

I. COLLABORIAMO PER L'EXPO

Seminario

VITE E VINO IN LOMBARDIA  
nel contesto europeo.  
I valori da tutelare e le sfide da affrontare

Sant'Angelo Lodigiano - Venerdì 3 dicembre 2010  
Castello *Morando Bolognini*

(Programma)

h 9.00 Registrazione dei partecipanti

h 9.30 Saluti di apertura  
Presidente del Museo prof. Tommaso Maggiore, Università degli Studi di Milano  
Preside Facoltà di Agraria prof. Marisa Porrini

INTRODUZIONE AGLI ARGOMENTI Presiede *Tommaso Maggiore, Presidente del Museo*

h 10.15 I modelli viti-enologici lombardi: punti di forza e di debolezza  
*Lucio Brancadoro, Leonardo Valenti, CIRIVE, Università degli studi - Milano*

h 10.45 Viticoltura ed enologia: impatti dell'innovazione  
*Attilio Scienza, Antonio Tirelli, CIRIVE Università degli studi - Milano*

h 11.15 Intervento di saluto ai partecipanti da parte dell'Assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia  
*Giulio De Capitani*

h 11.30 Discussione

h 12.00 Presentazione della Collana editoriale «Coltura & Cultura»  
*a cura di Roberto Miravalle, Master UNIMI-FEM in Gestione del sistema vitivinicolo*

h 12.20 INAUGURAZIONE DELLA SALA DEDICATA ALLA VITICOLTURA ED ENOLOGIA IN LOMBARDIA  
*a cura di Gaetano Forni, Centro studi e ricerche per la museologia delle scienze agrarie*

h 13.30 Buffet con degustazione di vini di Lombardia

h 14.00 TAVOLA ROTONDA: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSORZI DI TUTELA, Presiede  
*Oswaldo Failla, Direttore del Museo*  
*Con la partecipazione dei Consorzi di tutela delle Denominazioni di Origine e dei rappresentanti delle IGT:*  
*Oltrepò pavese, Valtellina, Valcalepio, San Colombano, Moscato di Scanzo, Garda Colli Mantovani, Lambrusco Mantovano, Capriano del Colle, Lugana, Valcamonica, Ronchi varesini, Terre lariane.*

Interverranno:

Pier Attilio Bianco – Direttore del CIRIVE, Università degli Studi – Milano

Carlo Alberto Panont – Direttore Riccagioia scpa

Claudio Introini – Presidente Fondazione Fojanini, Sondrio

h 16.00 CONCLUSIONI

*Attilio Scienza, CIRIVE, Università degli studi – Milano*

OSVALDO FAILLA\*

PRESENTIAMO LA VITIVINICOLTURA LOMBARDA ALL'EXPO

*(Relazione sullo svolgimento del seminario)*

In una sala affollata da oltre cento partecipanti qualificati, si è svolto ieri presso il Museo Lombardo di Storia dell'Agricoltura un seminario ricco di interventi dedicato ai Valori della Viticoltura e dell'Enologia di Lombardia. Ha aperto i lavori Tommaso Maggiore, presidente del Museo, sottolineando il ruolo che il Museo ha svolto fin dalla sua fondazione nella ricerca nel campo della storia dell'agricoltura e nella promozione dei suoi valori. Sono seguiti i saluti del vicesindaco di Sant'Angelo Lodigiano, Giuseppe Pisati, di Gaetano Boggini, consigliere della Fondazione Morando Bolognini presso il CRA, Centro per la Ricerca e la Sperimentazione in Agricoltura, e di Luigi Degano, Direttore della Fondazione. I tre interventi hanno riferito dello stato di avanzamento delle attività di ristrutturazione del Castello che ne consentiranno presto la riapertura al pubblico.

È iniziato quindi il seminario con tre interventi di docenti e ricercatori del CIRIVE, Centro Interdipartimentale per la ricerca e l'innovazione in Viticoltura ed Enologia dell'Università di Milano. Lucio Brancadoro e Leonardo Valenti, hanno fatto un quadro sui modelli viti-enologici di Lombardia. *La ricchezza degli assortimenti varietali e delle tipologie di vino prodotti, la variabilità degli ambienti pedo-climatici e dei paesaggi, il primato nella produzione di vini spumanti metodo classico, numerosissime eccellenze locali, hanno sottolineato, rappresentano punti di forza della filiera viti-enologica lombarda ineguagliabili da altre regioni italiane.* Attilio Scienza e Antonio Tirelli, hanno analizzato l'impatto dell'innovazione nella filiera viti-vinicola. *L'innovazione non è una somma di nuove tecnologie ma un nuovo approccio culturale, spesso accelerato da eventi, ambientali o economici, negativi solo in apparenza. L'innovazione nei vini è spesso trainata dall'evoluzione del gusto del consumatore. La tecnologia enologica è sempre più rispettosa della qualità della materia prima anche grazie alle conoscenze sempre più raffinate della composizione chimica dell'uva e del vino, dei processi microbiologici e chimici della vinificazione e dell'affinamento dei vini.*

È intervenuto quindi l'architetto Giulio De Capitani, assessore

\* Direttore del Museo - Docente Università di Milano

all'Agricoltura della Regione Lombardia. Ha ricordato l'impegno della direzione generale nell'applicare gli strumenti resi disponibili dall'Unione Europea per la organizzazione comune del mercato vitivinicolo. *La promozione dell'immagine e dell'importanza dell'agricoltura in generale e di quella lombarda in particolare deve però essere l'aspetto sul quale è necessario indirizzare il massimo sforzo, per la comunicazione interna ed esterna, anche in previsione dell'EXPO 2015. Il Museo Lombardo di Storia dell'Agricoltura merita di essere fortemente valorizzato in questa direzione.*

È seguita la lettura di un messaggio di Gaetano Forni, cofondatore del museo e direttore del Centro di Studi e Ricerche di Museologia Agraria. *L'uomo è essere simbolico. Il simbolo inciso nella psiche è il motore che guida e muove l'operare umano. Il Museo d'Agricoltura è il simbolo dell'agricoltura e come tale la traina, la spinge, la fa fiorire. Potenziare il Museo, renderlo grande, possente in tutte le dimensioni, a cominciare da quella storica è un compito innanzitutto di agricoltori, agronomi e amministratori colti e lungimiranti. La missione del Museo, in prospettiva dell'EXPO 2015, sarà anche quella di far cessare la paradossale demonizzazione della CO<sub>2</sub>, tenendo presente che la vita sul nostro Pianeta è incardinata sul ciclo del carbonio, di cui la CO<sub>2</sub> costituisce il fulcro di partenza e quindi il nutrimento base di tutti i viventi. Pertanto "nutrire il mondo" vuol dire fornire ai viventi il carbonio attraverso la CO<sub>2</sub>.*

Roberto Miravalle, agronomo e tutor del Master in Gestione del Sistema Vitivinicolo dell'Università di Milano ha presentato la collana editoria Coltura&Cultura di Bayer CropScience e ART Servizi Editoriali. *La collana ha la finalità di raccontare l'agricoltura vera, facendo emergere, agli occhi del consumatore e dei media, i valori distintivi delle principali filiere agroalimentari italiane.*

È stata quindi inaugurata la nuova sala del Museo, dedicata alla Viticoltura e Enologia in Lombardia, e impostata sulla base dell'idea editoriale della collana Coltura&Cultura cui il Museo ha partecipato nell'authorship di numerosi volumi.

Nel pomeriggio si è svolta una Tavola rotonda che ha coinvolto rappresentanti dei Consorzi e delle Associazioni di tutela dei Vini di Origine di Lombardia. Sono intervenuti Carlo Alberto Panont (Oltrepò pavese), Mamete Prevostini (Valtellina), Bonaventura Grumelli Pedrocca (Valcalepio), Federico Carezzi (San Colombano), Giacomo De Toma (Moscato di Scanzo), Luciano Bulgarelli (Vini Mantovani), Carlo Veronese (Lugana), Marco Chiappini (Valcamonica), Franco Berrini (Ronchi varesini) e Claudia Crippa (Terre Iariane).

Nell'introduzione alla Tavola Rotonda, Osvaldo Failla, direttore del Museo, ha posto agli intervenuti il quesito: *quali aspetti dei modelli viti-enologici riteniamo debbano essere tutelati, incentivati o profondamente innovati, per la sostenibilità economica ed ambientale delle nostre zone viticole?*

*La ricchezza varietale e delle tipologie di vino, la territorialità, le tipicità e le eccellenze locali, le alleanze tra i produttori e tra le zone di produzione, la cooperazione, le alleanze con la ristorazione locale e il turismo sostenibile, la formazione degli operatori sono state le parole chiave sulle quali c'è stata piena la condivisione.* Claudio Introini, presidente della Fondazione Fojanini di Sondrio ritiene che

*la splendida e impegnativa viticoltura della Valtellina dovrà ulteriormente qualificarsi come viticoltura eco-sostenibile e multifunzionale.* Carlo Alberto Panont è intervenuto nuovamente come direttore della Società Riccagioia descrivendo *il ruolo che il polo vitivinicolo regionale avrà nella formazione, nei servizi e nella ricerca.* Piero Attilio Bianco, direttore del CIRIVE, Centro Interdipartimentale per la ricerca e l'innovazione in Viticoltura ed Enologia dell'Università di Milano, ha presentato le competenze interdisciplinari del Centro e la missione *di riferimento per la ricerca scientifica e per l'alta formazione al servizio della viticoltura lombarda.*

Nella conclusione della giornata Attilio Scienza, docente di vitivinicoltura nell'Università di Milano, ha fortemente rilanciato il ruolo del Museo Lombardo di Storia dell'Agricoltura come testimonianza del lungo e faticoso percorso della nostra civiltà, fondamento del benessere di cui tutti oggi beneficiamo.

Per informazioni: [info.mulsa@gmail.com](mailto:info.mulsa@gmail.com), Osvaldo Failla: 333 1728767

## *Gli atti del seminario*

ATTILIO SCIENZA\*

### LA STORIA DELLA VITICOLTURA ITALIANA NEL CONTESTO EUROPEO TRA CRISI E SVILUPPO

#### *Il paradigma dello sviluppo: la cultura dell'innovazione*

È opinione comune che l'innovazione tecnologica, oltre ad essere un fenomeno fortemente localizzato, si configura come un processo essenzialmente urbano, legato alla grande opportunità di contatti che la città favorisce. Se le reti sociali sono troppo primitive o inefficaci, come quelle costituite da rapporti troppo stabili ed omogenei, frequenti in ambienti rurali, esse impediscono infatti alle persone che hanno idee, di funzionare come generatori di diversità. Non a caso un processo di innovazione si basa spesso proprio sulla sostituzione di vecchie regole. Fatte le debite proporzioni anche nel campo della produzione del vino, le città (e spesso i borghi o i porti nelle manifestazioni più arcaiche) hanno espresso le innovazioni di prodotto e di processo più importanti.

Marsiglia, Bordeaux, Venezia, Reims, Londra, Porto e tante altre ancora, identificano i luoghi dove sono nate le maggiori scoperte sia tecniche che commerciali che hanno segnato lo sviluppo della produzione e del consumo del vino in Europa.

Perché un'impresa o un gruppo di persone o un singolo viticoltore, nell'ambito della matrice stimolante di una città e del suo mercato, creano innovazione? Con una espressione moderna si potrebbe dire che lo fanno quando mostrano di avere la capacità di percepire le opportunità ed i pericoli dell'ambiente dove operano. In un'ottica economica, essi lo fanno quando sono in grado di adattarsi al loro mercato di riferimento, cogliendo, prima di altri, la psicologia del consumatore ed i suoi bisogni latenti. Ma queste affermazioni hanno un valore universale e soprattutto hanno avuto anche in passato lo stesso peso nello sviluppo della società occidentale ed in particolare in quello della produzione vinicola? L'origine dei vitigni rappresenta un elemento sintomatico di un modo di pensare di un determinato territorio: è quindi importante comprendere perché questo processo è avvenuto in una o in un'altra regione e quale significato può essergli attribuito.

\* *Università degli Studi, Milano*

La storia della viticoltura è una storia di consumi di vino: la coltivazione di un vitigno o l'uso di una tecnica di coltivazione scandiscono la cronologia degli eventi che hanno segnato l'introduzione, nella produzione dell'uva nel passato, di nuovi metodi capaci di migliorarne la produttività e la qualità (nuovi vitigni), la vinificazione (il torchio a complemento del palmento), il trasporto (le anfore impiegate al posto degli otri di pelle), la conservabilità e la trasportabilità (l'aggiunta della resina di pino e di terebinto e l'appassimento delle uve).

Tra i protagonisti vi è prima di tutto la genetica della vite: partendo dall'esame delle differenze, delle particolarità e delle concordanze dei patrimoni genetici delle varie popolazioni di vitigni, questo approccio ha permesso di formulare ipotesi significative, sebbene non esaustive, sulle ramificazioni principali dell'albero genealogico dei gruppi varietali a scala europea. Con questo metodo è stato possibile stabilire anche differenziazioni più fini, quali quelle relative ai rapporti tra viti selvatiche e viti coltivate. L'arrivo in Italia di coloni da aree orientali, i quali hanno portato nuove tecniche produttive e nuove varietà in zone nelle quali la coltivazione della vite era ancora legata all'utilizzo di viti paradomesticoidi o addirittura selvatiche, si configura come una vera e propria rivoluzione. Una rivoluzione che presenta caratteristiche iterative, comportando un lento ma continuo cambiamento nelle strutture produttive e poi in quelle sociali. Come indicano altre esperienze in campo agricolo, l'innovazione è dapprima veicolata da alcune élites che la estendono all'intera popolazione e poi la trasferiscono ad altri popoli. Nel caso del vino, l'innovazione introdotta dall'Oriente era rappresentata, circa 8.000 anni fa, dal vino stesso, dalle sue caratteristiche compositive e di conservabilità superiori a quelle locali, e dalla cultura che ne accompagnava l'uso.

