

Rioja, dove il cambiamento è in atto

scritto da Giovanna Romeo | 11 Ottobre 2021



Sta succedendo in Rioja ma potrebbe essere una qualunque regione d'Italia. **La viticoltura si sta concentrando sempre di più in mano a piccoli produttori**, dediti al recupero di vitigni autoctoni e alla valorizzazione del territorio grazie a vinificazioni tradizionali che esaltino l'individualità del vitigno.

Dal 1991 i vini della Rioja sono protetti dalla DOCa, Denominación de Origen Calificada, la più importante denominazione di origine riferita a quell'area posta a nord di Madrid, La Rioja e Navarra e la provincia Basca di Álava, a sua volta suddivisa in tre ulteriori zone Rioja Alavesa, Rioja Alta, Rioja Baja. Sebbene ancora appannaggio delle grandi bodegas, la Rioja negli ultimi anni sta vivendo un periodo di cambiamento dove piccoli e micro produttori si stanno

affermendo con etichette di ottimo livello, influenzando positivamente l'immagine di tutta la regione.

In Spagna la produzione di vino, **condizionata da fattori di natura politica** – fu il Generale Francisco Franco a stimolare una produzione di alto rendimento e scarsa qualità – ha visto negli anni '80 con Jorge Ordoñez, il passaggio a un sistema produttivo riferito a piccole cantine. Come per molti altri territori vocati, anche la denominazione Rioja prevedeva l'utilizzo di diverse varietà assemblate in blend e lunghi periodi d'invecchiamento (almeno 50 barili per 5 anni) ad accrescerne il valore, e **riportati in etichetta con la dicitura Crianza, Reserva e Gran Reserva**. Una caratteristica propria di questo territorio come in nessun altro paese al mondo, oggi un po' meno in voga per il piacere di vini più freschi e fruttati. Sul retro dell'etichetta è annotata la classificazione **Viñedo Singular o VS, una sorta di “unità geografica minore che può comprendere uno o più appezzamenti catastali”**. I vini, in questo caso sono soggetti a regole più severe. Le rese devono essere almeno del 20% inferiori alla normale DOCa (fino a 5.000 kg per ettaro per i rossi e 6.922 per i bianchi); deve esserci un rapporto uva-vino massimo del 65% rispetto allo standard 70%; le viti devono avere almeno 35 anni e il vigneto deve essere stato di proprietà o in affitto da almeno 10 anni. Una denominazione sempre più utilizzata dalle piccole e medie bodegas, con più di 100 vigneti certificati per una superficie totale di quasi 200 ettari.

Da sempre, come documenta **David Schwarzwälder, giornalista per Wine Business International**, la viticoltura della Rioja è stata appannaggio di 16 produttori di grandi dimensioni a rappresentare quasi la metà della produzione annua di circa 350 milioni di bottiglie, mentre sono i piccoli viticoltori a possedere la maggior parte dei 66.000 ettari di vigneto. E nonostante siano ancora 580 le bodegas che imbottigliano vino, il numero è in forte crescita rispetto al passato. **Un sistema produttivo molto più simile alla Champagne che a Bordeaux** – la

Francia ha avuto un'influenza notevole sulla viticoltura spagnola – dove sono le grandi cantine a mettere in commercio la maggior parte del vino, mantenendo prezzi relativamente stabili, volumi e continuità in termini di qualità.

La seconda metà degli anni '80 ha segnato il passaggio alla proprietà familiare, bodegas di dimensioni medio piccole e una maggiore attenzione al terroir e a vini più territoriali. "Vini d'espressione" o "vinos del autor" una sorta di Supertuscan, soventemente più ricchi e potenti nello stile, ma soprattutto **vini atti a far emergere il potenziale dell'uva Tempranillo**.

E se la tendenza è quella di **realizzare vini giovani con poco o nullo affinamento in legno** – sono quasi 300 i piccoli produttori detti cosecheros -, molti altri come Sampedro si distinguono per la **tradizionale denominazione di invecchiamento "Sexto Año"** sull'etichetta del rosso di punta Phinca La Revilla. O come Jon Peñagaricano con la sua azienda vinicola di circa 7 ettari, avviata dal padre nel 1978, dove produce Joven, Crianza, Reserva e occasionalmente una Gran Reserva in stile classico.

Rioja oggi è tradizione e territorio, avanguardia e identità, una denominazione di eccellenza che sta consolidando la sua immagine di prestigio tra i consumatori, trasformandosi in punto di riferimento mondiale.