Semplificare la comunicazione del vino senza banalizzare

scritto da Francesco Piccoli | 10 Ottobre 2017



Il più recente editoriale di Matt Kramer su Wine Spectator riguarda i novizi del settore del vino. Sono sempre di più le pubblicazioni che si rivolgono a queste persone, cercando di aiutarle ad avvicinarsi a questo fantastico mondo, ma o falliscono o non centrano in pieno l'obiettivo.
Per quanto riguarda il vino, l'idea è che tutto debba essere semplice ma non semplicistico. Spesso molte, piccole informazioni essenziali vengono omesse dagli addetti ai lavori in nome della semplificazione. Bisognerebbe quindi trasmettere la conoscenza nella maniera più diretta possibile, senza però scadere nel banale.
Kramer propone alcuni esempi di questa conoscenza "semplice e diretta".
L'aggettivo "Riserva".
Spesso, i vini premium che riportano la dicitura "Riserva", e le sue declinazioni, non valgono il prezzo a cui sono proposti. Per chi si avventura per la prima volta nel mondo del vino, "Riserva" rischia di essere troppo tempo passato ad invecchiare per quanto il loro palato possa tollerare.

Nel dubbio, meglio un bicchiere più grande.
Ovviamente non si tratta di un qualcosa che è vero sempre però molte volte un vino dà il meglio di sé in un bicchiere grande. Però non per poterne bere una quantità maggiore ma per dargli

più spazio per respirare.

Mantenere il “sangue” freddo.
Troppi bianchi sono serviti troppo freddi mentre troppi rossi sono serviti troppo caldi. La questione è semplice: tutti i vini andrebbero serviti intorno ai 15° (eccezion fatta, forse, per le bollicine).

Comprare sempre il vino più economico di un produttore eccellente.
Non si può negare che il produttore conti tantissimo. Non esiste un sostituto per standard personali eccellenti per quanto riguarda la crescita delle uve e il processo di vinificazione. Ovviamente, questo tipo di produttori si concentra sul settore premium ma questo non significa che i loro vini più economici siano da disdegnare. Quindi, se ci si può permettere il vino più economico di un produttore eccellente, conviene comprarlo subito.

Mai aspettare un’occasione speciale. Forse è l’errore più grande commesso da ogni appassionato di vino. La realtà dei fatti è soltanto una: l’occasione speciale non arriverà mai. O gli ospiti non sono quelli giusti o il vino non è come ci si aspettava oppure non viene apprezzato come si sperava.
In questo caso, la regola è che siamo noi e i nostri vini a creare l’occasione perfetta, senza aspettare niente e nessuno.
Queste sono solo alcune “regole” che Kramer propone, nella speranza di rendere il mondo del vino più accessibile a tutti ma non per questo più banale.