I progressi nelle conoscenze della coltivazione della vite e della produzione del vino sono tradizionalmente attribuiti all'incontro della coltura orientale con quella occidentale: con l'apporto delle innovazioni che derivavano dall'introduzione di qualche vitigno particolarmente produttivo, o dalle tecniche di appassimento delle uve che miglioravano la durata del vino, o dalla tipologia dei contenitori, che, per la loro resistenza ai trasporti o per la facilità di fabbricazione, favorivano il commercio del vino.

Ma a molti sfugge quella che è stata la vera innovazione: la grande intuizione dei mercanti greci degli *emporion*, che avevano trasformato il vino, da semplice prodotto alimentare, a merce di scambio e avevano legato questa bevanda al culto di un dio protettore della viticoltura.

Questa interpretazione, che può apparire ideologica, è ampiamente giustificata dalla produzione e dall'uso di simboli del vino e della vite che hanno rivestito, e non solo in passato, una notevole importanza nella società europea.

Probabilmente proprio per il grande potere simbolico del vino, spesso usato dal potere politico e religioso per conservare posizioni di controllo e di dominio, l'apporto dell'innovazione in viticoltura si è limitato in passato ai piccoli progressi quotidiani che compivano i viticoltori per alleviare le fatiche del loro lavoro o per migliorare la produttività delle piante.

Ancor più ridotto era il peso dei cambiamenti nelle modalità di fare il vino, che talvolta ancora oggi sopravvivono in alcuni luoghi del Caucaso, del Portogallo o della Grecia. Inoltre i processi di produzione in passato sono stati fortemente condizionati nel loro sviluppo dalle dinamiche economiche del luogo dove si realizzava la viticoltura, soprattutto in relazione alle tipologie di consumo.

Nell'economia di sussistenza le viti erano coltivate ed il vino era prodotto nel quadro dell'autoconsumo, mentre nella viticoltura che destinava l'uva alla produzione di vino a scopo commerciale, le strutture produttive hanno nello spazio e nel tempo manifestato tendenze evolutive molto diverse.

Nel primo caso la coltivazione promiscua ha mantenuto i suoi connotati strutturali praticamente inalterati fino all'arrivo in Europa delle malattie americane, mentre la viticoltura specializzata di solito dislocata lungo le grandi direttrici di transito ed in prossimità dei porti, ha sempre goduto non solo degli effetti benefici del *border line*, confine tra quello che c'è e quello che deve essere innovato, ma anche dello stimolo indotto dai consumatori a creare nuovi prodotti, spesso attraverso nuove tecniche. In particolare lo sviluppo delle colonie prima in Sud America e successivamente in Africa meridionale ed Australia, così come il costo elevato dei trasporti, hanno stimolato la produzione di vini prima e di distillati poi, capaci non solo di sopportare i lunghi viaggi, ma di ridurre i volumi di vino trasportato, attraverso l'incremento del contenuto alcolico.

L'innovazione in ogni tempo ha investito nello sviluppo di varietà di vite, scegliendole tra quelle più adatte alla sovra maturazione (anche attraverso l'infavatura) e nelle tecniche enologiche che consentivano alti tenori di zucchero ed alcole nei vini e, con la diffusione della distillazione, l'alcole prodotto era usato soprattutto per alcolizzare mosti e vini.

Si può però affermare che in passato le invenzioni erano poco frequenti e si trasformavano con difficoltà in innovazioni che si diffondevano lentamente nel mercato.

La cosiddetta fase della "innovazione permanente" ha inizio per il settore soprattutto enologico, verso la fine del XVII secolo ed alla base di questo cambiamento si possono identificare tre fattori, la conoscenza, la concorrenza ed il capitale, che vengono applicati soprattutto nella produzione dei vini pregiati da invecchiamento e nei vini spumanti.

La conoscenza era rappresentata dagli sviluppi della chimica delle fermentazioni, dalla individuazione degli agenti delle stesse nei lieviti, nell'impiego della anidride solforosa come antisettico e conservante e nella produzione industriale di bottiglie e tappi di sughero.

*Quando l'innovazione è una rivoluzione.*

*Il sogno dei veneziani: produrre vini per l'eternità*

La concorrenza aveva radici antiche. Nel Medioevo era sorta tra i vini dolci, aromatici ed alcolici (Malvasia e Vinsanto) prodotti nel Mediterraneo orientale e commercializzati dai Veneziani ed in parte dai Genovesi (la Vernaccia ligure) sui mercati anglosassoni, ed i vini dolci ottenuti nella viticoltura atlantica

e tedesca per azione delle forme larvate della muffa nobile, anch'essi destinati ai ricchi mercati del nord Europa, ma fatti conoscere dai mercanti olandesi e guasconi ai quali era precluso l'ingresso nel Mediterraneo.

Il bisogno di innovazione, costituito dai vini dolci ed alcolici, capaci di sopportare i trasporti, si è, alla fine del XIV sec., posto drammaticamente, non solo per rendere più apprezzato e competitivo un bene come avviene ora, ma per far fronte ad eventi imprevisi che hanno costretto l'uomo a tradire la tradizione e quindi a dover scegliere qualcosa di diverso rispetto al passato.

Queste scelte consistevano non solo in tecniche enologiche capaci di dare longevità ai vini, ma anche nella selezione di varietà più precoci e più resistenti ai freddi, e spostando le zone viticole in areali più favorevoli.

Cosa era successo verso la metà del 1300? Il clima stava cambiando e l'Europa si apprestava ad attraversare un lungo periodo di avversità ambientali che l'avrebbero accompagnata fino al 1700, trasformando radicalmente la sua agricoltura, rimasta praticamente inalterata dalla fine dell'Impero Romano.

Al peggioramento della qualità dei vini, a causa delle difficoltà di maturazione, l'alto clero e la nobiltà europee risposero rivolgendosi ai dolci ed alcolici vini del Mediterraneo orientale, attraverso le intuizioni mercantili dei Veneziani che avevano occupato tutti i porti della Grecia e Turchia, durante il trasporto dei Crociati verso la Terrasanta, in occasione della IV Crociata.

Ma i Veneziani non si limitavano ad importare i vini a Venezia e successivamente dai loro fondachi inviarli nel Nord Europa, ma praticavano con i diversi vini dei tagli tra loro, per adattarli alle diverse tipologie di mercato e di prezzo.

Si chiamava "alla moda di Venezia" il taglio di vini provenienti da annate diverse, che non era praticato in nessuna parte dell'Europa e che aveva lo scopo di standardizzare un prodotto che per origine geografica e tecnica enologica era estremamente disforme.

La conquista di Creta da parte dei Turchi nel 1564 costringe i Veneziani a spostare la produzione della Malvasia in luoghi più sicuri, rappresentati dai territori posti sui due lati del grande fiordo adriatico. Tutti i vitigni capaci di produrre un vino dolce, alcolico ed aromatico, dopo un certo appassimento si chiameranno Malvasie: per la prima volta un vino riesce a dare il nome ad un vitigno. In passato erano i luoghi di coltivazione a farlo.

Ma l'innovazione non è rappresentata, come potrebbe apparire, dalla delocalizzazione della viticoltura, ma dal fenomeno dell'emulazione che, nel settore viticolo, sarà una costante che accompagnerà tutti i vini di successo.

Sulle sponde del Mediterraneo occidentale, rimasto escluso dal commercio veneziano, cominciano ad essere prodotti vini simili alle Malvasie e Vinsanto, ottenuti dalle più disparate varietà e con tecniche enologiche che sempre più si allontanavano dall'impiego di uve appassite al sole (infavatura da botrite, con mosto cotto, aggiunta di alcole, ecc.).

*Le innovazioni si diffondono quando diventano un fenomeno sociale: la rivoluzione delle bevande*

Da sempre le innovazioni di un prodotto si realizzano se vengono messi in

gioco tre fattori indispensabili: la conoscenza, la concorrenza, il capitale.

Il capitale è una condizione necessaria per chi produce ed acquista vini da invecchiamento, sia per sopportare i tempi di immobilizzo del vino nelle cantine, sia per acquistare le bottiglie ed i tappi prima di aver realizzato un profitto. È curiosa e poco nota la nascita industriale delle bottiglie. Nel 1615 un editto del re di Inghilterra proibì l'uso del legno per l'alimentazione dei forni ed in sostituzione si cominciò ad usare il carbone. La temperatura di fabbricazione aumentò notevolmente, consentendo così una migliore fusione della silice e la possibilità di produrre bottiglie con il vetro più spesso e quindi più resistenti. Gli addetti ai forni erano immigrati veneziani che avevano appreso l'arte vetraria a Murano. Il tappo di sughero, una necessità per la produzione degli Champagne, fu una scoperta catalana e venne diffuso dai pellegrini sulla via Francigena. Trovò il suo primo impiego nell'imbottigliamento della birra alla fine del 1600.

Che lo Champagne agli inizi del '700 fosse ancora una novità riservata ad un mercato elitario, lo dimostra un quadro di F. de Troy (*Pranzo con le ostriche*) del 1730, dove i commensali rivolgono lo sguardo sorpreso verso l'alto per seguire il tappo lanciato dalla bottiglia nelle mani del cameriere, con lo stupore della novità.

Con la cosiddetta "rivoluzione delle bevande" alla fine del XVII secolo, il consumo di vino e distillati, per la diffusione anche nella borghesia delle bevande non alcoliche di origine extraeuropea, quali caffè, the e cioccolato, subisce una profonda trasformazione che provoca la crisi di alcune zone viticole famose della Francia quale il Bordolese, a vantaggio di altre come Cahors, che produceva un vino molto colorato, preferito al famoso *claret*, sempre meno gradito al consumatore inglese. Analogamente si sviluppò una viticoltura in territori inadatti a produrre di vino di qualità, ma che invece si mostravano favorevoli per i vini da distillare (Cognac ed Armagnac), data anche la loro vicinanza ai porti atlantici di imbarco verso i Paesi del Nord. Ma la vera novità è rappresentata dalla creazione di nuovi vini quali lo Champagne ed il Porto. Le spinte che portano alla creazione di questi vini provengono in parte dai consumatori in cerca di novità, ma soprattutto dai commercianti che avevano problemi crescenti nel trasportare e conservare per lungo tempo indenni vini che erano destinati ad un mercato sempre più vasto. A partire dal XV sec. si tentarono esperimenti per allungare la conservazione dei vini: le botti grandi erano più adatte a contrastare i processi di acescenza delle botti piccole, molto favorevoli erano le aggiunte di vino cotto ed i vini prodotti per conto degli inglesi nella regione dello Jerez cominciarono ad essere conosciuti con il nome di *sherris-sack*. Questi vini presentavano una grande stabilità all'ossigeno ed all'acescenza per la presenza di alcuni lieviti, detti florigeni, che, sviluppandosi sulla superficie del vino nelle botti, ne impedivano i processi di alterazione ossidativa. Nella regione del Porto, complici anche le restrizioni doganali imposte dal governo francese nel 1700, gli inglesi svilupparono la produzione di vini capaci di essere trasportati e commercializzati in bottiglia con un buon tenore zuccherino, aggiungendo alcole al mosto in fermentazione. L'innovazione operata dalla bottiglia non si limita ad allungare la vita

del vino per favorirne il trasporto, ma introduce un nuovo aspetto nel suo commercio, rappresentato dalla sua possibilità di essere stoccato, consentendo così il controllo non solo dell'evoluzione del vino nel tempo, ma attraverso la gestione dell'offerta di evitare cali di prezzo dovuti alla necessità di dover vendere il vino per le sue precarie condizioni di stabilità e durata. Ancora una volta all'innovazione di prodotto e di processo si accompagna la disponibilità di risorse economiche che consentono a questi vini di diventare simboli di ricchezza e di distinzione e quindi di essere consumati dalle classi più abbienti. È curioso come la bottiglia diviene subito uno *status symbol* e non solo perché è un comodo contenitore. A Venezia circa cento anni prima, con lo sviluppo dell'arte vetraria a Murano, si producono non solo le bottiglie da vino di vetro pesante, ma una serie di accessori per servirlo, di vetro limpido e di grande finezza stilistica, che consentivano per la prima volta al consumatore, abituato ai contenitori di peltro, argento o stagno, di vedere in trasparenza il colore del vino che stava bevendo. Questa innovazione, che appare oggi quasi ridicola, è testimoniata ad esempio nel quadro del Veronese del 1563, *Le nozze di Cana*, o nella rappresentazione del Tintoretto, dove il vino viene servito da caraffe trasparenti definite "alla moda di Venezia", di magnifica fattura. Da quel giorno i vini serviti alla tavole importanti dovevano essere limpidi e quindi prodotti con tecniche enologiche più raffinate che in passato.

*La democratizzazione del vino nell'Europa del XVII sec.:  
la produzione ed il commercio dei vini fortificati*

Forse pochi sanno che Venezia perse il mercato dei vini dolci sui mercati dell'Europa settentrionale, ad un passo dalla creazione dei "grandi vini" con il taglio delle partite provenienti da località molto diverse, perché sottovalutò, alle soglie della "rivoluzione delle bevande", il ruolo che avrebbe avuto lo "spirito di vino", l'alcole prodotto dalla distillazione del vino, nella creazione dei vini fortificati e dei mosti *mutizzati*, che avevano un prezzo molto più conveniente di quelli importati dal Mediterraneo.

