Umile e competente sul mercato: lidentikit dellenologo del futuro

scritto da Fabio Piccoli | 3 Agosto 2017



Se Giacomo Tachis è passato alla storia come l'enologo del rinascimento qualitativo del vino italiano, Riccardo Cotarella, a nostro parere, lo sarà per essere stato l'enologo più influente, capace di coniugare la qualità produttiva ai fabbisogni del mercato.
E non sarà cosa da poco se, partendo proprio dalle sue stesse parole: 'c'è ancora molto da fare sul fronte della competenza sul mercato da parte dei nostri enologi. E oggi un tecnico non può progettare vini senza avere chiari anche gli obiettivi di posizionamento, il target a cui si rivolgono'.

Perché è così importante, a suo parere, questa conoscenza delle dinamiche dei mercati?

E’ molto semplice, se non partiamo da questa conoscenza rischiamo il fallimento. E per conoscenza non intendo solo i dati generali dei mercati, ma le attitudini al consumo, le preferenze dei consumatori nei diversi Paesi, nelle diverse età, fasce di reddito, eccetera, eccetera.

Una volta si pensava che al mercato ci dovevano pensare, appunto, gli ‘uomini di mercato’.
Questa suddivisione rigida dei ruoli e delle competenze non solo è anacronistica ma è anche pericolosa. E’ quella che ha determinato quella pericolosissima divisione tra la produzione e il mercato, come se questi fossero due elementi distinti. Non è così. Non si può partire con il pensiero ‘faccio un vino’, ma deve essere sempre un progetto vitienologico che mette insieme diversi elementi, compresi costi di produzione (fondamentali ovviamente) e i dati di mercato, di consumo e di posizionamento. E per fare tutto questo ci vuole umiltà.

Umiltà in che senso?
Nell’avere la consapevolezza dei propri limiti che vanno colmati. Nel capire che non si può pensare con arroganza ‘faccio un vino’ poi ci penseranno gli altri a venderlo. L’umiltà è quel sentimento che ti apre sempre al confronto, che non ti fa mai sentire arrivato, che ti fa porre sempre attenzione all’altro, ai suoi fabbisogni, aspettative. L’umiltà ti obbliga ad essere sempre aggiornato, ad essere costantemente curioso. Insomma l’enologo di oggi e del domani deve essere obbligatoriamente umile.

Lei spesso ricorda come l’Italia sia il Paese con il più vasto giacimento di biodiversità culturale e vitienologica. Come mai non riusciamo a sfruttare sempre una caratteristica così importante?
Innanzitutto confermo totalmente questa nostra straordinaria peculiarità che ci rende unici nel panorama produttivo internazionale. E non siamo diversi ‘solo’ sul fronte varietale ma anche su quello culturale. Provate ad immaginare se un produttore altoatesino ha il medesimo approccio alla

vigna di quello siciliano. Purtroppo, però, raramente riusciamo a sfruttare questa incredibile identità perché, nonostante tante belle parole spese soprattutto in questi ultimi due decenni, siamo ancora culturalmente legati ad un vecchio modello di oltre cinquant'anni fa. E mentre la Francia metteva paletti fondamentali sul fronte della qualità e dell'immagine noi accumulavamo ritardi e tuttoggi abbiamo ancora molti passi da fare. Per questo ritengo che il nostro grande problema non sia certo sul piano produttivo (abbiamo terroir quasi ovunque straordinari) ma sul piano culturale e 'morale'.

In che senso 'morale'?
Da noi vige la politica dell'io, dell'individualismo esasperato, delle 5.000 aziende tutte divise tra di loro, senza nessuna coesione, senza nessun gioco di squadra, senza nessun tema in cui trovare accordi e condivisione. E' il motivo, ad esempio, della nostra incapacità di trovare almeno sul fronte della promozione un filo comune, una regia condivisa. Ma è anche il motivo per cui facciamo fatica a presidiare meglio i nostri prezzi, posizionamenti anche all'interno delle denominazioni più importanti. Di fatto è questo che tuttoggi ci tiene ancora distanti da un Paese che conosco bene come la Francia. Un Paese dove, tra l'altro, mai nessuno si sognerebbe di parlare male di un collega. Da loro si parla sempre di Francia, di territorio di produzione, mentre noi continuiamo a parlare del nostro vino, della nostra azienda, del nostro nome.

Anche sul fronte delle organizzazioni professionali di settore, dei cosiddetti enti di rappresentanza, ci sembra che le divisioni continuino a perdurare.
Sono anch'esse lo specchio di questa nostra realtà culturale purtroppo e questo impedisce che anche sul fronte delle politiche di settore si riesca a trovare fondamentali coesioni, almeno in difesa di interessi comuni.

Non è un quadro incoraggiante quello che disegna dell'Italia

del vino di oggi, e quella del futuro?
Mi sembra di non essere pessimista, anzi, direi semplicemente realista. Ma se guardo alle nuove generazioni ho molta più fiducia anche perché sono abituate a muoversi molto di più di quelle che l'hanno preceduta nel mondo. Sono obbligati a capire il mondo, a confrontarsi con le diversità e ad essere consapevoli che da soli si fa poca strada. Per questo ritengo che saranno inevitabilmente obbligati a fare squadra, molto di più di quanto non lo siamo stati noi.

Passando ad un tema 'tecnico', tra le sfide più complesse che l'enologo di oggi e del futuro dovrà affrontare vi è quella delle mutazioni climatiche. Cosa vede dal suo osservatorio su questo fronte?
Io penso che dobbiamo trasformare quella che ormai non possiamo considerare un'emergenza ma molto probabilmente una realtà inevitabile, in una nuova straordinaria opportunità di trasformazione della nostra produzione. Non possiamo, pertanto, arrenderci al contenere i danni bensì a ribaltare in positivo una tale situazione. Prendete Israele, un Paese che combatte da secoli con l'assenza d'acqua. Eppure questo non gli ha impedito di progredire e oggi è forse la realtà più evoluta in termini di agricoltura e zootecnia. L'investimento in ricerca è stato alla base di questa rivoluzione culturale.

Ma in un Paese così eterogeneo come il nostro, cosa potremmo fare in estrema sintesi?
Innanzitutto proprio accettare le nostre diversità a partire che probabilmente in talune aree di pianura non sarà più possibile coltivare la vite. Realizzare bacini di pianura dove 'catturare' e conservare l'acqua piovana. Nuove concezioni di forme di allevamento e gestione della vite (in particolare gestione del verde della vite). Ricerca sulle varietà che meglio si adattano a queste mutazioni climatiche.