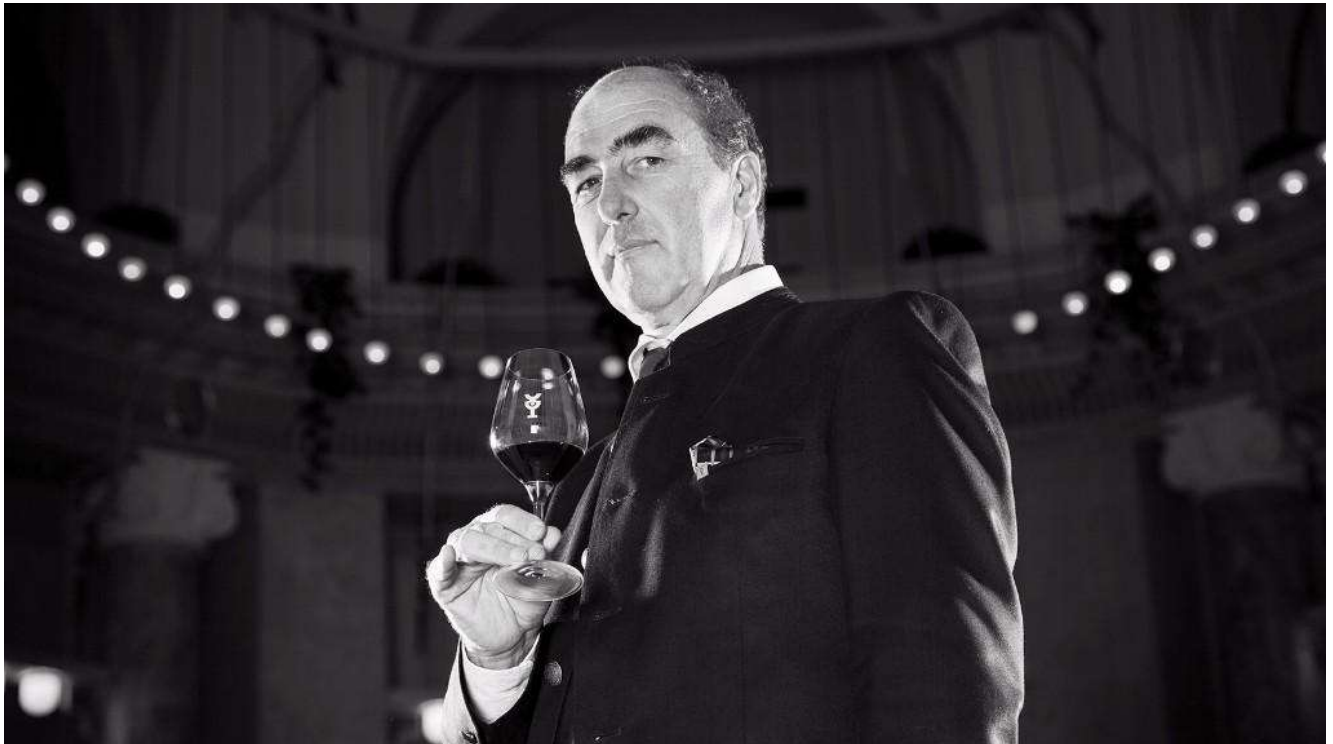


Helmut Köcher: tutto su WineHunter e il Merano WineFestival

scritto da Redazione Wine Meridian | 31 Ottobre 2017



I visitatori presenti al Merano WineFestival hanno la possibilità di degustare prodotti di nicchia accuratamente selezionati, ci spiega secondo quali criteri queste etichette vengono valutate dalle commissioni WineHunter?

I vini vengono valutati da ben otto commissioni d'assaggio che valutano i vini in base al criterio dei 100 punti e, fatta una selezione finale, al Merano WineFestival vengono invitate le aziende i cui vini hanno ricevuto almeno un punteggio di 88 punti su 100, ovviamente dando la precedenza a quelli che hanno ottenuto punteggi superiori. Si cerca anche di mantenere un equilibrio tra le varie aree vitivinicole e di avere ben rappresentata tutta Italia.

Uscendo dai confini dell'Italia, quale il territorio straniero su cui si concentra questa edizione del Merano WineFestival e perché lo ha scelto?

Quest'anno il focus è sull'Istria che vedo come un territorio emergente. Sto seguendo la sua viticoltura da ormai 15 anni, venendo a conoscenza di tante realtà. Progressivamente ho avuto modo di osservare un'innalzamento del livello qualitativo. Si tratta di una area famosa più come zona turistica che come realtà vinicola, alla quale il Merano WineFestival vuole offrire la possibilità di mettere in risalto i propri prodotti.