Venezia fa inoltre un altro errore perché reagisce ai vini prodotti con l'alcolizzazione, in particolare il Porto, che si avvale per la produzione e commercio di capitali inglesi, imitando un prodotto allora di moda sul mercato francese, l'assenzio, con la produzione del vermouth. Paradossalmente questo cambiamento nella tipologia di una bevanda, la Malvasia, che si era identificata con il commercio veneziano, si rivela un'innovazione controproducente, in quanto il consumatore la percepisce come un sinonimo di contraffazione del vino.

Il mercato dei vini fortificati per circa cento anni rimane saldamente nelle mani degli olandesi per merito della loro grande potenza marittima, ma, alle soglie della rivoluzione delle bevande, devono cederlo agli inglesi, a causa della politica protezionistica con la quale questi ultimi rimpiazzano i vini francesi (come ad es. i moscati alcolizzati del Midi) con i vini spagnoli e portoghesi. Anche loro praticano la mescolanza di prodotti alcolici di varia natura come regola fondamentale del loro operare. Ma il rischio di essere additati come dei sofisticatori viene sventato da due grandi innovazioni: una rappresentata dalle

scoperte della chimica e della microbiologia, che consentono di produrre vini molto gradevoli e senza difetti, l'altra soprattutto dall'evoluzione del gusto del consumatore, che si sta spostando dai vini claret del bordolese verso altre bevande, dagli aromi molto diversi rispetto a quelli che venivano offerti dai vini e quindi ben disposto a provare nuove sensazioni.

Ma la vera innovazione è rappresentata dal ruolo che ha esercitato la nascente borghesia alle soglie dell'800 nella valutazione ed apprezzamento dei vini, creando così la prima classificazione gerarchica della qualità e ponendo le basi per la distinzione dei territori viticoli (i *terroir*) in base alle caratteristiche organolettiche dei vini che producono. Tutta la normativa, prima portoghese (il Porto è la prima denominazione d'origine) e poi francese ed italiana, della protezione e valorizzazione delle Denominazioni d'Origine, si basa su questo nuovo atteggiamento del consumatore.

Alle prese con il mercato inglese in crisi e per contro sollecitata dalla richiesta di vini di qualità da parte del nuovo consumatore interno, la viticoltura bordolese abbandona la produzione dei claret, prodotti soprattutto nelle zone meno vocate dei *palus* e, per merito dei proprietari degli *Chateau* più importanti, inizia, attraverso la scelta dei siti più vocati, con l'uso esclusivo di pochi vitigni qualitativi, basse produzioni per ceppo e l'impiego delle *barrique* nuove, un nuovo ciclo di produzione di vini di alta qualità, capaci di sopportare i trasporti, ma soprattutto di invecchiare bene come i vini alcolizzati. A sostegno di annate poco favorevoli, era molto diffuso il taglio con i vini alcolici del Rodano, della Spagna mediterranea e della Rjoia. Il ritorno alla tradizione del vino naturale senza aggiunte di alcole, chiamato *New French Claret*, pur rappresentando un'innovazione nel panorama dei vini europei tra il 1700 ed il 1800, non ha però vita facile in quanto gli inglesi, padroni del commercio del vino fortificato, non sono disposti a perdere quote di mercato e solo sul finire del XVIII secolo i cosiddetti *Grands Vins de Bordeaux*, con l'alleanza di alcuni mediatori inglesi, ritornano sul mercato d'oltremania. Curiosamente una mano indirettamente viene data ai vini di Bordeaux, sul mercato inglese, dallo sviluppo di un nuovo vino, lo Champagne, non tanto perché questo vino, molto quotato, può aiutare l'immagine complessiva della Francia, ma perché può essere venduto solo in bottiglia e non può essere prodotto al di fuori della zona originaria. Questo costringe i commercianti inglesi, che praticavano ancora il taglio con vini di diverse origini ed aggiungevano anche aromi e spezie, per produrre quelli che si chiamavano vini "all'inglese", a rivolgersi alla Francia per acquistare lo Champagne (lo *Sparkling Wine d'Ay*, come era chiamato quando arrivò per la prima volta in Inghilterra), senza poterne modificare la composizione. È il passaggio cruciale, dal vino venduto in *barrique* a quello venduto in bottiglia, dove finalmente l'etichetta garantisce l'origine e mette in gioco l'onorabilità del produttore, costringendolo a produrre vini di qualità senza l'aggiunta di alcole. Gli inglesi capiscono che un periodo della loro storia commerciale era terminato e sposano subito con entusiasmo la vendita di vini di Bordeaux in bottiglia, con una grande campagna pubblicitaria sui giornali, che puntava per la prima volta sul nome dello *Chateau*, sotto il

nome del *cru*: la grande innovazione che ancora oggi è alla base dei vini di territorio che identificano nel *terroir*, lo *Chateau* ed il *Grand Vin*.

Che l'innovazione sia indipendente dai territori dove si sviluppa, ma che invece sia frutto di conoscenza e di capitale, lo dimostra il fatto che il primo Champagne nasce a Londra, alla fine del 1600, sull'onda dei cosiddetti vini alla maniera inglese. Il vino, proveniente dai vigneti attorno a Parigi, arrivava in Inghilterra in fusti e veniva imbottigliato con diversi ingredienti, come le spezie (cannella, chiodi di garofano), e soprattutto con lo zucchero di canna, per attenuarne l'elevata acidità. In bottiglia avveniva la seconda fermentazione ed il vino si presentava frizzante. Fu questa la prima applicazione concreta dell'utilizzo delle bottiglie di vetro pesante (brevettate nel 1662) e del tappo di sughero. Nella Champagne il loro impiego iniziò circa 40 anni dopo. La leggenda di Dom Perignon, frate benedettino di Hautvilliers, servì ai francesi per riportare il mito di questo vino nel loro Paese. Fra il 1810 ed il 1816 un dipendente di origine tedesca, il de Mueller, della Clicquot-Ponsardin, mise a punto il processo di pulizia del vino in bottiglia prima della sboccatura, ideando il procedimento della decantazione mettendo le bottiglie, da una posizione orizzontale come era la norma per la conservazione, in verticale. Un movimento di 90 gradi che rappresentò una rivoluzione nella produzione di questo vino.

#### *La crisi della viticoltura dell'800 e la nascita della viticoltura moderna*

Il XIX secolo è caratterizzato da due eventi che erano destinati a trasformare profondamente l'economia vitivinicola dell'Europa: la diffusione delle malattie cosiddette "americane" (fillossera, oidio, peronospora) e l'espansione della viticoltura nel Nuovo Mondo, Australia e California in particolare. La diffusione della fillossera in Europa ebbe quattro effetti principali: la *riduzione* della superficie coltivata a vite e della produzione di vino, la quale modificò la struttura fondiaria della viticoltura, provocando la *scomparsa dei piccoli produttori*, che, in assenza di capitali, non potevano rinnovare i vigneti e, scegliendo la via dell'emigrazione, favorirono così lo sviluppo di grandi aziende, l'*aumento delle frodi* e delle sofisticazioni chimiche del vino (arricchimento con zucchero, con uva passa e con coloranti ed aromi) a causa della ridotta offerta di vino sul mercato ed infine una *delocalizzazione* ed una espansione della viticoltura in zone come la Campania, la Calabria, l'Algeria, la Rjoia, dove la fillossera, per le caratteristiche dei suoli, arrivò più tardi e si diffuse più lentamente.

La nascita della viticoltura moderna con l'utilizzo del portinnesto nei nuovi impianti, con la scelta di varietà adatte a produrre vini di qualità e non solo per l'autoconsumo e la disposizione regolare dei filari per consentire la lotta antiparassitaria, richiedeva un investimento di capitali che i viticoltori, stremati dalle distruzioni operate dall'afide, non avevano. Inoltre l'ingresso dei mediatori e dei commercianti nel mondo della produzione aveva separato l'attività viticola da quella enologica, che prima si identificava nelle piccole aziende coltivatrici. La coltivazione della vite che era presente in molte aziende agricole europee, sebbene spesso in forma promiscua, diviene specializzata, ma soprattutto si concentra in quelle zone dove nei secoli precedenti i vini

avevano assunto una certa fama (Bordeaux, Porto, Champagne, Madera, ecc.).

L'innovazione rappresentata dalla vite innestata venne accolta con molta circospezione dalla viticoltura europea. Basti ricordare le battaglie appassionanti condotte in Francia ed in Italia sull'innesto e sulle sue conseguenze sulla qualità dei vini, tra la fine del 1800 e gli inizi del 1900. Le basi della ricostruzione postfillosserica vennero scosse dalle teorie del Daniel, antiamericanista di ispirazione lamarckiana, sulle capacità funzionali tra innesto e marza e del Gautier, sulla coalescenza dei plasmi, sulle possibilità cioè che con l'innesto le caratteristiche dei due bionti si mescolassero, perdendo l'autonomia dei loro caratteri. I numerosi aneddoti relativi alle prove condotte per dimostrare l'una o l'altra teoria danno la misura della durezza della contrapposizione.

Questa disputa dimostra come il peso della tradizione culturale può rappresentare un formidabile ostacolo alla propensione di innovare.

È certo che l'innovazione come quella operata con l'introduzione del portinnesto e con la coltivazione degli ibridi produttori diretti possa essere stata considerata uno sconvolgimento rispetto alle consuetudini del passato, specialmente per una coltura come la viticoltura, o in quelle società come quelle rurali, dove la tradizione ha un peso rilevante. La capacità di emanciparsi dal peso della tradizione è intimamente legato all'orientamento che quella società ha nei confronti del rischio, ricordando che l'agricoltore non può permettersi il lusso di farsi carico dell'eventualità di un fallimento, che spesso è insito nell'innovazione genetica.

Con la ricostruzione della viticoltura europea, nasce un fenomeno nuovo, rappresentato dallo sviluppo della viticoltura nelle regioni meridionali per la produzione di vini di bassa qualità da destinare ai consumi urbani, favorito dalla creazione, nella seconda metà dell'800, di ferrovie che collegavano le città del nord con le zone viticole del sud.

L'Europa deve fare i conti per la prima volta dopo l'editto di Domiziano (92 d.C.) delle conseguenze sociali, oltre che economiche, delle crisi periodiche di sovrapproduzione e di crollo dei prezzi, dovute in parte all'alea climatica ed in parte ai tempi lunghi che intercorrevano tra l'impianto dei vigneti, favorito dalla domanda di vino e dai conseguenti prezzi alti, ed il momento nel quale questi vigneti andavano tutti assieme in produzione, determinando un eccesso di offerta.

Si ricorda la terribile crisi del 1900 in Francia che, provocata da un aumento di produzione del 40 % rispetto all'anno precedente, innescò la rivolta dei *vignerons* del sud. Alle crisi per eccesso di offerta e bassa domanda contribuì la crescente espansione della viticoltura nei paesi del Nuovo Mondo, favorita dalle potenze europee nelle colonie, soprattutto dall'Inghilterra, che non produceva vino in patria e che quindi aveva tutto l'interesse di importarne a prezzo più basso di quello prodotto in Europa.

Nel XIX secolo le innovazioni più importanti sono nel settore enologico. Lo sviluppo della chimica, della microbiologia, e della meccanica, soprattutto per merito della ricerca francese della I e della II Repubblica, con Lavoisier, Chaptal e Pasteur, consente un notevole miglioramento della qualità dei vini, prodotti finalmente senza essere afflitti da quelle malattie batteriche (ace-scenza, girato, filante ecc.) che avevano notevolmente ridotto la possibilità

di circolazione dei vini non alcolizzati sui mercati europei, consentendo così, attraverso lo stoccaggio, di gestire meglio l'offerta in annate molto favorevoli alla produzione.

*Dalla bottiglia di Appert al microscopio di Pasteur*

La scoperta della bottiglia dove far rifermentare lo Champagne ed il tappo a tenuta, consentono ad Appert, un pasticcere parigino, di "inventare", in piena Rivoluzione francese, quella pratica che sarebbe stata chiamata l'appertizzazione, consistente nel mettere le bottiglie con il cibo che si voleva conservare, ermeticamente chiuse, in acqua bollente. Da questa invenzione nel 1810 viene introdotto l'uso delle scatole di acciaio stagnato, il cui successo fu testimoniato dal largo impiego che in ogni guerra venne fatto, per conservare la carne per i soldati. Quello di Appert fu un classico esempio di metodo cosiddetto per "tentativi ed errori", dove la sperimentazione era condotta alla cieca, facendo interagire numerosi fattori. Dopo circa 100 anni, da Pasteur arriva la spiegazione scientifica, con la scoperta del ruolo che hanno batteri e lieviti nella fermentazione e nel deterioramento dei cibi. Da questo insieme di dati sperimentali venne ampliato lo spazio dell'innovazione, allargandolo ad altri prodotti alimentari da conservare, alla ricerca di nuovi materiali e tipi di contenitori, ai gradienti termici del processo, alla ricerca di ortaggi più adatti alla conservazione o di prodotti chimici per favorirne la stabilizzazione. Anche nello sviluppo della viticoltura, vicino alle osservazioni ed applicazioni empiriche dei viticoltori, si sono spesso inseriti i meccanismi scientifici dell'innovazione che hanno stimolato a cascata una serie di progressi rappresentati dalla creazione di nuove varietà, dalla selezione dei lieviti, dalla produzione di nuove macchine enologiche, ecc.

