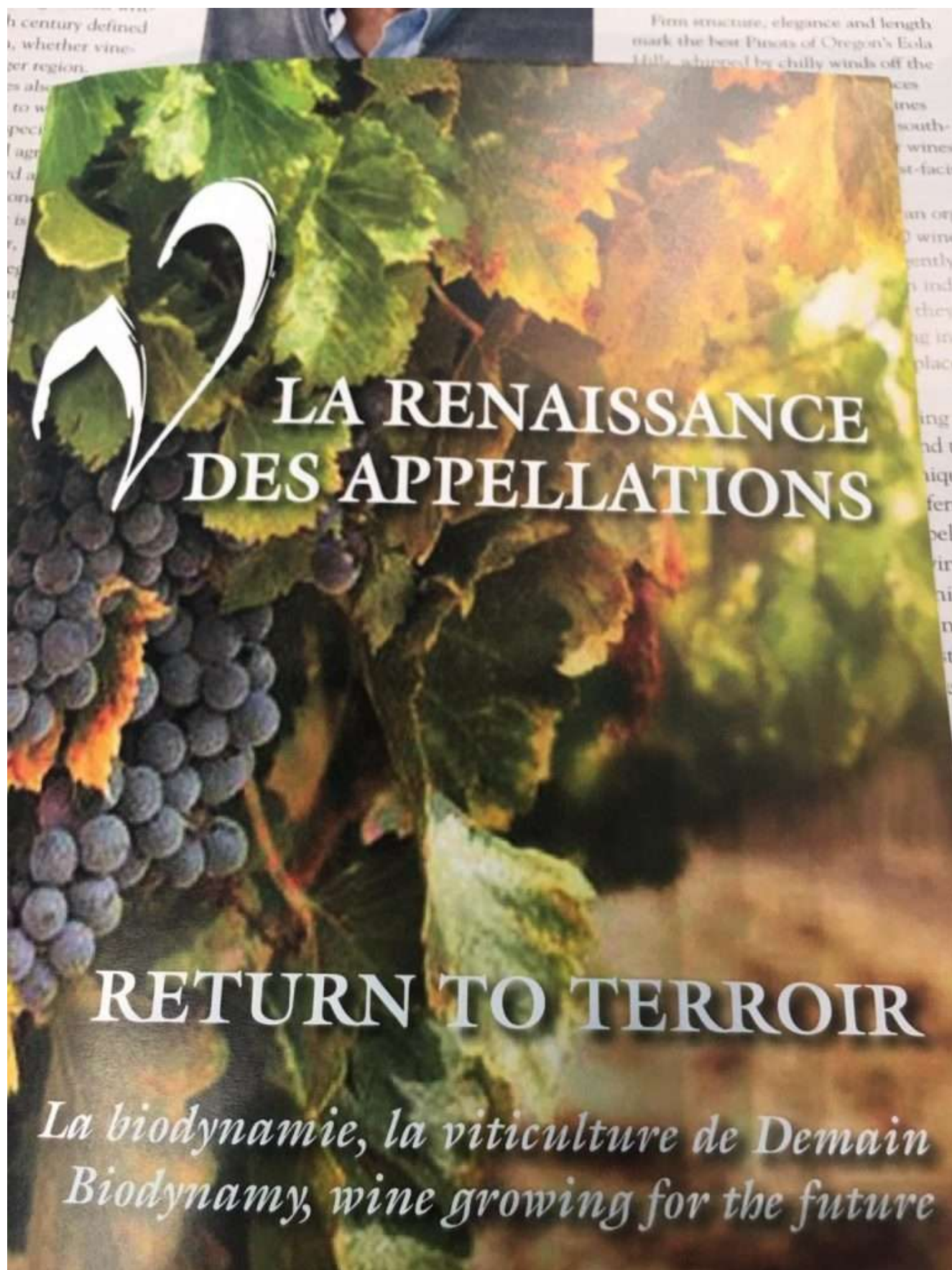


Il ritorno silenzioso ma prezioso della tipicità

scritto da Fabio Piccoli | 15 Marzo 2019



Sembra incredibile come oggi si sia ripreso a parlare di tipicità nel mondo del vino. Magari non si cita spesso questo termine come se un po' ci vergognassimo.

Ne parliamo senza fare quasi mai il suo nome. Probabilmente si

teme che ritornare a parlare di tipicità sia in qualche misura rinnegare un recente passato dove il successo del vino è stato determinato dallo scollegamento con il suo territorio di origine.

