

Vini sardi: tra longevità terroir e il concetto di autoctono

scritto da Agnese Ceschi | 20 Novembre 2017



“Non dobbiamo mai dimenticare che siamo agricoltori, ma abbiamo bisogno di uscire dal guscio e comunicare bene i

nostri prodotti, all'estero come in Italia". Esordisce così, Massimo Ruggero, amministratore delegato di Siddùra, cantina gallurese, che si è recentemente fatta notare per i numerosi riconoscimenti internazionali, come quello attribuito al Tìros, blend di Sangiovese e Cabernet Sauvignon, entrato nella graduatoria della World Rankings of Wines & Spirits report. Con lui abbiamo parlato di comunicazione ed export del vino e di come affrontare le sfide di oggi e del concetto di autoctono.

Come è il percepito del vino sardo nel mondo?

L'esportazione è sembrata fino ad oggi qualcosa di grande, ma in realtà c'è posto per tutti. Esportare un vino significa esportare una terra e per farlo bisogna metterci emozione e credere nel potenziale del proprio territorio. La Sardegna per anni ha avuto molte possibilità ma non le ha sapute sfruttare. È vero che rispetto ad altre regioni abbiamo una produzione più ridotta e siamo poco presenti all'estero: ora è il momento per accelerare. C'è curiosità verso i nostri vini, verso il nostro popolo e la sua longevità.

Cosa significa?

Spesso usiamo questo concetto come volano della comunicazione. Noi sardi ne sappiamo qualcosa in fatto di qualità della vita e questo è certamente un riflesso dell'alimentazione e degli stili di vita. Il vino ha certamente un ruolo importante in tutto ciò: basti pensare che gli antichi bevevano Cannonau.

Recentemente il vostro vino Tìros è entrato nel pantheon riservato alle produzioni enologiche più apprezzate nel panorama mondiale, classificandosi all'84esimo posto nella speciale graduatoria della "World Rankings of Wines & Spirits report" 2017...

Tìros è il vino che ha messo in discussione il concetto di autoctono. Infatti è l'unico dei nostri vini ad essere stato creato con Sangiovese e Cabernet Sauvignon.

Perché? Perché credo che proprio qui risieda la forza di questa terra. La Sardegna sa allevare questi vitigni

internazionali e ne cambia l'espressione fino a farli diventare degli autoctoni.

Autoctono, infatti, è per me tutto quello che è allevato dalla terra. Chi ha stilato questa classifica ha capito nel profondo questo vino.

Qual è il valore aggiunto di oggi rispetto al passato?

Il valore aggiunto dell'agricoltura oggi è la tecnologia: va sperimentata e implementata. E' una delle sfide del momento.

Siddura è la prima azienda in Sardegna che utilizza il monitoraggio della Nefatim che noi chiamiamo "piante che parlano". Mi spiego meglio: abbiamo un sistema in vigna che, attraverso il controllo continuo del terreno attuato con l'ausilio di alcune sondine, collegate ad un sistema centrale di rilevazione, ci permette di comprendere le esigenze della pianta. In parole semplici: è la pianta che comunica il suo bisogno di acqua. Il "cervellone" capta il segnale e lo trasferisce all'agronomo che, in caso di necessità, mette in atto il sistema di irrigazione.

Che annata è stata questa per voi?

Parto dal presupposto che i vigneti, posizionati in una vallata circondata dai boschi, godono di un microclima ideale, con sbalzi termici ottimali.

Diciamo che, al netto del calo di resa che si è verificato in tutto il Paese, la vendemmia ha consegnato una bellissima annata. Rispetto a questo argomento ci tengo ad esprimere la mia idea che va contro il catastrofismo generale: le avversità, come quelle meteorologiche dell'ultimo anno, sono valori aggiunti perché solo dalla sfida nasce la qualità. Nell'enologia non ci sono formule chimiche: tutto è diverso ogni anno.

La sfida più grande per un produttore di vino oggi...

La sfida perenne è la possibilità di metterti in gioco ogni volta in modo diverso.

Il consumatore oggi cerca...

Il terroir. Vuole assaggiare il tuo vino di casa.

Strategie per l'export...

Secondo, anche se parliamo lingue diverse, abbiamo esigenze e gusti uguali. Cambiare le strategie in base al mercato che si vuole conquistare non è funzionale. A mio avviso, nel vendere il vino all'estero dobbiamo ricordare che siamo tutti mossi dalle stesse cose: le emozioni che ci suscita questa bevanda.

La critica enologica in che direzione sta andando?

I critici sono i consulenti del consumatore, danno una grossa mano nell'alzare il livello di conoscenza del prodotto. Mi rendo conto però che non sempre il consumatore ha bisogno di tecnicismi; spesso predilige lasciarsi andare alle sensazioni, alle emozioni e ai ricordi che un vino può suscitare. Da questo dipende l'apprezzamento finale. Le migliori degustazioni che faccio sono alla cieca. Succede più o meno questo: quando mi ritrovo con degli amici, appassionati, faccio assaggiare loro i vini che stiamo per introdurre sul mercato. E' una sorta di "prova del nove": superarla significa essere sulla buona strada.