L'esempio di Appert è paradigmatico di molte invenzioni fondamentali che hanno caratterizzato il 1800, che, essendo però il risultato dell'abilità pratica di viticoltori o artigiani, non consentivano all'innovazione di uscire da ambiti molto limitati e di farla quindi interagire con tutte le branche del sapere per creare un meccanismo a cascata di sviluppo in aree produttive confinanti.

Le cose cambiano sostanzialmente nella seconda metà dell'800 con quella che viene chiamata la seconda rivoluzione industriale. Non si può certo ignorare a questo proposito l'impellente necessità di trovare dei rimedi alle calamità di diversa natura che si abbattono sull'agricoltura europea in quel periodo e che ebbero un forte impatto sull'economia e sulla vita rurale di molte regioni agricole, letteralmente spopolate dall'emigrazione verso le Americhe. Oltre alle più note malattie della vite, si aggiunsero la pebrina del baco da seta e la cocciniglia bianca del gelso, che misero in ginocchio l'importante settore sericolo e la diffusione del carbonchio ematico, solo per citare le più importanti. La risposta dei Governi europei fu corale e importante sul piano delle decisioni istituzionali (creazione delle prime scuole di agricoltura e sviluppo di centri di ricerca agricola) e sugli incentivi all'industria chimica, che in quegli anni muoveva i primi passi (di quel periodo l'invenzione dell'aspirina da parte di Hoffmann) e che si mobilitò subito con la produzione dei concimi minerali. In quel periodo fu messo a punto il metodo dell'insilamento dei

foraggi e fu “inventato” l’aratro metallico, capace di rigirare la fetta di suolo e di contribuire così a migliorarne la fertilità.

*L’innovazione genetica:*

*un’opportunità di sviluppo della viticoltura che spesso è ignorata*

L’incrocio artificiale nelle piante prima di Mendel (1866) era usato come strumento per lo studio dell’origine della specie, il grande problema che assillava la mente dell’uomo di allora e non per produrre nuove piante di interesse agricolo. Qualche anno prima Darwin (1845) aveva individuato l’origine delle varietà (chiamate razze domestiche) nella selezione di varianti genetiche con caratteristiche utili, in individui a riproduzione sessuata. La Chiesa e la società civile del tempo furono fieri avversari di Darwin perché vedevano nelle sue teorie una carica eversiva che rischiava di travolgere la visione creazionistica dell’Antico Testamento. Malgrado Darwin avesse negato le implicazioni etiche della sua teoria, questa divenne un tema di moda tra la fine dell’800 e gli inizi del ’900, da un lato per rinforzare le basi intellettuali ai liberisti americani per contrastare il tentativo dello Stato di interferire con le leggi sul mercato, mentre da parte dei teorici del socialismo scientifico (Marx ed Engel) il darwinismo venne fortemente avversato perché incapace di essere applicato nei processi di evoluzione sociale.

Questa scelta fu fatale per lo sviluppo dell’agricoltura sovietica in quanto venne affidata da Stalin alle teorie di uno pseudo-scienziato, Lysenko, che la condusse al fallimento. In questo clima culturale si è sviluppata, con la comparsa delle malattie americane in Europa, la genetica delle resistenze nella vite. Con l’arrivo della fillossera numerosi ricercatori, soprattutto francesi e tedeschi (chiamati americanisti), cercarono di coniugare la resistenza all’afide ed alle altre malattie parassitarie, presenti nella variabilità del germoplasma americano, con la buona qualità del vino della vite europea, nella speranza di trovare la cosiddetta vite ideale negli ibridi produttori diretti.

Questa innovazione genetica venne accolta con un certo entusiasmo da viticoltori e vivaisti, mentre trovò una tenace opposizione da parte di alcuni ricercatori, soprattutto sulle capacità funzionali tra innesto e marza e sul ruolo inquinante del portinnesto nelle caratteristiche qualitative dell’uva.

Molti ibridatori, con l’obiettivo di diluire nelle progenie il carattere aromatico poco gradito ai consumatori, portato dalle specie americane, ma per non perdere nel contempo una sufficiente tolleranza alle malattie, utilizzando la tecnica dell’incrocio ricorrente, hanno creato generazioni successive di ibridi, chiamati ora, con una risoluzione dell’OIV (Organisation Internationale du Vin) “resistenti”, che presentano almeno negli ambienti settentrionali dove sono stati creati delle interessanti caratteristiche qualitative molto vicine a quelle dei vitigni europei. L’atteggiamento del mondo della produzione e dell’Accademia fu fin dall’inizio non univoco e sull’opportunità di diffonderli nella viticoltura europea si confrontarono due posizioni estremiste, delle quali quella che paventava il pericolo degli ibridi ebbe la meglio in Italia anche per l’avvento delle leggi razziali del fascismo e per una campagna salutistica che attribuiva al vino prodotto dagli ibridi, danni gravi alla salute umana, per il

presunto contenuto di metanolo. Ancora una volta il problema risiedeva nella difficoltà di spiegare la scienza in modo adeguato.

Il fatto che ufficialmente la scienza venga considerata in modo negativo e criminalistico rende assai difficile spiegarne il valore. Non estranei sono i mezzi di comunicazione che spesso disinformano più che informare, ad esempio quando, in forma clamorosa, omologano le piante transgeniche ai frequenti rischi alimentari, al monopolio delle multinazionali, alla perdita di biodiversità, con toni catastrofici e scandalistici.

La mistificazione, frutto spesso dell'ignoranza di chi scrive su argomenti non facili, porta a falsi allarmismi e ci riporta indietro di 150 anni quando gli avversari dell'innesto affermavano che il sangue delle viti americane resistenti alla fillossera contaminava la qualità del vino europeo, ma i sostenitori di questa posizione avevano la scusa dell'ignoranza, in quanto le leggi di Mendel, scoperte a partire dal 1860, furono riscoperte ed applicate solo 40 anni dopo!

È questo un problema antico, se Lamarck disse a proposito della difficoltà che incontrava a far capire le sue idee: «Non è sufficiente scoprire e dimostrare una verità utile... ma è necessario anche essere in grado di propagarla e di farla conoscere».

È quindi facilmente immaginabile il comportamento della filiera vitivinicola nei confronti delle viti transgeniche, condannate prima che possano veder la luce e senza che possano aver dimostrato la loro innocuità. La vite transgenica (o meglio cisgenica) può essere considerata "la versione moderna degli ibridi antichi"? Benché esista una analogia negli obiettivi, la resistenza negli ibridi del passato, portata dai geni delle viti americane era accompagnata dalla deriva genica che trascinava con sé anche geni portatori di caratteri indesiderabili, responsabili dei sapori sgradevoli del vino. Poiché il trasferimento interessa una regione limitata del DNA, il genoma delle varietà europee così ottenute è molto più integro di quello che deriva dall'ibridazione.

Per migliorare il grado di accettazione della scienza da parte dell'opinione pubblica, soprattutto su temi delicati come quello delle viti cisgeniche, è necessario partire dal principio di precauzione che impone una verifica rigorosa dell'impatto del cisgenico sulla salute e sull'ambiente, attraverso la sintesi di nuove proteine.

La prima distinzione è tra i rischi connessi all'uso delle varietà di uva da tavola e da vino e dei portinnesti per la salute, considerando però anche l'aspetto positivo dell'abolizione dei trattamenti antiparassitari e quindi dei residui sull'uva e nell'ambiente.

I rischi per l'ambiente sono a più livelli: nulli quelli di transgeni nelle specie selvatiche, in quanto la vite viene moltiplicata per via agamica ed inoltre il polline di vite copre distanze minime quando viene rilasciato dal fiore e quindi è praticamente impossibile che raggiunga i siti dove sono presenti viti selvatiche, mentre sono controllabili quelli derivanti dalla riduzione della variabilità genetica europea.

L'innovazione determinata dalla comparsa delle prime viti transgeniche nella viticoltura mondiale avrà sul produttore e consumatore gli stessi effetti che 150 anni fa ebbe, con l'arrivo della fillossera, l'innesto? Abbiamo nei prossimi anni l'opportunità di riflettere su questa vera rivoluzione culturale

senza pregiudizi, per trovare una risposta convincente a tutti i dubbi che ci poniamo.

*La lotta ai privilegi ed alle frodi attraverso le Denominazioni d'Origine dei vini*

La diffusione del vino nella società europea soprattutto delle grandi città, pose alcuni problemi quali l'uso di additivi chimici usati per mascherarne il sapore e la grande incertezza a determinare l'origine dei vini, specialmente quelli più famosi, in quanto era invalsa la consuetudine di dare ai vini con determinate caratteristiche organolettiche il nome delle regioni dove in passato questi erano stati prodotti per la prima volta.

In particolare il fenomeno era molto diffuso per gli Champagne prodotti in Germania o per gli Sherry ed i Porto prodotti in Australia. Curiosa è a questo proposito la posizione di Marx nel 3° volume del *Capitale*, dove per i vini pregiati è il monopolio (legato alla rarità del prodotto ed alla sua origine geografica) che crea la rendita e spesso una demarcazione giuridica di un territorio, consentendo così ai produttori all'interno della zona di gestire, controllando l'offerta, il prezzo del vino.

Anche se fu il Porto il primo territorio ad essere delimitato e protetto nel 1675, furono i francesi gli antesignani della messa a punto del sistema protezione e controllo della qualità e dell'origine. La novità non risiedeva però nel delimitare una zona più vocata ma nel distinguere tra una qualità innata, legata cioè alle caratteristiche del *terroir*, ed una qualità acquisita, che era invece il risultato delle tecniche utilizzate nella trasformazione dell'uva in vino.

Questa distinzione, che appare quasi accademica e che non è ancora presente nella nostra legislazione, ha consentito di applicare, alla fase di produzione e di trasformazione, diverse normative di difesa.

Per difendere la qualità innata per esempio la normativa impone alcune caratteristiche che deve avere il vigneto (densità di impianto, vitigni, tecniche colturali, produzione ad ettaro, ecc.), mentre la qualità acquisita viene protetta da leggi contro la sofisticazione (aggiunta di acqua, controllo dell'estratto e di alcuni parametri come l'acido acetico, ecc.).

La prima denominazione a tutela dell'autenticità fu quella dello Chablis, istituita nel 1901.

In Germania il problema centrale era invece quello dell'aggiunta di zucchero al vino e quindi la classificazione non si basava sui luoghi di produzione, ma sulla qualità organolettica (diversi livelli di zucchero) del prodotto finito.

La prima legge in proposito fu istituita nel 1879.

*Tecnologia, comunicazione e moda*

A partire dagli anni che seguirono la seconda guerra mondiale, in particolare dagli anni '60, la viticoltura e l'enologia sono state attraversate da una innumerevole serie di innovazioni, sia a livello di processo che di prodotto, aventi lo scopo di ridurre i costi di produzione e di normalizzare la qualità dei vini per renderli adatti ad un mercato di massa.

Questi cambiamenti sono stati il risultato congiunto della ricerca, della formazione e dell'industria. In nessun settore agro-alimentare l'innovazione ha avuto un ruolo così importante nel miglioramento della qualità e dell'efficienza produttiva. Si ricordano, solo per dovere di cronaca, alcune di queste innovazioni che oggi appaiono scontate, ma che hanno determinato una profonda trasformazione nelle caratteristiche organolettiche dei vini.

Come nel XVII sec., anche verso la metà del '900 si impone la tecnologia tedesca.

A loro va attribuito lo sviluppo di presse orizzontali, prima meccaniche e poi pneumatiche, l'applicazione del controllo termico nelle fermentazioni su mosti chiarificati, l'uso diffuso dei lieviti selezionati, l'introduzione delle vasche in acciaio inox, l'uso di centrifughe e filtri, ecc., macchine e processi trasferiti dalla tecnologia della birra e dei succhi di frutta.

In viticoltura l'innovazione genetica non ha avuto lo stesso successo che invece ha contribuito a migliorare l'offerta di frutta ed ortaggi, per i vincoli della tradizione e della legislazione delle Denominazioni.

In compenso la meccanizzazione non solo è riuscita a ridurre i costi di produzione e la fatica degli operatori, ma, con i recenti progressi introdotti dalla viticoltura di precisione, a migliorare la qualità dell'uva e a ridurre l'impatto della chimica sull'ambiente e sul viticoltore.

La nascita di grandi aziende, soprattutto nel Nuovo Mondo, ha reso necessaria una comunicazione che potesse sollecitare immagini positive collegate al bere, nella fantasia dei consumatori.

Spesso la pubblicità viene utilizzata per incoraggiare i consumatori a muoversi verso un settore del mercato delle bevande prima poco sfruttato.

Così l'attenzione rivolta alla pubblicità di vini bianchi o vini spumanti può essere interpretata come una mossa dei produttori verso un settore del mercato in un momento in cui le vendite dei vini rossi comincia a stabilizzarsi. O la scelta di un target femminile.

L'attenzione alle mode si riflette in una strategia che cerca di incrementare le vendite di un vino presentandolo come un prodotto di moda, partendo dalla constatazione che il gusto non è immutabile ma mutevole.

Il successo dei vini di vitigno come il Pinot grigio, lo Chardonnay e il Cabernet Sauvignon, decretato dalla stampa specializzata di oltreoceano, ne è un esempio calzante.

