

I tanti bivi del vino italiano

scritto da Fabio Piccoli | 1 Febbraio 2019



Stiamo vivendo una delle fasi più complesse del vino italiano. E non si tratta, a nostro parere, solo di questioni di carattere congiunturale, come ad esempio la gestione non semplice in gran parte del Paese della produzione abbondante dello scorso anno.

Si ha come la sensazione che molte delle nostre denominazioni, a partire da quelle più importanti, siano arrivate ad una sorta di capolinea dove diventa necessario fare serie riflessioni rispetto a quali direzioni prendere per garantirsi il giusto futuro.

E' come se fossero arrivati al famoso "pettine" molti nodi che per parecchio tempo il nostro sistema vitivinicolo non ha voluto affrontare. Complice anche un mercato che sembrava comunque dare sempre segni in gran parte positivi.

Ma sempre di più la realtà si fa chiara sotto gli occhi di tutti.

Ed è una realtà che racconta di un export italiano che è sempre più nella mani di pochissime tipologie di vino, sopra tutte quel Prosecco che di fatto, però, sta portando alla "gleratizzazione" della vitivinicoltura Veneta. A questo riguardo il bravo Carlo Flamini sul Corriere Vinicolo ci ha ricordato come nel 2018 in Veneto si sono superati i 94.400 ettari, e di questi il 36% è rappresentato dalla Glera. Senza dimenticare, inoltre, che sul Prosecco Doc (24.500 ettari)

sono in rampa di lancio altri 5.000 ettari già piantati.

Se si aggiunge in Veneto l'altro fenomeno Pinot Grigio (lo scorso anno ha raggiunto i 15.000 ettari) per il quale è difficile pensare ad ulteriori evoluzioni, visti gli andamenti del mercato, viene facile, come ha fatto bene il Corriere Vinicolo, porsi la domanda di cosa potrà piantare in futuro nella nostra regione leader nell'export mondiale.

L'Italia del vino si è sempre contraddistinta per saper intercettare fenomeni di domanda di alcune tipologie di vino, siamo maestri, ci si passi questo termine, della "speculazione" vitienologica. Ma la gestione di questi "successi" non è sempre nelle nostre corde.

Ma non solo qui risiedono i nostri problemi.

Abbiamo denominazioni importanti davanti a bivi che non si possono più ignorare. Ne citiamo solo alcuni, ma l'elenco sarebbe molto più lungo. Rimanendo in Veneto la stessa Valpolicella si trova di fronte alla necessità di importanti decisioni, a partire dalla consacrazione definitiva del valore del suo vino principe, l'Amarone. Un vino che ha conosciuto un'escalation straordinaria (forse la più veloce e potente tra i grandi rossi italiani) ma dando però sempre la sensazione di intercettare in gran parte alcune tendenze moderne di consumo senza mai accreditarsi fino in fondo come un "grande vino".

La stessa assenza di un'etichetta di Amarone nell'ultima prestigiosa lista dei migliori 100 vini di Wine Spectator non può non far riflettere.

Recentemente un autorevole giornalista internazionale ci ha detto: "I produttori dell'Amarone danno la sensazione di non avere più bisogno di una critica enologica che li supporti".

Un'affermazione che ci ha fatto riflettere perché talvolta onestamente si ha la sensazione che in questa grande terra del vino ci si sia adagiati sugli allori e questo abbia portato a non mettere sempre al primo posto la costruzione di un'identità forte del prodotto, di una sua migliore chiara riconoscibilità, di maggiori riferimenti e relazioni ai suoi diversi terroir produttivi.

Quando si comunica troppo la "cornice" e non si entra dentro i

“contenuti” il rischio di non dare chiarezza non solo agli opinion leader ma anche ai mercati diventa inevitabile.

Ma vi sono anche denominazioni, come ad esempio, il Brunello di Montalcino che dopo aver superato con grande coerenza e coraggio la fase difficile di “Brunellopoli” difendendo il loro investimento totale al Sangiovese, oggi ancora stenta ad intraprendere la strada di una più chiara classificazione del proprio territorio. Eppure secondo noi il Brunello di Montalcino sarebbe oggi la denominazione più matura per farlo e per dare finalmente una chiave interpretativa, dei vini prodotti in questa terra, più chiara a media e mercati.

Lo stesso Barolo ci appare in una fase di stasi, anche sul fronte dell’immagine. Usciti dal lungo periodo di discussioni, talvolta sterili per la verità, tra modernisti e tradizionalisti, oggi si ha la sensazione di una denominazione sicuramente prestigiosa (e questo grazie anche all’essere stata l’unica in Italia ad aver creduto ed investito nel concetto dei Cru) ma che tende costantemente a chiudersi in se stessa. In una sorta di “nobiltà” legittima ma che rischia spesso di isolarla, di renderla meno dinamica anche dal punto di vista comunicativo. Su quest’ultimo fronte va detto come sempre di più la forza delle denominazioni è legata ad un giusto equilibrio tra reputazione del territorio e notorietà dei brand aziendali. Si deve stare attenti, anche nelle denominazioni più prestigiose, che il territorio non “soffochi” i brand aziendali e viceversa.

In conclusione vogliamo evidenziare altre due problematiche del nostro sistema vitienologico. La prima riguarda la perdurante incapacità di completare la valorizzazione di alcuni nostri vitigni, veri e propri cavalli di razza ma ai quali continuiamo a far correre qualsiasi tipo di competizione penalizzandoli così costantemente nella loro immagine.

A tal riguardo ci vengono in mente quattro vitigni: il Montepulciano d’Abruzzo, l’Aglianico del Vulture, il Primitivo di Manduria e il Nero d’Avola. Quattro “campioni” che però oggi continuano a giocare dalla terza categoria alla champions league con il risultato di sfiancarli ed impedire di fatto la

loro completa consacrazione.

Non riuscire almeno a costruire delle chiare “piramidi qualitative” a questi nostri vitigni dalle migliori potenzialità rendendoli anonimi senza una chiara segmentazione è un errore a nostro parere molto grave.

Infine vogliamo ricordare che la nostra Italia del vino ha tuttoggi troppe denominazioni dalle grandi potenzialità in “panchina”. Oggi non vogliamo citare quelli che a noi sembrano gli esempi più eclatanti, ma lo faremo a breve. Ci limitiamo a sottolineare che solo le imprese, almeno quelle più pronte e coraggiose, possono far scendere in campo quelle denominazioni che oggi continuiamo a considerare di grande futuro che rischia però, se non ci diamo una mossa, di trasformarsi in un grande rimpianto.

Molti i fronti aperti, i problemi sul banco. Non abbiamo ricette facili ma una importante raccomandazione: evitiamo di pensare che i problemi si risolvano solo cambiando la governance dei Consorzi di tutela. Non ci stancheremo mai di evidenziare che i Consorzi sono lo specchio, ci piaccia o no, del tessuto produttivo e quindi il loro cambiamento può essere solo frutto di una modifica della cultura delle imprese all'interno dei nostri territori.

Per cambiare è però arrivato il tempo che almeno i produttori di buona volontà, i più illuminati che credono ancora fortemente alla loro denominazioni inizino a confrontarsi con trasparenza e coraggio. Solo dopo questo confronto serio e la condivisione di progetti veri arriverà il tempo di cambiare direttori, presidenti, consigli di amministrazione.