Qualità ed eccellenza dei prodotti sono sicuramente tratti distintivi del Merano WineFestival, ma cosa sono per lei veramente "qualità" ed "eccellenza" oggi?

Quando ho iniziato con il Merano WineFestival nel 1992 si iniziava a parlare di qualità, mentre la parola eccellenza era allo stato embrionale, perché non c'era la ricercatezza che c'è oggi. Il mercato della viticoltura non aveva a disposizione la tecnologia attuale e dopo 25 anni c'è stato un tale avanzamento, che produrre un prodotto di qualità non è più così difficile. La parola qualità diventa però difficile da interpretare e da usare nella comunicazione, così come la parola eccellenza: basta vedere quante volte questi termini vengono sfruttati, comparando nelle pubblicità dei vari prodotti. Va fatta quindi una distinzione perché per me qualità, soprattutto nel segmento che riguarda il vino, è comunque da considerare a livello di emozione. Quando assaggio un vino o un prodotto deve esserci il valore emotivo e oltre a questo l'approccio con un'eccellenza deve darmi l'impressione di immergermi nel prodotto sia che si tratti di un vino, di un panettone o di un cioccolato.

Quale secondo lei un prodotto meno conosciuto ma dalle grandi potenzialità che ha scoperto in quest'ultimo anno? E quale la regione d'Italia con più potenzialità ancora nascoste?

Ultimamente hanno richiamato la mia attenzione i vitigni resistenti alle malattie fungine, i cosiddetti PIWI, come il Solaris o il Souvigner Gris che non sono particolarmente conosciuti ma il cui prodotto è notevole anche se ha bisogno ancora di un po' di tempo per essere comunicato. Per quanto riguarda la regione d'Italia che ha più potenzialità nascoste ma che sta emergendo, questa è sicuramente la Puglia. Oltre alla sua storia, questa regione ha dei vitigni particolari come il Primitivo e il Negroamaro che fino a pochi anni fa

erano utilizzati come vino per le grosse quantità e ora invece hanno visto il loro potenziale fortemente rivalutato e promettono bene per il futuro.

Quest'anno il festival dà spazio per la prima volta agli "orange wine", cosa l'ha colpita in particolare di questo nuovo trend di prodotto?

La parola orange wine è già di per sé una parola che richiama l'attenzione di chi la sente. Anche qui interviene la storia: si tratta di una lunga macerazione sulle bucce del vino bianco che riprende soprattutto la cultura vitivinicola georgiana della vinificazione in anfora. Il risultato è un prodotto molto più complesso, molto più ampio per quanto riguarda la struttura e di conseguenza più diversificato rispetto ad un vino bianco di pronta beva, fresco e con una bella acidità. È un settore che secondo me ha bisogno di essere comunicato e in cui c'è molto da fare e per quanto riguarda la qualità dei vini. Alla base, come dicevo prima, c'è sempre un discorso di valore qualitativo emotivo.

Anche quest'anno uno spazio importante della rassegna è dedicato ai vini biologici, biodinamici, naturali e PIWI. Quanto questi prodotti continuano ad influenzare il mondo del vino?

Questi prodotti si inseriscono perfettamente nell'evoluzione che il mercato sta avendo: il consumatore è sempre più attento a quello che compra e che mangia, l'attenzione all'alimentazione è generale e questo fa sì che anche il prodotto vitivinicolo sia sottoposto alla selezione del consumatore.

Lei è per vocazione un instancabile cacciatore di vini, possiamo quindi immaginare che la sua mente sia già rivolta al futuro. Qualche idea per il 2018 che ci vuole svelare in anteprima?

La mia mente è sempre rivolta al futuro e il mio motto è: "Think outside the box". La parte più importante in questo contesto è quella di valorizzare territori sconosciuti come quest'anno al Merano WineFestival faremo con l'Istria e come abbiamo fatto in passato con la Georgia e la Romania, mostrando varie tecniche e culture legate alla viticoltura.

Insomma, è un mondo che richiede continua attenzione e curiosità per cercare di capire non solo le cose nuove che si

stanno evolvendo, ma anche in che direzione il mercato deve effettivamente andare. Per i produttori sono infatti importanti i mercati di esportazione come la Cina, la Russia o altri mercati emergenti e vorrei stringere dei rapporti con questi stati in modo da poter fungere da garante e da anello di congiunzione tra produttore e mercato. La mia visione adesso è rivolta soprattutto al marchio The WineHunter ed è quello che per me deve crescere e deve diventare sempre più ciò che è già oggi, ovvero una garanzia e una referenza di fiducia per il consumatore che può affidarsi a dei prodotti "approvati".

www.meranowinefestival.com