Oltre all'innovazione introdotta dalla pubblicità a favore del consumo del vino, aspetto questo che non ha riscontri nella storia passata della viticoltura europea, non può essere dimenticato il successo dell'integrazione verticale soprattutto delle medie e piccole aziende, orientate verso vini di alta qualità.

Per questo tipo di imprenditori il problema è però l'accesso al mercato, a causa dei bassi livelli di produzione e la mancanza di capitali da investire sia nella comunicazione che nello sviluppo di nuove tecnologie produttive, che consentirebbero loro di produrre vini sempre più aderenti alle richieste di un mercato molto volubile o di bassa cultura enologica quale quello orientale. L'innovazione, non considerando positive le forme associative nella produ-

zione dell'uva o la cooperazione nella trasformazione, potrebbe essere rappresentata dalla creazione di consorzi di comunicazione e commercializzazione, soprattutto rivolti ai mercati esteri, anche per utilizzare le risorse finanziarie della CE.

Riprendendo una delle espressioni citate all'inizio di questo contributo, relativa al significato simbolico che ha sempre accompagnato l'uso del vino, si potrebbe ripartire da questo per far diventare il vino di qualità un fattore universale di coesione e di integrazione tra i popoli.

### *La società moderna di fronte alle conquiste della ricerca scientifica*

La consapevolezza che le condizioni di vita sono migliorate per i risultati ottenuti dalle ricerche scientifiche determina, a cavallo tra l'800 ed il 900, nella società una percezione generale di tipo culturale, sull'importanza della scienza nel progresso dell'umanità: L'uso della scienza risolve qualunque problema e procura una prosperità impensabile nel passato. Questo atteggiamento costituì un nuovo potente incentivo nella nascita di forme di collaborazione tra la scienza, rappresentata dall'università, e l'industria, soprattutto quella della chimica e delle applicazioni della fisica elettrica. I governi attuarono diverse tipologie di incentivi: culturali (che esaltavano la superiorità della scienza e della tecnologia rispetto ad altre forme di sapere), sociali (che tendevano a dare un riconoscimento particolare ai successi di scienziati ed imprenditori innovativi), morali ed emozionali (nella creazione di eroi ed esempi da seguire, rappresentati dalle storie di successo degli scienziati) che contribuirono ad uno sviluppo industriale che non ebbe uguali in epoche successive. Questo atteggiamento è condiviso anche oggi dalle istituzioni e dal consumatore? O assistiamo invece ad una diffusa contrarietà nei confronti dei risultati della ricerca e nella applicazione dell'innovazione? Bisogna partire da una definizione di innovazione per tentare di dare una risposta accettabile. L'innovazione è l'affermarsi ed il diffondersi di una novità tale da cambiare significativamente ed in modo duraturo alcuni aspetti della vita di un gruppo umano.

Senza soffermarsi sulle parole «affermarsi e diffondersi delle novità», quelle «cambiare in modo significativo e duraturo il modo di vita» possono aiutare a comprendere il significato che oggi dà la società occidentale al ruolo dell'innovazione. Le novità più difficili da accettare sono quelle intangibili come quelle culturali, sociali ed ideologiche. Poco importa se un vino è particolarmente gradito al palato perché prodotto con tecniche innovative o è prodotto in un luogo dove è stata applicata la zonazione viticola, se quel vino non veicola la storia della famiglia che lo produce o la filosofia produttiva ispirata ai principi della ecocompatibilità.

Così le mode passeggero sono affermazioni e diffusioni di novità, ma non sono innovazione: l'innovazione cambia l'esistenza in modo significativo, proietta nel futuro al punto che è impossibile tornare indietro.

Sul rapporto "tradizione-innovazione" in enologia si è aperto in questi anni un serrato dibattito in una logica di contrapposizione che non contribuisce certo ad indirizzare le scelte necessarie nella produzione per intercettare i gusti dei consumatori. Contrapporre vitigni autoctoni a vitigni internazionali, lieviti spontanei a lieviti selezionati, barrique a grandi botti, biologico a con-

venzionale ed altro ancora, significa rinunciare al passato ed a ciò che si è costruito faticosamente, per proporre continuamente nuove soluzioni la cui vita media è, come nella moda, molto breve e non consente per questo di creare invece un nuovo stile. Paradossalmente la tradizione muore come è successo in molte viticolture dell'est europeo, perché non erano riuscite a migliorare ciò che avevano ereditato dai loro padri. La soluzione è forse nel modo con il quale si reinterpreta la tradizione, in una sorta di tradimento fedele, che mantiene ciò che vale e modifica quella parte del processo che non incide sulle caratteristiche positive di un prodotto.

L'incognita è il mercato globalizzato, poco propenso ad apprezzare le diversità e che rifiuta ciò che non conosce.

Per riuscire a dare alla viticoltura italiana un nuovo futuro che non sia rappresentato da vini da pochi centesimi alla bottiglia, non dobbiamo contare né sul tradizionalismo, né sull'innovazione tecnologica "tout court", ma partire da una corretta interpretazione della tradizione, concentrando l'attenzione su due nodi cruciali della filiera vitivinicola: la formazione degli enologi e la comunicazione dei valori del vino. Queste due risorse per il mondo del vino sono curiosamente accomunate dagli effetti dell'applicazione di un'antica sapienza, l'ermeneutica, intesa come arte dell'interpretazione, atteggiamento efficace per comprendere le cose nel loro senso e per avere un rapporto corretto nei confronti dei fenomeni e, nel caso del vino, di quelli che legano tradizione e modernizzazione. Ma l'ermeneuta non è però l'enologo nell'accezione moderna, che lo assomiglia di più ad un demiurgo, ma deve essere piuttosto l'interprete quotidiano dei cicli naturali della vite e dell'evoluzione del vino nella sua cantina, che possa sapientemente prevederne il percorso sensoriale, attendendo il compiersi dei fenomeni biologici senza le accelerazioni ed i bruschi cambiamenti che la tecnica talvolta suggerisce.

La formazione dell'enologo moderno dovrebbe garantire una buona preparazione professionale, senza dimenticare di colmare il crescente divario che si stabilisce nella produzione del vino tra tecnica e cultura/natura. Anche la comunicazione ha un ruolo importante da svolgere nella trasmissione dei valori positivi della tradizione.

Il problema di fondo risiede nella normalizzazione gustativa che fa passare il consumatore dall'era dei vini voluti all'era dei vini subiti. La normalizzazione gustativa è in definitiva un'estetica da laboratorio dove i sensi utilizzati per giudicare un vino vengono ricondotti a formule, indici, rapporti che tendono a proporre, per tutti i vini del mondo, una stessa monocorde architettura sensoriale che configura la nostra storia millenaria della vinificazione come un lungo periodo di tenebre dal quale finalmente sta uscendo.

L'essenziale è cominciare a sottrarsi al pensiero unico che pretende di regolare i comportamenti produttivi della cosiddetta viticoltura tradizionale, che non a torto si oppone ad una colonizzazione del gusto operata attraverso la stampa specializzata dei Paesi del Nuovo Mondo, tesa a delegittimare i valori della tradizione enologica europea a vantaggio di vini dal gusto standardizzato, ottenuti da pochi vitigni ubiquitari, vinificati con regole standard.

La globalizzazione, di cui tutti percepiscono non solo il significato semantico della parola, ma soprattutto gli effetti, non solo influenza gli avvenimenti

su scala mondiale, ma anche la nostra vita quotidiana, il nostro rapporto con la vite ed il vino. Nel mondo del vino la globalizzazione ha portato evidenti vantaggi, soprattutto a livello mercantile, allargando il consumo di vino presso popoli che ne ignoravano persino l'esistenza, ma non vanno sottovalutati anche gli svantaggi che si possono riassumere nella crescente banalizzazione gustativa che appiattisce molte produzioni vinicole mondiali. Da molti accettata per l'apporto positivo sulla complessità culturale, da altri considerata inquietante e pericolosa e per questo rifiutata. Questo atteggiamento di rifiuto è alla base della scelta di rifugiarsi in una tradizione radicalizzata.

Al rifiuto che un mercato elitario ha in questi anni decretato a questi vini dal gusto banalizzato dalla tecnologia, si è aggiunto, da parte di alcuni produttori, il desiderio di produrre dei vini cosiddetti "alternativi", riscoprendo vitigni autoctoni praticamente scomparsi ed adottando delle tecniche di vinificazione arcaiche che prevedono ad esempio l'utilizzo di anfore di terracotta.

Dai connotati fortemente contraddittori è invece la risposta alla globalizzazione che consiste nella produzione dei cosiddetti vini etici, tra i quali i biodinamici sono la categoria più rappresentata (o nota) che reagiscono alla perdita di identità di questi vini tutti uguali tra loro e perfetti nei descrittori sensoriali, con un ritorno alla tradizione viticola che non appartiene però alle nostre origini, dove la reinterpretazione delle tecniche di produzione è solo una ritualità legata alla sfera dell'esoterismo: un tentativo di proporre tecniche di coltivazione della vite in contrasto con le proposte innovative fornite dal progresso scientifico.

È in definitiva un tentativo di reazione al rischio, concetto strettamente connesso al cambiamento, di cui non conosciamo le conseguenze e che provoca in qualcuno stati di paura, sentimento che caratterizza i movimenti ecologisti catastrofisti.

Più la scienza penetra nella nostra vita e meno accettate sono le scoperte degli scienziati, soprattutto se queste intervengono nella produzione di alimenti. Il rischio alimentare che aleggia costantemente sopra le nostre teste (dalla mucca pazza alla peste aviaria) contribuisce a creare nuove identità sociali. I consumatori attivano un meccanismo che gli antropologi chiamano "pensiero magico" che si fonda sull'accettazione di qualità simboliche di tutto ciò che entra in contatto con il cibo. Produttori, tecniche di produzione, luoghi di produzione, interpretazioni ideologiche sono trasmessi per "contaminazione simbolica" agli alimenti stessi. Questo ricorso ai simboli ha un preciso significato trasgressivo, in opposizione al linguaggio codificato della scienza. Il rifugiarsi nella magia, sogno ricorrente dell'umanità per accedere al mondo attraverso il miracolo, era un atteggiamento dell'immaginario umano del periodo preilluministico, dove non esisteva il rimedio della scienza alle carestie e malattie.

### *Il ruolo dell'Italia nel progresso delle conoscenze nel settore vitivinicolo*

Considerata da un punto di vista storico, l'innovazione rappresenta sicuramente uno dei fattori fondamentali nello sviluppo delle società ed economie avanzate. Numerosi studi hanno evidenziato come la supremazia economica

e tecnologica delle nazioni occidentali che si sono venute consolidando nei confronti delle altre zone del mondo, sia dovuta proprio alla loro capacità di alimentare nel tempo un flusso continuo di innovazioni. Ma l'innovazione ha costituito in passato un fenomeno relativamente poco diffuso, che si è presentato in particolari circostanze ed in luoghi circoscritti. Anzi si può affermare che la capacità innovativa abbia determinato il predominio della Francia nel campo della viticoltura, soprattutto in occasione di particolari contingenze (che possono essere definite "cambiamenti tecnologici rapidi e senza precedenti"), quali quelle determinate dalla "piccola glaciazione" dal XIV al XVIII sec. con l'adeguamento delle piattaforme ampelografiche alle mutate condizioni climatiche, dalla "rivoluzione delle bevande" per adeguare l'offerta di prodotti alcolici e non, al cambiamento del gusto del consumatore, soprattutto anglosassone, dall'arrivo in Europa delle cosiddette "malattie americane" con il conseguente sviluppo della cosiddetta viticoltura moderna. In Italia il peggioramento della qualità dei vini, provocato dalle condizioni climatiche del grande freddo medioevale, fece sviluppare nuove strategie commerciali nella Repubblica di Venezia, che diviene la più importante esportatrice di vini del Mediterraneo orientale sui ricchi mercati del nord Europa e la viticoltura italiana, soprattutto quella situata sulle coste, imitava i vini aromatici greci che alimentavano i canali commerciali di Venezia ed in alternativa produceva attorno alle grandi città il vino per il mercato locale. A detta di molti cronisti di cultura neogeorgica del XVI e XVII sec. e dai resoconti delle Accademie settecentesche dell'Italia di quell'epoca, la maggior parte dei vini prodotti nella Penisola, allora divisa in tanti Stati di tradizioni, struttura produttiva, capacità economica molto diverse, erano di scadente qualità, non erano trasportabili e non si conservavano e quindi non potevano sostenere la concorrenza dei vini francesi sui mercati inglese e tedesco. Anche il livello della proposta accademica nei settori dell'agronomia e della chimica era inadeguato a fornire un supporto alla produzione di vino, che era considerata un'appendice dell'attività agricola orientata all'autoconsumo e per questo era impermeabile a qualsiasi progresso nelle tecniche viticole ed enologiche. Qualche indicazione innovativa nella produzione dei vini viene data sul finire del 1500 dal Bacci, archiatra papale, su come seppur sommariamente si doveva condurre una fermentazione, di preferenza senza vinacce ed in vasi chiusi, anche per produrre quel vino frizzante molto gradito dalla corte vaticana. Tutti gli autori, sia francesi che italiani, in quegli anni evidenziano l'esistenza di due livelli di qualità dei vini, ben distinti e naturalmente destinati a mercati dalle possibilità economiche diverse. Le poche innovazioni nel campo soprattutto dell'enologia, proposte ad esempio dagli italiani B. Mesny o da L. Sgrilli, non venivano trasferite alle aziende agricole: un problema che l'Italia non ha ancora risolto al giorno d'oggi. Emblematiche a questo proposito sono le invenzioni del campano Cassitto che nel 1887 scopre la fermentazione intracellulare che consentirà al Flanzky, circa 100 anni dopo, di mettere a punto la tecnica della macerazione carbonica, e del piemontese Martinotti che nel 1895 brevetta un metodo rivoluzionario di spumantizzazione in autoclave, ma che prenderà il nome di un francese, Charmat, che lo diffonde nell'industria enologica transalpina. Nel cosiddetto

“Secolo dei Lumi”, l'uomo si libera definitivamente della cultura aristotelica ed al motto “si tenti l'esperienza” si assiste alla rivoluzione scientifica in tutti i campi, dalla chimica alla biologia, dalla fisica all'agricoltura. La divulgazione è operata dapprima dall'*Encyclopedie* e più tardi dalle Accademie scientifiche e Società Agricole fondate da Napoleone I, attorno alle quali si raccoglie quella nobiltà illuminata e la borghesia terriera che trasferiscono molte delle scoperte scientifiche in campo agricolo.

