" che noi non abbiamo, è vero o è solo un nostro "complesso di inferiorità"?

Ci sono miti ovunque. Sassicaia, Giuseppe Mascarello e Argiolas non sono dei miti? Diciamo che all'estero ne hanno di più perché i miti da loro, vedi gli chateau bordolesi, hanno imparato prima di noi a stare uniti, proponendo non un'etichetta ma una tipologia di vino nel suo complesso.

è

Tu oltre ad essere uno straordinario "degustatore" sei anche un grande comunicatore, cosa consiglieresti ai produttori di vino italiani per promuovere meglio anche l'immagine dei loro prodotti e delle loro aziende?

Ascoltate la gente. Questo non vuol dire fare vini per il mercato, ma significa ascoltare quali sono le esigenze di chi beve e ama il vino. Il consiglio più immediato tuttavia

riguarda la bevibilità. Meno degustazioni e più gustazioni.

Alla luce della tua esperienza quali mercati vedi più interessanti per il futuro del nostro made in Italy enologico?

Messico e Brasile e, con qualche distinguo, Africa. Non scordiamoci dei mercati solidi e competenti come Giappone, una nazione che ha sempre speso tanto e bene al di là della crisi e dei disastri ambientali che lo hanno toccato nel recente passato. Forse tuttavia il primo mercato che andrebbe riscoperto è l'Italia stessa, perché dobbiamo essere in primo luogo forti a casa nostra.