Qualcuno sicuramente avrebbe da ridire riguardo a questa nostra ultima affermazione ma la realtà a nostro parere è questa. Per molto tempo, più o meno un ventennio, il vino non ha avuto la necessità di dimostrare la sua genesi. Anzi, per certi aspetti, l'essere "ubiquitario" lo ha reso più libero di muoversi sul mercato senza troppi vincoli.

Si è deciso di passare dal concetto di "tipicità territoriale" a quello dello "stile del produttore" perché questo ha significato non essere più legati ad un cordone ombelicale suggestivo ma anche molto impegnativo.

Certo, non tutti i produttori hanno scelto questa strada, ma molti sì e non vanno certo biasimati. Non si può nemmeno negare che per parecchio tempo questa sia stata la strada privilegiata. Il mercato per oltre vent'anni ha premiato questa scelta, inutile negarlo, ma per quegli affascinanti misteri del mercato del vino, ad un certo punto ha iniziato a dubitare di tanta libertà. In questi ultimi anni, infatti, il mercato (spinto dai consumatori ricordiamocelo sempre) sembra molto più interessato a capire, ad approfondire, insomma appare molto meno superficiale.

E quando il mercato ha iniziato ad essere più "esigente" anche in termini di informazioni, di dettagli lo "stile del produttore" ha cominciato a registrare qualche crepa. È in questo contesto che emerge, ad esempio, il ruolo dei Master of wine, una tipologia di esperto che di fatto spende gran parte del proprio tempo di studio proprio a capire il legame tra vino e tutti gli elementi del terroir (dal vitigno ai suoli, dai microclimi alle esposizioni, dai sistemi di allevamento a quelli di vinificazione).

Anche i buyer, dagli importatori ai retailer, ristoratori, enotecari, sommelier riprendono a rispolverare il tema della tipicità, ovviamente evitando quasi sempre di evocare questo termine.

L'importanza dell'origine nel frattempo ha assunto un significato sicuramente più evoluto rispetto a trent'anni fa. Se nel passato, infatti, il concetto di tipicità era spesso ascritto a considerazioni un po' astratte legate alla tradizione o altre volte a riferimenti "normativi" (i disciplinari di produzione), oggi quando si parla di legame tra un vino e un suo terroir l'importanza che gli si riconosce è molto più rilevante e complessa.

A questo riguardo sfruttiamo un pensiero di Sandro Sangiorgi, a nostro parere non solo uno dei maggiori esperti di vino italiani ma anche un uomo dal pensiero libero. Un pensiero espresso da Sangiorgi nel libro "Il vino capovolto: la degustazione geosensoriale" scritto insieme a Jacky Rigaux: "Un vino è buono se, prima di tutto, restituisce, attraverso profumo, sapore e gusto, il suo luogo d'origine. Nonostante gli ultimi quarant'anni abbiano imposto la varietà dell'uva usata, è dall'antichità che il liquido odoroso deve la sua bellezza e la sua unicità a quello slancio della natura che il luogo di coltivazione della vite".

E noi che ci occupiamo più di mercati che di vino, rispetto all'amico Sandro, alla sua riflessione aggiungiamo che mai come oggi riuscire ad esprimere autenticamente l'origine ha un senso anche economico, di posizionamento, di riconoscibilità.

Certo probabilmente dovremmo a questo punto impegnarci a cambiare nome alla tipicità che si porta dietro ancora un senso astratto. Ma aldilà delle problematiche legate ad un nome rimane importante, a nostro parere, che l'origine abbia oggi ritrovato una posizione strategica nell'identità di un vino, nella comunicazione di questo straordinario prodotto.

Oggi abbiamo a disposizione molte informazioni in più per sfruttare l'origine nel racconto dei nostri vini, ma molte altre dovremo andarle a ricercare. Su questo fronte va dato un plauso a tutte quelle aziende che si stanno impegnando al fine di capire sempre di più il legame tra i loro vini e i rispettivi terroir produttivi. Spesso lo fanno con un investimento di tempo ed economico ingente, talvolta senza apparentemente avere un riconoscimento forte dalla critica enologica.

Ci rendiamo conto che ci vorrà ancora un po' di tempo affinché definitivamente finisca il tempo della superficialità enologica, delle suggestioni sopra i contenuti forti e veri.

Ma i segnali ormai sono sempre più forti e ancora una volta sono i consumatori a dettare le nuove regole.

Non ascoltarli questa volta sarebbe molto pericoloso, i tempi sono cambiati, non possiamo più da un lato affermare la necessità di essere “unici” e “peculiari” e poi non essere mai in grado di testimoniare con fatti concreti.

Il territorio è lo strumento più straordinario che possiamo utilizzare. Lui è a disposizione sta a noi decidere se utilizzarlo o meno.