La Francia diviene nell'800, anche per merito delle scoperte scientifiche del secolo precedente, il Paese guida nella produzione di vino (1,5 milioni di ha e 65 milioni di ettolitri) e nello sviluppo di nuove tecniche viticole le quali iniziano a permeare il mondo produttivo italiano attorno alla seconda metà del 1800 con l'unificazione dell'Italia, sia per il ruolo che la Francia di Napoleone III aveva avuto nelle Guerre di Indipendenza, sia per l'incombente necessità di dover rinnovare la viticoltura dopo i malanni provocati dalla fillossera.

Le prime innovazioni trasferite dalla Francia, qualche lustro prima dell'arrivo delle malattie americane, furono rappresentate da alcuni vitigni, soprattutto di origine bordolese, che vennero importati da alcuni proprietari terrieri toscani e veneti per imitare quei vini “francesi”, i claret, che tanto successo avevano in Inghilterra.

A fugare le perplessità dei tecnici del Regio Ministero dell'Agricoltura, che sollevavano dubbi sull'adattamento dei vitigni di origine francese al pedoclima italiano, ci pensò il Guyot con una affermazione rivoluzionaria per allora, proclamando che il «genio del vino era nel vitigno», smentendo così duemila anni di cultura georgica, che vedevano nel *terroir* il fattore determinante della qualità di un vino.

Anche le prime collezioni ampelografiche, espressioni del collezionismo ottocentesco, e la nascita delle scuole di enologia, contribuirono alla conoscenza del comportamento di questi vitigni negli ambienti italiani ed alla vinificazione corretta delle loro uve.

I primi impianti di Cabernet Sauvignon risalgono al 1820 e sono realizzati nei dintorni di Alessandria.

Le più importanti famiglie della nobiltà piemontese, toscana e del Regno delle Due Sicilie, spesso imparentate con la corte francese, che consumavano esclusivamente vini francesi, avevano iniziato loro stessi la produzione di questi vini nelle loro proprietà ad iniziare già dalla fine del 1700. In Italia non si parla mai di vini destinati ai mercati esteri.

Alla fine del 1700 l'Accademia dei Georgofili, da poco fondata, stimola, nell'ambito di un concorso, la pubblicazione di opere di erudizione vitienologica, per migliorare la qualità dei vini toscani al fine di promuoverne l'esportazione.

Il vincitore, il medico Cosimo Villifranchi, denuncia con amarezza che in Toscana, ma non solo, la qualità dei vini, la cui produzione si ispirava al modello francese, nulla ha a che fare con quella dei famosi vini della antichità italica, soprattutto per una inadeguata tecnica enologica («nel Chianti uve nobili, vini plebei»).

Nelle indicazioni che fornisce per produrre il vino Chianti di migliore

qualità, ricade però lui stesso nella tradizione delle lunghe macerazioni con le vinacce, responsabili dell'accescenza dei vini.

L'opera di Chaptal, ministro di Napoleone I, chimico famoso soprattutto per aver indicato nell'aggiunta di zucchero (prodotto in quegli anni per la prima volta dalla barbabietola), la "chaptlisation", una pratica molto favorevole alla qualità dei vini, diviene il punto di riferimento di molti studiosi italiani quali il Baroni, il Pozzi e soprattutto il Dandolo, che "copiano" talvolta erroneamente i principi di Chaptal.

La distanza tra l'enologia italiana e quella francese e tedesca è pressoché incolmabile: l'avv. Pestellini, nel leggere la sua memoria all'Accademia dei Georgofili nel 1885, conclude con sconforto «l'industria dei vini fra noi è bambina».

### *La vitienologia ecosostenibile: da slogan ad opportunità economica*

Per riuscire a dare alla nostra viticoltura un nuovo futuro non dobbiamo contare né sul tradizionalismo né sull'innovazione tecnologica, ma partire da una corretta interpretazione della tradizione, concentrando la nostra attenzione su due aspetti cruciali della filiera vitivinicola: la formazione degli addetti e le attese del consumatore. La nascita della scienza enologica coincide nell'800 con l'azione terapeutica del tecnico nei confronti delle numerose malattie del vino e di conseguenza sui difetti gustativi che queste provocano. Un cambiamento di prospettiva è avvenuto circa un secolo dopo, in gran parte per merito di Peynaud, che ha trasformato l'enologia in una pratica estetica atta a ridurre gli effetti della casualità sul gusto del vino. Ma il rischio è ora quello della normalizzazione gustativa. Il virtuosismo tecnico è oggi molto abile nel mascherare l'impoverimento crescente dell'orizzonte gustativo con la costante ricerca delle novità per stimolare l'immaginario del consumatore. Per la nostra formazione mediterranea siamo portati a credere soprattutto nel territorio, e quindi alle Denominazioni d'Origine, ma, per quanto legittime, queste classificazioni sono quanto mai astratte per i mercati globali. Ci chiediamo allora come superare questo atteggiamento di chiusura in un momento in cui invece bisogna aprirsi, creare un ponte verso gli altri, verso un mercato a cui aspiriamo, ma che non è capace di identificarci. Chi determina l'andamento generale del mercato del vino sono le grandi holding internazionali delle bevande alcoliche, che hanno fatto grandi investimenti nell'acquisto di aziende in tutto il mondo, che dispongono di reti commerciali costituite da grandi professionisti, che possono contare su mezzi di comunicazione capaci di spostare gli orientamenti e creare nuove opinioni. Come nella soluzione dei grandi problemi della scienza, bisogna individuare una sorta di contropotere capace di infrangere i meccanismi delle contrapposizioni paralizzanti. Finché ci esercitiamo nel rendere alternativi i vitigni autoctoni a quelli internazionali, la viticoltura tradizionale a quella biologica, la barrique alla botte grande, il vitigno al territorio, suggestioni create artificialmente dalla comunicazione per costringere il consumatore ad una scelta, qualsiasi essa sia, e non tentiamo una ricomposizione delle alternative che potrebbe affrancare il consumatore dagli

*opinion leader*, difficilmente troveremo la soluzione ai problemi attuali. È il cosiddetto consumatore di nicchia l'elemento di disturbo dei gruppi internazionali, non solo quello che nasce dal passa parola, ma soprattutto dalle azioni di comunicazione che sappiano coniugare la qualità intrinseca del prodotto ai contenuti evocativi dell'immaginario, coinvolgendo i produttori in un nuovo modello di crescita, valutando la crisi come un'opportunità progettuale da sviluppare nell'ottica di produzioni più ecocompatibili.

La mitica età dell'oro, l'*aurea aetas* di Ovidio, periodo di immensa felicità per la mitologia classica, nella viticoltura del Vecchio Continente termina con l'arrivo delle cosiddette malattie americane e l'uva non è più espressione esclusiva del vitigno e del *terroir*, ma oltre al portinnesto sono necessari trattamenti contro funghi ed insetti parassiti. Nella maggior parte delle aziende viticole del mondo la difesa è condotta in modo responsabile, al fine di realizzare strategie di intervento atte a limitare al massimo gli effetti negativi sull'ambiente ed evitare la formazione di resistenze nei parassiti. I problemi non risiedono nella presenza di residui nei vini, in quanto la tecnologia enologica consente di eliminarli totalmente nel corso del processo di vinificazione, ma nelle inquietudini dei consumatori che non distinguono le problematiche relative alla produzione di un prodotto da consumare fresco, quale la frutta o la verdura, da quelle di un prodotto trasformato quale il vino. Verso gli anni '60, con la nascita del movimento ecologista, dapprima come *élites* intellettuali ed in seguito come movimento di opinione generalizzato, viticoltori di numerosi Paesi viticoli decisero di affrontare la loro pratica quotidiana con l'idea comune di coltivare i vigneti senza concimi di sintesi, né erbicidi, né insetticidi, con l'obiettivo di offrire al consumatore prodotti di qualità senza l'apporto di presidi chimici. Solo negli anni '80 appaiono le prime citazioni di organismi ufficiali e quindi il riconoscimento di una viticoltura biologica o organica. Queste sollecitazioni e suggestioni sono alla base, a partire dai Paesi di lingua tedesca, di nuove tecniche di difesa dove l'impiego degli ausiliari chimici era integrato dall'azione antagonista degli insetti utili ed i trattamenti venivano fatti solo quando si superavano certe soglie di danno. Nasce così la cosiddetta lotta integrata che rappresenta ancora oggi, anche per la presenza di prodotti fitoiatrici sempre più selettivi ed efficaci, la strategia di lotta più razionale.

Due parole nuove sono nel frattempo entrate nel vocabolario di chi si occupa di produzioni agricole: la ecocompatibilità e la multifunzionalità. La prima identifica una viticoltura capace di produrre uve sane e di alta qualità, con soglie di residui di fitofarmaci sotto gli standard europei, che tuteli la salute del viticoltore, mantenga alta la biodiversità del territorio viticolo (compresa la biodiversità culturale ed il paesaggio), preservi e valorizzi la fertilità naturale del suolo. Il viticoltore in definitiva vuole avere una sorta di legittimazione sociale a produrre vino. La zonazione viticola e la viticoltura di precisione rappresentano gli strumenti innovativi per perseguire questi obiettivi.

La multifunzionalità invece definisce, nell'ottica di una viticoltura ecocompatibile, il ruolo che questa ha in un contesto economico e sociale di un territorio, integrandosi con le altre attività produttive. Per la sua realizzazione è necessario individuare un percorso comune tra enti locali, la filiera allargata

del vino e la ricerca e la formazione per la tutela dell'ambiente e per il suo sviluppo.

In Francia tutta la ristrutturazione della filiera vite-vino come reazione alla crisi passa attraverso iniziative di ricerca e loro applicazione, nella direzione della ecocompatibilità, realizzate da gruppi di lavoro molto attivi.

Gran parte delle vendite di beni di consumo dipende quindi dalla capacità che hanno i venditori di manipolare il nostro senso di colpa e di solitudine, le nostre paure, ansietà, la nostra segreta tensione.

La paura di oggi è legata soprattutto alle condizioni della nostra vita quotidiana, all'inquinamento, alla progressiva riduzione delle fonti energetiche, alla perdita incessante di forme di vita naturale, al rapporto problematico tra cibo e salute. Il marketing moderno utilizza quindi la forza della psicologia ambientale nell'analisi motivazionale per esorcizzare le nostre paure inconscie, insegnando agli imprenditori a cavalcare l'onda della ecosostenibilità, con un occhio ai profitti ed un altro alla responsabilità sociale, senza barare però: i consumatori sono pronti a colpire chi ne fa solo una questione di immagine. Riviste, pubblicità televisiva, comunicazioni della GDO usano ormai solo alcune parole dove il colore verde o *green* (*green economy*, vivere verde, pensare verde, ecc.) è sempre presente, accompagnato dall'aggettivo *sostenibile* (sogno sostenibile, la bella vita ecosostenibile, ecc.) e da immagini di bambini felici, di grandi spazi verdi, di foreste incontaminate, di fiumi dalle acque limpide.

