

L'origine diventa sempre più comunicabile

scritto da Fabio Piccoli | 23 Maggio 2014



Nell'ultimo Symposium dei Master of wines svoltosi a Firenze nei giorni scorsi è emerso in maniera chiara che uno dei punti di forza della nostra enologia, forse il principale, risiede nella sua straordinaria diversità, eterogeneità. Siamo felici che questo sia emerso in un contesto così autorevole e, senza voler apparire presuntuosi, noi sommessamente lo dichiariamo da molto tempo, anche quando la maggioranza dichiarava un limite la nostra eccessiva polverizzazione produttiva.

Abbiamo, però, sempre riconosciuto che questa elevatissima diversità determinava un vero e proprio incubo sul versante della comunicazione.

Cosa raccontare? Come fare emergere al meglio i diversi terroir produttivi? Le diverse tipologie enologiche?

Un'ottima risposta ci è arrivata giovedì 22 maggio in un incontro realizzato dal Consorzio di tutela vini Soave nella suggestiva cornice di Villa Aldeghehi a Colognola ai Colli (Verona).

Il titolo dell'incontro era chiaro, preciso: "L'origine". Nell'origine, infatti, risiedono gran parte dei contenuti che vanno raccontati per rendere un vino, un territorio, un'azienda riconoscibile.

Ma cosa possiamo raccontare dell'origine per rendersi

riconoscibili? Ce lo ha spiegato in maniera straordinaria Diego Tomasi, del Cra-Vit di Conegliano, uno dei migliori ricercatori nel settore vitivinicolo che abbiamo in Italia.

La ricerca oggi, ha spiegato Tomasi con molta chiarezza, consente di conoscere in maniera dettagliata non solo i fattori del terroir (suolo, clima, vitigno, portainnesto, ecc.) che maggiormente influenzano la caratterizzazione di un vino, ma addirittura di averne una vera e propria gerarchia con percentuali precise di influenza. Non si tratta di una cosa di poco conto per chi si occupa di comunicazione perché ci consente di selezionare al meglio i fattori che ci rendono maggiormente riconoscibili e di riuscire così a spiegarne le ragioni: le cosiddette “pezze giustificative”.

E da queste ricerche, ha sottolineato Tomasi, emerge in maniera forte il ruolo del suolo (soprattutto per quanto concerne la gestione idrica) nella caratterizzazione dei vini. Poniamoci allora, da comunicatori, subito una domanda: quanto nei racconti, descrizioni dei nostri vigneti, dei nostri vini dedichiamo al tema “suolo”? Basta andare a leggere siti, brochure, schede vini per accorgersi che spesso liquidiamo il tema con una semplice aggettivazione (suolo calcareo, argilloso, da sedimenti alluvionali, vulcanici, ecc.). Invece, come ben ha spiegato Tomasi, da esso dovrebbe partire una specifica giustificazione della caratterizzazione di un vino. Straordinario a questo riguardo il confronto tra vini a base Garganega coltivata su suoli calcarei rispetto a quella su suoli vulcanici. Stesso vino, il Soave, aromi, strutture, profumi diversi.

E per chi pensava che la vocazione di un terroir sia un fattore immutabile Tomasi ha spento subito gli entusiasmi. “La vocazione vitivinicola di un terroir non è assolutamente un fattore stabile e se non vengono applicate le cure giuste si rischia, come successo in numerosi areali, di deturpare la memoria storica di un vigneto”.

Infine un importante riferimento alla problematica delle mutazioni climatiche attuali. “Le mutazioni climatiche ci stanno facendo capire la straordinaria

importanza dell'ambientamento della varietà in determinati, specifici areali. Le varietà, infatti, che meglio si sono ambientate in determinati terroir sono anche quelle che meglio resistono a queste preoccupanti variazioni climatiche".

Un altro importante messaggio per chi vuole comunicare al meglio le peculiarità dei nostri vini sui mercati mondiali.