

Ma perché è così difficile dire la verità sulla vendemmia?

scritto da Fabio Piccoli | 31 Agosto 2015



Il periodo vendemmiale è sempre interessante anche per capire le modalità di comunicazione del nostro comparto vitivinicolo. Se dovessimo misurare la “maturità” del nostro settore in relazione alla comunicazione che viene realizzata, a vari livelli (sia dalle imprese o da enti e associazioni) durante il periodo di vendemmia (prima, durante e dopo) dovremmo preoccuparci non poco.

Innanzitutto perdura la difficoltà di attenersi ai fatti, agli elementi tecnici (dati climatici, dati maturazione uve, acidità, grado zuccherino, ecc.) per limitarsi alle solite descrizioni teorico-pirotecniche (della serie “vendemmia del secolo”, “la vendemmia perfetta”) o, quando le cose vanno male, alla abusatissima frase: “nonostante le grandi

problematiche ambientali, grazie al nostro lavoro in vigna siamo riusciti ad ovviare.”.

Aldilà della verità o meno di certe affermazioni generiche, il risultato dal punto di vista comunicativo è il “nulla”.

Quest'anno si è aggiunta a quanto precedentemente evidenziato, anche una certa enfattizzazione, amplificata anche da numerosi media di settore, della cosiddetta inutilità delle previsioni vendemmiali. A quest'ultimo riguardo si tratta di un tema che, non si capisce per quale ragione, affiora periodicamente: per alcuni anni le previsioni sembrano tema fondamentale e strategico per poi in altri diventare inutile e deleterio. Anche quest'ultimo aspetto testimonia ulteriormente la difficoltà di maturazione del nostro settore che appare spesso in balia della superficialità, dei luoghi comuni, incapace di raccontarsi attraverso strumenti e contenuti seri, trasparenti, autorevoli.

Ma la comunicazione delle caratteristiche di una vendemmia è solo la punta di un iceberg, a nostro parere, di questa cronica ritrosia, talvolta potremmo addirittura parlare di vera e propria omertà del settore (in tutte le componenti della filiera, non solo di quella produttiva), di comunicare in maniera credibile, costante, approfondita provando a bandire il solito approccio superficiale e approssimativo.

Tra i tanti altri esempi che potremmo fare vi è anche quello dei dati economici del settore (fatturati aziende, prezzi uve, prezzi vini, ecc.) dove praticamente da sempre regna solo il “chiacchiericcio da corridoio”.

Senza parlare dell'assenza praticamente assoluta di commenti, ad esempio, alle scelte politico-economiche del nostro Ministero delle politiche agricole, o di un assessorato, di un consorzio o della stessa Unione Europea.

Avete, ad esempio, sentito commenti in queste settimane riguardo ai risultati dell'ultimo bando dell'ocm vino che ha visto penalizzate molte aziende italiane con decurtazioni drammatiche di budget senza ragioni chiare da parte dei

diversi assessorati italiani?

Quali sono le ragioni di tutto questo silenzio spesso assordante?

Lo abbiamo chiesto ad Emilio Pedron, amministrato delegato del gruppo Bertani Domains, che lo scorso anno, proprio dalle pagine del nostro magazine, annunciò la rinuncia di Bertani di produrre l'Amarone 2014 visto il pessimo andamento climatico della scorsa stagione.

"Sicuramente nel nostro modo di pensare si ritiene più necessario "salvare " le annate difficili che non premiare le annate buone. Manca, in generale, la cultura di raccontare la verità documentata.

Anche se, probabilmente, il principale motivo risiede nel fatto che racconta e comunica di più quella parte della filiera che guarda al mercato, che deve salvare il fatturato. I produttori sono, invece, poco inclini a comunicare e, purtroppo, sono stati convinti che il mercato vale più del prodotto e che è più difficile vendere che produrre. Non si può negare, inoltre, che talvolta si pensa, sbagliando a mio parere, sia opportuno negare qualche verità al consumatore.

Alla fine si ha la sensazione che tuttoggi, nonostante le tante belle parole spese questi anni, per la maggioranza degli addetti ai lavori "il vino si fa sempre in cantina", invece di sottolineare sempre il primato della vigna.

La sensazione, però, è che questa ritrosia al comunicare in maniera trasparente non riguarda solo i dati vendemmiali.

È vero, continuano ad essere troppe le informazioni che vengono omesse. Mi viene in mente, ad esempio, quanto sta avvenendo, anche in questi giorni, riguardo a risultati di analisi di alcuni vini che avrebbero evidenziato la presenza di vitigni non ammessi dai disciplinari. Invece di denunciare e cercare di fare pulizia all'interno delle nostre denominazioni si sta trovando il modo di delegittimare i metodi di analisi per farle passare come poco attendibili. E invece dovremmo proprio approfittare di queste situazioni "a rischio" per mettere finalmente il nostro settore al riparo di

pericolosissime perdite di immagine e credibilità. Ma questo lo si fa con la chiarezza, la trasparenza, non con le omissioni e depistaggi dai problemi veri.

Per queste ragioni anche i dati vendemmiali sono oggi ritenuti poco importanti e non è quindi essenziale comunicare il valore di una vendemmia se poi il percepito comune dice che il sole e il caldo donano qualità ad essa.”

E quale è la risposta del suo gruppo a questa problematica?

Per noi il tema della trasparenza e credibilità è al centro del nostro modo di pensare e operare. Per questa ragione stiamo dedicando tantissime risorse sia umane che economiche per essere quelli che noi definiamo “nuovi produttori pionieri” dei nostri territori per produrre vini autentici, veri, realizzati con trasparenza. Per questo, per noi, sono essenziali e “prioritari” vigneti che producano qualità e diano origine a vini con stili di tipicità impeccabile e riconducibile alle nostre vigne, ai nostri territori di produzione, ai vitigni che utilizziamo.

Per questo viviamo questo periodo pre vendemmia con ansia e notiamo di più assenza di comunicazione e disinteresse per uve stupende che promettono grandi vini in grado di compensare le deficienze qualitative della scorsa vendemmia e anche del 2013.

Noi siamo convinti che il settore sia pronto per un cambio di passo, difficile pensare che si possa continuare ad operare su un palcoscenico bellissimo e virtuoso ed avere dietro le quinte problemi e verità inquietanti.

Noi vogliamo dare, con umiltà e determinazione, il nostro contributo per questo cambiamento, anche se siamo coscienti che non sarà semplice. Ricordiamo ancora bene le critiche dello scorso anno per aver comunicato la nostra decisione di non produrre Il nostro Amarone Classico.