La produzione del vino non poteva, per l'importanza economica che ricopre in molti Paesi e per l'impatto che ha sul consumatore l'immagine dell'ambiente ordinato di una distesa di vigneti, non essere coinvolta in questo processo di pressione mediatica, nel quale molti vedono una soluzione alla crisi dei consumi. Ma ci sono motivazioni più profonde nelle numerose iniziative che stanno per essere intraprese da aziende, consorzi, territori viticoli per modificare profondamente le condizioni di produzione di uva e vino, in un ottica di sostenibilità economica ed ambientale. La sostenibilità dei processi sarà nei prossimi anni un "fattore critico di successo" di primaria importanza nella competizione globale e sarà alla base, nelle aziende vitivinicole, di una nuova cultura d'impresa. Da una indicazione generica di tutela dell'ambiente si è quindi passati alla cosiddetta viticoltura sostenibile che l'OIV, con una risoluzione del 2004, ha fatto propria ed ha ispirato le scelte di politica viticola della CE in questi anni. Nel 2014 andrà in vigore una nuova normativa comunitaria che regolerà, attraverso i principi della lotta integrata, la difesa dai parassiti vegetali ed animali. Essa si basa su quattro livelli di intervento: il nuovo regolamento di autorizzazione degli agrofarmaci, la direttiva dell'uso sostenibile dei fitofarmaci, che comprende l'applicazione di principi della difesa integrata (I.P.M.), la formazione degli operatori del settore, la funzionalità delle attrezzature per la distribuzione, la revisione CE delle sostanze attive, l'armonizzazione dei residui. Ma l'elemento decisivo per attuare il cambiamento è dato dalla domanda di sostenibilità che sta provenendo dai cittadini: tutto ciò che ha a vedere con la dimensione del "verde" nel consumo, sempre più è oggetto di attenzione e di particolare favore. La crisi dei consumi ha accentuato l'avvicinamento dei consumatori a quei produttori che vengono considerati più

credibili per quanto fanno nell'area della cosiddetta *green economy* e che sono in grado di dimostrarlo con trasparenti iniziative di informazione, convincenti politiche di comunicazione, ricche di esempi e di risultati raggiunti. Anche la scala delle preferenze dei consumatori nei confronti delle caratteristiche dei prodotti alimentari dagli anni '60 ad oggi è profondamente cambiata. Se fino agli anni '80 veniva privilegiato il prodotto che presentava caratteristiche importanti di qualità estetica e gustativa (buono, di qualità e bello), negli anni '80-'90 il consumatore si orientava verso i prodotti sani e sicuri. Negli anni a venire l'orientamento sarà quello verso prodotti etici, sostenuti dai valori della ecosostenibilità ed equosolidarietà. I marchi a garanzia delle scelte ecocompatibili fatte dall'azienda viticola saranno in futuro elementi strategici di sviluppo non solo produttivo, ma di comunicazione e di marketing. Dai marchi generici, come ad esempio EMAS, si passerà a marchi specifici di ecocompatibilità aziendale o collettiva (es un gruppo di produttori), come Fair, ai marchi di ecocompatibilità territoriale che garantiscono tutta la produzione viticola di un intero territorio, come l'Oregon e la Nuova Zelanda.

Attualmente i modelli di riferimento per l'importanza delle aziende coinvolte e per il rigore con il quale si valutano i requisiti agronomici delle aziende produttrici (più di 200 indici di valutazione) sono il CSWA (*California Sustainable Winegrowing Alliance*) che annovera tra i suoi associati la Costellation Brand e la Gallo e la FAIR wine-growers, espressione dei viticoltori della Renania, che conducono i loro vigneti secondo i principi della viticoltura ecocompatibile in senso lato. In Italia si sta sviluppando una iniziativa originale denominata Magis.

Lasciando ai cultori dell'esoterismo la viticoltura pauperistica, si avverte la necessità di costituire delle filiere vitivinicole, coniugando sostenibilità e qualità, coinvolgendo sia il mondo scientifico che quello dell'industria ed i soggetti pubblici.

I progressi raggiunti dalla cosiddetta viticoltura di precisione, applicabile ormai anche ad aziende di piccole dimensioni, consentono di valutare lo stato vegeto-produttivo nelle diverse parti di un vigneto e di adeguare le somministrazioni degli input energetici (concimi, acqua irrigua, prodotti antiparassitari, ecc.) in funzione dei reali fabbisogni delle piante.

Infatti in un vigneto si possono stimare dei coefficienti di variazione per alcuni indici di qualità che vanno dal 10 al 50 % nella produzione per ceppo, ai 15-18 % negli antociani. Attraverso le tecniche della *proximal sensing* utilizzando sensori ad ultrasuoni per valutare lo spessore delle chiome, multi-spetttrali (spettrometro NIR) per stimare la composizione chimica della bacca in modo puntiforme ed a tensione elettrica per l'accertamento della umidità del suolo, è possibile geo-referenziare il comportamento vegeto-produttivo delle singole piante e di intervenire sulle cosiddette mappe di prescrizione che vengono prodotte, in funzione del vigore, della produttività e delle strutture della chioma con opportune scelte colturali (diradamenti dei grappoli, cimature, sfogliature, ecc.) e con apporti, a cosiddetto rateo variabile, di concimi ed antiparassitari.

I vantaggi non sono solo valutabili nella riduzione dei presidi chimici, ma

anche sulla qualità del vino, in quanto si realizzano delle valutazioni dell'andamento della maturazione puntiformi e più aderenti alla variabilità naturale del vigneto, la programmazione della vendemmia viene fatta per zone omogenee, la stima della produzione e della percentuale in zuccheri è più precisa.

Le economie che si possono realizzare sono di due ordini: quelle relative agli interventi di tecnica colturale (scacchiatura e diradamento solo sulle superfici che ne hanno necessità, migliore programmazione della vendemmia) e quelle che coinvolgono il risparmio di concimi, acqua irrigua e prodotti antiparassitari. Riguardo a questo aspetto, si evidenzia che nella distribuzione degli antiparassitari solo il 20-50 % (a seconda delle situazioni colturali) raggiunge il bersaglio (foglie ed uva) mentre il rimanente 80-50 % si disperde in derive, perdite a terra, evaporazione.

Il futuro della viticoltura non sarà più nella separazione tra la produzione ed il consumo: sarà necessaria una visione olistica del mondo dove l'espressione "sviluppo sostenibile" non deve più essere considerato un ossimoro, ma un traguardo raggiungibile attraverso i risultati della ricerca e dell'innovazione. Il ruolo della stampa sarà, in questo progetto, strategico perché consentirà al consumatore di conoscere in tempo reale i successi che si raggiungeranno con l'applicazione dei protocolli di certificazione di eco-compatibilità nella produzione del vino e di consolidare così il suo rapporto fiduciario con il mondo della produzione.

ANTONIO TIRELLI \*

## ENOLOGIA: PASSATO E PRESENTE A CONFRONTO

Come molti altri ambiti della conoscenza, anche quello enologico si è rapidamente evoluto negli ultimi 50 anni grazie alla crescente mole d'informazioni sui fenomeni biologici e chimici coinvolti nella trasformazione dell'uva in vino che ha portato alla disponibilità di tecnologie di produzione più razionali e capaci di meglio valorizzare la materia prima disponibile. Tali progressi si sono succeduti, e si succedono, con tale rapidità che è facile trovare produttori che adottano pratiche produttive non ottimali se non compromettenti la franchezza del vino.

Fino alla fine degli anni '70 dello scorso secolo il consumo di vino era legato più alla quantità che all'equilibrio sensoriale e per questo le modalità di allevamento in vigneto avevano come obiettivo principale quello di massimizzare la produzione e raggiungere un'adeguata maturità tecnologica. Risultava così frequente trovare vini disarmonici con note sensoriali vegetali come pure caratterizzati da elevati livelli di acidità volatile o da altri difetti olfattivi. Le limitate conoscenze a riguardo dei composti fenolici, dei polisaccaridi, dei composti aromatici come pure delle attività metaboliche secondarie dei lieviti nonché dell'evoluzione in maturazione e vinificazione, portava ad adottare attrezzature di vinificazione poco razionali ed una insufficiente attenzione agli aspetti igienici di cantina.

Lo studio dell'attività dei lieviti ha permesso di comprendere che questi microrganismi non sono responsabili solo della pur fondamentale attività fermentativa, ma che intervengono anche nella formazione di esteri ad aroma fruttato e floreale, nella volatilizzazione di forme aromatiche varietali, nella modulazione del carattere acido del vino, nell'evoluzione fenolica attraverso la formazione di etanale. Intervengono inoltre nello sviluppo delle proprietà tattili del vino attraverso la liberazione di mannoproteine di parete cellulare come pure nella produzione di numerosi difetti olfattivi in seguito alla cattiva gestione del processo di formazione dell'etanolo.

\* *Università degli Studi di Milano*

Lo sviluppo di tecniche analitiche separative sempre più selettive e affidabili ha permesso anche di comprendere importanti modalità di evoluzione delle forme antocianiche e procianidiniche della buccia e del seme dell'uva e del vino nonché attraverso l'ossigeno e il coinvolgimento dei tannini del legno. Si è inoltre meglio compreso il ruolo svolto dalle forme polisaccaridiche pectiche e mannoproteiche nel modulare le caratteristiche le proprietà tattili dei tannini.

A fianco di queste conoscenze si sono sviluppate scoperte che hanno portato a individuare forme aromatiche varietali ed evolutive che, seppure presenti a livelli di tracce, svolgono ruoli fondamentali nel fornire una caratterizzante impronta aromatica dei vini. Basti citare per questo il ruolo svolto dai composti norisoprenoidi e da quelli tiolici. Sono inoltre ora noti i ruoli svolti da numerosi composti anti-aromatici la cui presenza è legata alla cattiva gestione dell'ossigeno in vinificazione e conservazione, all'apporto azotato per la pianta ed il lievito, alla contaminazione con specie di lievito non *Saccharomyces*.

Con queste conoscenze si è evoluta anche la tecnologia a disposizione dell'enologo per valorizzare la qualità delle uve. L'introduzione in cantina delle presse pneumatiche stagne ha permesso di gestire il contatto del mosto con l'ossigeno e, di conseguenza, processi di macerazione prefermentativa, mentre i più recenti torchi Marmonnier consentono di realizzare la produzione di spumanti di alto livello qualitativo ottimizzando le operazioni di carico uva, sgretolamento e scarico delle vinacce.

Anche i vinificatori hanno subito profonde modifiche. Le vecchie vasche di cemento sono oggi state ampiamente sostituite dai più inerti e controllabili vinificatori di acciaio spesso progettati per automatizzare le operazioni di gestione del cappello liberandole dalla variabilità delle operazioni manuali. Queste vasche consentono oggi un omogeneo e costante controllo delle condizioni di ossigenazione, temperatura, movimentazione delle vinacce, dispersione di additivi e coadiuvanti, nonché delle operazioni di riempimento e scarico.

L'introduzione di nuovi e funzionali materiali di confezionamento ha poi reso maggiormente gestibili, anche economicamente, la conservazione, il trasporto ed il consumo di vino da parte di specifiche utenze. Basti pensare per questo all'introduzione dei contenitori in materiale poliaccoppiato o in materiale plastico.

Tutto questo, insieme ad altre scoperte ed innovazioni enologiche, ha infine aperto nuovi orizzonti per il futuro finalizzati alla valorizzazione degli aspetti produttivi più idonei a esaltare le particolarità proprie del prodotto quali l'introduzione di coadiuvanti, additivi e tecnologie a basso impatto sulla salute e l'ambiente in sostituzione di composti chimici dannosi, la selezione di ceppi di lievito caratteristici delle singole aree viticole. A questi si aggiungono gli sforzi della ricerca mirati all'individuazione d'indici chimici per la caratterizzazione e valutazione della genuinità dei vini e, infine, all'introduzione di nuovi percorsi per lo smaltimento razionale dei sottoprodotti della vinificazione.

LUCIO BRANCADORO\*

ANALISI DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA  
DEL SETTORE VITIVINICOLO LOMBARDO

Analizzando il settore dell'agroalimentare lombardo, attraverso strumenti squisitamente economici, risulta che il comparto viti-vinicolo, con una PLV per il 2009 di poco superiore ai 140ML di € (fonte Istat), rappresenta una parte dell'agricoltura regionale di modeste dimensioni, con un contributo alla sua PLV pari a poco meno del 2,5%. Se a questa chiave di lettura squisitamente produttiva affianchiamo altri indicatori, è possibile far emergere importanti valenze e peculiarità che rendono il comparto viti-enologico regionale strategico sia per l'agricoltura della Lombardia, sia per l'intero comparto viti-vinicolo nazionale che dobbiamo ricordare, se ce ne fosse bisogno, rappresenta da sempre una buona parte dell'eccellenza alimentare made in Italy.

Nel panorama nazionale la Lombardia si pone, in una graduatoria tra le Regioni, a livello intermedio sia per quanto riguarda la superficie vitata (21.600 ha) sia per i volumi di vini prodotti (1,2 ML di hl). Infatti questi dati, relativi all'anno 2009 posizionano la Lombardia all'11° posto in entrambe le classifiche e prima di altre Regioni, come Friuli, Trentino alto Adige, Marche, che possiedono una maggiore notorietà in questo settore dell'agricoltura.

Un approfondimento di questi dati permette di evidenziare come le produzioni realizzate nell'annata 2009 sono per il 59% a Denominazione d'Origine (DOC e DOCG), per il 23% IGT e solo il restante 18% rientra nella categoria vino da tavola ora, in seguito alla nuova OCM, denominata solo "vino" (fonte Istat); lo stesso risultato si ha osservando la ripartizione della superficie vitata tra le diverse categorie, oltre l'80% della superficie del vigneto lombardo è a DO mentre solo il 7% produce uve per vini da tavola. Questa ripartizione tra le diverse categorie evidenzia una profonda vocazione alla produzione di vini di qualità. Vocazione che viene ancor più rimarcata se si confronta il dato lombardo con quello medio delle regioni del nord Italia e nazionale, dove è rispettivamente solo il 44% e il 33% del vino prodotto ad essere a DO. Questa

\* *Università degli Studi di Milano*

vocazione alla produzione di vini di qualità premia in un certo qual modo gli attori di questo comparto, infatti è possibile evidenziare come, contro un valore medio nazionale di 0,94 €/l, il vino prodotto in Lombardia ha un valore di 1,73 €/l. Valori medi superiori si riscontrano solo per i vini del Trentino Alto Adige e del Piemonte (dati Istat). A parziale conferma di questa condizione positiva delle produzioni viti-enologiche lombarde è il contenuto abbandono delle superfici vitate avutosi in Regione nell'ultimo decennio. La Lombardia nel periodo 2000-09 ha fatto registrare un calo di poco superiore al 6% della superficie a vigneto, mentre a livello nazionale, nello stesso periodo, questa riduzione è quantificabile intorno al 10%, con regioni largamente al disopra del dato medio nazionale.

I risultati di questa breve analisi del comparto viti-vinicolo lombardo, soprattutto se messa in relazione all'attuale congiuntura negativa del settore nazionale, mostrano come in generale la vitivinicoltura lombarda possieda sicuramente punti di forza che le permetterebbero di competere adeguatamente sia sui mercati nazionali che internazionali e che un'analisi superficiali non mettono in luce; d'altro canto la filiera vitivinicola lombarda, pur avendo in generale tutte le possibilità di giocare un ruolo di rilievo sia per la consistenza delle superfici, sia per la qualità delle produzioni, è in generale sottostimata rispetto ad altre Regioni, ritenute a torto o ragione, più blasonate.

Al fine di meglio comprendere le potenzialità di questo settore si cercherà qui di seguito di delineare i principali punti di forza della filiera vitivinicola lombarda e successivamente di portare alla luce alcuni dei punti di debolezza presenti nel settore al fine anche di indurre un dialogo costruttivo con i diversi attori del settore al fine di valorizzare a pieno le produzioni enologiche lombarde.

Qui di seguito verranno trattati alcuni dei punti di forza del settore vitivinicolo della Lombardia, sono stati presi in considerazione soprattutto quelli che hanno una valenza generale per tutto il comparto, ed è chiaro che analizzando le singole denominazioni sicuramente è possibile trovare altri argomenti positivi che permettono e/o permetterebbero un maggior successo delle produzioni enologiche regionali.

- Viticoltura policentrica con forti legami con i territori. Le produzioni vitivinicole lombarde si caratterizzano per il loro strettissimo legame con i territori di produzione; inoltre il connubio vino territorio, nel caso specifico dei vini lombardi, è esaltato, nella maggior parte delle aree a DO lombarde, dall'utilizzo di specifici vitigni "autoctoni", che rendono. Questa speciale combinazione territorio-vitigno permette a ciascuna area a produrre vini assolutamente singolari e irripetibili. In Lombardia partendo da aree come la Valtellina, massima espressione di una viticoltura tipicamente montana, si passa alle viticolture collinari, da una parte quelle fondate su suoli di origine glaciale e con climi influenzati dalla presenza dei laghi, come: Franciacorta, le diverse DO del Garda e la Valcaleeppio, dall'altra quella dell'Oltrepò pavese e San Colombano con suoli di origine pliocenica e clima condizionato dalla vicinanza dell'Appennino con maggiori

escursioni termiche, fino ad arrivare alla viticoltura dell'Oltrepò mantovano dove i luoghi e i vini che ne scaturiscono sono emblematici della viticoltura di pianura. A caratterizzare e distinguere ulteriormente queste aree sono come detto i vitigni lì coltivati, dove troviamo di norma un vitigno principale come la Chiavennasca per la Valtellina, la Croatina per l'Oltrepò pavese, il Lambrusco viadanese per l'Oltrepò mantovano, il Trebbiano di Lugana per il Lugana, il Moscato di Scanzo per Scanzo, ecc.; a questi vitigni principali, nelle aree più vaste, si deve aggiungere anche tutta una serie di vitigni minori che permettono di rendere più complessa l'offerta dei prodotti realizzati.

- Leadership in diversi ambiti del settore vitivinicolo nazionale. In Lombardia vengono prodotte 14,350 milioni di bottiglie di spumante metodo classico (dato dell'Osservatorio Nazionale Economico Spumanti per il 2008) pari ad oltre il 60% della produzione nazionale. Questi valori mettono la nostra Regione ampiamente in vetta alla classifica dei produttori nazionali di questo prodotto di particolare pregio enologico, rendendo così la Lombardia la regione del metodo classico italiano. Questa posizione preminente in realtà è poco comunicata nei confronti del consumatore e potrebbe avere una valenza di sicuro successo se ben utilizzata, soprattutto in un momento come quello odierno, dove i consumi di vini spumanti sta attraversando un trend assolutamente positivo.

Un'altra posizione preminente della viticoltura lombarda è legata alle dimensioni e ai volumi della D.O. Oltrepò pavese. Questa denominazione è costituita da una superficie vitata rivendicata di oltre 7.000 ha, fatto questo che la pone al quinto posto tra le denominazioni con la maggior superficie e al settimo posto per il volume di vino prodotto con 426.000 hl (dati Federdoc). Questi numeri pongono quest'area nel gruppo di denominazioni largamente conosciute dal consumatore come Chianti, Asti, Soave, denominazioni che sulla base dei loro numeri sono diventate, nel bene e nel male dell'enologia italiana, dei veri e propri brand ampiamente conosciute dai consumatori sia italiani che internazionali. Anche questa posizione di leadership a livello nazionale è poco conosciuta e poco utilizzata per comunicare i prodotti enologici di quest'area.

- Elevata presenza di vini caratterizzati dalle tecnologie di produzione. Il settore enologico lombardo si contraddistingue per la presenza nel proprio portfolio di diversi prodotti enologici che prendono origine dall'uso di particolari tecniche enologiche. Il primo esempio non può non essere i su citati spumanti, sia metodo classico che Martinotti, ma anche i vini come lo Sfursat della Valtellina, che è prodotto mediante l'appassimento, per alcuni mesi dell'uva Chiavennasca, assume caratteristiche molto particolari fortemente indotte dalla tecnica di preparazione delle uve per questo prodotto; infine, non possiamo non annoverare tra questi prodotti, caratterizzati dalla tecnologia di produzione, il Lambrusco prodotto nell'Oltrepò mantovano e realizzato con vitigni autoctoni della zona come i Lambruschi Viadanese e Grappello Ruberti. Questo vino, come gli altri Lambruschi, assume specificità molto particolari grazie alla tecnica di vi-

nificazione basata sulla rifermentazione, che lo porta ad essere uno dei vini rossi più tipici del panorama enologico nazionale. Questo maggior peso delle tecniche di vinificazione conferisce, ai vini così prodotti, oltre ad una maggiore caratterizzazione e quindi ad una maggiore riconoscibilità da parte del consumatore, anche ad una standardizzazione della qualità, garantendo l'acquirente nei confronti delle caratteristiche organolettiche del prodotto che andrà ad acquistare. Quest'ultimo particolare rappresenta una leva di marketing fondamentale, soprattutto per i consumatori che si stanno avvicinando al mondo del vino (giovani, paesi non tradizionalmente consumatori, ecc.). Infatti in questi prodotti, dove la tecnologia di produzione ha un peso più rilevante sulle qualità del vino, hanno una maggior certezza di trovare un riscontro positivo alle aspettative che si vengono a creare al momento dell'acquisto del vino.

- Gamma completa di prodotti enologici realizzati. Come nel caso delle singole aziende vitivinicole un altro punto di forza del settore enologico lombardo può essere rappresentato dalla possibilità di realizzare una gamma completa di vini. Partendo dagli spumanti, fino ad arrivare a vini passiti come il DOCG Moscato di Scanzo, passando per tutte le tipologie di vini bianchi e rossi e rosati. Questa varietà di tipologie offerte rende il prodotto lombardo adatto a coprire tutte le diverse richieste del mercato con vini fortemente tipici realizzati con vitigni tipici della zona e con tecniche di elaborazione dei prodotti sovente originali.

Il quadro così tracciato mostra come la vitivinicoltura lombarda sia particolarmente eclettica con alcune specificità di assoluto rilievo. Questa struttura permette al settore di poter rispondere con una certa facilità alle diverse esigenze del mercato e di avere alcuni dei suoi prodotti che possono primeggiare sia nel panorama nazionale che in quello internazionale.

D'altro canto come qualsiasi analisi SWOT questa descrizione non sarebbe esaustiva se non si prendessero in considerazione almeno anche i punti deboli di questo sistema. Il principale aspetto nell'affrontare quest'altra parte risulta come sia più difficoltoso individuare punti deboli generalizzabili per l'intero settore regionale. Potrebbe pertanto essere proprio quest'ultimo aspetto la vera debolezza del comparto vitivinicolo lombardo, ossia: essere costituito da realtà diverse che non trovano una propria omogeneità regionale, queste realtà locali, pur di dimensioni e notorietà di rilievo, tendono a rimanere isolate tra loro senza ricercare un minimo comun denominatore. A esemplificare questo concetto basti evidenziare come nell'immaginario collettivo del consumatore esistano ad esempio i vini trentini, piemontesi, friulani, giusto per citare le realtà a noi più vicine, ma non vi siano i vini lombardi. Questa condizione di atomizzazione del comparto porta a ripercussioni negative ogni qualvolta sia necessario avere una massa critica tale da affrontare le sfide dei mercati che oggi sono sempre più globali e che, per essere affrontate, richiedono elevate risorse.

A quest'aspetto assolutamente generale si possono evidenziare altri punti critici, che forse non coinvolgono allo stesso modo tutte le aree viticole lom-

barde, ma che da punti di vista diversi le toccano sicuramente. Primo tra tutti è quello dell'ambiente. In generale molte zone vitate della Lombardia hanno valenze paesaggistiche di grandissimo valore, spesso però non sono tutelate e/o opportunamente qualificate e nei casi peggiori si assiste ad un degrado di questi territori con un uso dei suoli non sicuramente opportuno per la qualità di questi ambienti. Questa politica nei confronti dei territori ha ricadute negative in diversi ambiti. Un esempio di ciò è la difficoltà a promuovere nel modo più adeguato il comparto dell'enoturismo, che in questi anni è stato uno dei principali veicoli di comunicazione per le produzioni enologiche di numerose regioni italiane. Passando poi a casi più gravi, quando il degrado diviene dissesto, il danno al sistema vitivinicolo è diretto e mette a rischio l'esistenza stessa di alcune delle aree vitivinicole lombarde. A maggior rileggo si deve aggiungere come in generale l'agricoltura, ma in particolare la viticoltura ubicata nella maggior parte dei casi in ambienti collinari o montani, più vulnerabili dal punto di vista idrogeologico, rappresentano lo strumento più efficace per la difesa del territorio, ma da sempre questa valenza, tipica della loro multifunzionalità, non viene né riconosciuta né tantomeno incentivata.

Un altro punto di debolezza del settore, che cuce insieme le aree viticole lombarde pur ciascuna con la propria specificità, è la mancata definizione dei più opportuni modelli viticoli, atti a realizzare nel modo più adeguato ed economico, le produzioni di ogni singola zona. Con questo punto, il più squisitamente viticolo, si intendono l'insieme delle scelte realizzate al momento dell'impianto che ne determinano la struttura. Queste scelte hanno come ovvie ripercussioni fondamentali oltre che sulla quantità e qualità delle produzioni, sulla longevità produttiva del vigneto, sulla sua economicità di gestione e sui costi di realizzazione dello stesso. La mancata esplicitazione di questo fondamentale punto sembrerà ai più anacronistico, poiché non sembra possibile realizzare adeguatamente una qualsiasi produzione senza aver prima studiato e validato il miglior sistema (modello viticolo) per ottenere un determinato prodotto. In realtà questa condizione è molto più frequente di quanto non sia prevedibile e questo perché la vitivinicoltura è un settore molto più dinamico di quello che un non addetto ai lavori possa immaginare; al contrario le strutture (vigneti, attrezzature, cantine, ecc.) hanno una vita molto più lunga rispetto alle mutevoli esigenze del settore. Questo porta sovente le aziende a rimanere ancorate a modelli viticoli nel migliore dei casi solo anacronistici, passandoli per tradizionali, o al contrario sposare modelli fortemente innovativi, il più delle volte studiati e definiti per altre zone o per altre tipologie di prodotto, senza che questi passino un'adeguata fase di vaglio per essere applicati nelle specifiche situazioni in cui si opera. Questa condizione operativa, come ovvio, risulta sub ottimale ed è causa di nocimento o alla qualità delle produzioni o alla loro economicità e nei casi più gravi il risultato è entrambe queste condizioni. Pertanto è auspicabile che vengano definiti per ciascuna area viticola regionale le più idonei modelli viticoli in funzione soprattutto delle condizioni ambientali in cui si opera e delle finalità enologiche che si intende raggiungere.

Al termine di questa rapida e generale analisi del settore vitivinicolo della

Regione Lombardia non è possibile non osservare come attraverso una maggiore consapevolezza dei punti di forza presenti, così come una corretta valutazione di quelli relativi alle debolezze del settore, al fine di provvedere al loro superamento, permetterebbe alla vitivinicoltura lombarda di occupare coscientemente una posizione di rilevanza all'interno del panorama enologico nazionale traendone i conseguenti benefici.

*Il significato degli acronimi e motti citati*

GDO = grande distribuzione organizzata

IPM = integrated pest management = difesa integrata

SWOT = analisi SWOT (strengths = forze; weakness = debolezze; opportunities = opportunità = threatens = minacce). Si tratta di un'analisi di marketing

OCM = organizzazione comune di mercato. Complesse di regole europee che governano specifici mercati di prodotti agricoli

DO = denominazione di origine

DO = distribuzione organizzata

FAIR = FAIR WINE GROWERS (organizzazione produttori tedeschi dell'Assia)

EMAS = eco-management and audit scheme. È un sistema a cui possono aderire volontariamente le imprese e le organizzazioni, sia pubbliche che private, aventi sede nel territorio della Comunità Europea o al di fuori di esso, che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale

CIRIVE = Centro Interdipartimentale per la Ricerca e l'Innovazione in Viticoltura ed Enologia

Magis = motto dei Gesuiti in latino (*miglio, di più*). Marca di un progetto di eco-sostenibilità in viticoltura